

"CONVIVIUM": IL BARBECUE COLLETTIVO.  
SISTEMA PRODOTTO PER LA CONVIVIALITÀ NELLO SPAZIO PUBBLICO.

Politecnico di Milano  
Laurea Magistrale in Disegno Industriale  
(Prodotto)  
Studente: Alice Cateni Matricola: 735674  
Relatore: Prof. Flaviano Celaschi  
Correlatore: Chiara Moreschi  
A.A. 2009/2010

# INDICE

---

0. Abstract .....	p. 7	3.2 Futuro prossimo: la metropoli planetaria	p. 41
1. Introduzione .....	p. 9	3.3 Concetto di benessere	p. 42
1.1 Premessa	p. 9	3.4 Rompere la correlazione tra benessere e prodotti	p. 43
1.2 Obiettivo: socializzazione e convivialità nello spazio pubblico	p. 9	3.5 Contesto e strategie di vita	p. 45
1.3 Perché lo spazio pubblico	p. 11	3.6 Beni comuni e tempo contemplativo	p. 45
1.4 Attualità del tema	p. 13	3.7 Qualità del contesto versus beni di mercato	p. 45
1.5 Ruolo del design	p. 15	4. Vivere attivamente la città .....	p. 51
2. Spazio pubblico .....	p. 21	4.1 Rapporto "individuo-ambiente": Cittadinanza attiva, abitare la città	p. 51
2.1 Ruolo dello spazio pubblico	p. 21	4.2 Rapporto "individuo-individuo": Socializzazione, condivisione, integrazione e identità, convivialità	p. 53
2.2 Il progetto dello spazio pubblico	p. 22	4.3 Il quartiere	p. 59
2.3 La piazza come requisito determinante della struttura urbana	p. 23	4.3.1 Definizione dell'oggetto per uno studio sociologico	p. 59
2.4 Lo spazio pubblico nella città contemporanea: dalle piazze all'urban landscape	p. 26	4.3.2 L'evoluzione del quartiere con l'avvento della modernità	p. 62
2.5 Sperimentazioni	p. 27	4.3.3 Il quartiere oggi	p. 63
2.6 Questione sicurezza	p. 29	4.3.4 Associazioni di quartiere e siti di quartiere	p. 65
3. Verso una nuova idea di benessere: il benessere basato sul contesto ...	p. 35	5. Casi studio .....	p. 71
3.1 Eco-sistema urbano	p. 35	5.1 esterni	p. 71
3.1.1 Crisi urbana come crisi ambientale	p. 35	5.1.1 Chi è esterni	p. 71
3.1.2 Crisi ambientale e crisi socio-economiche	p. 35	5.1.2 Obiettivi	p. 71
3.1.3 Relatività e ambiguità delle azioni mirate ad evitare le crisi ambientali e urbane	p. 37	5.1.3 Idee e progetti per lo spazio pubblico	p. 71
3.1.4 Crisi dell'ambiente urbano	p. 38	5.1.4 Public Design Festival	p. 73
3.1.5 Concetto di "ecosistema urbano"	p. 38	5.2 Altri casi studio	p. 77
		5.2.1 Urban Play	p. 77

5.2.2 Park(ing) .....	p. 82	9.2 Definizione dello scenario .....	p. 161
5.2.3 Esibisco .....	p. 82		
5.2.4 Urbano .....	p. 82	10. Generazione del concept di prodotto .....	p. 173
5.2.5 Urban Speaker .....	p. 82	10.1 Schemi riassuntivi .....	p. 173
6. Esperienze condivise.....	p. 87	10.2 Caratteristiche del progetto .....	p. 175
6.1 Condivisione .....	p. 87	10.3 Requisiti e aspetti metodologici per il progetto .....	p. 175
6.2 Nomadismo urbano .....	p. 88	10.3.1 Prefazione .....	p. 175
6.3 Interventi temporanei nello spazio pubblico .....		10.3.2 Il progetto e l'ambiente .....	p. 175
7. Il cibo .....	p. 111	10.3.3 Il progetto e l'uso .....	p. 176
7.1 Il cibo come canale di comunicazione .....	p. 111	10.3.4 Il progetto e la gestione .....	p. 176
7.1.1 Consuetudini, idee e significati intorno al cibo .....	p. 111	10.4 Riferimenti progettuali .....	p. 177
7.1.2 Convivialità e socializzazione. Un medium tra le culture .....	p. 114	11. Il progetto .....	p. 181
7.2 Tendenze del consumo alimentare .....	p. 118	11.1 Missione del progetto .....	p. 181
7.2.1 Cambiamenti sociali e stili alimentari .....	p. 118	11.2 Il punto della situazione .....	p. 181
7.2.2 Tipico. La riscoperta della tradizione .....	p. 122	11.3 Metodo di progettazione .....	p. 181
8. Il barbecue .....	p. 129	11.4 Progettazione .....	p. 182
8.1 Le origini .....	p. 129	11.5 Presentazione: componenti e materiali, interazione, sicurezza, storyboard .....	p. 183
8.2 Il barbecue nel mondo oggi .....	p. 131	11.6 Diffusione, comunicazione e gestione del sistema prodotto .....	p. 184
8.3 Analisi di mercato .....	p. 137	12. Conclusioni .....	p. 205
8.4 Il design al centro della mia osservazione .....	p. 147		
9. Generazione della vision per un nuovo modello di barbecue .....	p. 161	. Bibliografia .....	p. 207
9.1 Brief di generazione della vision .....	p. 161	. Sitografia .....	p. 213

*Convivium*: il barbecue collettivo.

Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

*Crecimientos artificiales*, Ivan Puig, Installazione con vecchie sedie della Escuela Normal de Guanajuato, 2008





# 0.

## ABSTRACT

---

In questo momento storico la nostra società sta vivendo una profonda trasformazione che sotto la spinta della diffusione delle tecnologie applicate all'informazione, sta modificando la natura delle relazioni tra le persone.

Il designer contemporaneo sente l'esigenza di dare un contributo alla città rendendola viva di momenti socializzanti, avvicinandosi sempre di più alle persone, scendendo in strada, attraversando piazze, parchi e luoghi di incontro, per interpretare esigenze e desideri di chi vive la città quotidianamente, per arricchirla di forme e colori e ridisegnarne tempi e spazi per la socialità.

Nella prima parte della tesi [capitoli 0/3] sono state argomentate le principali direzioni che sta prendendo la nostra società mostrando uno spaccato dal punto di vista territoriale, culturale e sociale. La vita nelle città produce un senso di isolamento e tende ad accrescere il carattere individualistico che le nuove tecnologie, come ad esempio internet, vanno in alcuni casi ad amplificare. Lo spazio pubblico è un momento importante da analizzare nel suo divenire contemporaneo e la rivalutazione del contesto urbano può portare a un innalzamento del benessere psico-fisico dei cittadini.

La seconda parte del lavoro [capitoli 4/6] si sofferma sulla ricerca di alternative alle tendenze che portano l'individuo verso una rottura con i momenti socializzanti.

L'analisi dei rapporti individuo-ambiente e individuo-individuo, in particolare delle dinamiche che si creano all'interno del quartiere cittadino, ha confermato l'importanza

della condivisione delle esperienze, grazie alle quali, orientandosi al confronto e alla socializzazione, si può giungere anche a una riscoperta della vita sociale. Ponendosi in questa prospettiva, il designer può dare il suo contributo elaborando luoghi per lo svolgersi di situazioni socializzanti, per il divenire della comunicazione, pezzi di città che spezzano l'isolamento quotidiano.

La terza parte [capitoli 7/8] è dedicata al cibo, in quanto medium scelto per il raggiungimento degli obiettivi che il progetto si pone. La convivialità, carattere unificante di un momento sociale, è stata qua presa in considerazione in quanto linguaggio universale e modo semplice di avvicinamento alle altre culture, momento di comunicazione di identità ma anche di comunità.

L'ultima parte [capitoli 9/11] è destinata alla progettazione di un sistema prodotto per lo spazio pubblico esterno urbano: il barbecue collettivo *Convivium*. Una sorta di "cucina condivisa", priva di tecnologia e in cui lo scopo è quello di ritrovare il piacere del cucinare e, soprattutto, quello del cucinare insieme, agevolando la socializzazione e lo scambio di esperienza. L'idea è quella del coinvolgimento, della rimessa in atto di rituali spesso dimenticati, di forme di socialità spesso degenerate nella società contemporanea.

La sua missione principale è sviluppare una conoscenza interculturale nella società civile e quindi operare una rigenerazione del tessuto sociale e una rigenerazione locale del tessuto urbano.

Un punto di forza del progetto è la creazione di rapporti tra le persone, quindi apprendimento e scambio (sia sociale che culturale), ma anche collaborazione. Quest'ultima caratteristica può essere vista come un limite nel contesto a cui si fa riferimento; ciò ha portato alla scelta di una location specifica, che fosse coerente con i valori che il progetto intende esprimere, rendendo la fruizione del barbecue collettivo come un esperimento di vita da cittadini, un esercizio di civiltà.





# 1. INTRODUZIONE

---

## 1.1 Premessa

Il progetto di tesi, che chiude la mia carriera universitaria, è davvero il frutto dei miei ultimi anni da studente, non solamente per il tempo di gestazione, ma anche perché riassume molti stimoli che ho ricevuto in attività parallele o intersecanti a quella di studente. Da questi stimoli è nato il mio interesse per i temi trattati. Un ruolo importante è stato svolto dal *Laboratorio di Sintesi Finale* che mi ha fatto conoscere, tra gli altri, il prof. Flaviano Celaschi e la designer Chiara Moreschi. In questo laboratorio ho avuto modo di avvicinarmi ad alcuni dei temi trattati in questa sede.

Altro ruolo importante hanno avuto il corso *Comunicare il Progetto* svolto dal prof. Francois Jegou e i seminari del prof. Ezio Manzini dal titolo *Mondi Vitali*.

Decisivo è stato lo stage trimestrale che ho svolto presso *esterni*, associazione culturale che ha come obiettivo la riscoperta degli spazi pubblici come bene comune, come luoghi di condivisione e di crescita personale e collettiva, la creazione di relazioni tra le persone e l'invenzione di nuovi spazi e modalità di socializzazione.

L'interesse per i temi affrontati è stato tale anche per la vicinanza alle persone, alla loro vita reale.

## 1.2 Obiettivo: la socializzazione nello spazio pubblico

Rapporti umani sempre più trascurati dalla vita contemporanea e lasciati come l'ultima cosa da curare; è solo una delle conseguenze del nostro atteggiamento, una dimostrazione del fatto che la nostra grande preoccupazione di oggi sono i beni materiali. Ritengo invece che "il comportamento rappresenti uno degli aspetti che andrebbero maggiormente studiati in relazione alla società contemporanea. Troppo spesso si parla dell'uomo come se non avesse nessun alcun rapporto col suo prossimo, cosa nefasta. Al contrario, l'uomo è sempre in relazione con qualcun altro. Il comportamento dell'uomo rispetto agli altri è in fondo quello che costituisce il nucleo della società contemporanea. Uno dei peggiori difetti della nostra contemporaneità è che si sottovaluta il rapporto interindividuale"<sup>01</sup>.

Dobbiamo ricordarci che siamo fatti di relazioni umane e non possiamo vivere senza rapportarci con gli altri; che i rapporti umani sono una grande ricchezza; che le relazioni interpersonali danno gusto e senso alla vita perché sono un'esigenza vitale, vale a dire che siamo fatti per rapportarci con gli altri.

Una tendenza molto forte di oggi è la privatizzazione di ogni cosa e dimensione della vita. Il privato sta diventando sempre più sacro che nessuno può toccarlo. La condivisione sta diventando sempre meno frequente nel linguaggio popolare, dove il primato va all'individualità della vita, dove ognuno pensa a se stesso e molto poco all'insieme. Il bene comune sembra diventare una realtà sempre più rara. La convivialità è un altro stile di vita che bisogna diffondere e rendere più forte. Lo stare insieme è una dimensione fondamentale della vita perché risponde ad una necessità

*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.



Recinzioni e confini invalicabili cospargono la città. Ma quante volte, questi, rappresentano il limite di una proprietà? E quante volte invece si trovano lì come temporanea limitazione nell'utilizzo dello spazio pubblico? (vedi L. Perestrelo). EPOS 257, artista ceco, si interroga sul tema della "recinzione" nella città: ne costruisce una, senza alcuna autorizzazione, in Piazza Palackeho a Praga (l'Hyde Park ceco); una sottrazione simbolica che dura 54 giorni: il tempo necessario alla comunità praghese di accorgersi dell'installazione, attivare il processo burocratico ed approvare la rimozione, con il dubbio che molte persone non se ne siano nemmeno accorte.

01. *50m of the public space*, Epos 257, Intervento urbano, Praga, settembre 2009

essenziale della persona umana che è la sete e la fame di relazionarsi, di incontrare gli altri, di vivere insieme e non da soli. La sobrietà ci invita a ridurre le cose materiali, che riempiono le nostre case, per dare spazio ad una vita di qualità che ci aiuti a valorizzare l'importanza delle relazioni umane.

Spazi pubblici urbani efficaci sono cruciali per la salute, la felicità, la democrazia e anche l'economia urbana. Si tratta di un vero e proprio marchio di civiltà. Eppure, troppo spesso accade che questi diventano sottoutilizzati, abusati o abbandonati.

Perché le piazze e gli spazi pubblici urbani più popolari sono quelli di vecchia concezione? E' possibile trasformare spazi urbani abbandonati o quel che ne rimane in ambienti vivaci, sicuri e salutarci? E' possibile modificare la gestione, la progettazione e l'animazione degli spazi esistenti per renderli più "conviviali" e popolari per il pubblico? Come si fa a rendere gli spazi pubblici più aggregativi e accoglienti per tutti?

Per prima cosa occorre definire l'espressione *interazione sociale*: è una relazione di tipo cooperativo svolta da due o più attori, detti soggetti agenti, che orientano le loro azioni in riferimento ed in reazione al comportamento di altri attori. Queste relazioni sono caratterizzate da una certa durata, intensità e ripetitività nel tempo. Il termine trae origine dalla scuola sociale americana come equivalente di relazione sociale.

L'interazione tra individui presenta sostanziali differenze tra le diverse culture (nazionalità, religione...). La parola *cultura* deriva dal latino "*colere*" (coltivare la terra). Nel Medioevo, il termine si riferiva al progressivo miglioramento dei raccolti, da cui il termine agricoltura, intesa come arte della coltivazione. Solo nel 1700 il significato fu applicato anche all'educazione delle persone, quindi il fatto che una persona raffinata e istruita venisse considerata *colta* ha perso la sua connotazione aristocratica riferendosi alle convinzioni, ai valori e ai simboli espressivi (comprese l'arte e la letteratura) che qualsiasi gruppo e società condivide, e costituisce un modo di organizzare l'esperienza e una guida al comportamento per i membri di quel gruppo. L'acquisizione della cultura è una questione di apprendimento, in quanto il comportamento umano non fa parte di quegli istinti che sono impressi nei nostri geni ma, al contrario, deve essere appreso tramite la ragione.

Gli spazi pubblici sono luoghi di condivisione e di crescita personale e collettiva.

Sono un bene comune e il contesto ideale per favorire la socializzazione, e in quanto tali andrebbero valorizzati.

È vero che, tranne che nelle piccole città, la piazza come luogo di socializzazione non esiste più. Ma i luoghi periferici - soprattutto commerciali - che ne hanno preso il posto rappresentano più dei luoghi di incontro e di comunione sociale che degli spazi dove la socialità viene spenta. E quindi anziché non-luoghi, li definirei autentici iper-luoghi. Questi centri sono però dei centri coercitivi. È questo il pericolo: il tempo libero viene riassorbito da quello 'commerciale' privando l'uomo della strada dell'elemento fantastico e creativo.

In un certo senso, l'aspetto privato che una volta poteva essere indipendente, oggi viene a essere manovrato dalla partecipazione alla vita pubblica e questo priva l'uomo di molte delle possibilità che un tempo aveva. La situazione che sopravviveva fino a qualche tempo fa nei piccoli paesi del Sud Italia, dove la vita si svolgeva soprattutto fuori casa, e la famiglia si protendeva sulla strada, oggi non esiste più. Ci rinchiudiamo negli appartamenti, nelle botteghe. E questo ha tolto molte possibilità alla comunione interpersonale<sup>102</sup>.

Il design è così chiamato a proporre nuove soluzioni e interventi concreti per migliorare la qualità urbana, sia come qualità ambientale che come qualità della vita (percezione, estetica, aspetti culturali e sociali) e far riscoprire il valore dello spazio pubblico, favorendo le relazioni tra le persone e inventando nuovi spazi e nuove modalità di socializzazione. La progettazione dovrà avere alla base le esigenze dell'uomo nello spazio pubblico.

### 1.3 Perché lo spazio pubblico

Lo spazio pubblico dovrebbe essere al centro della vita quotidiana e delle politiche urbane.

"La città da sempre si è identificata nei suoi spazi pubblici e viceversa. Gli spazi

*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.



02. *Senza Titolo*, SpaziUrbani, Christian Di Giandomenico



03. *Visioni dello spazio pubblico con l'ortho tra gli orti*, SpaziUrbani

pubblici hanno da sempre costituito il fulcro della “centralità”, ossia della città.

Il geroglifico della città, una croce dentro un cerchio, simboleggiava il punto centrale e il ruolo “cruciale” della città come punto di incontro, cioè come spazio pubblico (...): luoghi (pubblici) dove la gente si incontra, sviluppa relazioni umane, sociali, culturali e politiche, partecipa agli eventi della comunità, e fruisce della vita culturale e sociale. Insomma, sono i luoghi e gli spazi in cui la gente gode della città e per i quali diviene *civis*, cioè “cittadino” e “civile” insieme.

Gli spazi pubblici pertanto rappresentano la città per se stessa, e producono il cosiddetto “effetto-città”. La città è tale a causa della sua centralità; e la sua centralità è tale a causa dei suoi spazi pubblici. Una città senza sufficienti spazi pubblici, non è una città propriamente detta. Il rilancio degli spazi pubblici significa allora il rilancio della città tout court<sup>103</sup>.

Realizzare condizioni di migliore vivibilità degli spazi pubblici urbani, costituisce un obiettivo di primaria importanza per una corretta gestione urbanistica della città. Ciò impone l’adeguamento della struttura urbana alle esigenze dell’attuale società post-industriale attraverso notevoli interventi nel settore dei servizi e sulla qualità delle funzioni urbane. Per il successo di questa politica, si rendono necessarie nuove strategie di intervento sul territorio, finalizzate a dimostrare, attraverso una corretta progettazione degli spazi pubblici, che la città appartiene ai cittadini e che solo attraverso lo sviluppo generalizzato di una “cultura urbana”, sarà possibile stimolare nuovi comportamenti di riappropriazione e difesa della città, come momento di massima espressione di una società civile.

Per esempio, a Milano gli spazi pubblici sono sempre meno, a rischio di abbandono e sottratti del loro valore principale di luogo di incontro, conoscenza e formazione quotidiana.

#### 1.4 Attualità del tema

Recenti ricerche hanno indagato il tema della felicità, e in particolare il rapporto tra quanto si consuma e quanto si è felici. Ne è emerso che i valori materiali portano ad una soddisfazione a breve termine; nello specifico si assiste alla tendenza a consumare sempre di più, che però richiede di guadagnare sempre di più; di conseguenza, a lavorare sempre di più; avere meno tempo libero, meno relazioni sociali, ecc... Si viene a creare una sorta di circolo virtuoso. I valori immateriali portano invece ad una soddisfazione che si auto-alimenta.

Inoltre, come affermano dati recenti, il XX secolo è stato il primo ad aver visto vivere, per tutta la sua durata, più del 50% della popolazione mondiale in aree urbane. In Europa addirittura più del 70% della popolazione vive nelle città. Per l’Europa contemporanea, la città rappresenta dunque una metafora dell’intera società, dal momento che il mondo rurale, che ne ha costituito l’identità nel corso dei millenni, è oggi totalmente marginale.

Numerosi studi di psicologia, antropologia e prossemica dimostrano che la qualità ambientale, sociale, architettonica degli spazi urbani contemporanei ha effetti rilevanti non solo su esperienze, percezione e benessere degli adulti e dei bambini attuali ma, soprattutto, influisce in maniera determinante sullo sviluppo di questi ultimi dal punto di vista sociale, culturale, psicologico e fisiologico.

Attualmente i ragazzi (e le loro famiglie) stanno gradualmente perdendo la conoscenza della natura e dello spazio pubblico, passando una media di 36 ore la settimana davanti ad uno schermo TV, playstation, computer. Questo allontanamento dalla natura determina l’aumento di malattie, la diffusione di disturbi della personalità dei bambini, l’aumento dell’obesità infantile (i bambini Italiani sono i più obesi d’Europa), la diffusione della sindrome ADHD (disturbo da deficit di attenzione e iperattività), l’aumento della spesa sanitaria.

Va messo in evidenza anche un altro aspetto negativo legato alle dinamiche indotte dall’estendersi della città e dalla sua scarsa qualità: la fuga dall’ambiente urbano durante i weekend ed i periodi estivi, alla ricerca di luoghi più idonei alla componente biologica della natura umana. Questo fenomeno, importante per il benessere psicofisico, incide però sulla qualità ambientale a scala territoriale, producendo talvolta flussi abnormi di autoveicoli con dispersioni di energia e carichi di emissioni in atmo-

*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.



04. *FDR Skate Park*, Franklin Delano  
Roosevelt Park, Philadelphia

05. *Owens Field Skatepark*,  
SC Design, Columbia

06. *Public Chess*, Sydney, 2004  
Foto: Helen Olney

07. *Public Chess*, Sydney, 2008  
Foto: Sharaz Jek



sfera, e scaricando su ambienti, magari sensibili, una concentrazione molto alta di persone in modo improvviso.

I parchi di città possono giocare un ruolo importantissimo, quantomeno nel mitigare questo fenomeno ormai radicato nella vita sociale urbana, offrendo spazi per alimentare le componenti vitali originarie della natura umana, non lontani dai luoghi di vita quotidiani. Limitata è però la presenza di parchi cittadini attrezzati ad accogliere le esigenze dei nuovi “nomadi metropolitani”, individui alla ricerca di situazioni di “benessere a portata di mano”.

E' in questo contesto che acquisisce importanza l'esigenza di ricercare nuovi spazi abitativi che, come i parchi, possano offrire, a fronte del rapido ed ingente aumento dell'ambiente urbano e della sua specializzazione, luoghi di rifugio dallo scenario urbano contemporaneo. Questa importanza di natura non solo ecologica è strettamente legata alla qualità ambientale urbana, alla salute psicofisica dell'uomo in città, nonché mirata al riequilibrio delle trasformazioni avvenute.

L'Esposizione Internazionale di Shanghai 2010 ha come tema “*Better city, better life*” ovvero “città migliore, vita migliore”, a testimonianza della sempre crescente attenzione alla questione della pianificazione urbana e dello sviluppo sostenibile nelle nuove aree cittadine. Oltre ai padiglioni autonomi e collettivi, 15 ettari sono stati dedicati alle Urban Best Practices (UBPA), ovvero alle esperienze più significative in ambito urbano, 49 i progetti proposti da città e regioni di tutto il mondo distinti in 15 progetti specifici e 44 concetti generali (classificati in città vivibili, urbanizzazione sostenibile, protezione e utilizzazione dell'eredità storica). Oltre a questi padiglioni temporanei e alle strutture permanenti, vi sono poi i padiglioni tematici - ognuno dei quali corrisponde a un sottotema: Eternal City; Dynamic City; Innovative City; Evergreen City; Livable City. Il padiglione italiano interpreta il tema de “*La città dell'uomo – vivere all'italiana*”, intesa come aggregazione sociale in piazze, vicoli, piccoli borghi. Ed in generale, una delle tematiche principali è la rimodellazione delle comunità cittadine.

Un ultimo riferimento all'attualità del tema trattato è offerto da una mostra che resterà aperta fino al 27 Marzo al Marca di Catanzaro, in cui 14 artisti si interrogano sull'idea di comunità sociale in un'epoca di radicali trasformazioni.

La mostra “*Community. La ritualità collettiva prima e dopo il web*”, a cura di Alberto Fiz e Luca Panaro, nasce dall'esigenza d'interrogarsi sull'idea di comunità sociale in un'epoca di radicali trasformazioni dove la tecnologia ha assunto un ruolo prioritario. Per questo appuntamento sono stati coinvolti in 14 tra gruppi e artisti di generazioni differenti quali Alterazioni Video, Marina Ballo Charmet, Olivo Barbieri, Gabriele Basilico, Vanessa Beecroft, Cristian Chironi, Mario Cresci, Paola Di Bello, Flatform, Nino Migliori, Adrian Paci, Franco Vaccari, Naomi Vona, Carlo Zanni. Un confronto tra grandi maestri e giovani rappresentanti dei new media che consente di riflettere sul concetto di comunità dagli anni cinquanta a oggi, attraverso opere fotografiche, video, progetti web e installazioni interattive. Negli ultimi decenni la visione della comunità si è profondamente trasformata e si è assistito al passaggio da riti collettivi che si svolgevano in luoghi reali (case, strade, parchi, bar), a processi di aggregazione tecnologici sviluppati in ambienti virtuali (blog, chat, social network). La comunità, insomma, spesso, è diventata community on line (a Facebook hanno aderito 500 milioni di persone in tutto il mondo) e il web ha mutato profondamente il rapporto fra gli individui, sebbene si sia mantenuto inalterato il desiderio di appartenenza e di unità in base a interessi comuni.

### 1.5 Ruolo del design

E' nella quotidianità delle città, ogni giorno più caotiche e difficili per le milioni di persone che le vivono, che nascono le prime domande: come è possibile rendere più accogliente, bello e funzionale l'ambiente urbano che ci circonda? Come può la progettazione - la disciplina del design - modificare e migliorare il rapporto tra le persone e gli spazi che le circondano?

Il design può migliorare il rapporto tra i cittadini e gli spazi pubblici con soluzioni che offrono alternative semplici, attuabili, concrete, che derivano dalla progettazione sulla base delle esigenze dell'uomo nello spazio pubblico: funzionalità, servizi, attenzione ai bisogni di una società liquida in continuo movimento come quella in cui

*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.



08. *Baby Plays Around*, Foto di Donato Buccella, Milano, 2009

09. *Als das Kind Kind war*, Foto di Donato Buccella, Milano, 2009

10. *Madam Bovary*, Foto di Donato Buccella, Milano, 2009



11. *Elogio dell'Ozio*, Foto di Donato Buccella, Milano, 2009

12. *Happiness is Contagious*, Foto di Donato Buccella, Milano, 2009

13. *After You've Gone*, Foto di Donato Buccella, Milano, 2009





viviamo. Se la città rappresenta il futuro che ci attende, le persone che la abitano sono la chiave del suo cambiamento.

E' importante che non vi sia un eccesso di preoccupazione estetica visiva, in quanto potrebbe portare a luoghi che sembrano levigati e scintillanti, ma che non riescono veramente a soddisfare le esigenze dei cittadini, a farli soffermare, socializzare, osservare ed esercitare. Come David Halpern sottolinea nel suo contributo al libro *Building Happiness*, buoni ambienti costruiti incoraggiano l'interazione sociale, ma consentono anche alle persone di scegliere quando, dove e con chi l'interazione si verificherà. Come egli dice: "Prima ottieni questo diritto, poi preoccupati dell'estetica".

Gli spazi conviviali devono essere appropriati per il loro contesto e gli usi previsti: non vi è una *"one size fits all"*. A volte si tratta solo di piccole cose, come la possibilità di sedersi nel rispetto dell'ergonomia, qualche dettaglio verde o una migliore protezione dagli elementi, che possono fare la differenza. L'uso dello spazio pubblico varia nel tempo (sia a breve termine che a lunga durata) ed è quindi importante rivederli periodicamente e, se necessario, modificarne la progettazione e la gestione.

Dopo tutto: *"people make places"*<sup>04</sup> e come i grandi guru dello spazio pubblico, William Whyte e Jan Gehl ci ricordano: "la gente va dove c'è gente".

La convivialità è lo stato di essere socievole, gioviale e festoso - segni di buona salute e benessere - e gli spazi pubblici efficaci sono i luoghi migliori per la valorizzazione di tali stati d'animo e corpo.

E' necessario ricercare parentesi di vita quotidiana, rallentare il flusso urbano metropolitano e soprattutto scoprire un modo alternativo di vivere la città e alcuni suoi spazi lasciati vuoti o trascurati per un ritorno ad esperienze semplici passate di ritrovo e socializzazione integrabili nel contesto urbano esterno contemporaneo.

*Convivium*: il barbecue collettivo.

Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

## NOTE

01. Gillo Dorfles, *Atti dal convegno La città senza nome*, Bari 2009
02. Gillo Dorfles, *Atti dal convegno La città senza nome*, Bari 2009
03. Franco Archibugi, *Eco-sistemi urbani in Italia*, Gangemi, Roma 1999
04. Le persone fanno i luoghi, come Melissa Mean e Charlie Tims scrivono nella loro pubblicazione per Demos, 12 settembre 2005

## IMMAGINI

01. *50m of the public space*, Epos 257, Intervento urbano, Praga, settembre 2009
02. *Senza Titolo*, SpaziUrbani, Christian Di Giandomenico
03. *Visioni dello spazio pubblico con l'ortho tra gli orti*, SpaziUrbani
04. *FDR Skate Park*, Franklin Delano Roosevelt Park, Philadelphia
05. *Owens Field Skatepark*, SC Design, Columbia
06. *Public Chess*, Sydney, 2004 - Foto: Helen Olney
07. *Public Chess*, Sydney, 2008 - Foto: Sharaz Jek
08. *Baby Plays Around*, Foto: Donato Buccella, Milano, 2009
09. *Als das Kind Kind war*, Foto: Donato Buccella, Milano, 2009
10. *Madam Bovary*, Foto: Donato Buccella, Milano, 2009
11. *Elogio dell'Ozio*, Foto: Donato Buccella, Milano, 2009
12. *Happiness is Contagious*, Foto: Donato Buccella, Milano, 2009
13. *After You've Gone*, Foto: Donato Buccella, Milano, 2009



## 2. SPAZIO PUBBLICO URBANO

Oggi le nostre città, per le caratteristiche del loro apparato urbanistico ed amministrativo, sono solite programmare gli interventi sullo spazio pubblico per livelli orizzontali e verticali, quindi per settori ed a scale diverse. Gli spazi di relazione, la mobilità, il verde e l'arredo urbano sono da tempo oggetto di direttive settoriali, dovute in primo luogo alla complessità di gestione che comportano: non a caso, nella quasi totalità delle strutture amministrative locali essi risultano di competenza di assessorati o ripartizioni specifici.

Terminologia di riferimento.

Paesaggio urbano, ambiente urbano, immagine urbana, scena urbana, arredo urbano sono termini utilizzati indifferentemente per qualificare il volto pubblico della città. In realtà è possibile rintracciare tra questi una certa interdipendenza.

### - Scena urbana

In genere il termine "scena urbana" è utilizzato per definire l'insieme degli elementi che permettono di stabilire le relazioni tra la forma e l'uso dello spazio pubblico. Mentre l'ambiente urbano costituisce la sintesi delle motivazioni economiche, politiche sociali, storiche, culturali e morfologiche di un dato assetto dello spazio, la scena urbana può definirsi come la sua rappresentazione fisica, il "volto". La scena urbana sarebbe quindi ciò che si vede; l'ambiente urbano ciò che di non materializzabile

è possibile percepire; l'immagine, ciò che dell'osservazione resta memorizzato. Alla scena urbana corrisponderebbe il quadro complessivo delle componenti fisiche e spaziali; all'immagine della scena, il carattere del luogo che potrà essere descritto attraverso uno o più "segnali"; all'ambiente, i significati non rappresentabili fisicamente della scena urbana.

### - Arredo urbano

Esso costituisce il complesso degli elementi che compongono la scena urbana. All'interno di questa, tolto il costruito inteso come volume edilizio, le grandi infrastrutture e la definizione funzionale degli invasi spaziali, tutto il resto è arredo urbano. Esso è l'elemento di dettaglio ed allo stesso tempo l'espressione più immediata e più appariscente dell'organizzazione dello spazio pubblico.

### - Scena urbana e spazio di relazione

Il concetto di spazio di relazione è strettamente connesso ad usi determinati dello spazio pubblico associabili alla fruizione pedonale della città. Condizione comune agli spazi di relazione è quindi il riconoscimento della presenza protagonista del pedone e lo svolgimento di attività come incontrarsi, passeggiare, soffermare, leggere, giocare, osservare le vetrine, informarsi, rinfocillarsi ecc., considerate ancor oggi fondamentali esigenze di abitabilità urbana.



01. City in a bag, Muji, 2006

### 2.1 Ruolo dello spazio pub-

## blico nel processo di crescita della città moderna

Le città italiane e più in generale quelle europee, tutte con una lunga storia e tradizione alle spalle, debbono saper ritrovare la propria vocazione e la propria identità nel senso profondo e plurale di collettività, sapendo declinare innovazione e tradizione, inclusione e sicurezza, solidarietà e partecipazione. A partire dall'uso dello spazio pubblico. In fondo, la città dovrebbe manifestarsi nelle aperture degli affetti e del vivere insieme, nelle aperture all'altro, nell'ospitalità all'altro.

“Questo concetto antico, greco, di polis significava la città, la città-stato, la comunità, certo, ma anche, nel senso in cui ho detto, la comunità come apertura. Perché la polis come comunità di apertura? Perché c'è un riferimento anche al rapporto con lo straniero, almeno nelle divulgazioni del termine, c'è quest'apertura, questo 'vivere insieme': è questa un'espressione su cui lavora Roland Barthes. Il vivere insieme è l'ascolto dell'altro, l'ascolto dei mondi umani, l'ascolto dei segni, di quel correlarsi dei segni, di quel sottofondo musicale che le correlazioni segniche hanno e che fanno parte delle nostre città. Nostre, è un modo di dire, che tenta di ricostruire le identità ma non riesce a cancellare i segni della dialogica delle differenze. Non possiamo appropriarci delle 'nostre città'. Le città sono il luogo del vivere insieme, le viviamo con gli altri: è questo mondo degli affetti e del vivere con gli altri che dobbiamo prendere in considerazione”<sup>01</sup>. Di questi riferimenti sono densi i testi di Marc Augé.

E' lo spazio collettivo a determinare il livello abitativo della città, intesa nella sua globalità, e a qualificare le possibilità di relazione tra cittadini e città. A dimostrazione della validità del rapporto tra la progettazione dello spazio collettivo e la qualità abitativa della città, riporto una citazione tratta dall'articolo “*Spazio collettivo e struttura della città*” scritto da Paolo Coralossi e pubblicato in in AU n°9/10, 1984:

“E' sullo spazio collettivo, sulle sue modalità di distribuzione, qualità formali e modi d'uso, che può essere letta la forma e cioè la rappresentazione fisica del grado di qualità civile della collettività, della sua cultura della città”.

Lo spazio urbano è dunque il metro per misurare le qualità sociali di relazione di una particolare realtà urbana e dei suoi gruppi sociali.

Lo spazio pubblico è ormai da tempo al centro del dibattito sulla città contemporanea, per queste sue qualità. Ma quando nasce la consapevolezza del suo ruolo? Quando si definisce come entità autonoma all'interno del tessuto urbano? Cosa si intende esattamente per spazio pubblico, quali le sue caratteristiche?

## 2.2 Il progetto dello spazio pubblico

Fino al XIX secolo la presenza e la forma dello spazio aperto nelle città erano definite dalla struttura del tessuto; lo spazio pubblico era uno spazio naturale, nella misura in cui prendeva forma naturalmente con la crescita della città, costituendone uno degli elementi caratterizzanti. La struttura della città era un *unicum* che teneva insieme, in un disegno unitario, edifici e spazi aperti all'interno di una sequenza ininterrotta.

Con il Movimento Moderno sparisce il tessuto e con esso anche il progetto dello spazio aperto: alla singolarità degli edifici corrisponde una idea di città rarefatta, razionale, organizzata e, “ciò che lascia stupiti ed interdetti in molte città europee del XX secolo è soprattutto l'assenza di un'esperienza significativa e sistematica dello spazio aperto”, inteso quale luogo destinato alla condivisione di una identità collettiva e allo svolgimento della vita pubblica della città, “enormemente dilatatosi, esso sembra polverizzatosi in un insieme episodico di frammenti tra loro collegati da spazi privi di un chiaro statuto”<sup>02</sup>. Per il Movimento Moderno lo sfondo della città è come un lenzuolo bianco; uno spazio libero ed arioso, neutro e a-gerarchico; ampio e disponibile. Non diversificato, ma omogeneo, come la società di uguali a cui era destinato. Uno spazio dilatato ma privo di struttura. Nella città moderna esiste moltissimo spazio vuoto ma non esiste spazio pubblico; una tabula rasa affascinante – come sono affascinanti Brasilia e Chandigarh - ma incapace di creare un senso di comunità. Il processo di costruzione dello spazio pubblico come presenza urbana inizia quindi solo nella seconda metà del XX secolo, con il superamento del Movimento Moderno per arrivare, con alterne vicende, fino ad oggi.

Che cos'è esattamente lo "spazio pubblico"? Quali le sue caratteristiche essenziali? In primo luogo uno spazio pubblico deve essere accessibile; ovvero non è segregato, non è diviso, non è controllato. "Le città diventano più pulite e più sicure, il design diventa più abbondante e paranoico; l'evocazione della paura più che le funzioni guida ormai il design dell'arredo urbano"<sup>03</sup>. Del resto, come sostiene Bauman, per la costruzione di una società multietnica, come quella in cui viviamo, è molto importante "la propagazione di spazi pubblici aperti, invitanti e ospitali, che tutte le categorie di residenti urbani sarebbero tentati di frequentare regolarmente e di condividere, consapevolmente e volontariamente" perché, continua Bauman: "la "fusione" che è richiesta dalla comprensione reciproca può essere soltanto l'esito di un'esperienza condivisa; e condividere esperienze è inconcepibile senza uno spazio condiviso"<sup>04</sup>. In secondo luogo l'essere pubblico di uno spazio è una condizione di apertura verso l'altro<sup>05</sup>; uno spazio pubblico è uno spazio capace di non imporre comportamenti ma di indurre atteggiamenti; è uno spazio che consente intensità e diversificazione degli usi nel tempo, che consente di essere vissuto in modo organico ma anche di essere occupato in modo informale; è uno spazio capace di interagire con chi lo occupa. Infine lo spazio pubblico è uno spazio ri-scrivibile; non una scenografia, né la rappresentazione del paradigma del temporaneo - il cui successo, ormai planetario, tradisce la necessità di momenti collettivi ma al tempo stesso la difficoltà di trasformare la massa in una comunità; non è dunque uno spazio pensato per essere allestito<sup>06</sup>, piuttosto uno spazio capace di assorbire e farsi sfondo per un qualunque allestimento; uno spazio capace di assorbire nel tempo nuovi comportamenti sociali e nuovi usi collettivi.

### 2.3 La piazza come requisito determinante della struttura urbana

Paul Zucker caratterizza la piazza come "parcheggio psicologico entro il paesaggio urbano" e inoltre dice "essa fa della comunità una comunità e non solo un aggregato di individui"<sup>07</sup>.

Con il crescere dei fenomeni migratori nei nostri territori, le città italiane sono sempre più spesso vittima del senso di insicurezza generato (e spesso amplificato da media senza scrupoli) dalla diffidenza rispetto a culture diverse. Questa (tra le altre) è una delle ragioni della trasformazione dello spazio dell'incontro in spazio di consumo. Sembra che "il modello commerciale abbia definito sia le coordinate spaziali che quelle di comportamento. Il problema della multietnia culturale urbana è stato scavalcato dalla forza delle leggi commerciali internazionali dove le minoranze contano assai poco"<sup>08</sup>.

Ma qual è oggi il confine tra fine e rinascita dello spazio pubblico urbano? Da sempre fulcro di ogni area urbana, la piazza ne rappresenta il "luogo" per antonomasia, dove anche storicamente questo respiro aperto e corale ha avuto un significato pieno e sostanziale per gli scambi, il commercio e molte azioni quotidiane legate alla vita di tutti i cittadini, come pure alle interazioni di semplice confronto e convivialità.

Come vediamo dall'ampio dibattito in letteratura e come viviamo da cittadini nella nostra esperienza quotidiana, in questi anni, anche in virtù di nuove esigenze (spesso indotte), vi è stata una concezione prevalente secondo cui la città ha dovuto rispondere a funzioni di sola fruizione, mentre la condivisione dello spazio pubblico è diventata una questione secondaria. Non c'è dubbio, però, che la piazza deve essere ritrovata per rappresentare ancora oggi un requisito importante della struttura urbana, altrimenti solipsistica. In questo senso, c'è da dire che molte nuove progettualità, anche nel nostro paese, sono rivolte alla rilettura di valori che diano significato agli spazi urbani comuni.

"La città nasce da una piazza, e la grande città deve essere una immensa piazza fatta di piazze: piazze tematiche, piazze con monumenti, piazze ad memoriam, piazze-giardino, piazze per discutere, piazze mercato, piazze per passeggiare, per esserci, per incontrare. Mettiamoci in piazza, perché a forza di stare chiusi nelle nostre casette che diventano sempre più piccole ed angoscianti, i problemi sembreranno sempre più insormontabili e irrisolvibili, e la solitudine un dato di fatto inevitabile"<sup>09</sup>.

Ma lo spazio pubblico non è rappresentato solo dalle piazze. Sono tali anche le strade e sono sotto gli occhi di tutti i fenomeni che si verificano sulle nostre reti di trasporto urbano e i conseguenti costi sociali ed ambientali. Per questo è importante

*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

02-03. *Lace Fence*, Joep Verhoeven / Demakersvan, 2005







04-05-06-07. *Lugar Especifico*, 2A+P, Calaf (Spagna), 2005/2007  
Foto: Xavier Gil Dalmau

Un progetto che ci ha accompagnato durante questi anni di formazione: uno spazio municipale abbandonato che si converte in giardino ad uso della comunità.

ragionare rispetto a scelte innovative finalizzate ad attenuare i fenomeni negativi, scelte basate su infrastrutture e applicazioni telematiche sia per il rilevamento in tempo reale dei flussi di traffico, che per trasmettere e visualizzare informazioni agli utenti. In questo senso vi è una crescente sensibilità e relativa risposta alle nuove offerte di servizi di trasporto (car pooling, car sharing, ...) integrati in molti casi con servizi di telefonia mobile o internet per favorire il coordinamento tra offerta e domanda. Di conseguenza, si sta modificando anche l'atteggiamento delle istituzioni locali che vedono con maggiore fiducia le potenzialità offerte dai sistemi di controllo e di infomobilità non solo per la gestione ordinaria, ma anche per eventi speciali, di sicurezza e di ordine pubblico. Ad ogni modo, sarebbe interessante ricercare soluzioni mirate ad attenuare la domanda di mobilità e di conseguenza il traffico.

## 2.4 Lo spazio pubblico nella città contemporanea

Lo spazio pubblico è ancora un luogo di inclusione? La funzione decisiva degli spazi urbani per la crescita delle fasce più deboli viene rimarcata soprattutto negli ultimi anni, con l'aumento dei fenomeni migratori che manifestano le conseguenze più forti sulle strutture sociali ed economiche delle città. Mentre gli immigrati di prima e seconda generazione si concentrano soprattutto nelle periferie più degradate, con l'approfondirsi dei processi di integrazione, gli spazi pubblici dei centri cittadini rappresentano i nuovi luoghi di incontro per gli immigrati, che nei propri paesi d'origine affidano ancora alle strade e alle piazze un ruolo fondamentale per la socializzazione e lo scambio.

Nelle città globalizzate si incontrano quindi diverse concezioni di spazio pubblico, che riflettono le diversità di approccio al vivere in comune e offrono agli urban planners nuove chiavi di interpretazione dei fenomeni urbani da tener presente nella progettazione delle città del futuro. Lo spazio pubblico diventa così luogo di identificazione e di contatto fra gli abitanti, in cui è possibile avviare processi di partecipazione civile e di inclusione delle fasce più deboli e dei nuovi arrivati. Questi nuovi fattori rendono

piazze e strade cittadine luoghi polivalenti, da riqualificare attraverso logiche diverse dal rigido funzionalismo che ha predominato nei decenni precedenti ma rendendo tali luoghi più accessibili e sostenibili sul piano ambientale, economico e sociale.

La presenza sempre più massiccia di residenti stranieri nelle nostre città contribuisce sul medio e lungo periodo a scalfire la rigidità della divisione specialistica dei quartieri urbani, come già avvenuto in Europa negli anni Sessanta e Settanta con le sempre più pressanti richieste di nuovi alloggi pubblici e più servizi per i residenti da parte dei movimenti civici. Molte città europee hanno adottato interventi in questo senso, riqualificando interi quartieri e favorendo una migliore integrazione dei nuovi arrivati e delle loro attività sociali ed economiche nell'intero contesto urbano.

Le modalità di crescita e di trasformazione della città contemporanea - guidate ormai in modo prevalente dall'interesse privato - sembrano totalmente disinteressate alla costruzione di una sfera pubblica, che appare oggi sempre più polarizzata fra tre diverse forme e modalità di fruizione: da una parte vi è lo spazio aperto di nuova realizzazione, talvolta di uso pubblico ma quasi sempre di proprietà privata, per lo più protetto e controllato; dall'altra vi è lo spazio pubblico degli shopping mall, degli outlet, dei centri commerciali, luoghi non naturali che hanno immobilizzato e congelato l'idea della piazza italiana in una icona simulacro; infine vi è il grande sistema degli spazi esistenti; talvolta residuali, raramente centrali, qualche volta progettati, spesso solo interpretati questi sono i luoghi più vitali, il vero patrimonio della città contemporanea. Come osservano i sociologi del resto è in atto un vero e proprio cambiamento antropologico che sta modificando lo stile di vita verso una sempre minore stanzialità: l'identità del singolo individuo non si condensa più all'interno dello spazio domestico e privato della residenza ma sempre di più nella costruzione del proprio tempo libero, inteso in un'accezione ampia e comprensiva, frutto della cosiddetta economia dell'esperienza<sup>10</sup>. Di conseguenza ormai per milioni di persone la città è il luogo privilegiato in cui trascorrere il proprio tempo libero e, attraverso di esso, costruire la propria identità singolare e collettiva.

È quindi cambiato il ruolo e la funzione dello spazio aperto; non più luogo della rappresentazione consapevole e naturale di una società organizzata, come nella città pre-moderna e per certi versi ancora nella moderna città funzionalista, bensì teatro

di una società di individui, complessa ed articolata. Dopo il Moderno, alla fine degli anni '50, saranno per primi i Situazionisti a riscoprire la città come luogo per l'individuo, come luogo dell'invenzione e dell'interpretazione; saranno loro a definire la città come urban landscape. Negli stessi anni Alison e Peter Smithson con *cluster city* si oppongono all'idea dello spazio aperto come puro spazio libero e non diversificato del Movimento Moderno, un'idea di città basata sul tessuto; la *cluster city* conferma il ruolo ed il valore dello spazio interstiziale, l'importanza della città come successione di spazi aperti e differenziati.

## 2.5 Sperimentazioni

Lo spazio pubblico contemporaneo è necessariamente uno spazio pervasivo, interstiziale, minuto, specchio della complessità della società che in esso vive, si ritrova e si rappresenta. In alcuni casi il progetto dello spazio pubblico trasforma luoghi esistenti nella città contemporanea, riconosce i luoghi anonimi ma potenziali per attribuire loro una nuova identità, interagisce con lo spazio e con le persone; possono essere piccoli o grandi interventi che innescano dei processi di ri-appropriazione dello spazio aperto e dunque trasformano lo sfondo della città operando sul grado zero, lavorando cioè su tutto ciò che è stato lasciato libero. Lo sfondo della città assume quindi un ruolo attivo, non è più quello che avanza dal costruito ma è esso stesso protagonista dell'*urban landscape*, portatore di una nuova dimensione immateriale, capace di generare nuovi luoghi e nuovi contesti, di iniettare nuova energia vitale nella città contemporanea (i cosiddetti *situational interventions* hanno un ruolo fondamentale nella prevenzione dei comportamenti urbani antisociali; teorie e ricerche nel campo dell'Environmental Psychology affermano l'importanza e l'efficacia della progettazione ambientale per accrescere le interazioni sociali e ridurre i comportamenti antisociali. Il Crime Prevention through Environmental Design – CP-TED - identifica numerose strategie per scoraggiare gli ASB, tra cui il disegnare uno spazio che possa essere ben gestito, attrattivo, che consente molti e diversi usi al

fine di assicurare un alto livello di utilizzo). Nel corso degli ultimi venti anni sono stati moltissimi gli interventi sulla città contemporanea che testimoniano questa modalità interstiziale, specifica, locale, non seriale, capace di rinnovare lo spazio esistente; si tratta di progetti che operano con strumentazioni ibride a cavallo tra public art, design, architettura e allestimento<sup>11</sup>. All'interno delle numerose sperimentazioni, tra loro diverse e necessariamente specifiche, è possibile rintracciare due strategie che, singolarmente o in modo sinergico, appaiono più di altre potenziali per il progetto dello spazio pubblico nella città del futuro: la strategia del playground e il progetto di superficie.

### La strategia del playground.

Nella strategia del playground l'interazione città/abitanti svolge un ruolo centrale; attraverso il gioco lo spazio acquista una dimensione collettiva e condivisa. L'idea della città come playground è stata inventata da Aldo van Eyck (tra il 1947 e il 1978 Aldo van Eyck ha disegnato circa 730 playgrounds ad Amsterdam all'interno di un ampio progetto di ricostruzione della città dopo la Seconda Guerra Mondiale commissionategli dall'Amsterdam Public Works Department) anch'esso come gli Smithson parte del Team X<sup>12</sup>. Con gli oltre 700 playgrounds realizzati ad Amsterdam tra il 1947 e il 1978 van Eyck è riuscito a riportare la vita per le strade di Amsterdam riqualificando una città distrutta dalla guerra. Come i suoi amici Piet Mondrian e Constant Nieuwenhuys, van Eyck considerava la città ideale come un labirinto di piccoli territori, intimi e riservati, "come una costellazione di piccole stelle". Il progetto di un playground ad ogni angolo era il primo passo per la costruzione di una città ludica e collettiva: "Qualunque cosa voglia significare il tempo e lo spazio" usava dire ai suoi colleghi modernisti "il luogo e le occasioni contano di più". L'architetto olandese considerava i giochi per i bambini come la fase preparatoria per la crescita della vita pubblica e collettiva della città. In uno dei suoi scritti van Eyck affermò: "Se le città non sono concepite per i bambini allora non sono nemmeno concepite per i cittadini. Se non sono concepite per i cittadini – ovvero noi stessi – allora non possono essere considerate città". La strategia del playground individua dunque una modalità leggera di operare nella città, afferma la possibilità ed insieme l'importanza dell'esistenza di una

*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.



08-09. *Playgroun Installation*, David Garcia Studio, Drejens



sovrastuttura debole ma forte, che opera con il minimo necessario ma è capace di ri-significare luoghi abbandonati e privi di vita; capace soprattutto di interagire con gli abitanti ovvero di sviluppare un senso di appartenenza e un profondo desiderio di appropriazione del proprio spazio urbano.

### **Il progetto di superficie.**

Il progetto di superficie opera direttamente sul fondo della città; capostipite di questo atteggiamento è il lavoro di Roberto Burle Marx con i suoi numerosi progetti per Rio de Janeiro. Burle Marx ridisegna la città a partire dal suo sfondo; non è più necessario inserire null'altro, lo sfondo diventa figura e da solo ridefinisce nuovi luoghi e nuove modalità di utilizzo dello spazio urbano. Il progetto interagisce con il luogo, lo interpreta, lo modifica, istituisce con esso una relazione profonda e significativa. Questa strategia, indagata soprattutto dagli artisti, tratta la superficie della città come un vero e proprio paesaggio; il progetto di superficie supera definitivamente l'idea di arredo urbano, ovvero il pensiero sotteso alla disseminazione di oggetti che occupano lo spazio della città inducendo comportamenti definiti e programmati, che considerano l'utente potenziale come un soggetto passivo e prevedibile. Il progetto della superficie, nelle sue molteplici possibilità ed articolazioni spaziali e funzionali, attiva direttamente lo spazio della città inducendo comportamenti nuovi ed inaspettati; la città diventa un nuovo spazio interno, con i suoi rituali e i suoi comportamenti, spesso ancora da scoprire<sup>13</sup>.

### **2.6 Questione sicurezza**

Non dobbiamo dimenticare il fattore sicurezza. Basti pensare che i piccoli spazi verdi sono anche luoghi che, sempre più spesso, fanno paura. Fanno paura perché spazi pubblici e quindi frequentati da chiunque. Perché l'umanità che li frequenta non sempre è controllabile e sempre più spesso l'esigenza di stare insieme delle giovani

generazioni si manifesta in maniera aggressiva. Lo spazio di quartiere, nella sua piccola superficie, non fa che concentrare il disagio generalizzato della gioventù urbana. Si rimuove il problema, pensando che l'aspetto economico, assieme all'eliminazione del luogo dove il disagio si manifesta, possa essere la soluzione. In tal modo i giovani si possono riunire nei centri commerciali, gli anziani e i bambini possono rimanere chiusi in casa a guardare la televisione, per affermare e confermare un modello di vita sociale ormai prevalente. Il trasferimento dei problemi attraverso forme di riconfigurazione dello spazio è una caratteristica ormai frequente nei modelli di riqualificazione urbana. Il disagio, la criminalità, i comportamenti antisociali si muovono verso altri luoghi nei quali si manifesteranno in altri momenti, sotto altre forme, pronti per essere poi rimossi nuovamente.

Quanto questi spazi possono contribuire a migliorare la qualità della vita nelle nostre città e di coloro che le abitano? Senza idealizzare dimensioni arcadiche del passato, pensare spazi di prossimità di qualità è il modo attraverso cui pensare a città più vivibili. La possibilità di creare senso di comunità, di vicinanza tra le persone, passa attraverso l'opportunità di vedersi in faccia, di incontrarsi, conoscersi e magari aiutarsi, favorendo in questo modo anche forme di controllo sociale reciproco che aumentano il senso di sicurezza nelle persone. Se uscendo di casa riconosco persone e luoghi, li identifico come facenti parte del mio mondo, li sentirò meno estranei e ne avrò meno paura. Solitudine e paura sono due sensazioni che si alimentano reciprocamente. Il senso di smarrimento che proviamo di fronte ad una strada deserta, senza negozi, o peggio, frequentata da persone sconosciute, non farà che aumentare le nostre paure.

Ripensare gli spazi della quotidianità è quindi una delle grandi sfide cui la città contemporanea deve fare fronte. Ad un elevato numero di spazi di vita privata che vengono realizzati, devono corrispondere adeguati spazi di vita collettiva, gestiti e supportati da risorse pubbliche e slegati da logiche commerciali; che consentano alle persone di vivere lo spazio pubblico, riprenderne possesso, coscienza, conoscenza e confidenza, per ridurre gli spazi di individualismo e solitudine e togliere in questo modo spazio all'insicurezza e alla paura. Non si tratta di un mondo ideale. Si tratta di cambiare punto di vista: riaffermare la centralità della persona e delle relazioni al di fuori di logiche economiche e commerciali. Si tratta di riconsiderare il ruolo dell'etica

pubblica e dell' "attore pubblico" nei processi di sviluppo e trasformazione della città, riaffermando il ruolo dello spazio pubblico come "cosa di tutti", per garantire accessibilità, qualità e sicurezza.

Si potrà infine obiettare che il progressivo arretramento qualitativo del disegno dello spazio pubblico è anche effetto di una pervasiva attività vandalica di danneggiamento e distruzione. Questa affermazione fa pensare che il futuro della progettazione dell'arredo urbano debba seguire i requisiti del design "di guerra", pesante, indistruttibile, inamovibile ed eterno. In realtà, spesso, la soluzione non è per contrapposizione; la *cultura* (si fa per dire) del vandalismo prospera dove è assente la cultura della manutenzione e la sua rappresentazione qualitativa. Sappiamo che dove è già sporco ci si sente più autorizzati a sporcare, così come dove è già brutto si può aggiungere, senza colpa, altra bruttezza.



10. *Mapa dell'abbandono a Firenze*, progetto in progress, Firenze e dintorni, Esibisco - laboratorio di idee, 2011

« Il vero oggetto del contendere è l'abitante, il cittadino. Il cittadino deve riacquistare il senso di appartenenza alla città e la passione civile, in una parola quella che i Francesi chiamano "citoyenité". Il cittadino ha il dovere di sentirsi parte di un processo urbano ».

Massimiliano Fuksas



*Convivium*: il barbecue collettivo.

Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.



## NOTE

01. Maria Solimini, Università degli Studi di Bari, *Atti dal convegno La città senza nome*, Bari 2009
02. Bernardo Secchi, *La città del ventesimo secolo*, Editori Laterza, 2005, p.58
03. Nils Norman, *Urbanomics*, (in Simon Sheikh, *In the Place of the Public Sphere: Critical readers in Visual Cultures*), B-book, Berlino 2005, p.36
04. Zygmunt Bauman, *Modus Vivendi. Inferno e utopia del mondo liquido*, Editori Laterza, Roma-Bari, 2007, traduzione di Savino D'Amico, p.105
05. Nell'accezione utilizzata da Rosalind Krauss nel suo noto testo *Passaggi. Storia della scultura da Rodin alla Land Art*, Bruno Mondadori, 1998
06. Florian Haydn, Robert Temel (a cura di), *Temporary Urban Spaces: concepts for the use of city spaces*, Birkhauser, Basel 2006
07. Paul Zucker, *Town and Square*, New York 1959, p.1
08. Antonio Piva, a cura di, *La città multietnica: cultura della socializzazione*, Marsilio Editori, Venezia 1996, p.14
09. Carlo Giuseppe Gabardini, *Questa è una città*, esterni, 2006
10. Anna Klingmann, *Brandscapes. Architecture in the Experience Economy*, the MIT Press, 2007
11. Vedere raccolta di progetti in: Aldo Aymonino, Valerio Paolo Mosco, *Spazi pubblici contemporanei. Architettura a volume zero*, Skira, Milano 2006
12. Max Risselada and Dirk van den Heuvel, eds, Team X. 1953-81, *In search of Utopia of the present*, NAI Publisher, Rotterdam 2005
13. Bernardo Secchi, *Progetto di suolo 2*, in Aldo Aymonino, Valerio Paolo Mosco, op. cit., Skira, Milano 2006

## IMMAGINI

01. *City in a bag*, Muji, 2006
- 02-03. *Lace Fence*, Joep Verhoeven / Demakersvan, 2005
- 04-05-06-07. *Lugar Específico*, 2A+P, Calaf (Spagna), 2005/2007 - Foto: Xavier Gil Dalmau
- 08-09. *Playgroun Installation*, David Garcia Studio, Drejens
10. *Mappa dell'abbandono a Firenze*, progetto in progress, Firenze e dintorni, Esibisco - laboratorio di idee, 2011



3.

## VERSO UNA NUOVA IDEA DI BENESSERE: IL BENESSERE BASATO SUL CONTESTO

---

### 3.1 Eco-sistema urbano

Con l'urbanizzazione del mondo stiamo vivendo un cambiamento paragonabile, secondo il demografo Hervé Le Bras, a quello del passaggio dal nomadismo all'agricoltura<sup>01</sup>.

#### 3.1.1 Crisi urbana come crisi ambientale

La città oggi è in crisi. Insieme all'ambiente naturale, la città, che costituisce per eccellenza l'altra componente dell'ambiente dell'uomo, che potremmo chiamare l'ambiente 'artificiale', è in crisi. Se parliamo di crisi ambientale non possiamo non riferirci ad entrambe le componenti dell'ambiente dell'uomo: quella naturale e quella urbana.

Le due componenti sono in tal misura differenti, perfino opposte, da far pensare a due "differenti" ambienti: l'ambiente naturale e l'ambiente urbano. Sono differenti e perfino opposte perché l'uno è composto da fattori su cui l'azione dell'uomo incide ma non ne è la causa; l'altro invece è interamente prodotto dell'uomo.

L'ambiente naturale è caratterizzato da presenze della natura le più distanti e le meno influenzate dall'azione storica dell'uomo: la terra, nelle sue stratificazioni e caratteristiche geologiche e morfologiche, le acque, terrestri e marine, l'atmosfera, le specie viventi in quest'ambiente, animali e vegetali, nonché gli altri organismi componenti il mondo organico e biologico, ed infine tutte le componenti del mondo inorganico, i minerali innanzitutto. Il tutto racchiuso nel termine di *Natura*.

L'ambiente urbano è invece l'ambiente antropico per eccellenza. Fatto dall'uomo e per l'uomo e oggetto di costante mutazione solo per mano dell'uomo. I due ambienti sono differenti e perfino opposti solo concettualmente. Nella realtà, non solo convivono e si intersecano, ma è difficile disgiungerli. Non c'è ambiente urbano che non abbia un fondamento naturale, a cominciare dal suolo geologicamente determinato su cui la città è costruita, dalle acque che utilizza, dall'atmosfera che tutta la penetra, avvolge e pervade. Non c'è ambiente naturale nel quale in un modo o nell'altro l'uomo non sia arrivato con la sua presenza e azione, soprattutto attraverso l'uso della natura come risorsa produttiva e di consumo.

C'è una concreta simbiosi di ambiente naturale e ambiente urbano, ma, nonostante ciò, i due concetti hanno mantenuto e mantengono tuttora una giustificata separazione, secondo se nello spazio prevale la presenza dell'una o dell'altra azione: naturale ovvero antropica (o artificiale). Al punto da distinguere i due 'ambienti' appunto in funzione della prevalenza degli elementi o fattori: naturali ovvero antropici.

#### 3.1.2 Crisi ambientale e crisi socio-economiche

Entrambi gli ambienti, naturale o antropico sono oggi in crisi, come si è detto. Lo sono per la stessa causa, di tipo essenzialmente antropico; con effetti, tuttavia, in parte analoghi, in gran parte differenti.

La causa della crisi di entrambi gli ambienti, quello naturale e quello urbano, sono sempre le azioni o attività umane: sono proprio quelle azioni o attività dell'uomo tese

*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.



01. *Ferté Vidame installation*,  
5.5 designers, Fondations de mobilier,  
2007  
Foto: Thomas Mailaender

ad aumentare e migliorare i livelli della produzione di beni e servizi. Il primo comune, generale, fattore di crisi, ambientale e urbana è la semplice riproduzione esponenziale dell'umanità. Considerate le risorse naturali abbastanza stabili, il loro consumo causato da una popolazione crescente ha creato scarsità, crisi di quantità disponibili. Poi anche la quantità di beni materiali consumati in media da ogni persona è aumentata esponenzialmente negli ultimi secoli, diciamo dalla rivoluzione industriale in poi (negli stessi secoli che hanno visto l'esplosione demografica dell'occidente: qui non ci perderemo sulla dibattuta questione se il fattore demografico abbia causato lo sviluppo tecnico-industriale o viceversa). L'effetto congiunto è stato un aumento enorme del consumo di beni naturali, ben oltre la loro 'riproducibilità', per fattore naturale o per fattore umano.

La scienza e la tecnologia - mosse dalla crisi di scarsità - hanno certamente dato un contributo positivo a ridurre le crisi di scarsità. Alla scarsità di prodotti agricolo-alimentari, si è risposto con incredibili miglioramenti della "produttività" agricola, dando l'impressione di giungere perfino ad una "sovraabbondanza produttiva", a crisi di sovra-produzione. In molti casi però - com'è stato messo in rilievo dagli studi più recenti dei "bilanci materie-prodotti" - al riequilibrio agricolo-alimentare si è giunti con mezzi tecnici (prodotti chimici, per lo più, ma anche energetici) che hanno aumentato il consumo di beni naturali, "per altro verso": aumentando l'inquinamento diretto (fertilizzanti, pesticidi) o indiretto (industrie chimiche, meccaniche, etc.) e distruggendo altre materie e beni irriproducibili. L'aumento pro-capite del consumo di prodotti non agricolo-alimentari, bensì manifatturieri ed industriali, (aumento forte anche in presenza di un'evoluzione stazionaria di popolazione), non ha fatto che sovra-dimensionare ulteriormente il consumo di beni materiali e naturali rispetto alla loro riproducibilità.

Chiamiamo sinteticamente questi fenomeni "sviluppo demografico ed economico"; dobbiamo constatare che fino ad un certo punto tale sviluppo è stato "sostenuto" da una certa riproducibilità naturale e antropica dei beni naturali che consumava, si trattava solo di organizzarne lo sfruttamento con il lavoro umano; ma ad un certo punto ha cominciato a non essere più sostenuto da adeguato lavoro umano; anzi, è divenuto "insostenibile".

### 3.1.3 Relatività e ambiguità delle azioni mirate ad evitare le crisi ambientali e urbane

Le azioni umane mirate ad evitare le crisi ambientali e urbane o a proteggere sia l'ambiente che la città, hanno un effetto che può essere in parte sinergico ed in parte conflittuale, sull'ambiente "naturale" e sull'ambiente "urbano".

La protezione contro certi inquinamenti atmosferici, è portata a contrastare i fattori che aggrediscono e deteriorano sia l'ambiente naturale (con danno alle specie vegetali e animali che lo compongono) sia l'ambiente urbano (con danno a quelle peculiari "specie" che sono l'uomo e la sua salute, o i suoi monumenti storico-culturali); in parte sono azioni differenti, pur sempre umane, che mettono in crisi l'uno o l'altro ambiente, come per esempio la deforestazione o l'uso di prodotti chimici da parte dell'agricoltura, da un lato, e il traffico veicolare o la disintegrazione sociale delle inter-comunicazioni personali dall'altro.

L'ambiente urbano e la città sono in crisi, malgrado che il progresso economico e sociale che si è registrato negli ultimi tempi, ed in particolare nell'ultimo dopo-guerra, abbia largamente ridotto ed eliminato altre ben note "crisi" della società moderna, che via via si sono prodotte nell'ultimo secolo (per non risalire oltre) e più precisamente nello stesso periodo considerato dell'ultimo dopoguerra. Anzi, si può dire che la crisi della città e la crisi dell'ambiente, abbiano sostituito - almeno nel mondo occidentale - altre "crisi" tempo fa più acute e più emergenti: quali quelle della miseria e del reddito, quelle "sociali" della distribuzione e del carico di lavoro, crisi che nel complesso potremmo chiamare "socio-economiche".

Si può dire ancora di più: che le crisi, ambientale ed urbana, sono "emerse" in sostituzione delle crisi che abbiamo detto socio-economiche proprio "a causa" dell'attenuazione o sparizione di queste ultime, che se si sono attenuate o sparite è proprio grazie ad un notevole incremento della produttività e della produzione (a cominciare

dalla produzione di “energia”). La crisi della città e dell’ambiente è proprio determinata da un aumento considerevole di produzione che, sia pure risolvendo i problemi socio-economici (di consumo e di benessere), ha iniziato ad essere “incompatibile” con la permanenza sia di risorse naturali che di benessere ambientale (consumando oltre i limiti della riproducibilità o della tolleranza ecologica, appunto, i fattori ambientali, naturali o antropici che siano).

Si può dire, in altri termini, che storicamente le crisi socio-economiche si siano presentate come una funzione inversa delle crisi ambientali e urbane. Tanto meno quelle, tanto più queste; e, viceversa, tanto più quelle, tanto meno queste. Il discorso delle priorità della politica economica e sociale delle comunità occidentali si è posto, anch’esso, sotto l’insegna dello stesso rapporto. Sotto lo stesso profilo deve essere valutata la stessa crisi della città per sé: che è crisi essenzialmente ambientale, e solo in modo molto mediato e relativizzato una crisi “socio-economica” (almeno nel senso tradizionale che gli abbiamo dato). Dal punto di vista socio-economico le città contemporanee non hanno mai conosciuto un maggiore benessere: esse sono ricolme di beni e di servizi consumati e consumabili, e centri di opportunità. Non a caso continuano ad essere meta di immigrazioni residenziali dalle aree di minore benessere e di indigenza: le aree di crisi socio-economica. Il benessere economico è il diretto fattore della loro crisi ambientale. Un esempio molto attuale è quello della motorizzazione: quale segno migliore di aumento del benessere socio-economico che non quello dello smisurato aumento della disponibilità personale di automobili? ma - nel contempo - quale segno migliore di fattore di malessere ambientale se non la congestione automobilistica che ne deriva?

Crisi dell’ambiente naturale e crisi dell’ambiente urbano potrebbero quindi essere due crisi parallele ed emergenti - a seguito dello sviluppo socio-economico, con molti fattori in comune, tutti di natura antropica, e molti fattori diversificati.

### 3.1.4 Crisi dell’ambiente urbano

Quella dell’ambiente urbano è fra le due quella più incidente sul benessere umano, sia per il fatto che già oggi la stragrande maggioranza dell’umanità che vive e lavora, vive e lavora - almeno nei paesi occidentali - nelle città; sia per il fatto che è presumibile (e peraltro anche auspicabile, in un concezione politica di uguaglianza delle condizioni sociali ed economiche dei cittadini) che ben presto la totalità della popolazione (sempre almeno nei paesi occidentali) vivrà nelle città, cioè in condizioni “urbane” di vita.

E’ vero però che - man mano che la condizione urbana di vita diverrà egemonica - si modificherà il dualismo di vita urbana e non-urbana, si trasformerà lo stesso concetto di città inglobando in esso anche un uso (da parte di utenti urbani) del territorio non urbanizzato. In altri termini, si modificheranno i “confini” geografici e concettuali della “città” e si imporrà la concezione già da tempo definita e argomentata del sistema urbano o (che e’ lo stesso ma espresso ancora più precisamente) dell’“ecosistema urbano”.

Se ciò avverrà, evidentemente, il concetto di ambiente urbano troverà l’occasione per una sua nuova e più funzionale integrazione naturale-antropica: rimanendo la distinzione solo a caratterizzare i diversi effetti, sugli elementi della natura e sulle condizioni socio-economiche, dell’azione ovviamente antropica.

Ecco perchè emerge l’opportunità di definire e illustrare il concetto di “eco-sistema urbano” come sistema largamente “totalizzante” gli effetti e le condizioni dell’azione antropica sull’ambiente; e l’utilità di riferirsi a detto concetto come schema di riferimento per la valutazione degli impatti antropici anche sull’ambiente naturale.

### 3.1.5 Concetto di “ecosistema urbano”

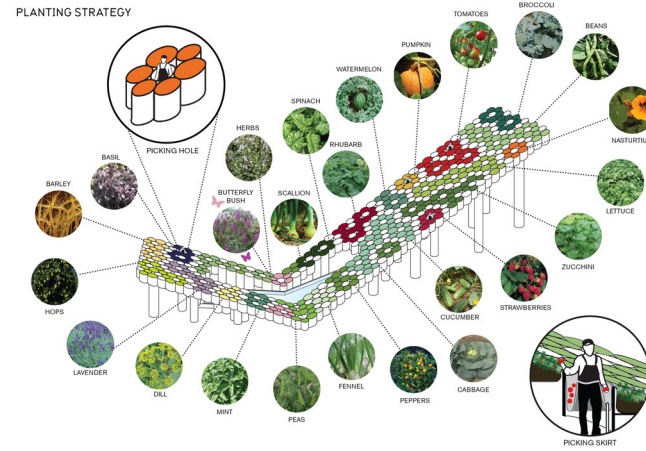
Ci siamo pertanto avvicinati alla definizione possibile di “ecosistema urbano”, sulla base delle considerazioni precedenti.

Si potrebbe denominare ecosistema urbano l’insieme di relazioni funzionali di una

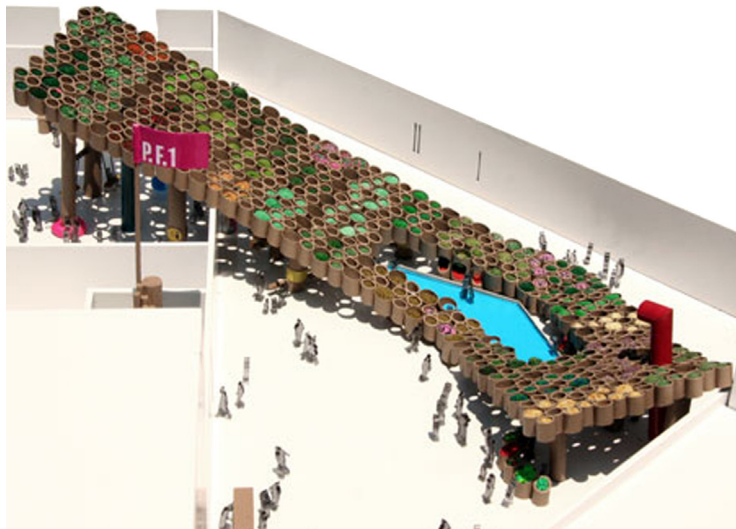
02-03-04. *Temporary Maze*, West End Partnership, Trafalgar Square, Londra, agosto 2010



*Convivium*: il barbecue collettivo.  
 Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.



05-06-07-08-09. *Public Farm One*,  
 Work Architecture Company, P.S.1 Contemporary Art  
 Centre, New York, 2008





determinata comunità che si sviluppano nel territorio in funzione della residenzialità quotidiana dei cittadini. E' in funzione di tale residenzialità che l'umanità odierna manifesta la maggior parte dei suoi bisogni, sia di consumo che di attività; è, perciò, a questa residenzialità che si parametrano i requisiti del vivere urbano e del benessere o malessere che ne può derivare. Se così è, il "sistema urbano" è un insieme di relazioni che sono, in atto o in potenza, in equilibrio. Il che significa che il sistema urbano è come un organismo che è, oppure tende ad essere, in equilibrio. Ove tale equilibrio non è raggiunto o non può essere raggiunto, il sistema urbano non c'è. Se identifichiamo nell'equilibrio il rapporto ottimale delle condizioni del vivere urbano, possiamo dire che il raggiungimento dell'equilibrio, vale a dire la strutturazione del sistema urbano, è condizione per la creazione di un sistema soddisfacente di condizioni urbane. Senza la realizzazione di un sistema urbano, o l'inserzione di qualsiasi condizione di insediamento umano in un sistema urbano, non si ottengono le condizioni di benessere urbano postulate; non si produce l'equilibrio necessario fra l'insieme delle relazioni dette.

I fattori che possono determinare il benessere urbano sono molti: rapporti sociali, accessibilità fisica (trasporti) ed economica (livelli di redditi) a determinati servizi urbani e a condizioni di lavoro soddisfacenti; varietà di opportunità di lavoro, ricreazione, cultura, ecc. condizioni fisiche ambientali (qualità dell'aria, del paesaggio quotidiano, etc.).

E' dunque il giusto mix di questi fattori che produce il benessere urbano; che è in larga misura il benessere *tout court* giacché l'aspirazione della prevalente umanità e di vivere in condizioni urbane, è nella città che si crogiolano i diversi fattori oggettivi di benessere personale e sociale di cui si può immaginare l'esistenza; essendo modi diversi di vivere o inesistenti o non desiderati o semplicemente marginali.

Per "giusto mix" s'intende dunque una sintesi ottimale di tali fattori, in modo che la presenza di ciascuno non vada a danno della presenza dell'altro; insomma che vi sia coesistenza e compatibilità dei diversi fattori di benessere.

L' "incompatibilità" reciproca fra diversi fattori di benessere si manifesta in diversi modi. Fra i più evidenti e fra i più sentiti oggi vi è quello del rapporto fra domanda di spazio, di territorio, necessario a rendere accessibile agli utenti certi servizi e certi

consumi, e la scarsità nella disponibilità di detto territorio. Per esempio: rendere facile l'accesso ai servizi urbani implica la massima diffusione dell'auto individuale; ma questo fattore di benessere è incompatibile con la scarsità di spazi e di territorio (strade, posteggi, ecc.) disponibili per accogliere tutto il numero di auto che sarebbe necessario. Certo alcuni servizi superiori di tipo urbano non possono che essere concentrati nel territorio e questo rende particolarmente scarsa la disponibilità di spazio. Tuttavia, sempre nell'esempio, si può adeguare in modo ottimale la localizzazione dei servizi attraverso il rispetto dei vincoli di efficienza degli stessi con i bisogni dell'accessibilità che pure esige che siano rispettati alcuni vincoli (per esempio il non superamento di certi tempi di accesso, il non superamento di certe soglie di inquinamento atmosferico da traffico, etc.). Porre in un certo trade-off tecnicamente possibile i due obiettivi vincolati è il compito della pianificazione o (nel caso in esempio) della pianificazione territoriale.

L'identificazione delle dimensioni: di superficie, di utenti, (popolazione), di attività del 'sistema urbano' allo scopo di stabilirne i requisiti ottimali, è dunque il primo passo indispensabile di pianificazione territoriale che miri effettivamente all'obiettivo di migliorare il benessere urbano<sup>02</sup>.

### 3.2 Futuro prossimo: la metropoli planetaria

#### Sostenibilità.

I dati che emergono dalle ricerche confermano che "il principale teatro della transazione verso la sostenibilità saranno le città. O meglio, le grandi conurbazioni che si stanno formando a livello planetario e che, nei prossimi decenni, raggiungeranno la loro massima espansione. A quel punto, per la maggioranza della popolazione del Pianeta, la vita quotidiana sarà una vita metropolitana. Qualsiasi cosa l'espressione "vita metropolitana" potrà significare, le prospettive della sostenibilità e, in definitiva, il futuro del Pianeta, si giocheranno in larga misura in questa futura metropoli plane-

taria<sup>03</sup>.

### Quotidianità.

Una molteplicità di eventi, di scelte consapevoli e di casualità che avranno luogo alle più diverse scale spaziali e temporali, andranno a determinare quella che sarà la metropoli planetaria. Probabilmente all'interno di questo complesso e dinamico organismo emergeranno nuovi modi di vita, nuove idee di benessere, nuove forme della quotidianità. La transizione verso la sostenibilità dipenderà soprattutto da come e quanto queste forme di vita quotidiana sapranno trovare nuove direzioni verso cui orientare la propria ricerca di benessere. La nostra vita quotidiana si basa su una sequenza di soluzioni: reti di persone, prodotti e infrastrutture che ci permettono (o ci dovrebbero permettere) di ottenere dei risultati; che ci abilitano (o ci dovrebbero abilitare) a fare ciò che vorremmo fare e ad essere ciò che vorremmo essere. La gran parte delle soluzioni con cui ci confrontiamo oggi, e quindi i modi di vita che ne derivano, sono insostenibili. Una quotidianità sostenibile dovrà basarsi su una nuova sequenza di soluzioni. Soluzioni sostenibili in cui si ridefiniscano al tempo stesso i risultati che si intendono raggiungere e le reti di persone, prodotti e infrastrutture con cui raggiungerli. Soluzioni che ci consentano di vivere meglio consumando meno, rigenerando la qualità dei contesti fisici e sociali in cui ci troviamo a vivere.

### 3.3 Concetto di benessere

Con il termine benessere s'intende un insieme di proprietà del contesto che un soggetto percepisce in modo positivo e verso cui orienta le proprie strategie d'azione. L'idea di benessere è una costruzione sociale che prende forma nel tempo in conformità ad una varietà di fattori. Quella oggi dominante in occidente e ampiamente diffusa nel mondo è nata con la rivoluzione industriale, si è trasformata con l'evolvere della società e si presenta ora come un articolato insieme di visioni, di aspettative, di

sistemi di giudizio in continuo adattamento, ma con un persistente tratto comune: quello di collegare il benessere atteso e percepito alla disponibilità di una crescente quantità di prodotti e servizi.

Oggi quest'idea di benessere basato sul prodotto è in crisi, anche perché, se esteso alla scala planetaria, risulta come un modello intrinsecamente insostenibile. La frugalità è un ingrediente essenziale del benessere.

### 3.4 Rompere la correlazione tra benessere e prodotti:

#### un processo sociale di apprendimento

La transizione verso la sostenibilità sarà un processo sociale di apprendimento grazie al quale, progressivamente, tra errori e contraddizioni gli esseri umani impareranno a vivere meglio consumando meno, rigenerando la qualità del proprio habitat (vale a dire dell'eco-sistema globale e dei contesti di vita locali), in cui si trovano a vivere, e delle relazioni con gli altri.

Nella prima metà del secolo passato, in un contesto economico e culturale in cui il concetto di limite sembrava essere stato dimenticato, questo legame diretto tra crescita del benessere e crescita del consumo di risorse ambientali non era visto come un vero problema. Negli ultimi decenni le cose sono cambiate e stiamo capendo (o meglio: siamo costretti a capire) che questo legame è portatore di ogni tipo di problemi, non solo ambientali, ma anche sociali, politici e, in definitiva, economici. Così, il tema ambientale è diventato argomento di discussione delle singole persone, della politica e dell'economia.

Il tema progettuale che la società nel suo complesso deve affrontare riguarda il mettere in grado le persone di vivere meglio consumando meno e rigenerando la qualità del proprio habitat.

## The Olympic Legacy Toolkit

StudioSuperniche®

The site for the London 2012 Olympic Games has been crisscrossed by 11 miles of blue plywood fence since construction began in 2006. Since then, the fence has been interpreted as a political symbol of forced segregation, an endless billboard trumpeting the arrival of gentrification, local communities feel excluded from the process of planning what will happen to the site after the Beetham sporting fundis has gone, barred from participating by the impenetrable wall of blue.

The plywood boarding is currently being taken down and replaced with a high security wire mesh fence. StudioSuperniche sees this as an opportunity. We are developing an Olympic Legacy Toolkit, the beginning of a catalogue of temporary structures to be fabricated out of the blue plywood, designed to facilitate local occupation of the site post-Games, activate the vacant plots and allow communities to reclaim the vast empty landscape as their own. [www.superniche.org](http://www.superniche.org)

Focusing on the niche user-groups of London's Lower Lea Valley - from bird-watchers to market stall-holders, allotment keepers to model boaters - this collection of urban furniture will populate the site in the wake of the Games, offering a provisional set of tools to stimulate an evolutionary model of local participatory development.

### Birdhide

The area around the Olympic Park is a popular site for bird-watchers, with over 200 different species of birds known to frequent the Lower Lea Valley. Many of these will have been displaced by the noise and dust of the development, but there are plans to encourage their return with the inclusion of wetlands and meadows in the legacy park. This birdhide provides a place for bird-watchers to shelter, with a second story to allow an elevated view over the landscape.

### Kiosk

Shopping is at the core of the Olympic Park plan, with the vast new Whitefield Mall taking pride of place in Stratford City. But there is a danger that smaller scale commercial enterprises will be overlooked. This flexible kiosk space has been designed to provide an outlet for selling goods in the park, from newspapers to fishing tackle, ice creams to bites.

### Allotment Shed

Before development began, the area was home to several heavily used allotment sites, which are planned to return to the park after the Games. This openable shed responds to the way the allotments had become a centre for social interaction. With a sliding table and portable growing bed, it allows the conventional storage space to transform into an area for sitting, eating and exchanging produce.

### Boathouse

The River Lea runs through the Olympic Park and is home to several rowing and sailing clubs. The legacy plan emphasises the waterways as a key asset, and this boathouse is designed to encourage use of the river for leisure activities, providing boat storage (complete with rowing boats, each fabricated from one fence panel) and access along a pier.

### Gallery Cube

London's 'Cultural Olympics' has attracted funding of over £20m, several million of which will be spent on high profile public art for the park. At the same time, East London is home to Europe's largest concentration of artists, most of whom are being excluded from these large commissions. This modest gallery cube provides a flexible, minimalist, backdrop, an open platform for smaller artistic endeavours. It could equally be erected around an existing feature to elevate it from the everyday.

### Ping Pong Pavilion

The Mayor of London, Boris Johnson, declared 'Ping Pong's coming home' at the Beijing handovers, and yet the sport's UK funding has since been cut by half. One of the country's largest Ping Pong clubs is in an Olympic Borough and the game has recently become extremely popular in East London, now a regular feature in many parks and bars. This pavilion provides storage space for several tables and an elevated umpire's chair for informal investigation.

10-11-12-13. Birdhide, The Olympic Legacy Toolkit, Studio Superniche, Londra, 2009



Convivium: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

14. *Giardini Spinti*, Giardiningiro, Torino, ottobre 2009



15. *Moving Forest*, 4\_NL Architects, Urban Play, Amsterdam, 2008



### 3.5 Contesto e strategie di vita

Occorre immaginare un sistema culturale e produttivo in cui la riduzione del consumo di prodotti e servizi materiali sia compensata dall'aumento di altre forme di qualità: le qualità immateriali della cultura e dello spirito ma anche – e questo è ciò che più ci interessa – le qualità del proprio contesto di vita. Un benessere costruito tenendo conto dell'intera scena in cui ha luogo la vita della persona.

Con il termine contesto s'intende lo spazio fisico e la forma sociale che costituiscono l'ambiente di un'azione e in rapporto ai quali l'azione stessa si rende possibile e assume significato.

E' fondamentale la focalizzazione sul possibile ruolo attivo del soggetto se vogliamo allontanarci dalla visione del benessere basato sul prodotto. Dato un risultato, il soggetto può partecipare al suo raggiungimento mettendo in atto diverse forme di partecipazione, a loro volta definite da diverse combinazioni nell'impiego delle sue risorse personali, fisiche, economiche e culturali (ciò che sa, ciò che sa fare e ciò che può – fisicamente ed economicamente – fare), del suo tempo (il tempo che può o vuole dedicare) e della sua attenzione (il grado di concentrazione di cui dispone).

Diverse combinazioni di beni privati e beni comuni, di diverse temporalità e di diversi modi per mettersi in gioco costituiscono le diverse strategie di vita con cui il soggetto attore cerca di approssimare la sua idea di benessere. La mia ipotesi di lavoro è che per allontanarsi dal benessere basato sul prodotto occorra valorizzare i beni comuni, sviluppare delle isole di temporalità lenta e promuovere la partecipazione individuale. Proprio il contrario di ciò che – almeno nelle sue tendenze dominanti – oggi sta avvenendo.

### 3.6 Beni comuni e tempo contemplativo

I beni comuni sono sistemi materiali e immateriali che partecipano alla costruzione di un contesto e alla sua qualità, e che, per loro natura, sono un bene di tutti. La nozione di bene comune si estende ad un'articolata varietà di componenti del contesto: dai beni comuni fisici basilari, come l'aria o l'acqua, a quelli sociali, come una comunità di vicinato o il senso civico dei cittadini, fino a quelli più complessi, come un paesaggio o uno spazio pubblico urbano o il senso di sicurezza. Un carattere tipico di tutti i beni comuni è che il loro ruolo nella generazione di qualità della vita in genere non è percepito fino a quando il bene stesso non è stato in qualche modo o a qualche livello consumato. In altre parole: quando un bene comune c'è ed è in buona salute, il servizio che offre appare del tutto ovvio e normale. Ci si accorge della sua importanza quando, per qualche ragione, comincia a venir meno. Il modello di benessere, che nelle società industriali ha dominato fino ad ora, ha fortemente trascurato l'importanza dei beni comuni. Anzi: la centralità data ai beni individuali acquisibili (che siano prodotti o, più recentemente, servizi) ha comportato, come effetto forse non voluto, ma tuttavia assai tangibile, il loro drammatico deterioramento che si presenta nella forma di una loro progressiva desertificazione (intesa come il loro abbandono e, di conseguenza, la loro degenerazione) e, in seguito, di una loro crescente mercatizzazione (intesa come la loro trasformazione in beni di mercato: l'acqua in bottiglia al posto dell'acqua naturale, il centro commerciale al posto della piazza pubblica, il servizio di guardia privata al posto del vicinato, e così via).

### 3.7 Qualità del contesto versus beni di mercato

Considerando il secolo passato, possiamo empiricamente osservare come la diffusione di prodotti e servizi di mercato sia andata in parallelo con il deterioramento dei beni comuni e la sparizione del tempo contemplativo. Di qui l'emergere di una relazione diretta tra la diffusione dei beni di mercato e (per quanto sofisticati ed efficienti essi possano essere) e la crisi dei beni comuni, del tempo contemplativo e di

tutto ciò che essi portano come loro specifico e gratuito (in termini economici e ambientali) contribuito alla definizione di uno stato di benessere. E' dunque da questa osservazione che deriva quanto affermato in precedenza: ogni idea di benessere, per essere sostenibile, deve ri-scoprire la qualità del contesto, quindi i valori dei beni comuni e del tempo contemplativo. Il riferimento al contesto di vita come sfondo su cui collocare lo sviluppo di una conversazione sociale sul benessere è dunque la prima mossa per cambiare le regole del gioco, quella che pone le basi per lo sviluppo di una nuova idea di (e sul) benessere. A partire da qui, la seconda mossa da fare è quella di indicare una direzione: la direzione che, all'attuale stato delle nostre conoscenze, ci appare come la porta verso la sostenibilità. Tutto questo richiede una forte progettualità ma, al tempo stesso, pone i progettisti e le imprese in una condizione per molti versi paradossale: occorre procedere verso un mondo in cui le aspettative di benessere siano meno legate all'esistenza di nuovi artefatti. L'unica maniera che i progettisti e le imprese sembrano avere per farlo, è quella di progettare e produrre dei nuovi artefatti. Superare questo paradosso, individuare sistemi di prodotti e servizi capaci di promuovere e realizzare una nuova idea di benessere, richiede di mettere in atto inedite forme di innovazione: un'innovazione radicale che generi prodotti e servizi rispondenti alla domanda sociale, realizzabili e, allo stesso tempo, capaci di rigenerare la qualità del contesto in cui si vanno a collocare.

La soluzione del problema ambientale richiede dunque il verificarsi di una discontinuità: da una società in cui la condizione normale di salute è stata la crescita della produzione e dei consumi materiali occorre passare ad una società capace di svilupparsi diminuendoli, aumentando la qualità dell'ambiente nel suo complesso. Giungere ad un nuovo orientamento implica una grande capacità progettuale: la capacità di generare la visione di un sistema socio-tecnico sostenibile, di articolarla in un coerente sistema di prodotti e servizi rigenerativi, le soluzioni sostenibili, e di comunicare adeguatamente tale visione e tali soluzioni, affinché essi siano riconosciuti e apprezzati da un pubblico sufficientemente vasto da renderli effettivamente praticabili.

High Line è una "green way" nata dal recupero di una vecchia linea ferroviaria sopraelevata (una sezione di 2,33 km della West Side Line) che attraversa i quartieri di Chelsea e Meatpacking District, a New York. Fu costruita nei primi anni trenta ed è stata abbandonata nel 1980. Recentemente è stata riqualificata e trasformata in una grande promenade verde dagli architetti Diller Scofidio+Renfro e dallo studio di architettura del paesaggio James Corner Field Operations.

16. West Side Line, New York, 2005



“ Il primo secolo del nuovo millennio sarà caratterizzato dai valori di una straordinaria ri-aggregazione antropologica e comportamentale. ”

Andrea Branzi

17-18-19. *High Line*, Diller Scofidio+Renfro / James Corner Field Operations, New York, 2009



*Convivium*: il barbecue collettivo.

Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.



## NOTE

01. Marc Augè, *Atti dal convegno La città senza nome*, Bari 2009
02. Franco Archibugi, *L' "eco-sistema urbano": suo concetto, sua utilizzabilità nella politica del territorio e dell'ambiente*, Relazione al Seminario del Gruppo del Consiglio Nazionale delle Ricerche "Uomo-Ambiente", Roma, 21 dicembre 1990
03. Ezio Manzini, Francois Jégou, *Quotidiano sostenibile. Scenari di vita urbana*, Polidesign, 2007

## IMMAGINI

01. *Ferté Vidame installation*, 5.5 designers, Fondations de mobilier, 2007 - Foto: Thomas Mailaender
- 02-03-04. *Temporary Maze*, West End Partnership, Trafalgar Square, Londra, agosto 2010
- 05-06-07-08-09. *Public Farm One*, Work Architecture Company, P.S.1 Contemporary Art Centre, New York, 2008
- 10-11-12-13. *Birdhide*, The Olympic Legacy Toolkit, Studio Superniche, Londra, 2009
14. *Moving Forest*, 4\_NL Architects, Urban Play, Amsterdam, 2008
15. *Giardini Spinti*, Giardiningiro, Torino, ottobre 2009
16. *West Side Line*, New York, 2005
- 17-18-19. *High Line*, Diller Scofidio+Renfro / James Corner Field Operations, New York, 2009



# 4.

## VIVERE LA CITTÀ

---

### 4.1 Rapporto “individuo-ambiente”

#### Cittadinanza attiva.

L'attivismo urbano (*Urban Activism*) è un'attività finalizzata a produrre un cambiamento sociale o politico attraverso l'azione, al fine di migliorare l'ambiente urbano.

Si manifesta attraverso numerose forme d'espressione e di partecipazione alla vita sociale, forme di attivismo accomunate da:

- \_ “dissenso creativo” esplicitato nei confronti della società o di alcune sue “norme”;
- \_ intento di convogliare l'interesse della collettività per promuovere, attraverso la presa di coscienza e la partecipazione sociale, un cambiamento;
- \_ creatività, ironia e praticità nel realizzare le iniziative, amore per la città in cui si vive, idealismo e voglia di cambiare le cose.

Negli ultimi decenni abbiamo assistito ad un fenomeno di aggregazione spontanea, di ricerca di collaborazione tra i cittadini, come riporta Zygmunt Bauman nel suo libro *Voglia di comunità*: “la comunità rappresenta per le persone un'isola felice in mezzo al caos della vita contemporanea”.

Questo rinnovato stimolo all'aggregazione registrato in questi ultimi anni trova secondo Bauman le sue radici nell'insicurezza che accompagna i cittadini nella vita urbana. La speranza è che questa voglia di comunità possa dar vita ad una “umanità comune”. Come abbiamo visto, dopo il Moderno, alla fine degli anni '50, saranno

per primi i Situazionisti a riscoprire la città come luogo per l'individuo, come luogo dell'invenzione e dell'interpretazione; saranno loro a definire la città come *urban landscape*.

Al loro fianco opereranno anche i primi *street artists* degli anni '60 e gli artisti appartenenti alle discipline artistiche definite come Environmental Art e Land Art. Questi ultimi possono essere considerati precursori degli attuali attivisti urbani, che però prediligono la metropoli come terreno d'azione.

Negli ultimi decenni si è sviluppato un fenomeno di aggregazione spontanea, di ricerca di collaborazione tra i cittadini, che può essere interpretato come la risposta ad una “*Voglia di comunità*”, per citare il titolo del libro di Zygmunt Bauman nel quale definisce la comunità come un'isola felice in mezzo al caos della vita contemporanea.

Bauman sostiene che questo rinnovato stimolo all'aggregazione derivi dall'insicurezza che accompagna i cittadini nella vita urbana e si augura che questa voglia di comunità possa dar vita ad una “umanità comune”.

#### Abitare la città.

Negli anni Sessanta è nata una serie di ricerche sul problema dell'abitabilità delle città<sup>01</sup>. Questa critica rimprovera al funzionalismo di aver tentato di risolvere solo alcuni problemi di natura pratica, trascurando tutta una serie di esigenze non strettamente *razionali*. Trascurando quindi quei problemi di vivibilità della città: non ci si è preoccupati della necessità dell'abitante di stabilire un complesso sistema di relazioni sociali. Questo è dovuto all'impostazione funzionalistica del problema del *vivere*. Inoltre si sono privilegiate le attrezzature produttive a discapito di quelle non strettamente coinvolte nel processo di produzione, che comunque avrebbero reso più piacevole la vita in città. Così, penalizzate da questa situazione sono state principalmente le classi sociali economicamente più deboli, non integrate nel meccanismo produttivo, e dunque non “fruitori” della città come servizio-strumento, né come spazio civile.

Tutto ciò ha portato ad una forte crisi di identificazione tra cittadino e ambiente urbano. Questo non è più adatto a soddisfare i bisogni dell'abitante, che sono di

*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

“...definire il modo di vivere nella città (non solo di “usare” la città, ma di abitarla; dunque di farla propria). L’uomo dovrebbe sentirsi inserito nell’habitat e non estraneo ad esso; dovrebbe sentirsene parte integrante.”

Gillo Dorfles



01. *Laundry*, Gianni Pettina, installazione per Campobasso, 21 settembre 1969

ordine psicologico, percettivo, oltre che propriamente fisici. Davanti a questa situazione, le critiche degli anni Sessanta hanno messo in luce il difetto principale della concezione funzionalistica della città: aver eliminato la componente affettiva dalla formazione dell'ambiente urbano, che era invece caratteristica peculiare della città tradizionale. Senza questa componente, non propriamente razionale, i luoghi dello spazio collettivo non hanno saputo essere altro che spazi di risulta. Dei vuoti posti tra i pieni degli spazi produttivi della città, cioè gli spazi della produzione e della rendita. Questa concezione negativa dello spazio pubblico e del suo ruolo connettivo tra i diversi manufatti, ha dato luogo alla trascuratezza attuale, per cui troppo spesso lo spazio pubblico, cioè di tutti, è spazio di nessuno. E' proprio nel quadro di queste considerazioni che vanno considerati oggi gli spazi urbani: ci si è resi conto di come le teorie "funzionaliste" si siano dimostrate poco "funzionali" al corretto sviluppo sociale e urbanistico della città.

Tra gli anni Sessanta e gli anni Settanta il tema del rapporto 'individuo-ambiente' era praticato da pochi gruppi di artisti-architetti (che furono successivamente storicizzati come architetti radicali) soprattutto nell'area europea. Basterebbe pensare agli inglesi Street Farmer, alla Cooperativa Himmelblau, al Gruppo degli HausRucker a Vienna, ai gruppi Superstudio, Archizoom e UFO a Firenze. "Operavano tutti alla trasformazione degli strumenti e dei metodi progettuali, una trasformazione radicale attraverso atteggiamenti geniali e provocatori tutti tesi alla ricerca di modi per migliorare la qualità della vita nel rapporto individuo-ambiente"<sup>02</sup>. Il discorso sull'"abitare la città" era sicuramente marginale rispetto alla cultura ufficiale in Italia come all'estero; Milano poi in quegli anni era governata dalla corrente progettuale caratterizzata dal pensiero di Ernesto N. Rogers e da quella corrente denominata Neoliberty, corrente che si sviluppò negli anni anche attraverso il contributo di Vittorio Gregotti, fino ad Aldo Rossi. Milano era un contesto culturale che non apprezzava le nuove teorie riferite al diverso uso dell'architettura in rapporto all'abitare urbano.

Malgrado ciò, verso la fine degli anni Settanta, inizio degli anni Ottanta, accadde qualcosa che in qualche modo modificò questa attività 'radicale' sotterranea rispetto alla cultura ufficiale. Proprio in quegli anni nelle Facoltà nacque una nuova disciplina che si chiamava 'arredo urbano', l'equivalente di quella disciplina che Giò Ponti aveva già promosso negli anni Cinquanta quando aveva introdotto la materia 'architettura

degli interni', volgarmente chiamata 'arredo domestico'. Sembrava che le cose stessero effettivamente cambiando, che la società (nascevano anche gli Assessorati all'Arredo Urbano) fosse maturata e che anche le Università prendevano coscienza dell'importanza di considerare l'architettura come qualcosa fatta per migliorare l'abitabilità dell'individuo urbanizzato.

Purtroppo gli anni Ottanta e Novanta furono anni di decadenza in cui questo problema dell'ambiente urbano fu trattato solo a livelli di 'fornitura stradale'. Negli ultimi anni c'è stata una certa diversa attenzione all'ambiente, attenzione che è si è soprattutto espressa a livello dei nuovi 'graffitari', artisti che ad ogni modo sembrano aver esaurito la loro funzione in quanto ormai celebrati dai musei d'arte contemporanea. Così il discorso dell'abitare la città rimane molto scoperto.

Definire il "vissuto urbano" significa "definire il modo di vivere nella città (non solo di "usare" la città, ma di abitarla; dunque di farla propria). L'uomo dovrebbe sentirsi inserito nell'habitat e non estraneo ad esso; dovrebbe sentirsene parte integrante"<sup>03</sup>.

#### 4.2 Rapporto "individuo-individuo"

##### Socializzazione.

Un individuo cresce e si scopre proprio nella comunicazione con l'altro, nell'espressione e nel racconto di se stesso e per far ciò necessità di opportunità e di spazi adeguati, oltre che di essere "ascoltato".

La comunicazione è atto fondativo del nostro essere personale e sociale. Uno dei percorsi principali attraverso cui si realizza la comprensione del sé e la conoscenza dell'altro coincide con l'esteriorizzazione dei pensieri ed esperienze accumulate, che vengono, in tal modo, comunicate e costruiscono quello che è il bagaglio conoscitivo privato e pubblico. Raccontarsi ha come conseguenza immediata la definizione del proprio rapporto con la realtà ed il rafforzamento del punto di vista su quella realtà.

Convivium: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

04. Locandina per l'evento *Città in rivoluzione*,  
Associazione Culturale esterni,  
Piazza Freud - Milano, 16-24 aprile 2004

Come ogni anno, durante la settimana internazionale del design, esterni rappresenta la sua idea di città. Nel 2004, lo hanno fatto in nove giorni e nove notti di idee ed esperienze condivise, di musica, concerti ed iniziative. Un esperimento collettivo per dimostrare che un luogo dismesso della città può rivivere grazie a una cittadinanza attiva diventando un luogo di incontro e di aggregazione.

02. Intervento di guerrilla gardening



03. Logo del progetto *PARK(ing) Day*, manifestazione che prevede l'occupazione dei posti auto (2x5m) da parte dei cittadini



**QUESTO È UNO SPAZIO DI TUTTI**

Piazza Freud è solo una delle aree urbane vuote di senso che possono rinascere grazie a una cittadinanza attiva.

Piazza Freud sarà presto qualcosa d'altro, lo spazio delle idee e la messa in opera delle utopie per una città in rivoluzione.

Moduli abitativi su ruota, micro-cinema, esposizioni itineranti, biblioteche, giochi, templi mistici, atenei estemporanei di sopravvivenza metropolitana.

Un arredo urbano e una segnaletica che rivoluzionano gli obblighi di precedenza per i rapporti sociali.

**Dal 16 al 24 Aprile.** Milano vivrà un momento di sperimentazione trasformando un'area dismessa in una città ideale, nella quale ristabilire misure e rapporti più umani. [www.esterni.org](http://www.esterni.org)

Vivi milano CON IL PATROCINIO DI esterni

L'educazione comunicativo-emotivo-relazionale è il grande compito e la grande sfida dei prossimi anni, se non vogliamo tornare indietro alle vecchie forme patriarcali autoritarie oppure naufragare nel mare agitato della libertà senza strumenti.

Comunicare con efficacia e vivere le relazioni con gli altri in modo costruttivo è un'arte complessa, che s'impara a poco a poco e che richiede conoscenze scientifiche, tecniche operative, consapevolezza e sensibilità e soprattutto metodi educativi che non si traducano solo in formazione professionale ma anche in maturazione e crescita personale. Sono convinta che questi due aspetti non siano separabili, specie nel campo della comunicazione e delle relazioni interpersonali: solo comprendendo le nostre reazioni emotive possiamo davvero comprendere le reazioni degli altri; solo ascoltando i nostri bisogni, lamenti e conflitti interiori sapremo riconoscere quelli altrui; solo prendendo coscienza delle nostre maschere potremo aiutare gli altri a liberarsi dalle proprie, così da instaurare con loro una comunicazione veramente spontanea, sincera e costruttiva.

Dunque questo compito e questa sfida di imparare nuovi modi di stare in relazione richiede un grande impegno sia agli individui sia alle società. Ai primi è richiesta la disponibilità a mettersi in discussione, ad ascoltare e comprendere gli altri, ad ascoltare e comprendere se stessi. Alle seconde si domanda invece un grande sostegno alla ricerca e alle iniziative educative orientate in tal senso, considerando l'una e le altre non come lussi o spese ma come investimenti indispensabili e altamente produttivi in termini di innalzamento della qualità della vita e di riduzione del disagio psico-sociale e quindi dei costi per la spesa socio-sanitaria. Si spendono ogni anno miliardi e miliardi di Euro per opere pubbliche materiali: è adesso il caso di investire seriamente anche su beni immateriali ma altrettanto (e forse più) essenziali come la qualità delle relazioni, la comunicazione interpersonale, la prevenzione e gestione dei conflitti, in modo da creare quel dialogo interpersonale e interculturale e quella cultura della pace che soli possono preservarci dai rischi di un progressivo degrado nei rapporti sociali, interpersonali e internazionali.

## Condivisione.

Il termine "condividere" ha un duplice significato: detto di due o più persone, significa possedere qualcosa in comune; in senso figurato, partecipare con altri a qualcosa, provare qualcosa insieme con altri. Imprescindibile dal concetto di condivisione è la presenza di altri da noi stessi e di qualcosa che ci accomuna.

La condivisione rappresenta un concetto chiave di questa trattazione ed una possibile strada verso la sostenibilità. Non si limita a riferirsi ai beni materiali, ma anche, e soprattutto, all'esperienza. Come abbiamo detto sopra, partecipare con altri a qualcosa, provare qualcosa insieme con altri. In questa sede faremo riferimento ad entrambi gli aspetti del concetto; in particolare, il capitolo 6 sarà interamente dedicato al tema delle *Esperienze condivise*.

## Integrazione e identità.

Il rapporto tra aggregazioni umane e forma della città può essere letto a partire dall'interpretazione della città multietnica come città multipla; nel senso di insieme di più città, diverse tra di loro - e a loro volta identificabili come unità culturali, sociali, spirituali e religiose - conviventi in un medesimo ambito fisico. La loro coabitazione può essere più o meno forzata, ma è evidente che il distacco e la separazione tra esse produce emarginazione, il contatto e l'intersezione produce socializzazione, che nel lungo periodo può sfociare in una possibile integrazione.

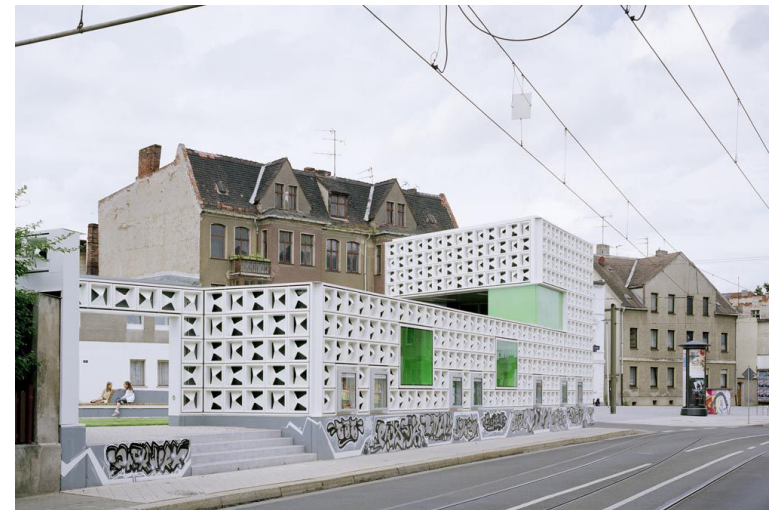
Il primo aspetto di cui è necessario chiarire il significato riguarda le aggregazioni umane. E' istintiva e innata nell'uomo la ricerca del contatto con i propri simili, o meglio con coloro che vengono identificati come tali. Il tentativo di superare la sensazione di sradicamento, estraneità ed emarginazione si concretizza attraverso qualche forma di aggregazione con persone, etnicamente, socialmente e culturalmente omogenee - o perlomeno sentite tali. Questo fenomeno aggregativo porta con sé la formazione spontanea di piccole comunità definite, all'interno di un'altra comunità, reale e più ampia, che è la città considerata nella sua globalità.

Il riferimento alla nascita della città come fenomeno derivato dalla ricerca di comunione, contatto, collegamento fra uomini diversi per mutua assistenza e aiuto reciproco, descritta da Lewis Mumford in *La città nella storia*, ancora oggi suggestiva, è d'ob-

*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

“ La città nasce con lo scopo principale di favorire le relazioni fra diversi individui e garantire la diffusione della cultura e la trasmissione del pensiero umano. ”

Lewis Mumford



05-06-07. *Open-Air-Library*, KARO\* with  
Architektur+Netzwerk, Magdeburg, Germania, 2009



bligo. La susseguente concentrazione in siti e luoghi specifici di queste comunità omogenee è foriera inevitabilmente di conseguenze di ordine sia fisico che culturale sull'agglomerato urbano, vale a dire sulla forma delle città. Risulta pertanto essenziale concentrare l'attenzione sui luoghi in cui tendono maggiormente a radicarsi tali fenomeni. Sono questi i nodi in cui s'innescano i processi di trasformazione della città, inizialmente a livello dei modi d'uso e di vita e poi, via via, di tessuto sociale - e più genericamente umano - e di struttura formale, il che comporta modificazioni fisiche anche sostanziali" <sup>04</sup>. Emerge che la cultura della socializzazione multi-etnica nelle nostre città è ancora molto poco radicata. Esiste una forte tendenza alla conservazione e difesa delle matrici di gruppo, di etnia, di religione. Sulla complessità dell'identità individuale hanno dato un notevole contributo gli studi del filosofo William James (fine Ottocento).

Senza contraddire l'importanza della conservazione dei caratteri distintivi e delle peculiarità di ogni popolo e di ciascun individuo, bisogna, credo, superare le condizioni d'impermeabilità tra le culture aprendo la propria attenzione verso l'attualità delle nuove presenze che si sono e si stanno insediando nelle nostre città.

"La convivenza è possibile se io sono impegnato a conquistare attimo per attimo il significato dell'esistenza, che significa poi far reagire ciò che io sono - la mia storia, il mio patrimonio educativo, la tradizione nella quale sono inserito - con la realtà così come si presenta, e riconosco che anche l'altro è "ingaggiato" nello stesso lavoro. Ciò che mi unisce all'altro è scoprire che il mio bisogno di compimento è il suo stesso bisogno. Anzi, la presenza di chi è altro da me mi costringe a prendere coscienza di ciò che sono, del mio io.

Come diceva uno dei più grandi geni religiosi e filosofici di questo secolo, Martin Buber, l'"io si costituisce nella relazione con il Tu". Allora la città del terzo millennio dovrebbe essere una città nella quale ogni singolo elemento diventa simbolo che richiama questa memoria, impedendo la distrazione con cui normalmente si vive, una distrazione che è verso l'altro perché è verso se stessi. Se è vero quanto affermato ora, società multi-etnica o multiculturale non significa una società nella quale le identità devono essere eliminate, secondo una falsa idea di tolleranza, quasi risiedesse in essa la causa dei conflitti; al contrario, significa una società nella quale le identità

sono esaltate. Senza identità, infatti, non c'è dialogo, così come senza storia non c'è futuro"<sup>05</sup>.

"Fronteggiarsi" è il primo presupposto per ogni arricchimento spirituale, di persone e gruppi. E' un valore fondamentale che dovremmo recuperare. Probabilmente sarebbe necessario non pensare unicamente al rapporto tra società e mercato, tra comunicazione e cultura, ma riflettere su come potrà essere costruito un sistema di relazioni nel quale la relazione/confronto con l'altro sia vissuta come il momento fondamentale di una migliore conoscenza di sé. Ciò comporterebbe anche la riscoperta del valore della tradizione, del radicamento comunitario, della ricerca di un senso fondato sulla ri-definizione delle identità. Ci sono segnali che tale consapevolezza stia emergendo. "La città resterà il luogo esemplare nel quale tutto ciò potrà avverarsi, là dove (...) sarà possibile ed inevitabile ritrovare un Centro, ove uomini con differenti origini e spiritualità avranno un luogo ove potersi guardare negli occhi"<sup>06</sup>. Accanto alla residenza, quale dato costitutivo di ogni concetto di città, la compresenza articolata di spazi per il commercio, per la cultura, per il culto, si relaziona all'idea di costituire nuclei catalizzatori di occasioni e di eventi, "una specie di fortezze della socialità, dello scambio collettivo"<sup>07</sup>, come talvolta nel passato è avvenuto"<sup>08</sup>.

"La società multi-etnica del mondo contemporaneo dovrà sanare i propri conflitti attraverso istituzioni che garantiscano nuovi spazi e modelli di convivenza, rifiutando l'adattamento a realtà sociali distorte, sempre più violente e segreganti"<sup>09</sup>. A questo punto, è facile identificare le aree urbane che recitano in tal senso un ruolo centrale: le stazioni, i mercati, gli spazi verdi, le zone degradate della città e le aree industriali dismesse e in disuso.

In conclusione si deve constatare che, indipendentemente dalla loro localizzazione, questi fenomeni di concentrazione/agggregazione all'interno delle città propongono per la dimensione e la forza di impatto intrinseca, modi di usare la città o parti di essa inusuali e originali (oltre, naturalmente, a nuovi modelli abitativi e principi insediativi diversi). Spesso accade che tali dinamiche, che si configurano come occasioni di ricerca di nuova socializzazione all'interno delle singole comunità, tendano a tradursi in spunti di emarginazione e di distacco conflittuale nel rapporto con l'esterno.

"Ogni punto di contatto tuttavia, conflittuale o meno, tra realtà umane e culturali

*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

08. *Loop Bench*, Jeppe Hein, 2006  
Location dell'installazione: Liverpool Biennale, 2006  
Foto: Alexandra Wolkowicz



diverse favorisce naturalmente l'innescare di processi di rinnovamento e di modificazione nelle modalità d'uso della città; aspetti ed elementi che non possono essere sconosciuti o trascurati dal progetto. (...) Il soddisfacimento di esigenze eterogenee rispetto a quelle della realtà ospitante possono essere soddisfatte inizialmente attraverso la semplice diversa utilizzazione di strutture esistenti (...). Nel tempo questi luoghi tendono inevitabilmente a trasformarsi in elementi di coagulazione di tessuti sociali e umani che non necessariamente coincidono con il contesto fisico e urbano. L'azione attrattiva di questi poli è destinata a produrre modificazioni sostanziali nella struttura del tessuto cittadino, alterando l'evoluzione e guidandone le nuove linee di sviluppo"<sup>10</sup>.

Queste affermazioni si legano propriamente al campo dell'architettura, ma ritengo che sia utile ed efficace intervenire anche attraverso la disciplina del design.

### Convivialità.

Il termine "*convivio*" deriva dal latino *convivium* e significa letteralmente banchetto. E' da intendere qui nella sua valenza più completa, che include il significato più astratto della parola, come banchetto di sapienza, simbolico e rituale. Il convivio non si esaurisce in uno sterile nutrirsi di cibo, è momento di riunione, di scambio di opinioni, momento della confidenza, momento di rispetto nei confronti di coloro che condividono lo stesso desco. La convivialità è quindi un valore etico della tradizione che riguarda il cibo e lo stare insieme.

Ivan Illich, considerato uno dei maggiori sociologi dei nostri tempi, è certamente l'autore che meglio di tutti ha trattato il tema della convivialità, soprattutto in anni in cui poco si era portati ad affrontare questo tema, ubriachi dello sviluppo e del progresso economico che mostrava minacciosamente le prime crisi sociali e culturali che preannunciavano un'epoca<sup>11</sup>. Illich dice: «Ognuno di noi si definisce nel rapporto con gli altri e con l'ambiente e per la struttura di fondo degli strumenti che utilizza. [...] il rapporto conviviale, sempre nuovo, è opera di persone che partecipano alla creazione della vita sociale.» Oggi, la forza di questo valore risulta tanto più tangibile ed è per questo che considero interessanti i progetti che esprimono la volontà di stimolare alla convivialità, ma anche alla cooperazione e alla consapevolezza.

### 4.3 Il quartiere

I quartieri sono come un'estensione delle nostre case, dove gli interessi dei singoli s'incontrano con quelli della comunità. Sono fatti da persone che intrecciano quotidianamente le loro esperienze di vita e di lavoro; sono il luogo in cui possiamo sperimentare e applicare soluzioni di mobilità e sostenibilità ambientale; sono lo spazio migliore per favorire l'integrazione sociale; sono l'ambiente in cui piccoli e grandi crescono e trascorrono una bella fetta della loro vita e della loro giornata. Per questo vale la pena dedicare al quartiere un po' del nostro tempo.

I tradizionali spazi d'incontro e di vita sociale (bar, angoli di strada, bacheche di parrocchia, circoli e pianerottoli) sembrano non essere più sufficienti a tessere e approfondire i legami tra vicini di casa. Oppure appaiono poco attraenti e demodè, in confronto ai più efficienti e veloci strumenti del "villaggio" globale.

#### 4.3.1 Definizione dell'oggetto per uno studio sociologico

Per molto tempo ambito interpretativo privilegiato degli studi di sociologia urbana, il quartiere non è un contesto neutro "dove gli abitanti interagiscono o promuovono azioni influenzate solo da fattori socio economici esterni e globalizzati. Al contrario, esso è uno spazio dotato di significato, ovvero un LUOGO"<sup>12</sup>. Esso rimanda al legame concreto che gli individui intrattengono con lo spazio, oltre ad un insieme di significati, accezioni simboliche e valoriali riconducibili alla dimensione spaziale, ma che vanno ben oltre la stessa.

Interpretazione per lo più corretta anche se diversi studi hanno messo in evidenza come il quartiere non sia sempre e solo il luogo della vita sociale o non lo sia per tutta la popolazione indistintamente; comunque sia un'analisi che tenga conto di questi elementi ragiona intorno al significato e all'identità sociale del luogo.

La definizione del quartiere non è però un'operazione priva di ostacoli: esso è un elemento che fa parte dell'esperienza quotidiana che difficilmente si sente il bisogno di esplicitarlo, inoltre è un concetto multidimensionale che trae la sua essenza da molteplici criteri di organizzazione spaziale e relazionale, rendendo ancor più difficile trovare una definizione univoca e priva di ambiguità. A fronte di diverse prospettive interpretative sono comunque rintracciabili tre elementi chiave: a) la ridotta estensione territoriale; b) l'interazione di routine tra gli abitanti e un certo grado di organizzazione sociale; c) alcune funzioni ricoperte dal quartiere nella vita del sistema urbano e in quella delle persone<sup>13</sup>.

Per il primo punto possiamo facilmente constatare che il quartiere si pone in una posizione intermedia tra lo spazio più propriamente privato –l'abitazione- e lo spazio pubblico della città, è un ambito nel quale prevale la mobilità lenta, è più ridotto pertanto più a "misura d'uomo".

Il secondo punto concerne oltre all'aspetto più classico dei legami sociali, anche uno dei temi fondamentali della sociologia urbana: la gestione dell'uso degli spazi pubblici e degli interessi comuni. Gli ultimi due decenni del XX secolo hanno segnato un punto di svolta per le città europee, interrompendo un trend positivo, seppur certamente non costante e non uniforme, che aveva visto le città e i suoi abitanti migliorare le proprie condizioni di vita sotto molti aspetti (uno su tutti, le condizioni lavorative), soprattutto in seguito allo sviluppo dello stato sociale. Sul finire del XX secolo importanti mutamenti incidono sullo sviluppo delle città, processi molto spesso "strutturali" e legati ad una dimensione globale (Sassen 1997); si perde almeno in parte il ruolo di città sociale nella quale "la distribuzione sociale della città non è stata lasciata unicamente all'operare delle forze di mercato, ma sono state invece liberate grandi forze di integrazione che hanno trovato i loro strumenti di azione principalmente nell'operare una regolazione delle disuguaglianze" (Petrillo 2000). Viene meno il ruolo delle città e dei quartieri che erano sede di conflitti ma che al tempo stesso fornivano il terreno per la risoluzione degli stessi, e si profila il ritorno a una situazione "ottocentesca" dove le città erano viste come estremamente frammentate e segregate, dove la componente spaziale era identificativa della condizione di inclusione/esclusione sociale di una persona.

*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

Il linea con le nuove tendenze comunicative sempre più votate alla condivisione, anche il futuro del design urbano sembra voler rendere più labile il confine tra spazio pubblico e privato per stimolare il confronto tra persone. Ne è un esempio il lavoro che i due designer Vincent Wittenberg e Guy Königstein stanno compiendo per invogliare tramite l'arredamento urbano i comportamenti osservati a Bat-Yam.

Nel tentativo di avviare processi urbani basati sulla collaborazione e partecipazione cittadina i due hanno innanzitutto progettato 'Streeeeeet Bench', delle panchine individuali attaccate tra loro tramite catenelle come i comuni carrelli della spesa. Ogni cittadino che abbia il desiderio di 'fare suo' per un po' di tempo un tratto di strada, un marciapiede o una piazza deve semplicemente inserire una moneta per estrarre uno degli sgabelli che formano le panchine e utilizzarlo per sedersi dove preferisce, da solo o con amici.

Il progetto si basa su un utilizzo della sfera pubblica come luogo per lo scambio di oggetti personali e privati, in modo che lo spazio cittadino stesso, nel suo complesso, venga vissuto dai suoi abitanti in modo più personale.

09. *Boom Bench*, Michael Schoner di NL Architects, per Urban Play 2 (Experimenta Design), Amsterdam, 2008



10. *Streeeeeet Bench*, Vincent Wittenberg e Guy Königstein, 2010





Progetto di Lorenzo de Bartolomeis, Gabriele Diamanti e Filippo Poli.

E' un'installazione urbana che distribuisce gratuitamente acqua potabile: un bene prezioso di cui Milano è ricchissima, e che dovrebbe rimanere di tutti. E' pensata per ogni abitante della città: bipedi, quadrupedi e anche volatili! Un luogo di pausa per rinfrescarsi, rilassarsi e socializzare, come solitamente avveniva presso fonti e pozzi. La pedana è in Axylon, materiale plastico ecocompatibile, totalmente riciclato e riciclabile, prodotto da Orsogril.

11-12. *Bevetene tutti*, Public Design Festival, Milano, 2010



Oggi molti degli elementi che nel corso del '900 hanno consentito una gestione condivisa e tutto sommato pacifica degli spazi pubblici sono venuti meno – uno su tutti le politiche abitative – riconfigurando i quartieri e le città come terreni di scontro tra nuove forme di emarginazione.

Il terzo punto fa riferimento a diversi ambiti: da quello politico istituzionale in cui il quartiere può essere l'unità amministrativa minima per l'erogazione di servizi e delle forme di rappresentanza e partecipazione; a quello relazionale per le funzioni fondamentali di interazione, socializzazione e formazione dell'identità; oltre ad essere luogo di controllo sociale grazie alla condivisione di norme esplicite ed implicite e di minimizzazione delle insicurezze generate dalla città.

#### 4.3.2 L'evoluzione del quartiere con l'avvento della modernità

Per molto tempo quartiere e comunità sono stati considerati termini equivalenti, alla stregua di sinonimi “il cui vincolo di unione è tale che non necessita di essere esplicitato”<sup>14</sup>. L'avvento della modernità portò avvenimenti di grande interesse - come i processi di urbanizzazione, burocratizzazione, sviluppo dei trasporti e delle comunicazioni, cambiamento nelle forme di consumo e produzione - che sono stati considerati all'origine dei fenomeni di atomizzazione e individualismo, del progressivo sganciamento degli individui dallo spazio più prossimo e mettendo in discussione quelle forme di appartenenza, anche i sentimenti di solidarietà e reciprocità legati al luogo.

Ci si incominciò così ad interrogare sul “futuro della comunità” nel momento in cui l'ambito spaziale più prossimo – il quartiere o villaggio – sembra venir meno; per procedere oltre è necessario ripercorrere a grandi passi la storia della sociologia urbana – “il cui tratto caratteristico è la concentrazione selettiva sulla dimensione spazio temporale, o ambientale, di tutti gli aspetti che la vita sociale presenta”<sup>15</sup> - così da chiarire qual è stato il percorso intellettuale; possiamo individuare tre diversi filoni di

pensiero, vediamo brevemente.

La tesi della “perdita della comunità” affonda le sue radici nella dicotomia ottocentesca *gemeinschaft* (comunità) – *gesellschaft* (società): che afferma l'idea che i legami cosiddetti “primari” (quelli caratterizzati da intimità, comunanza e reciprocità), in altre parole la parentela, il vicinato e l'amicizia sono destinati a venir meno ai processi di modernizzazione. La celebre dicotomia si deve al pensiero di Tönnies che definisce la comunità come un elemento organico le cui forme embrionali si trovano nei rapporti familiari, di amicizia e di vicinato e sono improntati a intimità, condivisione di intenti, di luoghi, di significati, di abitudini; tali vincoli costituiscono delle totalità organiche – le comunità appunto – nelle quali i membri si sentono uniti da fattori “forti” che assottigliano le differenze e aumentano la percezione delle similitudini. Le relazioni tra le persone coinvolgono l'individuo nella sua totalità, non in funzione del ruolo svolto. Molto diversa è la situazione all'interno della società dove vige una più netta separazione tra sfera pubblica e privata di vita, il rapporto tipico di questa forma di organizzazione sociale è il rapporto di scambio nel quale i contraenti ritengono entrambi di ricevere qualcosa che ha un valore maggiore di ciò che cedono e sono coinvolti non nella totalità della loro persona, ma in base al ruolo che giocano nello scambio. Da questa distinzione emerge chiaramente la posizione ideologica dell'autore: l'avvento della modernità è un processo inarrestabile che, tuttavia, rappresenta una perdita rispetto ai valori di coesione sociale e di solidarietà che trovano una realizzazione compiuta soltanto nell'ambito della comunità.

Wirth (1938), esponente della scuola di Chicago rilegge due classici della sociologia: Simmel e Durkheim. Del primo autore evidenzia come la sovrabbondanza di stimoli dell'ambiente urbano moderno induca per contrasto indifferenza sintetizzata nella figura del blasé (Simmel 1903), del secondo recupera l'importanza di processi come l'urbanizzazione e la crescente divisione del lavoro che portano all'emergere di nuove forme di coesione sociale, non più basate sulla comunanza di intenti ed esperienze -solidarietà meccanica- ma sull'organizzazione e il coordinamento di diverse parti di una società complessa -solidarietà organica- (Durkheim 1893).

Wirth desume che l'accresciuta numerosità, densità ed eterogeneità della popolazione urbana, insieme ai grandi cambiamenti che hanno caratterizzato l'avvento

della società di massa, sono i responsabili della crescente atomizzazione della vita nelle città.

La tesi della “persistenza della comunità” parte da ricerche sul campo e studi empirici, soprattutto di tradizione anglosassone che evidenziano la persistente vitalità delle sottocomunità urbane: la comunanza di esperienze e condizioni – per gli uomini la fabbrica e i circoli del dopo lavoro, per le donne la condizione di madri e casalinghe – favorisce in certi casi la creazione di reti sociali dense e intergenerazionali entro l’ambito locale costituendo collettività fortemente coese, si riformano così legami definiti “quasi-primari”, intendendo la somiglianza per intensità di tali legami con quelli precedentemente definiti “primari” (vicinato, parentela, amicizia). In questo approccio la comunità sopravvive, anche e soprattutto nel quartiere che sembra garantire le condizioni per la condivisione di valori, norme ed esperienze quindi per lo sviluppo e il mantenimento dei legami comunitari nella città.

Dagli anni '50 del Novecento prende piede una corrente interpretativa alternativa alle due precedenti impostazioni: la social network analysis. Questa nuova impostazione pone l’accento sui legami che l’individuo instaura con le altre persone che nella loro complessità formano una rete (network) che ci circonda nella nostra quotidianità; nell’ambito del quartiere si evidenzia come lo studio dei legami sociali sia legato ad una scala spaziale, ma questi possono esprimersi sia dentro che fuori il quartiere.

Uno dei principali interpreti di questa corrente è il sociologo canadese Wellman (1979) che evidenzia l’arbitrarietà della sovrapposizione tra quartiere e comunità e formula la teoria della “comunità liberata”, alternativa ad entrambe le precedenti impostazioni. Wellman afferma che la città, di per sé, non pregiudica la possibilità di avere legami intensi, ma vista l’incredibile mobilità e la facilità nelle comunicazioni anche distanti, questi legami sono sempre meno legati alla prossimità. Nuovo orizzonte di indagine è rappresentato dalle “nuove forme di vita comunitaria basate sull’affinità – subculture caratterizzate da specifici interessi e definiti stili di vita, che si esprimono per esempio in pratiche e riti di consumo – alcune localizzate e costruite sull’interazione faccia a faccia, altre interagenti debolmente con il luogo e maggiormente mediate da supporti tecnologici”<sup>16</sup>. Pur mettendo in guardia dal pericolo di “disfarsi della prossimità” Wellman sottolinea come ai rapporti basati sull’interazione “door to

door” siano subentrati stili di vita più privatizzati che prevedono rapporti elettivi anche in luoghi diversi del sistema urbano (place to place), ponendo così le basi per l’idea di una “comunità liberata” (personal community) non solo dal quartiere ma anche da altri ambiti tradizionali di appartenenza come le organizzazioni politiche e religiose. I network così sono estremamente fluidi e personali, intrecciano diversi ambiti sociali, tenendo al proprio centro l’individuo.

L’ambito locale non viene meno, ma sempre più s’intreccia con altri ambiti ed elementi strutturanti per l’identità dell’individuo e per la sua socialità. Amin e Thrift (2005) si pongono sullo stesso filone di pensiero, e formulano la nozione di esperienza urbana che evidenzia la multidimensionalità e la complessità del vivere la città, nei suoi aspetti routinari e imprevedibili, nelle continue dinamiche e nelle molteplici componenti spazio temporali.

I due autori pongono l’accento sui mutamenti repentini introdotti nelle città contemporanee dall’uscita e dall’ingresso di nuove popolazioni, in particolare la dimensione spaziale sembra sempre meno interpretabile se disgiunta dalla dimensione temporale; l’analisi sociologica quindi deve tener conto di tre elementi che riassumono l’esperienza urbana contemporanea: la mobilità spaziale, la frammentazione temporale, la memoria e il tessuto simbolico.

Giddens (1994) si esprime circa il mutato rapporto tra la dimensione spaziale e quella temporale: con l’avvento della modernità le due dimensioni tendono a diventare maggiormente indipendenti rispetto al passato per esempio possibili rapporti anche intensi con persone assenti o molto distanti; questo rende totalmente inadeguata l’interpretazione del quartiere e della comunità come ambito chiuso d’indagine.

#### 4.3.3 Il quartiere oggi

Il punto di partenza, in questa sede, quindi viene riposizionato sull’impossibilità di una sovrapposizione tra i concetti di comunità e quartiere: se i legami sociali “caldi”

sono svincolati dal quartiere e viceversa, non è forse di maggiore interesse chiedersi per quali categorie sociali quel contesto conserva ancora la sua importanza?

Già Merton (1949) nella sua ricerca su una cittadina del New Jersey distingueva le persone in “campanilisti” e “cosmopoliti”: i primi collocavano i propri interessi nell’ambito del paese, mentre i secondi pur vivendo in un contesto locale avevano un forte interesse e propensione per il mondo esterno.

Negli anni ‘50 il dibattito sulla comunità si strutturò intorno a due filoni: quello della persistenza e quello della scomparsa della dimensione del quartiere come ambito relazionale significativo. In questo quadro i legami e l’attivismo di quartiere sono stati interpretati per lo più come un’opzione residuale associata a vincoli di natura economica e legata alla ridotta mobilità di alcuni soggetti – tipicamente le donne, gli anziani, i bambini -; chi invece ha la possibilità preferisce costruire legami oltre la prossimità. L’attaccamento al quartiere era associato così a caratteristiche particolari, come per gruppi etnici o per le classi operaie, quali per esempio scarsa possibilità di mobilità sociale e la condivisione di una simile occupazione.

Gli anni ‘70 vedono lo sviluppo dei mezzi di comunicazione di massa, parallelamente alla crescita dei centri urbani che vedono la fruizione dello spazio da parte di diverse popolazioni, con modalità e scopi differenti.

Bauman (2005) sottolinea come la libertà di movimento sia il nuovo criterio di stratificazione sociale della modernità: le nuove disuguaglianze non si esprimono più tramite le classi, ma tra chi ha i mezzi e le occasioni di facile mobilità e chi invece rimane intrappolato nella propria “località”. La mobilità e il cosmopolitismo sarebbero quindi il nuovo lusso delle classi agiate in contrapposizione al localismo dei gruppi svantaggiati. Nel momento in cui le divisioni sociali che hanno caratterizzato il ‘900 sembrano venir meno (o meglio sembrano sfumare i loro confini) si profilano quindi nuove frammentazioni caratterizzate dall’instaurazione di nuovi legami con lo spazio prossimo in relazione a nuove differenze sociali rilevanti, in primis la maggiore o minore capacità di mobilità.

Alcune ricerche hanno fortemente dibattuto questa impostazione, pur ammettendo qualche differenza in relazione alla stratificazione sociale si critica l’idea che le classi

medio-alte che hanno più opportunità economiche prediligano, come scelta più ovvia, l’allontanamento dal quartiere.

Sempre in contrasto con la tesi della residualità del quartiere, Borlini e Meno evidenziano alcune tendenze presenti nelle società moderne come l’idea del “quartiere come investimento” - chi è proprietario di casa è in genere maggiormente interessato alle condizioni dello spazio più prossimo – e il “quartiere come scelta”: la maggiore disponibilità economica si esprime nella scelta di quartiere il più possibile conforme alla propria idea di vicinato. Possibile “degenerazione” di questa tendenza è il pericolo di blindarsi in gated community perfettamente omogenee al proprio interno ma che relegano i gruppi sociali più svantaggiati in condizioni di disagio dalle quali è sempre più difficile uscire. Un’altra tendenza sviluppatasi soprattutto nel Nord Europa è l’esperienza del cohousing dove il quartiere è declinato nell’accezione di comunità solidale che condivide spazi e servizi nell’ottica di una fruizione più sostenibile del territorio. Alla luce di questi sviluppi si potrebbe ipotizzare che il quartiere viene riscoperto come fattore di definizione della propria posizione sociale in seguito all’indebolimento di vecchi ambiti di costruzione identitaria come la fabbrica o la religione.

L’idea di capitale sociale, che è costituito da tutte quelle risorse materiali e immateriali di natura prettamente locale, influenzate fortemente da fattori contestuali e ambientali, è un sintomo di quanto il quartiere abbia ancora un ruolo significativo; tale concetto è inoltre sfruttato come strumento analitico nelle pratiche di riqualificazione e negli interventi pubblici, si collega con la questione della coesione sociale in risposta alla minaccia di una sempre maggiore frammentazione, in primis con lo sviluppo economico. Le città contemporanee, come abbiamo già accennato, incontrano crescenti difficoltà nella gestione di un panorama sociale molto eterogeneo nel quale sono venuti meno quei meccanismi, istituzionali e collettivi che erano in grado di ammortizzare gli effetti più disgreganti di tale eterogeneità (per esempio nel mondo del lavoro); oggi parlare delle potenzialità di un luogo in termini di capitale sociale significa esattamente ritentare una ricomposizione.

Un’altra tendenza che si sviluppa nell’ambito del quartiere come la cosiddetta “sindrome” NIMBY (Not In My BackYard – non nel mio giardino), che consiste nella tendenza a voler scaricare altrove le conseguenze delle scelte pubbliche, facendo



prevalere interessi semi individualistici su decisioni collettive.

Vicari Haddock (2004) invece evidenzia come la prossimità sia particolarmente importante per quelle categorie di persone – per esempio gli anziani - che sentono di più il “peso della distanza” e che con più difficoltà possono spostarsi e per i quali l’ambito del quartiere è spesso l’unico ambito relazionale a disposizione. Sono coloro che per vincoli di natura fisica o sociale incontrano maggiori difficoltà nell’attuare delle scelte di mobilità autonome, sono “intrappolati” nella dimensione spaziale contingente, che diventa componente stessa del problema oltre che sua manifestazione: molto spesso l’isciversi in un certo contesto geografico non solo è sintomo di ridotte risorse materiali e immateriali, ma a sua volta limita le occasioni di mobilità sociale.

Il quartiere è frequentemente coinvolto dal fenomeno della desertificazione dei servizi, evidenziato molto bene dalle ricerche effettuate sulle periferie milanesi, e che risulta uno tra i più sentiti dagli abitanti (Mugnano 2007). Con l’avvento della distribuzione di massa, il commercio di vicinato che trova il suo habitat naturale nel quartiere, cercano di sopravvivere, incontrando grandi difficoltà nel rimanere “competitivi”, sia per quanto riguarda i prezzi sia per la scelta della merce. Molte ricerche evidenziano l’innegabile contrazione avvenuta negli ultimi venti anni nel settore del piccolo commercio che meno di altri ha saputo interpretare il cambiamento, fino al punto che oggi interi quartieri sono privi del commercio di vicinato in grado di garantire dinamismo alla vita di quartiere.

Il passaggio agli anni '90 segna pesantemente l’avvento della grande distribuzione con significative riduzioni sia nel numero di attività sia di addetti. Il settore alimentare è quello che prima di tutti e in misura maggiore percepisce i cambiamenti nel commercio, è il primo a subire l’ingresso della grande distribuzione ed è il primo ad entrare in una forte fase di contrazione. Secondo Bonomi (2007) è un ridimensionamento che ancora oggi sta passando attraverso una razionalizzazione selettiva degli esercizi: “solo chi è in grado di leggere ed interpretare l’andamento del mercato ricercando nicchie o settori nuovi, o riscoprendo antiche vocazioni, riesce ad attraversare questo complesso periodo”.

Ripercorrendo a grandi passi il significato del quartiere nella storia della sociologia urbana ci si può rendere conto quanto questo concetto sia stato centrale per molte riflessioni e come anche oggi non abbia esaurito la sua fecondità. Luogo di controllo sociale, dimensione naturale e fondamentale per il piccolo commercio, terreno di scontro e di negoziazione il quartiere si ripropone ancora oggi come ambito estremamente significativo di indagine. Risulta essere particolarmente rilevante per quelle persone che, come precedentemente spiegato, sentono più il “peso della distanza” e per diverse ragioni si trovano vincolati nell’ambito spaziale più prossimo; non solo, il quartiere è il luogo in cui si sviluppano ed emergono quelle risorse materiali e immateriali denominate capitale sociale che sono la chiave di molti progetti di rigenerazione urbana.

#### 4.3.4 Associazioni e siti di quartiere

Le associazioni hanno un ruolo importante, in quanto sono lo strumento che dà voce al quartiere in modo coordinato, crea dialogo e così facendo contribuisce alla ricostruzione della comunità.

Laddove tali associazioni non esistono, ecco che la paura oppure pregiudizi strumentalizzati possono dividere la popolazione, incoraggiare l’ostilità verso le minoranze o anche impedire che si sviluppino positività all’interno della comunità. Laddove già esiste un’associazione, essa può prevenire tali ostilità ed indirizzare il quartiere verso una direzione costruttiva.

Altro catalizzatore delle voci del quartiere sono i *neighborhood sites*, siti di vicinato o di quartiere. Spazi Web in cui gli abitanti di uno stesso isolato raccontano la storia del quartiere, si scambiano notizie, si danno appuntamento al bar, organizzano serate o eventi, consultano offerte di lavoro e annunci immobiliari.

Possono essere considerati come espressione del desiderio di creare un luogo che sopperisca alla fretta con cui ci si vede sul pianerottolo di casa o ci si scambia uno

sguardo per strada, questi siti rispondono al bisogno di approfondire le relazioni interpersonali e di riconoscersi in un gruppo, di appartenere ad una realtà sociale ben definita e dall'aria familiare. Una sorta di reazione al senso di smarrimento e di solitudine che si prova vivendo in una città le cui dimensioni dilatate e i ritmi frenetici disperdono e ostacolano le relazioni. Oppure una risposta alla città di provincia, dove un po' la pigrizia un po' gli appuntamenti di lavoro e di famiglia lasciano poco spazio alla vita sociale. Emergono una sorta di orgoglio e di legame al quartiere, e un desiderio di uscire, virtualmente, dalle mura domestiche per continuare o iniziare una conversazione con il proprio vicino di casa, per condividere serate, interessi e tempo libero. Ne esce un nuovo significato di famiglia: allargata, estesa, quella che oggi sociologi e giornalisti chiamano "tribù urbana" e che corrisponde ad un gruppo di amici, alle persone di un condominio o a quelle che vivono in uno stesso quartiere.

Come ci conferma Brett Wynkoop, fondatore di Brooklynonline, con i siti di quartiere si assiste ad un'inversione di tendenza: l'Internet delle grandi distanze lascia il posto ad un digitale "porta a porta", in cui il flusso d'informazioni e di messaggi virtuali avviene nel giro di poche centinaia di metri. In Italia, i siti di quartiere si sono sviluppati a partire dal 2005.

#### zonaisola.it.

Isola è uno di quei quartieri definiti ormai "creativi", dove le realtà artigiane di un tempo si trovano a stretto contatto con spazi d'arte, negozi alternativi e ristoranti di qualità. I suoi abitanti lo definiscono un "paese", dove le persone si conoscono e si salutano, si aiutano e convivono, capitalizzando le loro differenze culturali, etniche e linguistiche.

Oggi il quartiere sta subendo pesanti trasformazioni urbanistiche: la città della Moda sorgerà proprio a due passi; gli affitti aumentano, i centri sociali e culturali degli anni '90 vengono sgomberati diventando palazzine residenziali, i luoghi di aggregazione spariscono lasciando il ruolo di spazio pubblico a locali e attività private.

Come diventerà Isola? E soprattutto, cosa vorrebbero i suoi abitanti?

Il Laboratorio Creativo sullo Spazio Pubblico (progetto di esterni) si è interrogato su questi temi e ha deciso di conoscere meglio le realtà del quartiere, andando direttamente ad intervistare abitanti e negozianti, associazioni e artigiani. Hanno scoperto che, al di là dei pregi e difetti raccontati dagli "isolani" – siano essi di vecchia data o di arrivo più recente -, Isola conserva una sua identità, del tutto particolare rispetto al panorama cittadino. La sensazione di "isolamento" ha forse preservato il tessuto di relazioni quotidiane, le chiacchiere con i negozianti, gli spostamenti a piedi ma provoca anche ansie e paure nei confronti dei cambiamenti già in corso e prevedibili. Certo, l'incontro fra diversità ha sempre prodotto nuove energie nel quartiere, purché esse riescano a venire a contatto e ad accrescersi reciprocamente.

E allora, esterni, insieme a CityO e Mediatra (tre realtà che fin dalla nascita si occupano di spazi pubblici, questioni urbane e relazioni fra cittadini), ha deciso di promuovere uno strumento di messa in rete, un sito web indipendente, chiamato zonaisola.it, uno spazio virtuale dove le persone possano esprimersi liberamente sul proprio quartiere, le associazioni possano presentare le loro attività e i loro eventi, i cittadini possano proporre progetti condivisi per migliorare Isola, i suoi servizi e i suoi spazi pubblici.

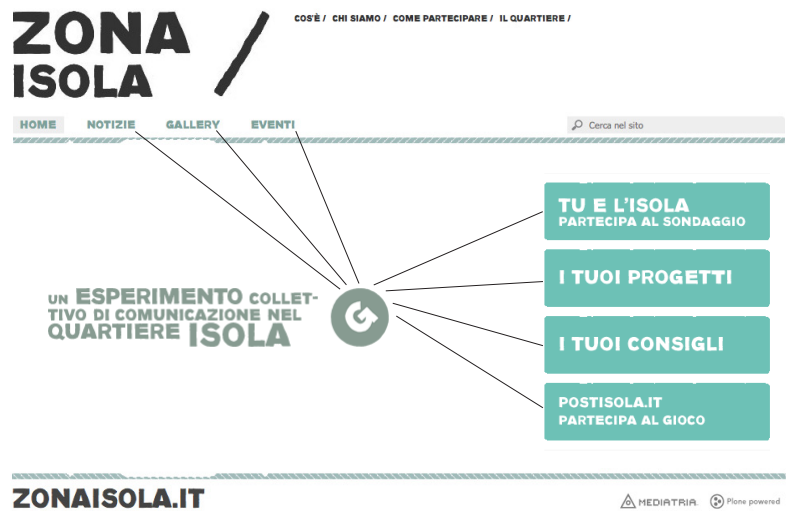
Ma le realtà promotrici sono solo il volano. Il motore è nelle mani dei residenti, delle associazioni e delle imprese del quartiere. L'evento Girano Voci ha accompagnato il debutto del sito web perché le relazioni possono sì partire dal virtuale ma si devono poi realizzare e concretizzare, in un quartiere come Isola soprattutto.

Dopo i mesi di indagine e sopralluoghi, ora l'attenzione del Laboratorio si sta rivolgendo a quegli spazi pubblici degradati e sottoutilizzati, con un potenziale che può essere fatto riscoprire agli abitanti attraverso azioni temporanee e di rivitalizzazione. Piazzale Archinto con i suoi alberi e le sue aiuole inaccessibili, il Cavalcavia Bussa, oggi simbolo della marginalità ma anche della possibilità di unione e incontro con altre parti della città. Il Laboratorio attende consigli e suggerimenti da tutti gli abitanti e i frequentatori del quartiere Isola.

13. Invito all'evento *Girano Voci*, Piazza Minniti, Isola, Milano, 18 giugno 2010



14. Grafica dal sito [www.zonaisola.it](http://www.zonaisola.it)



## NOTE

01. Terzi C., *Introduzione all'arredo urbano*, in AU n°1, 1981

02. Ugo La Pietra, *Abitare la città. Ricerche, interventi, progetti nello spazio urbano dal 1962 al 1982*, Alinea Editrice, Firenze 1983

03. Gillo Dorfles, Introduzione a "Abitare la città. Ricerche, interventi, progetti nello spazio urbano dal 1962 al 1982" di Ugo La Pietra, Alinea Editrice, Firenze 1983

04. Pasqualino Carbone, *Aggregazioni umane e forma della città*, in *La città multietnica: cultura della socializzazione*, a cura di Antonio Piva, Marsilio Editori, Venezia 1996, p.147-148

05. Roberto Formigoni -ex-presidente della Regione Lombardia-, *Cultura e socializzazione nelle città europee del terzo millennio*, in Antonio Piva, Maria Antonietta Crippa, Pierfranco Galliani (a cura di), *Convegno Internazionale Milano 5-6 marzo 1997*, Franco Angeli, Milano 1997, p.14-15

06. Marzio Tremaglia -ex-Assessore alla Trasparenza e Cultura, Regione Lombardia-, *Cultura e socializzazione nelle città europee del terzo millennio*, in Antonio Piva, Maria Antonietta Crippa, Pierfranco Galliani (a cura di), *Convegno Internazionale Milano 5-6 marzo 1997*, Franco Angeli, Milano 1997, p.23

07. Paolo Portoghesi, *Dibattito*, in *Atti del seminario Lo spazio della celebrazione religiosa e le arti*, Milano, Sinai Edizioni, 1995, p.24

08. Pierfranco Galliani -docente di Progettazione architettonica, Politecnico di Milano-, *Cultura e socializzazione nelle città europee del terzo millennio*, in Antonio Piva, Maria Antonietta Crippa, Pierfranco Galliani (a cura di), *Convegno Internazionale Milano 5-6 marzo 1997*, Franco Angeli, Milano 1997, p.62
09. Guido Martinotti, *Spazio e società nella metropoli contemporanea*, in *La città multietnica: cultura della socializzazione*, a cura di Antonio Piva, Marsilio Editori, Venezia, 1996, p.41
10. Pasqualino Carbone, *Aggregazioni umane e forma della città*, in *La città multietnica: cultura della socializzazione*, a cura di Antonio Piva, Marsilio Editori, Venezia, 1996, p.149
11. Ivan Illich, *La Convivialità*, Mondadori, Milano 1978
12. Francesca Zajczyk, *Milano. Quartieri periferici tra incertezza e trasformazione*, Mondadori, Milano 2005
13. Barbara Borlini, Francesco Memo, *Milano 2008. Rapporto sulla città*, Franco Angeli, Milano 2008
14. op. cit., *Milano 2008. Rapporto sulla città*
15. Alfredo Mela, *Sociologia delle città*, Carocci Editore, 2006
16. op. cit., *Milano 2008. Rapporto sulla città*

## IMMAGINI

01. *Ferté Vidame installation*, 5.5 designers, Fondations de mobilier, 2007 - Foto: Thomas 01. *Laundry*, Gianni Pettena, installazione per Campourbano, Como, 21 settembre 1969
02. Intervento di guerrilla gardening
03. Logo del progetto *PARK(ing)*
04. Locandina per l'evento *Città in rivoluzione*, Associazione Culturale esterni, Milano, 16-24 aprile 2004
- 05-06-07. *Open-Air-Library*, KARO\* with Architektur+Netzwerk, Magdeburg, Germania, 2009
08. *Loop Bench*, Jeppe Hein, 2006 - Location dell'installazione: Liverpool Biennale, 2006 - Foto: Alexandra Wolkowicz
09. *Boom Bench*, Michael Schoner di NL Architects, per Urban Play 2 (Experimenta Design), Amsterdam, 2008
10. *Streeeeeet Bench*, Vincent Wittenberg e Guy Königstein, 2010
- 11-12. *Bevetene tutti*, Public Design Festival, Milano, 2010
13. Invito all'evento *Girano Voci*, Piazza Minniti, Isola, Milano, 18 giugno 2010
14. Grafica dal sito [www.zonaisola.it](http://www.zonaisola.it)



# 5.

## CASI STUDIO

---

### 5.1 esterni

#### 5.1.1 Chi è esterni

esterni (si scrive minuscolo) è un'associazione culturale senza scopo di lucro, attiva dal 1995 a Milano. Un gruppo di professionisti che lavora nello sviluppo e produzione di progetti culturali in Italia e nel mondo. esterni da quindici anni porta avanti un progetto culturale che si occupa della città, delle persone che la abitano, degli spazi pubblici in centro e nelle periferie. Sono specializzati nella riprogettazione di spazi pubblici e nella creazione di eventi di aggregazione, nello sviluppo di servizi per piccole e grandi comunità e nell'ideazione di campagne di comunicazione partecipate.

#### 5.1.2 Obiettivi

esterni è un'associazione culturale no profit. Ogni idea e progetto vengono realizzati grazie al sostegno di istituzioni pubbliche e private, ma soprattutto tutti i progetti e le attività di esterni hanno come obiettivo la riscoperta degli spazi pubblici come bene

comune perché base della nostra storia, come luoghi di condivisione e di crescita personale e collettiva, la creazione di relazioni tra le persone e l'invenzione di nuovi spazi e modalità di socializzazione.

Queste considerazioni sono molto importanti, soprattutto se si pensa ad una città come Milano, dove gli spazi pubblici sono sempre meno, a rischio di abbandono e sottratti del loro valore principale di luogo di incontro, conoscenza e formazione quotidiana; è facile accorgersene quando si visitano città dove la cultura dello spazio pubblico è ancora al centro della vita quotidiana e delle politiche urbane.

Agire sulla città nei suoi spazi, nelle piazze e nelle strade, lavorare nei cosiddetti non luoghi: questo è uno degli obiettivi primari di esterni. Dall'osservazione continua del mondo, da un'incessante riflessione sugli spazi pubblici nasce esterni, da ciò trae spunto e ispirazione per organizzare e proporre alternative, nuovi modi per vivere la città suggerire nuove abitudini e comportamenti. Sotto il progetto di design pubblico, riunisce temi solo ora molto diffusi e sulla bocca di tutti, quali la sostenibilità, la flessibilità, l'integrazione e l'interazione, per una città a misura d'uomo.

Gli spazi urbani cambiano, si modificano continuamente sotto gli occhi di tutti, nascono senza sosta cantieri, progetti e idee per mutare il volto delle città. Qualcuno parla di "rinnovamento", altri di "speculazione", altri ancora di "azioni di make-up". Al di là del dibattito infinito sulla natura di queste trasformazioni, quello che probabilmente manca alla base è un "disegno" comune: molto spesso si costruisce senza tener conto che le città sono luogo di relazioni, di scambi e di interazione tra le persone. Si edificano quartieri, complessi residenziali e piazze senza pensare sufficientemente ai cittadini, alle loro abitudini, ai loro bisogni, senza porre l'attenzione alla costruzione di luoghi per la socialità, di spazi di condivisione aperti a tutti, che siano veramente utili e funzionali alla vita collettiva.

#### 5.1.3 Catalogo delle idee e dei progetti per lo spazio pubblico

Convivium: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.



01. La panca di tutti, esterni  
Foto: Masiar Pasquali



02. Panchina circolare, esterni  
Foto: Masiar Pasquali



Idee, progetti e interventi  
per un design pubblico

Ideas, projects and interventions  
for a public design





Recentemente è stato pubblicato il catalogo dei progetti e delle idee per lo spazio pubblico che esterni ha pensato, realizzato e presentato in 15 anni di lavoro sulla città, attraverso un movimento di design pubblico. Sono progetti che negli anni sono cresciuti, si sono sviluppati, in molti casi sono stati realizzati anche grazie al supporto di aziende e amministrazioni pubbliche lungimiranti; un aiuto fondamentale perché non rimangano soltanto sulla carta. Sono progetti che nascono a Milano, da una riflessione costante e attenta sulla città, ma che possono essere facilmente adattabili ad altre situazioni, esportati e realizzati in qualsiasi città del mondo.

Questi progetti non sono protetti da un copyright; il catalogo è anzi un invito per amministratori pubblici e privati a trarvi ispirazione, a provare a realizzarli, purché non a scopo pubblicitario, ed è un incitamento rivolto a tutti a provare a immaginarsi una città diversa.

#### 5.1.4 Public Design Festival

Tra i principali progetti di esterni c'è il Public Design Festival, una tra le diverse iniziative che pongono la collettività al centro del processo di riappropriazione degli spazi urbani. Alla domanda di trasformazione delle nostre città, si risponde attraverso pratiche di espressività diffusa proveniente "dal basso", con lo scopo di modificare la relazione, tradizionalmente passiva, tra cittadino e contesto urbano. Il Festival si svolge in concomitanza con il Salone del Mobile. La grandezza dei due eventi non è certamente paragonabile ma la loro concomitanza offre la possibilità di porre degli interessanti interrogativi. La scelta di far coincidere la manifestazione con l'evento che ha superato per visibilità e numero di partecipanti persino la settimana della moda, non è solo una sapiente operazione strategica per offrire maggior visibilità al festival, ma ha un significato dichiaratamente simbolico. L'intento è quello di innescare delle dinamiche di riappropriazione dello spazio pubblico, attraverso un'operazione che ripropone il valore del concetto di bene collettivo ma che lo interpreta nell'accezione di spazio privato condiviso: in questo caso, il termine privato non è inteso nel suo

significato più immediato ma riunisce in tutti quegli aspetti positivi che vengono investiti nel progetto e maniera di vivere i nostri ambienti personali: interesse, cura, ricerca progettuale, attenzione ai mutamenti degli stili di vita e alla personalizzazione dei contesti. L'auspicio è quello di canalizzare queste energie nei processi di trasformazione e fruizione dello spazio pubblico al fine di ricucire la relazione tra cittadino e tessuto urbano. Il motto della manifestazione è semplice e diretto: "vivere la città, non attraversarla".

Ormai diversi anni fa Andrea Branzi cominciava a teorizzare una città concepita come successione di "interni" pubblici, in cui il processo di trasformazione dello spazio urbano avveniva attraverso pratiche di progetto deboli, diffuse, flessibili e leggere, assimilabili alla logica dell'allestimento. Questa maniera di lavorare per la riqualificazione del tessuto cittadino sembra, consapevolmente o inconsapevolmente, essere parte del DNA di iniziative come il Public Design Festival.

Il valore specifico della manifestazione sta nello sforzo di aprire questa cultura del progetto alla collettività, per renderla soggetto partecipe del processo di modificazione degli spazi esterni. Questa operazione si traduce, infatti, in una serie di iniziative che pongono il cittadino al centro della scena. La domanda che si è posto il comitato organizzatore del festival è: come il design può migliorare il rapporto tra cittadini e spazi pubblici? Attraverso soluzioni che offrano alternative semplici e attuabili, la cui progettazione sia strutturata in base alle esigenze dell'uomo. Una proposta assimilabile ad una sorta di Human Centered Design<sup>01</sup>, riproposta per lo spazio pubblico.

Per comprendere come questo tipo d'approccio si traduca nelle varie iniziative del festival, consideriamo il terreno di confronto scelto dagli organizzatori: l'area compresa tra Porta Genova e Via Vigevano, un frammento di città con le caratteristiche di un microcosmo per le diverse funzioni ospitate al suo interno. Un primo gruppo di iniziative è incentrato sul coinvolgimento attivo della cittadinanza che, attraverso una serie di performances artistiche dal carattere ludico, viene stimolata a riflettere sul concetto di spazio pubblico. Questi eventi, distribuiti uniformemente per tutta la durata del festival, sono stati animati da progettisti provenienti da diversi paesi del mondo, selezionati per la loro ricerca sperimentale sui temi della trasformazione urbana (tra cui cito Cascoland, Feld74 e Topotek1). Nei quattro mesi precedenti al





**ERSI A NUDO**  
**COVER ONESELF**

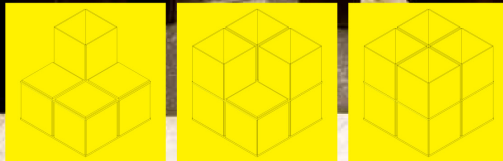


4

## AGRITOURING

carciofo  
artichoke

modulo orto mobile  
mobile garden module



5

## FOOTBATH FOR ALL

kit per pediluvio urbano  
urban footbath kit

**AVETE L'ACQUA IN CASA?**  
**DO YOU HAVE RUNNING WATER AT HOME?**

*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.



08. *La Sfacciata*, Cascina Cuccagna, esterni  
Foto: Masiar Pasquali

festival, esterni ha intervistato gli abitanti del quartiere, stimolandoli a raccontare esigenze e punti di vista. Ecco dunque il progettista che assume il ruolo di interprete delle esigenze della comunità attuando pratiche di progettazione partecipata. Il risultato di questo processo è stato un progetto di comunicazione visiva condiviso, un lavoro fotografico di ricostruzione dell'identità del quartiere e la partecipazione diretta agli episodi del festival. Nel corso dell'evento, questo tipo di iniziative è stato affiancato da un ripensamento sistematico di servizi offerti per agevolare la fruizione dello spazio pubblico. Percorsi guidati, mezzi per la mobilità alternativa a noleggio, chairsharing, bedsharing, musica in cuffia, community, connessione poken, aree protette per relax, lavoro e street food. Questo ultimo aspetto, la riprogettazione strategica e sistematica di servizi che rendano la città più accessibile, è particolarmente importante, perché sottolinea la peculiarità di questo festival: la volontà di affrancarsi dalla modalità di interpretare la trasformazione dello spazio pubblico esclusivamente attraverso la pratica della guerrilla per divenire invece alternativa concreta e attuabile. L'ultima iniziativa che intendo citare raccoglie una serie di proposte innovative per la riqualificazione dello spazio pubblico attraverso un concorso internazionale di idee. L'aspetto più interessante di questa operazione è l'ambito individuato per il confronto: i progettisti sono chiamati ad elaborare soluzioni che occupino uno spazio di misura 2x5m, normalmente destinato al parcheggio di un'automobile.

Nove piccole aree vengono sottratte alla sosta delle macchine per ospitare i progetti vincitori, realizzati a scala reale, selezionati tra i 650 partecipanti. L'immagine finale che ne risulta è quella di una sorta di virus, portatore di valori positivi, che s'insinua capillarmente nello spazio indifferenziato della città, modificandolo. Le opere, allestite per il tempo della durata del festival, realizzate con l'ausilio di un budget limitato sono assimilabili ad una sorta di concetti spaziali. Il loro linguaggio è ironico e leggero, quasi fragile. Pur avendo una forte valenza simbolica, come nel caso delle performance artistiche tipiche della guerrilla, la loro ricerca si sposta dal piano della sintesi formale ed espressiva a quello del valore d'uso. Tutte le proposte sono organizzate attorno allo studio di modalità di fruizione dello spazio pubblico e al tentativo di generare connessione tra gli individui che lo popolano. Ritroviamo stanze per la quiete, isole d'aria pura, frammenti di verde, spazi per la sosta informale e socializzante. Come se tutte le attività che normalmente sono confinate all'interno di aree protette,

verdi e non, si scomponessero per colonizzare con modalità minima e diffusa il territorio cittadino. C'è spazio anche per riflettere sulla struttura della società, sul valore delle differenze sociali e sulle pratiche di recupero degli scarti urbani. Tutte queste proposte hanno il valore di un esercizio di riflessione sperimentale, il cui obiettivo è contribuire a indirizzare la trasformazione del territorio cittadino verso uno sviluppo socialmente sostenibile. Non a caso la rimodellazione delle comunità cittadine è una delle tematiche principali che Shanghai 2010 ha scelto per la costruzione della Better City.

Questo colloca la manifestazione all'interno di un vasto ed eterogeneo panorama di iniziative, molto differenti per livello istituzionale, dimensione, e modalità di articolazione ma con un unico denominatore comune, l'indagine sulle forme di modificazione del territorio urbano. Il Festival contribuisce con il suo approccio leggero ma contemporaneamente concreto e per l'immediatezza della sua struttura comunicativa poiché l'obiettivo è generare cultura e organizzare la domanda per la trasformazione delle nostre città.

## 5.2 Altri casi studio

La mappa dei possibili riferimenti è assai ricca. Esistono esperienze in numerose reti di ricercatori, associazioni, gruppi informali.

Mi sono limitata a trattare i casi che ritengo maggiormente significativi in questa sede; ne incontreremo altri più avanti.

### 5.2.1 Urban Play 2008

Manifestazione sulla creatività urbana organizzata e curata da Scott Burnham (direttore creativo del Centro "Urbis" per la cultura urbana di Manchester e della recente Biennale di Montreal 2009) in collaborazione con Droog Design all'interno della biennale ExperimentaDesign 2008.

Otto giorni per completare un'opera e solo poche ore per "spazzarla" via. Era il 13 settembre 2008 quando l'installazione "Obsession Make My Life Worse And My Work Better" di Sagmeister Inc. (tratta dalla serie "Thing I have learned in my life so far" di Stefan Sagmeister), cominciava a prendere forma in una piazza di Amsterdam. Un progetto molto complesso e impegnativo; una grande composizione con oltre 300.000 centesimi di Euro messa in opera pazientemente da più di 150 volontari, con l'ausilio di dettagliate mappe per la collocazione delle singole monetine sullo spartito delle lastre della pavimentazione. Il programma progettuale prevedeva il lento dissolvimento del grande puzzle mano a mano che le persone avessero spostato o sottratto le monetine; ma una città è sempre una realtà complessa e imprevedibile. A seguito di una chiamata notturna, fatta da un onesto cittadino olandese per denunciare la sottrazione di alcune monetine, la polizia, con scope alla mano, rimosse l'opera mettendola così definitivamente in sicurezza. Il progetto interagente di Sagmeister fu solo uno dei 13 realizzati sul lungofiume di Amsterdam per Urban Play 2008. Scott Burnham esplora di continuo gli ambiti creativi della cultura urbana, nonché quelli dell'innovazione artistica che ha caratterizzato negli ultimi anni i contesti occidentali e orientali.

La scelta critica posta alla base delle realizzazioni di Urban Play, riconducibili a una forma di guerilla design, sperimentava nuove forme di espressioni creative dello spazio urbano, tutte rigorosamente senza autorizzazione, alla ricerca di un design cittadino "open source".

Urban Play riguardava la creazione di una democrazia di progettazione nelle strade della città, consentendo alle persone di dare forma, alterare e interferire creativamente con gli oggetti e aree comuni della città, ridefinendo il design urbano come un processo pubblico aperto e non un prodotto stabilito. Non c'erano istruzioni per i residenti della città su cosa fare con i nuovi progetti, o cosa fosse giusto o sbagliato, ma c'era semplicemente una mappa che indicava dove si trovavano.

In Sculpt Me Point di Marti Guixè le persone si imbattevano in un enorme cubo di cemento facile da incidere, che dava loro la possibilità di creare personalmente una scultura pubblica. L'unica guida creativa che veniva fornita loro erano martelli e scalpelli legati al centro dell'immenso cubo di cemento. Qualche ora dopo la sua installazione le persone si fermavano, lo osservavano e qualche secondo più tardi si mettevano a scolpire, intagliando parole, facce e altre forme scultoree. Con Moving Forest degli NL Architects, le persone avevano accesso a un vasto assortimento di alberi, arbusti, piante e altra vegetazione posti in dei carrelli che potevano spostare e riposizionare come volevano, consentendo ai residenti urbani di collocare questa vegetazione in punti diversi della città e organizzare uno spazio verde in base alle loro preferenze. Se alla persona o al gruppo successivo che arrivava alla foresta mobile non piaceva la sistemazione, potevano riorganizzarla loro stessi. Nell'installazione del Nothing Design Group Fishes in the Sky, dei pesci nuotavano nel cielo quando il vento soffiava, le persone potevano prenderli e attaccarli sulle loro biciclette e interagire con essi sui ponti pubblici.

«Pensai – racconta Burnham – di chiedere ad artisti e designer provenienti da diverse città come Buenos Aires, New York, New Delhi, Barcellona, Londra e altre ancora, di creare qualcosa per Amsterdam. In quei momenti il valore della condivisione dello spazio pubblico urbano fu creato al di fuori del progetto fisico, divenendo un'esperienza emozionale e narrativa. Proprio la consapevolezza delle differenti culture, nelle loro diverse attitudini, permisero maggiormente la condivisione. In questo modo nuove relazioni, non solo specifiche alle strade di Amsterdam, possono prendere forma tra le differenti culture urbane del mondo». Quanto detto definisce una prima e fondamentale riflessione sul nostro comune senso di appartenenza e conoscenza dello spazio urbano, poiché c'è la consapevolezza che la creatività individuale, più o meno spontanea, può interpretare e risolvere molte delle problematiche della vita collettiva. Il progetto Urban Play mostra come questa creatività sia una manifestazione necessaria e originale delle città, capace di trasformarne la visione e il suo paesaggio fisso in una piattaforma programmatica per il progetto dello spazio pubblico. Attraversando il principio del "rapporto" tra il cittadino e il suo contesto, la ricerca di Burnham sull'esperienza condivisa mediata da questi "sistemi artistici" è di fatto inesauribile, perché non solo è vitale per le nostre relazioni con l'ambiente urbano,

ma anche per quelle che stabiliamo con gli altri. «Proprio come è avvenuto con i progetti di Amsterdam, – prosegue – si possono instaurare dinamiche relazionali che possiamo definire “comunità di esperienze”, poiché credo che sia l’esperienza condivisa a creare una comunità, così come un tempo, nel passato, erano i luoghi geografici a crearla».

Artisti di fama internazionale o designer del calibro di Ji Lee, Martín Ruiz de Azúa, Martí Guixé o il già citato Stefan Sagmeister hanno quella capacità di raccogliere frammenti significanti del paesaggio urbano e di stabilire tra loro nessi attraverso cui è possibile far dialogare una pluralità di concetti. Scaturisce così una conoscenza dell’immagine dei luoghi capace di restituirne una più ampia percezione.

Artisticamente i loro modelli di riferimento sono spesso le avanguardie del Novecento, dal dadaismo all’Internazionale situazionista, ma senza avere la pretesa di voler cambiare la cultura, le mentalità, le condizioni di vita individuali e sociali. Essi propongono dei modelli percettivi, sperimentali, critici e partecipativi che si inseriscono più in una visione frammentata che globale. I loro lavori, non avendo quelle finalità di costituirsi come realtà utopiche o immaginarie, rappresentano realisticamente modelli di presenza e di azione all’interno del campo urbano esistente, creando la condizione per cogliere le potenzialità di un’arte e di un design di tipo relazionale. Sono creazioni ed esplorazioni che vanno a costituirsi come infiniti micro-territori di condivisione conficcati nello spessore della società contemporanea.

Molto spesso sono piccoli gesti ([www.traseone.blogspot.com](http://www.traseone.blogspot.com)), effettuati al di sotto, a lato, ai margini degli spazi generati dalla città. Perfino le ombre urbane, mobili e cicliche, diventano protagoniste inaspettate di effimere pitture (TR853-1). Se è vero che l’essenza della pratica artistica risiede nell’invenzione di relazioni fra soggetti, questi interventi sono il risultato del lavoro di artisti che intessono rapporti con il mondo generandone continuamente degli altri. La loro strategia dinamica si materializza nella forma dell’incontro.

La collettività può partecipare attivamente alla costruzione o all’uso dell’opera o esserne semplicemente catturata. Questa caratteristica di essere in situazione, attraverso forme non stabilite a priori ma spesso suggerite dal contesto, libera la creazione di nuove realtà relazionali; l’osservatore, il passante, il turista, l’automobilista, oscilla

tra lo statuto di consumatore passivo e quello di testimone, di associato, di cliente, di co-produttore, di protagonista. Si partecipa al gioco che l’artista|designer ha inventato e che non possiede altra regola se non quella che ciascuno spettatore|passante è capace momentaneamente di immaginare.

Oggi la partecipazione più o meno attiva dello spettatore, già teorizzata dagli happening e dalle esperienze situazioniste e fluxus, è diventata una costante della pratica artistica. La transività dell’oggetto culturale, come fatto compiuto, ci induce a riflettere sull’importanza di una possibile estradizione dei “luoghi dell’arte” specifici a favore di una discorsività artistica diffusa. Queste realizzazioni concepite come nuove forme di apertura culturale, possiedono un loro universo di forme, di problematiche e percorsi del tutto singolari, dove non uno stile definito, una tematica o un’iconografia li accomuna. Condividono un programma forse ben più importante, in cui si esalta il senso pratico e teorico dell’interattività sociale all’interno dell’esperienza estetica proposta.

Il filo rosso è una nuova visione della prossimità che relativizza i luoghi scelti in scene per esporre dialoghi. Burnham suggerisce come «esiste un’intima relazione tra i progetti investigati e lo specifico contesto urbano in cui essi sono creati», e ne rimarca il concetto citando quanto Leon Reid IV ([www.leonthe4th.com](http://www.leonthe4th.com)) ha affermato relativamente al suo metodo di lavoro: “Se ho una certa idea che mi vola per la mente e che potrebbe uscire fuori, io vado in giro per tutta la città a cercare esattamente il posto dove meglio potrebbe prendere forma. Faccio poi un paio di schizzi dell’area e poi comincio a fare il pezzo. Altre volte invece, occasionalmente mi imbatto in delle aree così prive di vita e di umorismo che ho un’incredibile voglia di combinarvi qualcosa. Faccio fotografie dell’area e tornato a casa lo studio, poi sviluppo un pezzo su cosa esattamente sia mancante in quello spazio. Guardo a queste aree come un sarto, che prende le misure del cliente per fargli il migliore abito su misura o come un dottore, che esaminando il paziente, prescrive la giusta medicazione”<sup>02</sup>.

Modificare, cambiare aspetto, intervenire creativamente sull’esistente e modificarne le proprietà estetiche, funzionali e/o comunicative. È l’atteggiamento creativo che meglio definisce le tematiche personali di questi artisti/designer che, nella comunanza della priorità accordata agli spazi della coabitazione e della relazione, conducono

Convivium: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

Urban Play 2008,  
manifestazione sulla creatività urbana organizzata e curata da  
Scott Burnham in collaborazione con Droog Design all'interno  
della biennale ExperimentaDesign, Amsterdam, 2008

## DROOG EVENT 2 URBAN PLAY

Ed. Scott Burnham

09-10. *Obsessions make my life worse and my work better*, Stefan Sagmeister, Urban Play, Amsterdam, 2008





11. *Sculpt me point*, Martí Guixè, Urban Play, Amsterdam, 2008



12. *Fish in the sky*, Nothing Design Group, Urban Play, Amsterdam, 2008



il cittadino alla consapevolezza del contesto nel quale si trova. Si focalizza così un momento piuttosto che un oggetto, e questo momento può resistere per lungo tempo, fino a che la città lo rende visibile. “È la democrazia ultima della creatività – conclude Scott Burnham – basta camminare per strada per far parte di essa”.

### 5.2.2 PARK(ing)

Gli atti di guerrilla design, guerrilla gardening, gli adaptive urban models, l'occupazione del suolo pubblico (vedi ad esempio il progetto PARK(ing), [www.parkingday.org](http://www.parkingday.org)), costituiscono una vasta sperimentazione sul come vivere la città. Parte della comunità respinge queste manifestazioni non autorizzate come azioni dilettantistiche di gioco-creatività, o nella peggiore delle ipotesi come atti di vandalismo, in realtà ci sono i presupposti per una nuova relazione estetica tra l'individuo e la città fisica, marcando un'evoluzione della street-art nella scena dell'urban design.

### 5.2.3 Esibisco

Esibisco opera a Firenze e nel resto d'Italia dal 2005. È un laboratorio dove s'incontrano laureati ed esperti di design, di tematiche sociali e ambientali, di comunicazione e di progettazione, spinti dalla volontà di creare una serie di eventi a basso costo, ma dal forte potenziale emozionale-contenutistico, che abbiano la città come cornice e che mirino al recupero di spazi meno vissuti, dimenticati, anche i più impensabili. Organizza mostre temporanee da allestire all'aperto, in spazi inusuali, che vengono riaperti per l'occasione e successivamente richiusi. L'intento è suscitare curiosità, stupire per far riflettere, permettere ai cittadini di riappropriarsi della città, permettere che si inizi a creare una coscienza contemporanea e che la gente co-

minci a respirarla. La sua filosofia si fonda sulla riappropriazione degli spazi urbani e non, da parte dei cittadini, dando vita ad una continuità espositiva atipica: ad uso dei passanti e gratuita. L'intenzione è creare un'occasione di riscoperta dell'abitare quotidiano e fare della città una sorta di museo sperimentale all'aperto. Un progetto che fa del coinvolgimento e della voglia di fare le sue armi principali.

### 5.2.4 Urbano

Il progetto di na3, nato nel 2009 è un supporto per scopa, paletta e sacchetti di libero consumo pubblico. Un supporto-totem urbano per appoggiare una qualunque scopa con paletta e alloggiare comuni sacchetti di plastica, elementi che il cittadino sceglie di regalare alla comunità per farne pubblico utilizzo. È un oggetto pensato come attivatore di pubblica civiltà, dove ognuno pulisce il suo angolo di parco, strada, marciapiede, compensando l'incuria e il degrado con una generosa offerta di pulizia. Gli elementi vengono sostituiti nel tempo in base alle offerte spontanee dei cittadini; il supporto resta.

### 5.2.5 Urban Speaker

Un treppiedi, un altoparlante, uno smartphone ed un numero di telefono. Questi gli elementi dell'installazione “Urban Speaker” a New York City di Carlos J. Gómez de Llarena, che trasforma il luogo in un palcoscenico per la comunicazione istantanea di massa, re-immaginando l'esperienza personale e collettiva dello spazio pubblico, nell'era della comunicazione non-stop. Gli utenti hanno a disposizione 60 secondi per lasciare il proprio messaggio. Il progetto esplora le possibilità di spazi urbani multimediali creati con l'introduzione di telecomunicazioni e tecnologie interattive



nei nostri ambienti edificati. Interventi temporanei come questo cercano di re-immaginare quello la nostra esperienza personale e sociale degli spazi pubblici in un'epoca di comunicazione onnipresente senza sosta. Urban Speaker è stato presentato in anteprima a Tompkins Square Park durante il Festival Conflux 2010 festival di psico-geografia a New York City.

13. *Urban Speaker*,  
Carlos J. Gómez de Llarena, 2010

*Convivium*: il barbecue collettivo.

Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

## NOTE

01. Donad A. Norman fu tra i primi a elaborare questa filosofia progettuale che pone l'utente al centro del processo creativo; Norman D.A., Draper S.W. *User centered system design: New perspective on human-computer interaction*, Erlbaum Associates, Hillsdale, New Jersey, 1986

02. Scott Burnham, *The call and response of street art and the city*, City, 14: 1, p.137-153

## IMMAGINI

01. *La panca di tutti*, esterni - Foto: Masiar Pasquali

02. *Panchina circolare*, esterni - Foto: Masiar Pasquali

03-04-05-06-07. Immagini dal catalogo *Esterni speaks public. Idee, progetti e interventi per lo spazio pubblico*, Minimun Fax, Milano 2010

08. *La Sfacciata*, Cascina Cuccagna, esterni - Foto: Masiar Pasquali

09-10. *Obsessions make my life worse and my work better*, Stefan Sagmeister, Urban Play, Amsterdam, 2008

11. *Sculpt me point*, Martí Guixè, Urban Play, Amsterdam, 2008

12. *Fish in the sky*, Nothing Design Group, Urban Play, Amsterdam, 2008

13. *Urban Speaker*, Carlos J. Gómez de Llarena, 2010



6.

## ESPERIENZE CONDIVISE

---

### 6.1 La ritualità collettiva prima e dopo il web

Negli ultimi decenni la visione della comunità si è profondamente trasformata e si è assistito al passaggio da riti collettivi che si svolgevano in luoghi reali (case, strade, parchi, bar), a processi di aggregazione tecnologici sviluppati in ambienti virtuali (blog, chat, social network). La comunità, insomma, spesso, è diventata community on line (a Facebook hanno aderito 500 milioni di persone in tutto il mondo) e il web ha mutato profondamente il rapporto fra gli individui, sebbene si sia mantenuto inalterato il desiderio di appartenenza e di unità in base a interessi comuni. Fino al 27 Marzo, al Marca di Catanzaro, 14 artisti s'interrogano sull'idea di comunità sociale in un'epoca di radicali trasformazioni. La mostra "Community. La ritualità collettiva prima e dopo il web", a cura di Alberto Fiz e Luca Panaro, nasce dall'esigenza d'interrogarsi sull'idea di comunità sociale in un'epoca di radicali trasformazioni dove la tecnologia ha assunto un ruolo prioritario. Per quest'appuntamento sono stati coinvolti in 14 tra gruppi e artisti di generazioni differenti quali Alterazioni Video, Marina Ballo Charmet, Olivo Barbieri, Gabriele Basilico, Vanessa Beecroft, Cristian Chironi, Mario Cresci, Paola Di Bello, Flatform, Nino Migliori, Adrian Paci, Franco Vaccari, Naomi Vona, Carlo Zanni. Un confronto tra grandi maestri e giovani rappresentanti dei new media che consente di riflettere sul concetto di comunità dagli anni cinquanta ad oggi, attraverso opere fotografiche, video, progetti web e installazioni interattive. Come spiega Alberto Fiz, direttore artistico del MARCA, "si è passati dalla comunità rigida e gerarchizzata, basata su precise linee guida di carattere politico, ideologico e familiare, alla comunità fluida e delocalizzata, priva di un riferimento territoriale, che

si sviluppa prevalentemente in base all'esperienza dei singoli individui. Un percorso che va incontro ad una cultura partecipativa e relazionale descritta con efficacia dal taglio inedito dell'esposizione". Luca Panaro aggiunge: "Gli artisti selezionati sono accomunati dall'utilizzo dell'immagine e da un attento sguardo indagatore nei confronti di una società in continua evoluzione. Riflettere sulla comunità rappresenta per ognuno di questi autori una necessità imprescindibile nell'arduo compito di interpretare il proprio tempo".

Bauman ripercorre le tappe fondamentali degli "sradicamenti" degli individui dalle comunità naturali e dei "reimpiantamenti" in comunità fittizie che li privarono in tutto e per tutto della libertà. L'epoca attuale poi ha fatto il resto: non ci sono più infatti punti di orientamento che indichino un ambiente sociale "stabile", e avanza così la tendenza a non mettere le radici in nessun dove: una strana forma moderna di "cosmopolitismo" che nega a priori la comunità e che produce l'"elite globale". E' segno della civiltà moderna occidentale: egoisticamente improntata sull'individualità, si oppone al senso del gruppo orientale. "L'uomo occidentale considera l'orizzonte come proiezione di sé"<sup>01</sup>.

Branzi dice: "La televisione [...] ha trasformato il pianeta in un unico grande organismo. [...] La possibilità di usare il telecomando permette di cambiare i canali della realtà, di vivere diverse narrazioni reali, diverse storie e comportamenti. La società diviene così politeista, sincretica o eclettica, ma anche sostanzialmente più mono-teista, proprio per l'omologazione delle informazioni che riceve. [...] Il primo secolo del nuovo millennio sarà caratterizzato dai valori di una straordinaria ri-aggregazione antropologica e comportamentale". A tal fine lavorerà il cosiddetto "design esperienziale", naturale evoluzione del design moderno: "protagonista delle trasformazioni in atto delle società complesse, della comunicazione, delle interazioni tra globale e locale, in quanto di queste trasformazioni è progetto, programma d'azione e messa in forma".

Appropriarsi di un mondo vuol dire abitare nel senso di conseguire un'identità individuale entro una comunità complessa e spesso contraddittoria. Ambedue questi aspetti sono importanti: comunità indica condivisione malgrado le diversità, e identità significa non soccombere all'uniformità. Pur rispettando la scelta individuale, la

città dovrebbe trasmettere un senso comunitario di appartenenza. Quando ciò accade si entra in possesso di un luogo condiviso.

In effetti, si avverte il desiderio di spazi di convivialità e socializzazione negati nel contesto di ritmi di vita metropolitani e di rapporti sociali sempre più spersonalizzati.

## 6.2 Nomadismo urbano

L'evolversi degli stili di vita, l'abbandono pressoché totale del nomadismo, la necessità di insediarsi nel tessuto sociale urbano soprattutto da parte dei giovani, rischiano di far disperdere un patrimonio culturale dalle radici antichissime, o di renderlo preda della modernizzazione, stravolgendone l'identità.

E' però forse del tutto scorretto pensare che il nomadismo stia gradualmente scomparendo; è forse più sensato parlare di una sua trasformazione collegata, per la sua natura sistemica, alle trasformazioni che contemporaneamente colpiscono la società e le comunità di individui che la compongono.

Oggi si parla di nomadismo urbano. L'incessante movimento, la velocità, l'elevata frequenza e compresenza di attività e persone, legate sia alla sfera spaziale che temporale, determina i flussi e la vita delle persone che vivono lo spazio urbano.

"Guido Martinotti ampliò la visione delle popolazioni che abitano la città alle altre popolazioni che vi si riconducono; vennero così individuate quattro popolazioni: gli abitanti, i pendolari, i city users, i metropolitan businessmen<sup>02</sup>. Al giorno d'oggi però le informazioni viaggiano così velocemente quanto le persone, il tutto avviene in tempo reale. E' la realtà socio-tecnica a scandire i ritmi delle persone. La tecnologia funge da adiuvante al mantenimento di certi stili di vita. Noi tutti siamo dunque nomadi; soggetti possessori di una dimora ma non del tempo necessario per viverla.

Da qui l'intento di progettare per il nomade cittadino un elemento, un servizio, un sistema-prodotto in grado di garantirgli una possibilità in più di vivere gesti e momen-

ti domestici all'interno del tessuto urbano, come la possibilità di cucinare all'aperto in uno spazio pubblico.

## 6.3 Interventi temporanei nello spazio pubblico

Credo che le esperienze condivise più significative nello spazio pubblico, siano quelle che si fanno in occasione di interventi temporanei.

Di seguito, presento una selezione dei casi che ho incontrato nella fase di ricerca e che ritengo essere incubatori spontanei di socialità, attraverso la condivisione dell'esperienza.



“ E’ necessaria la propagazione di spazi pubblici aperti, invitanti e ospitali, che tutte le categorie di residenti urbani sarebbero tentati di frequentare regolarmente e di condividere, consapevolmente e volontariamente; [...] la “fusione” che è richiesta dalla comprensione reciproca può essere soltanto l’esito di una esperienza condivisa; e condividere esperienze è inconcepibile senza uno spazio condiviso. ”

Zygmunt Bauman



*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.



03-04-05. *Lokaal 01*, Jeroen Dooreneer, Breda, 2002





06-07-08. Sun College Rijksuniversiteit, Jeroen Dooreneerd, Groningen, 2010



*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

09-10-11-12. *Lieux possibles 1*, Ville créative et développement désirable, Bordeaux, giugno 2008

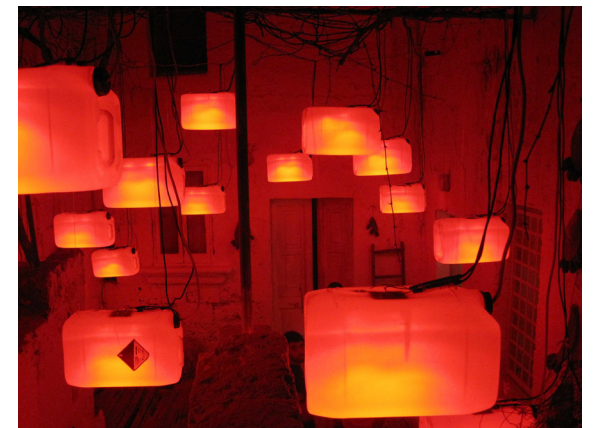


13-14-15-16. *Lieux possibles 2 / épisode #2*, Le jardin des remparts, Bordeaux, giugno 2010 / luglio 2011



*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

17-18-19. Collettivo Cloud, installazioni luminose con musica e materiali di scarto

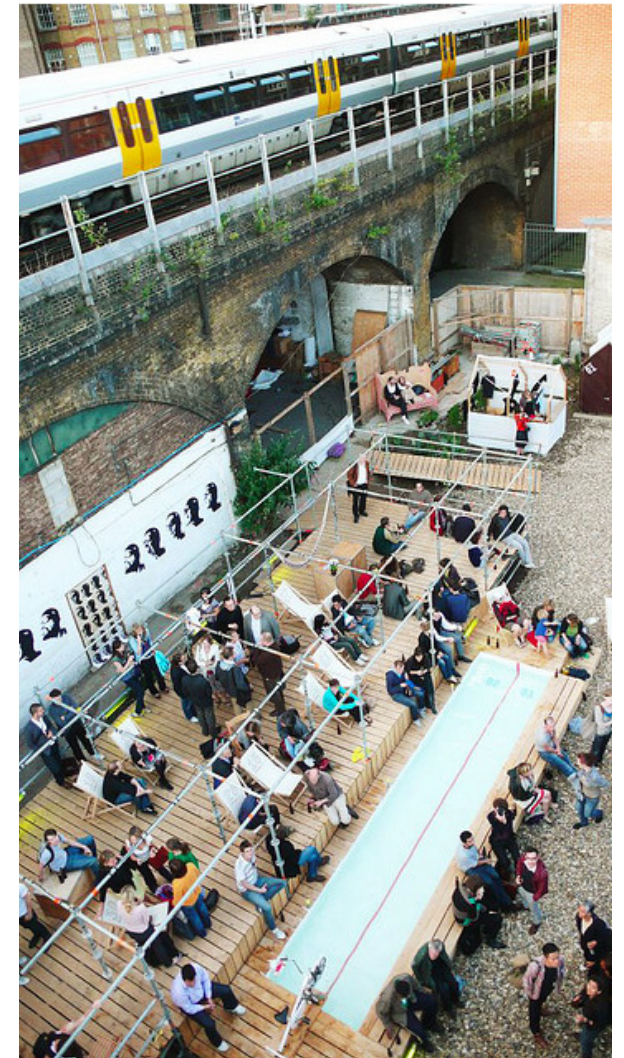
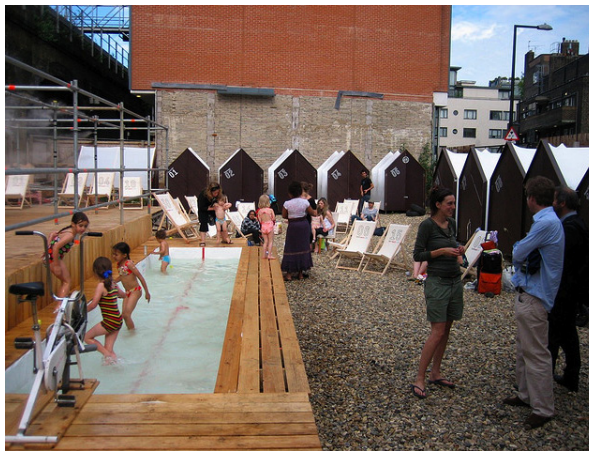


20. *Publik Picnic*, Nis Rømer / publik, Copenaghen



*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

21-22-23-24-25-26-27. *Southwark Lido*, Exyzt,  
in occasione del London Festival of Architecture,  
Londra, 9-13 luglio 2008  
Foto: Julie Guiches







*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

28. *Drops*, ProstoRoz 04, per Overlooked places between city houses,  
location varie, Ljubljana, 13 - 23 maggio 2004  
Foto: Jernej Valencic



29-30. *Rent a canoe*, ProstoRoz 04, per Overlooked places between city houses,  
location varie, Ljubljana, 13 - 23 maggio 2004  
Foto: Tjaša Avsec





31-32. *Platforms*, ProstoRoz 04, per Overlooked places between city houses, location varie, Ljubljana, 13 - 23 maggio 2004  
Foto: Jernej Valencic

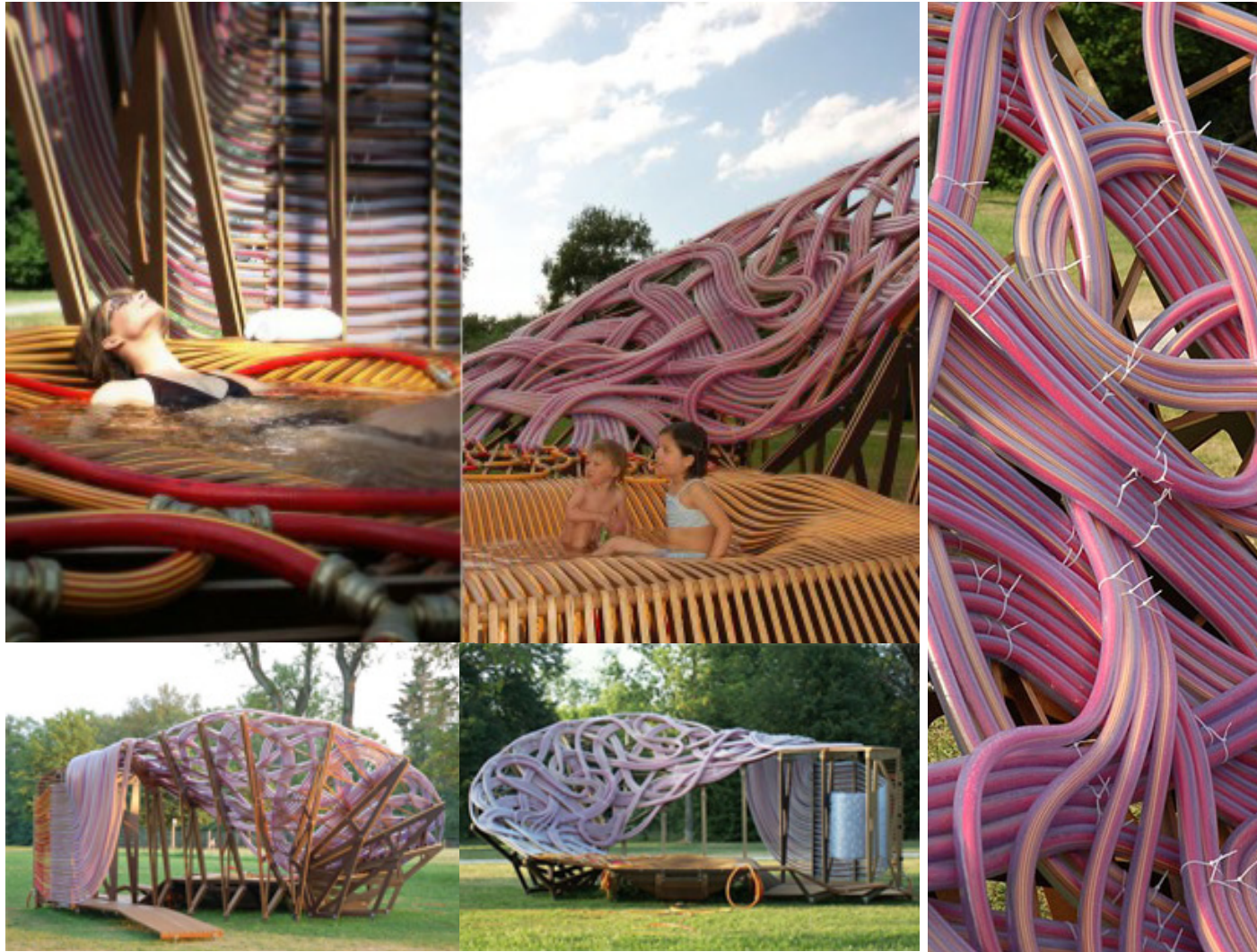


33. *Rocking platforms*, ProstoRoz 04, per Overlooked places between city houses, location varie, Ljubljana, 13 - 23 maggio 2004  
Foto: Jernej Valencic

*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.



34-35-36. *Urban Camping*, IEA import.export  
Architecture, 2008-2010  
Location: Belgio-Danimarca



37-38. *BAD Public Bath Equipment*,  
Sabine Mueller e Andreas Quednau, 2006  
Location: Solitude Palace Gardens, Stuttgart, Germania

*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.





39-40-41-42. *Dutchtub*, Velteeree, 2007

Dutchtub è una vasca da esterni per più persone. L'acqua con cui è stata riempita si scalda grazie ad una serpentina esterna in tubolare metallico, all'interno della quale viene acceso un fuoco. L'acqua entra nel tubo dal basso; il calore la scalda e la fa salire lungo la serpentina, per poi tornare nuovamente nella vasca. Un rubinetto sul fondo permette di scaricare l'acqua a fine utilizzo.

*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.







46-47-48. *Wikado playground*, 2012 Architecten, Rotterdam (Olanda) 2009  
Foto: galleria di 2012Architecten, Flickr

43-44-45. *Kitchen Monument*, Raumlabor, 2006  
Foto: Rainer Schlautmann

Il Kitchen Monument è una scultura mobile che ha due stati d'essere. Questa scultura è una sorta di involucro che può essere esteso nello spazio pubblico da parte di un manto pneumatico spaziale trasformandolo in uno spazio temporaneo collettivo. Prevede diverse soluzioni per adattarsi a luoghi diversi. Il suo ampio spettro di impieghi include una sala ricevimenti, sala conferenze, cinema, sala concerti, sala da ballo, il dormitorio, arena di boxe e bagno di vapore.

*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

49. *Nidi d'Uomo*, eco-installazioni temporanee, Eco Green Project,  
Salone del Mobile di Milano, 2008

NIDI D'UOMO / in partnership with nature  
Nidi come spazi da abitare, uova come micro habitat accoglienti nel cuore della città.

Realizzato da Milano Green Project, in collaborazione con SUN - Salone Internazionale dell'Esterno, Nidi d'Uomo è l'occasione per abitare la natura, per tornare a stupirsi come bambini, un luogo dove lasciarsi tranquillamente cullare da un habitat accogliente, ma soprattutto un modo per presentare un design innovativo per i nostri paesaggi contemporanei: un nuovo habitat domestico popolato da creature e creazioni inaspettate, capaci di condurre diritti al contatto con i sensi e la natura lungo un itinerario inconsueto che porta l'uomo a dialogare con il mondo naturale. Il visitatore entra in un nuovo spazio da abitare, un grande nido con uova - serra trasparenti (Casma Involucri Edilizi), con aste in legno intrecciate (AtelierForte).

Il food designer Alfonso Montefusco, come una chiocciola cuciniera, nutre i suoi ospiti pulcini. Uova come contenitori di colori, con albumi che diventano crema di fave e tuorli che diventano salsa allo zafferano (uova bio di Coccodi).

La pasta "Vesuna" e la "Focaccia della Pasticceria Tosi" di Salsomaggiore sono interpretate dall'estro del genio di Montefusco, che unisce sapori di territori diversi. Creatività e fantasia, qualità del cibo, ma anche nella bellezza della tavola sono fondamentali per migliorare la qualità del nostro vivere quotidiano.

Nidi D'uomo è realizzato in collaborazione con SUN, la più grande vetrina dell'abitare fluido, laddove il 'fuori' è un'estensione che dialoga, si fonde e confonde con gli spazi interni arricchendoli di fascino, design e comfort a 360°.





*Convivium*: il barbecue collettivo.

Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

## NOTE

01. Eleonora Fiorani, *La nuova condizione di vita*, Lupetti, Milano 2003

02. Aurora Campus -docente di Sociologia urbana, Università di Milano-, *Cultura e socializzazione nelle città europee del terzo millennio*, a cura di Antonio Piva, Maria Antonietta Crippa, Pierfranco Galliani, Convegno Internazionale Milano 5-6 marzo 1997, Franco Angeli, Milano 1997, p.158

## IMMAGINI

- 01-02. *City Island*, Exyzt, progetto per La Noche En Blanco, Madrid, 11- 26 settembre 2010
- 03-04-05. *Lokaal 01*, Jeroen Doorenweerd, Breda, 2002
- 06-07-08. *Sun College Rijksuniversiteit*, Jeroen Doorenweerd, Groningen, 2010
- 09-10-11-12. *Lieux possibles 1*, Ville créative et développement désirable, Bordeaux, giugno 2008
- 13-14-15-16. *Lieux possibles 2 / épisode #2*, Le jardin des remparts, Bordeaux, giugno 2010 / luglio 2011
- 17-18-19. Collettivo Cloud, installazioni luminose con musica e materiali di scarto
20. *Publik Picnic*, Nis Rømer / publik, Copenhagen
- 21-22-23-24-25-26-27. *Southwark Lido*, Exyzt, in occasione del London Festival of Architecture, Londra, 9-13 luglio 2008 - Foto: Julie Guiches
28. *Drops*, ProstoRoz 04, per Overlooked places between city houses, location varie, Ljubljana, 13 - 23 maggio 2004 - Foto: Jernej Valencic
- 29-30. *Rent a canue*, ProstoRoz 04, per Overlooked places between city houses, location varie, Ljubljana, 13 - 23 maggio 2004 - Foto: Tjaša Avsec
- 31-32. *Platforms*, ProstoRoz 04, per Overlooked places between city houses, location varie, Ljubljana, 13 - 23 maggio 2004 - Foto: Jernej Valencic
33. *Rocking platforms*, ProstoRoz 04, per Overlooked places between city houses, location varie, Ljubljana, 13 - 23 maggio 2004 - Foto: Jernej Valencic
- 34-35-36. *Urban Camping*, IEA import.export Architecture, 2008-2010 - Location: Belgio-Danimarca
- 37-38. *BAD Public Bath Equipment*, Sabine Mueller e Andreas Quednau, 2006 - Location: Solitude Palace Gardens, Stuttgart, Germania
- 39-40-41-42. *Dutchtub*, Veltevree, 2007
- 43-44-45. *Wikado playground*, 2012 Architecten, Rotterdam (Olanda) 2009 - Foto: galleria di 2012Architecten, Flickr
- 46-47-48. *Kitchen Monument*, Raumlabor, 2006 - Foto: Rainer Schlautmann
49. *Nidi d'Uomo*, eco-installazioni temporanee, Eco Green Project, Salone del Mobile di Milano, 2008



# 7. IL CIBO

---

## 7.1 Il cibo come canale di comunicazione

Questa parte è dedicata a quello che sarà il co-protagonista e il trait-de-union del progetto di questa tesi, il cibo. Ho deciso di utilizzarlo come “catalizzatore” per raggiungere gli obiettivi che mi prefiggo, date le sue caratteristiche. Ricordiamo che cibo, cultura e conversazione sono legati indissolubilmente.

### 7.1.1 Consuetudini, idee e significati intorno al cibo

Parlare di cibo significa parlare della vita. Se pensiamo a quanto tempo dedichiamo al cibo giornalmente - al suo reperimento, alla preparazione, al consumo - ci accorgiamo di quanto sia necessariamente un’esperienza più profonda e importante di quanto riteniamo:

“L’alimentazione è una pratica banale della vita quotidiana: poiché siamo esseri viventi, per sopravvivere tutti noi dobbiamo mangiare. Questa affermazione, all’apparenza così ovvia, è però ingannevole. Infatti, le preferenze e le abitudini alimentari non riguardano solamente il “rifornimento” dell’organismo, la necessità di lenire i morsi della fame o il piacere offerto dalle sensazioni gustative. Il cibo e l’alimentazione sono fondamentali per la soggettività, il senso del sé e la personificazione o il modo deci-

samente soggettivo con cui “occupiamo” il nostro corpo o sopravviviamo. Da questo punto di vista, dunque, le abitudini alimentari e i significati o i discorsi connessi al cibo sono degni di analisi culturali e interpretazioni dettagliate”<sup>01</sup>.

E ancora: “tra gli elementi di cultura materiale un ruolo centrale è ricoperto dal cibo: nella sua produzione e raccolta, nonché nel suo tempo di consumo in relazione ai luoghi, si associano aspetti di conoscenza materiale e non materiale tali da permettere di iniziare l’esame dei contenuti di una specifica cultura”<sup>02</sup>.

Parlare di cucina significa quindi occuparsi di cultura, di trasformazione delle società, di storia del design, significa interessarsi ai sensi e alla simbologia nascosta dietro agli atti quotidiani, ai processi di globalizzazione e di localizzazione, per citare solo alcuni aspetti correlati a questa tesi.

Il cibo scandisce il ritmo della nostra vita più di qualsiasi altra cosa; in virtù della sua componente nutrizionale, è quasi un secondo ossigeno, un compagno che ci insegna, ci influenza, ci forma.

Da tempo tutti sanno che la cucina è una struttura, uno stato d’animo, un insieme di regole, una somma di tecniche, una volontà di affermare la propria appartenenza culturale, un modo di nutrirsi partendo da quanto offre l’ambiente circostante. La cucina si presenta ormai come un insieme talmente complesso che invano si potrebbe cercare nel mondo contemporaneo una cucina che non sia il frutto di un incrocio di culture<sup>03</sup>.

La cucina è necessariamente un prodotto culturale. Cucinare è un processo morale in virtù del quale la materia grezza, sottomessa e addomesticata, passa dallo stato di “natura” a quello di “cultura”<sup>04</sup>, e ancora “il cibo è un oggetto culturale, infatti se uno non sa cosa sta mangiando, anche la sua soggettività è messa in discussione”<sup>05</sup>.

Da qui nasce il discorso della tipicità, della ri-scoperta di sapori, tradizioni, alimenti, che caratterizza questi ultimi anni. Nel tempo libero, il consumo di prodotti gastronomici del territorio diventa un modo per ri-appropriarci di legami atavici tra l’individuo e le peculiarità del territorio come confermano sia il successo delle varie forme di cucina etnica sia il turismo costruito sulla partecipazione massiccia di pubblico a sagre e festival alimentari.

*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

01. *Alfresco*, flashmob dinner, Vancouver, 31 luglio 2009

“ There is no love sincerer  
than the love of food ”.

George Bernard Shaw

02. *Table for two*, Caroline Woolard, 2010





Il cibo diventa un'espressione della cultura di un luogo, saperne apprezzare il legame con le tradizioni della terra d'origine, ma anche la genuinità, la bontà e la qualità rappresentano un momento di distinzione sociale, un modo per segnalare la propria estrazione e rango. Il cibo è da sempre correlato all'identità: basta pensare alla valigia di cartone legata con lo spago dell'emigrante calabrese, che non mancava mai di contenere il peperoncino rosso, come radice della sua terra e della sua alimentazione<sup>06</sup>.

Sempre Paolini ci viene incontro nella tessitura del discorso culturale attorno al cibo affermando che "la tipicità gastronomica regionale viene affermata anche come ricerca d'identità, come bisogno di auto-percezione e di auto-proposizione da parte delle popolazioni".

La società contemporanea è così complessa che, come in molti altri casi, vede la compresenza di tendenze contraddittorie a perdere le tradizioni culinarie a causa dei ritmi di vita urbani contratti per cui non si ha più il tempo da dedicare alla preparazione dei cibi, o al life-style per cui si esce a cena e si consuma il cibo in maniera diversa (e simbolico-culturale) e al contrario nello stesso tempo a diventare sostenitori dell'arte culinaria. Ovviamente è in atto anche la tendenza opposta, ovvero la "globalizzazione alimentare".

Quelli che abbiamo appena visto sono solo alcuni degli aspetti che riguardano la sfera alimentare. Antropologicamente e socialmente il cibo è una miniera di argomenti. Di seguito un breve excursus, per nulla esaustivo, su alcuni punti di vista riguardo a ciò che significa il cibo per l'uomo.

Pensiamo solamente all'importanza dell'aspetto fisico e della cura del sé e quindi della modellazione del proprio corpo (il corpo "civilizzato") nella società contemporanea, sia occidentale che orientale (seppur in modo diverso, e anche per questo interessante), che evoca rinunce, digiuni, patologie alimentari che sempre più sono presenti all'interno delle società benestanti, cibi creati ad hoc, linee di prodotti salutisti, biologiche, energetiche, leggere, ecc. In questo caso l'aspetto culturale-simbolico è davvero evidente e co-modifica la funzione primaria del cibo.

Tatto, gusto, vista, udito e olfatto sono i nostri canali di entrata nella cultura.

Naturalmente il cibo ha una presenza massimamente fisica e l'interazione cibo-individuo si espleta soprattutto attraverso i sensi; è la sperimentazione del cibo ciò che maggiormente ne sancisce il passaggio da oggetto fisico ad oggetto culturale.

Il solo raffronto di ciò che nelle diverse culture si considera "buono" o "cattivo" e quindi commestibile o meno, determina – e ha determinato soprattutto in passato, quando le occasioni di conoscenza diretta di altre culture erano limitate – differenze culturali, comportamentali e sociali enormi, con conseguenze anche rilevanti nei rapporti tra le popolazioni, nella nascita di pregiudizi o classificazioni<sup>07</sup>. Non a caso le definizioni di cibi, farmaci e droghe hanno un'area di sovrapposizione e gli alimenti possono incarnare aspetti "umani" come bontà o cattiveria, o stimolazioni varie, come sensualità, rabbia, piacere. Di fatto il cibo è un potente stimolante e, a causa delle sue proprietà voluttuose e dei suoi significati sociali, stimola le emozioni (un aspetto sapientemente utilizzato dalla pubblicità).

L'appetito è una fame a tonalità emotiva. Del resto la commestibilità o meno di molti alimenti è solitamente determinata storicamente da regole religiose o culturali (più che dalla disponibilità dei cibi stessi) che hanno contribuito a formare il carattere di nazioni o popolazioni. E' un fatto che, per fare un esempio comune, in occidente gli insetti, gli animali considerati da compagnia come i cani e i gatti, le uova contenenti feti in stato avanzato ecc. sono considerati assolutamente immangiabili pur essendo biologicamente commestibili, mentre vengono abitualmente consumati nell'estremo oriente<sup>08</sup>. Anche in questo caso il cibo è un potente stimolante di emozioni, questa volta negative, come repulsione o disprezzo.

Il cibo e l'alimentazione dunque sono esperienze intensamente emotive, intrecciate a sensazioni fisiche e sentimenti. Esse sono fondamentali per la soggettività degli individui e per il loro senso di distinzione dagli altri: "Il processo di definizione dell'identità si innesta su una disponibilità di risorse simboliche accessibili quali la lingua, la memoria collettiva, la cucina"<sup>09</sup>.

Il cibo è distinzione, avverte Deborah Lupton, non solo per le diverse classi sociali, ma per la formazione del sé in contrapposizione all'altro o agli altri individui.

Il cibo come merce è consumato non solo per le sue proprietà nutritive, energetiche

o per lenire la fame, ma per il valore culturale associato; pertanto acquistando e consumando il cibo-merce quel valore viene trasferito al sé. Il cibo viene scelto per riflettere a se stessi e agli altri come ci percepiamo o vorremmo essere percepiti.

Quando il cibo è consumato simbolicamente, il suo sapore è spesso di importanza relativamente minore: ciò che conta è l'immagine del prodotto alimentare (per esempio le nuove bottiglie di acqua minerale o gli alcolici). Qui si inserisce il ruolo della pubblicità.

Nuove tendenze legate al cibo sono riprodotte culturalmente di generazione in generazione. Credenze e comportamenti alimentari sono assimilati sin dalla più tenera infanzia e sono strettamente legati al nucleo familiare e alla sotto-cultura d'appartenenza. Fino all'età adulta il cibo è inscindibilmente collegato all'appartenenza ad un gruppo. Incorporare il cibo serve sia a costruire la nozione di sé, sia a comprendere l'individuo in un "sistema culinario" e quindi in un gruppo sociale, una comunità, che ha stabilito delle regole sul cibo, su cosa si può mangiare, e come. Mangiamo cultura, impariamo mangiando.

Storicamente le pratiche alimentari sono sempre state distinte tra differenti classi sociali, tra città e campagna, tra nazioni e regioni. Nelle società occidentali, la moderna evoluzione nella produzione del cibo ha avuto la conseguenza di diminuire alcune di queste distinzioni: il cibo è stato "democratizzato". Tuttavia nonostante questi cambiamenti sociali, il cibo è ancora un importante marcatore di confini, legati a fattori come prezzo, rarità e significato culturale. Nella cultura occidentale come nelle altre, il cibo ha sempre segnato riti di passaggio (la torta nuziale), cambiamenti di stagione (dalle zucche di Halloween alle varie sagre di primavera) e distinzioni tra giorni festivi e ordinari (dolci di Natale, Pasqua, il tacchino del Giorno del Ringraziamento, le numerose ricorrenze ebraiche, ecc...).

Ciascuna nazione ha i suoi cibi o piatti tipici, grazie ai quali si identifica ed è riconosciuta dagli altri. Il cibo e le pratiche alimentari mantengono un potere straordinario nel definire le barriere tra "noi" e "loro".

L'odore, il gusto, il pensiero di alcuni cibi connessi a ricordi di infanzia possono suscitare nostalgia nella misura in cui modellano le preferenze alimentari nella vita

adulta. Per questo il cibo è spesso pubblicizzato come un mezzo per catturare precedenti esperienze ed emozioni positive. La nostalgia può essere anche declinata verso casa, come ci insegna l'esperienza dell'emigrazione ed, in effetti, se pensiamo all'esperienza dell'immigrazione non possiamo fare a meno di notare quanto sia importante poter consumare il proprio cibo per mantenere un legame con la propria terra e la propria cultura.

Bisogna anche tenere presente che, allo stesso tempo, i gusti alimentari si modificano con il tempo, l'età, il luogo in cui si risiede, la disponibilità di nuovi cibi e cucine. Così l'immigrazione si potrà di certo rivelare fonte di ispirazione per cambiamenti culturali anche dal punto di vista alimentare, come lo è stata l'emigrazione italiana negli Stati Uniti, in America Latina e in Australia. Ciò dipenderà naturalmente da quanto le persone vorranno sperimentare, accettando di provare nuovi tipi di cucina come avventura, diversità, nuove emozioni e un mezzo per conoscere la vita e le altre culture, se non per sofisticatezza, moda e distinzione<sup>10</sup>.

### 7.1.2 Convivialità e socializzazione. Un medium tra le culture

Il cibo all'interno di questa tesi ha un ruolo specifico ed è stato scelto per alcune sue caratteristiche precise, "antropologiche", che non riguardano la sua presenza e declinazione fisica. Mi sono interessata al cibo perché può essere considerato un sistema di comunicazione funzionale al raggiungimento degli obiettivi che il progetto pone, una manifestazione umana che può essere compresa da chiunque. Un linguaggio non verbale quindi, che necessita sì di strumenti di comprensione e di approfondimento, ovvero di strumenti culturali, ma che non richiede competenze specifiche o particolari requisiti per essere esperito.

Il cibo è dunque uno strumento di comunicazione potentissimo e sostanzialmente universale. La portata di questa nozione è enorme per chi sa o può utilizzarla. Se si pensa solo alle industrie che operano internazionalmente nel campo dell'alimen-

tazione e della ristorazione questo enunciato non risulta così strano. Mc Donald's, Coca Cola, ma anche piatti, quindi "no-copyright", come i noodles, la pasta, la pizza, interpretano la comunicazione universale di un'identità nazionale o legata ad un territorio meglio di tanti discorsi. Lasciamo da parte il discorso che si potrebbe fare per quanto riguarda il cibo come merce<sup>11</sup> e le industrie alimentari multinazionali o imperialiste, e torniamo ancora al punto di vista culturale che ho trattato nel paragrafo precedente.

Mi interessa il cibo perché è in grado di comunicare in maniera immediata, specifica, efficace, facile, comprensibile, universale una cultura.

Il cibo è ciò tramite cui veniamo in contatto con le altre culture, prima di tutto il resto, quando viaggiamo in un paese straniero; perché lo esperiamo con tutti i sensi. Allo stesso modo è la prima cosa che ci fa sentire a casa quando torniamo. Quando siamo all'estero il cibo ci comunica molto sulle abitudini delle persone e le caratteristiche del territorio: è istruttivo.

Inoltre non è così facile trovare gli stessi cibi in paesi diversi, escludendo immigrazioni e fattori di moda. Per questo il cibo è uno strumento preciso, perché identifica un territorio specifico. Necessariamente perciò dire cibo è dire nazione, paese, comunità. Identità. Questa è la medesima base di fondazione della "teoria" del tipico. Il cibo comunica una cultura / un territorio attraverso le colture, i prodotti e quindi le attività presenti, ma anche i metodi di preparazione e infine i modi e i riti del consumo. Una quantità di parametri rilevante.

La capacità comunicativa del cibo verso l'identità è il primo passo. Il secondo ne è la conseguenza, perché non si comunica qualcosa se non a qualcuno. La comunicazione pretende un emittente e un ricevente, Se s'instaura un feedback (cosa che senza dubbio accade) ecco che allora il cibo diventa strumento di conoscenza reciproca e socializzazione.

La tavola è conosciuta soprattutto come strumento di convivialità più che di nutrimento. Quando due persone si conoscono, o devono parlare, o devono celebrare qualche cosa, lo fanno a tavola davanti ad un piatto pieno. Il cibo ha da sempre un ruolo socializzante, oltre che sociale; ne sono una prova i numerosi riti che legano

momenti importanti dell'anno o della vita delle persone, che sono sempre trascorsi in parte o totalmente intorno ad una tavola imbandita. La cultura della tavola mi rimanda alla mente la cultura gastronomica, quindi la preparazione dei cibi.

Il cibo è il primo passo per interessare rapporti tra le persone e, paradossalmente, si può dire che chi mangia da solo è emarginato, perché è automatico mangiare in compagnia di chi ci sta vicino.

"La condivisione del cibo introduce le persone nella medesima comunità, le rende membri della stessa cultura alimentare. Pertanto il cibo è strumentale nel sottolineare le differenze tra le culture e serve a rafforzare l'identità di gruppo"<sup>12</sup>.

Il cibo in questo caso è lo specchio delle funzioni sociali e dalla sua diffusione è possibile stabilire quanto sia "emarginata" una cultura, oltre che una persona. La convivialità è questo, stare con gli altri. Anche per questo il cibo è strumento di conoscenza e apprendimento, oltre che per le sue caratteristiche intrinseche che ho già descritto.

Lo step che completa il ragionamento è il seguente: il cibo è specifico, è un mezzo di comunicazione, è IL canale di convivialità, è un canale socializzante. A questo punto basterebbe trovare un modo o un pretesto per mettere assieme persone diverse per far scattare quasi automaticamente un processo di conoscenza reciproca (delle persone e delle culture di cui sono portatrici).

Il cibo è il medium che ho scelto per mettere in pratica questo processo. Esso è in grado di parlare per una cultura. E' anche un modo "leggero", non accademico né pedante, per avvicinarsi alle culture degli altri, specialmente in un contesto difficile, in parte poco aperto, come quello in cui andrò ad agire: riunire genti diverse in un luogo pubblico in cui si possono cucinare autonomamente diversi tipi di cibi, appartenenti a mondi diversi, secondo le modalità previste dalle diverse culture. Ciò può aiutare a far scattare la scintilla della conoscenza, che può portare alla comprensione o almeno all'accettazione dell'altro. Un inizio di quella che chiamo intercultura, che credo sia il destino del nostro Paese e dell'intero mondo moderno. Il tutto sta nell'iniziare con il piede giusto e nel procedere su questa strada. Il progetto del barbecue collettivo è destinato a questo.

Convivium: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

03. Pic nic di San Giovanni, Arabeschi di Latte  
in collaborazione con Piazzart, Firenze, 7 luglio 2009



04. *Riverside Picnic*, Arabeschi di Latte, Firenze, 24 giugno 2008/09



05-06. *Mayonnaise!*, Pitti Rooms, Arabeschi di Latte, Firenze, 2007



07-08-09. *Déjeuner sur l'herbe*, Triennale di Milano

Convivium: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

10. *Riverside Picnic* (Easy Living, spiaggia sulle rive del fiume Arno),  
Arabeschi di Latte, Firenze, 24 giugno 2008/09



## 7.2 Tendenze del consumo alimentare

Negli ultimi anni abbiamo assistito alla nascita di nuove tipologie di consumo alimentare che denotano nuovi stili alimentari.

L'esplosione del tipico è un vero e proprio boom che porta i consumatori a ricercare prodotti naturali o con una storia da raccontare.

### 7.2.1 Cambiamenti sociali e stili alimentari

Come abbiamo imparato nella pratica quotidiana, sappiamo che nella società italiana il pasto è organizzato in maniera precisa e strutturata, come succede in una cultura che dà grande spazio alla pratica (e alla teoria) alimentare.

Viene consumato mediamente in orari tipici (solitamente alle 13.00 e alle 20.00) ed è composto da tre portate. Questo era lo standard rispettato da tutte le famiglie fino a qualche decennio fa. Dagli anni '60 sono, infatti, entrate nell'uso comune le mense lavorative, dapprima a scopi assistenziali o terapeutici, successivamente (anni '70), come diritto conquistato dai lavoratori; e da qui la maggior parte degli italiani ha cominciato a consumare il pasto fuori casa, nelle fabbriche come negli uffici. Ulteriori cambiamenti sociali hanno fatto sì che le occasioni di pasto si modificassero, con la comparsa degli spuntini, secondo il modello americano, ma soprattutto con cambiamenti all'interno della famiglia, con l'aumento delle donne lavoratrici, dei single, l'emancipazione femminile e una ripartizione sempre meno rigida dei compiti. La conseguenza alimentare principale è la destrutturazione del pasto, consumato sempre più spesso ad orari diversi anche all'interno dello stesso nucleo familiare, sempre più spesso ricorrendo a soluzioni pronte (ristoranti, take away, rosticcerie, ma anche

i prodotti facilitatori nei supermercati) tanto che le statistiche danno i consumi extra-domestici in costante aumento. In questa maniera viene meno una delle componenti principali del pasto, ovvero la socialità, con la sua espressione, la sua gestualità, i suoi rituali, relegandolo a momento “tecnico” di nutrizione. Un processo che va di pari passo con lo sviluppo di cibi pronti e di cibi globali, consumati negli stessi luoghi in tutto il mondo, il tipico esempio è il fast food.

Tutti questi fattori creano una sorta di schizofrenia, di sincretismo alimentare che genera le nuove tendenze e le relative reazioni ad esse: in questo caso il fast food, globalizzante, e la riscoperta del tipico, che valorizza la relazione con il territorio e la dimensione locale, ma anche la ricerca dell'alimento naturale, della piccola produzione tipica e sconosciuta, la cui scoperta legittima un palato eccellente e uno status superiore, che si accompagna però ad una sempre più diffusa “disaffezione” dal cucinare. E' vero anche, come sostiene Luca Vercelloni, che il fast food in Italia non è mai veramente decollato, e la cucina mediterranea resta un caposaldo anche nel pranzo fuori casa, tuttavia risulta evidente consultando le statistiche degli ultimi anni che la frequentazione di ristoranti è in aumento e nemmeno la crisi economica riesce ad invertire questa tendenza.

Similmente negli ultimi dieci anni all'interno dei supermercati è cresciuta esponenzialmente la pratica di offrire servizi accanto ai soliti prodotti alimentari: la comparsa dei cibi pronti e delle rosticcerie è stata un successo; non è raro trovare in supermercati anche di medie dimensioni la panetteria, la pasticceria e la rosticceria. Sintomo chiaro che i ritmi di lavoro e i cambiamenti sociali hanno imposto stili di vita in cui cucinare per molti è diventato solo un hobby della domenica o un “regalo” da fare agli invitati.

“Ci sono otto cibi tra piatti e bevande che unificano il mondo. Otto prodotti che possono essere consumati ovunque vi sia una grande città, a Kuala Lumpur come a New York, a Roma come a Londra. Sono il panino con l'hamburger, la pasta, il sushi, il cous cous, la Coca Cola, il chili con carne, la pizza, il caffè”<sup>13</sup>. Con questa efficace elencazione Eva Benelli e Romeo Bassoli registrano la globalizzazione dell'alimentazione; effettivamente possiamo trovare prodotti cinesi in scatola nei supermercati di Milano, come salmone norvegese imbastato in quelli di Nairobi. La tecnologia

alimentare offre tutto a tutti. Tecnologie alimentari e standardizzazione industriale della produzione<sup>14</sup> permettono la diffusione di un vero e proprio “cosmofood” (per utilizzare la definizione di Benelli e Bassoli e distinguerlo dal “world food”), un cibo globale. Non a caso molte multinazionali negli ultimi anni hanno rastrellato gran parte dei produttori ottenendo concentrazioni di produzione al limite della legalità. Grazie alla pubblicità non ne abbiamo percezione: gli industriali uniformano i gusti, si sforzano di rendere tutto più attraente dotando i cibi di una personalità che in realtà gli manca. Alla luce di ciò, trend come il consumo di prodotti tipici o di cibi etnici assumono altre valenze.

La ricerca dell'alimento tipico, prodotto in quantità limitata in un territorio piccolissimo, è la più classica controreazione al manifestarsi del globale; così come la fioritura di marchi di garanzia (DOC, DOP, IGT, ecc...). Quando pensiamo al cibo etnico la nostra immaginazione corre ad una scena, magari stereotipata, in cui semplicità, tradizione, lavorazione “fatta a mano” e accoglienza sono valori cardine. Certamente nessuno di noi pensa in prima battuta al ramen, un cibo tradizionale cinese, sviluppato industrialmente dai giapponesi e diffuso in tutto il continente asiatico tanto da tentare un parallelo con l'hamburger. Per questo, alla luce delle tendenze globalizzanti, anche questo aspetto della cucina è suscettibile di differenti interpretazioni, dovute a cambiamenti sociali, movimenti di popolazioni, volontà del mercato, richiami all'etica.

In questo quadro quanto mai complesso possiamo sinteticamente cercare di definire alcuni macro-stili alimentari<sup>15</sup>, che possiamo definire non semplicemente come la registrazione di ciò con cui ci si alimenta, ma il modo, l'insieme dei rituali e il loro significato simbolico inseriti in un contesto sociale e culturale. Per dirlo con le parole di Bonelli e Bassoli: “Uno stile alimentare non è riferibile solo a ciò che si mangia, ma forse e soprattutto al significato del gesto di mangiare, al suo inserimento in un contesto sociale, in una tradizione culturale, alla costruzione di un'identità collettiva e individuale. In questo senso il cibo è rimasto, soprattutto in Europa, ancora per molti versi, un rituale collettivo, un momento in cui si realizzano, si amplificano, si connettono e si riconnettono relazioni sociali. Così non è (quasi più) negli Stati Uniti o in molte megalopoli del Terzo Mondo, dove l'inurbamento improvviso e spontaneo ha distrutto il tessuto sociale dei villaggi senza sostituirlo con uno nuovo”<sup>16</sup>.

Convivium: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

Diplomate all'Accademia del Design di Eindhoven, hanno saputo unire l'intelligenza di progettiste e designer con la pasticceria di tradizione olandese, creando un mobile restaurant capace di girare e sostare ovunque.  
All'interno del piccolo ristorante trovano spazio tutti gli strumenti necessari per impastare, comporre e cuocere dolci tipici olandesi, come la deliziosa appeltaart, la torta di mele, per offrirli sul momento al pubblico, appena sfornati.

11-12-13. *Public Pie*, Maaïke Bertens e Marieke van der Bruggen





14-15. *Public Pie*, Maaïke Bertens e Marieke van der Bruggen  
Location: Public Design Festival 2009  
Foto: Masiar Pasquali



L'operazione è difficile perché fino agli anni '60 questi stili erano pochi e ben definiti da ambiti culturali e geografici; con l'insorgere della società dei consumi invece ne ritroviamo molti; frammentati e soprattutto in continuo cambiamento con gli stili di vita.

- Modello nutrizionale (o fisiologico):

è quello che sta alla base della moderna scienza nutrizionale; utilizzata da medici e dietologi, è un modello scientifico che suddivide gli alimenti in base al loro apporto calorico. Viene impiegato nell'alimentazione collettiva (mense) per la sua capacità di elaborazione di pasti completi ed equilibrati.

- Modello tradizionale:

si divide in due sottocategorie, la prima delle quali è il modello etnico-regionale: esiste reiterando il principio della conservazione di abitudini e costumi alimentari ed è presente in tutte le società complesse. E' quello stesso modello adottato dalle comunità etniche all'estero. L'altro è il modello iconografico: consiste nella riscoperta di tradizioni e valori antichi più che sulla loro conservazione<sup>17</sup>; è molto presente perché dà grandi suggestioni ed esercita una forte presa psicologica sui consumatori; è inoltre alla base della moda del ritorno alle origini, onnipresente in questo inizio di secolo.

- Modello edonistico:

privilegia, anziché la componente nutrizionale, le caratteristiche del gusto e della varietà, punta alla magnificenza del gusto e al palato: i sapori dei singoli ingredienti sono sacrificati a favore del piatto elaborato; la presentazione è altrettanto importante. Dapprima sviluppatosi per un consumo di nicchia, legato ad élite culturali, è ora parte integrante del modello Slow Food e all'origine della riscoperta del piacere del gusto e della convivialità.

- Modello salutista:

in contrasto con il precedente modello edonista, condivide i fondamenti del modello nutrizionale; il suo principio è la ricerca di alimenti sani, naturali, genuini e non industriali; all'inizio del suo sviluppo, negli anni '80, utilizzava cibi "medicali", ora soppiantati dalla tendenza al consumo di cibi "biologici". E' un modello che ripone molta

attenzione al benessere corporeo e al fitness, ed è molto diffuso anche a causa del crescente allarmismo in materia di obesità e di problemi cardiocircolatori e alla "crociata contro i grassi". In molti casi privilegia la dieta mediterranea.

Questi modelli devono essere necessariamente diluiti e declinati all'interno delle microtendenze descritte, tuttavia alcune di loro ( world food, etnico) travalicano queste categorizzazioni, traendo i loro spunti ispiratori da una realtà sociale più variegata di quanto ci si aspetti.

### 7.2.2 Tipico. La riscoperta della tradizione

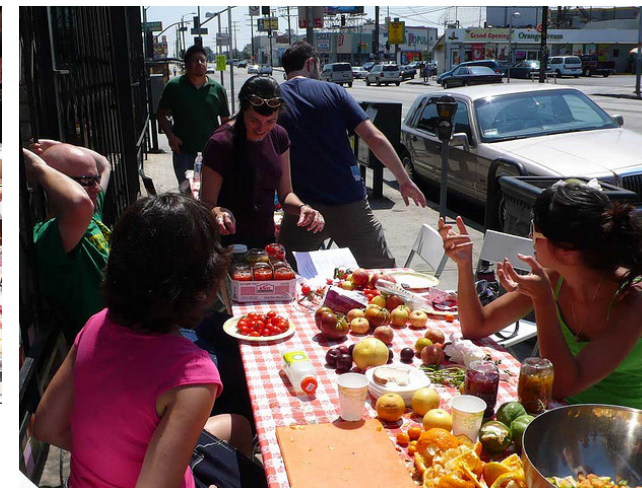
La prima delle tendenze alimentari di cui voglio dare conto è quella che rappresenta la riscoperta - o la scoperta tout court - del patrimonio eno-gastronomico italiano negli ultimi dieci anni. L'Italia è da sempre nota per la quantità e la qualità della sua produzione alimentare, al punto che la palma della notorietà per singoli aspetti della cultura italiana va sicuramente a prodotti alimentari e piatti ormai universalmente noti.

Il cibo, la cucina e l'alimentazione appaiono come terreni sui quali si gioca il conflitto più generale tra la dimensione globale e quella locale. Sappiamo che le tendenze in atto in tutto il mondo hanno il loro contrappunto in una miriade di tendenze localizzanti, come il principio di azione e reazione di Newton ma con geografie e tendenze socio-economiche come variabili. Se i piatti e i cibi che vengono ogni giorno consumati nelle diverse parti del mondo sono sempre più simili, si è d'altro canto affermata come risposta spontanea la ricerca del cibo tradizionale o locale che in quanto tale assume una sua originale appetibilità proprio perché espressione della cultura di uno specifico territorio. E' anche un modo per combattere la tendenza all'omologazione e all'assimilazione del gusto. Singolare che tale tendenza si sviluppi proprio in un tempo in cui la deterritorializzazione della produzione e del consumo di cibi è massima.

Il cibo "tipico" è un cibo narrativo, nel senso che racconta la storia, la cultura e l'iden-

tità del territorio in cui viene prodotto; ha una storia propria che si manifesta attraverso una lavorazione manuale codificata nel tempo e presso professioni artigianali trasmesse solo con l'esperienza, nonostante oggi le scienze alimentari siano entrate anche in queste professioni per assicurare le garanzie richieste dalle normative. Oggi il cibo tipico è legittimato e protetto da una serie di marchi come DOC, DOP, IGT, IGP e dalla direttiva comunitaria CEE 2081/92.

Il cibo tipico è quindi bandiera e biglietto da visita di un territorio e il suo "indotto" è anche definito con il neologismo "giacimento". Lo stesso Davide Paolini, con uno scritto che è stato alla base dello sviluppo del marketing e dei servizi per il turismo gastronomico, spiega come il cibo sia canale privilegiato, medium della cultura di un luogo, legame tra terra d'origine e tradizione. Il termine giacimento vuole significare un patrimonio da scoprire nel territorio, ma soprattutto nella storia, nei riti, nella ripetizione dei processi di produzione manuali. La macro-tendenza del turismo enogastronomico è sicuramente dovuta ad un fattore di moda, ma anche alla lungimiranza di imprenditori, artigiani e amministratori che hanno saputo trovare una nuova risorsa di marketing per incrementare l'interesse verso il proprio territorio. Ecco allora una pollinazione di eventi, fiere, festival, sagre di paese. Ma anche la diffusione di trasmissioni televisive legate a questo tema e di iniziative editoriali come la pubblicazione di guide turistiche che prevedono itinerari gastronomici facendo diventare il cibo il movente del viaggio. Ciò va naturalmente di pari passo con l'accresciuta consapevolezza del consumatore, che è poi colui che legittima la tendenza del tipico.



16-17-18-19. *Public Fruit Jam*, collaborative performance, Fallen Fruit, 2006

*Public Fruit Jam* è una performance divertente e gustosa collaborazione con Fallen Fruit, un gruppo di collaborazione d'arte nato a Los Angeles. Le persone sono invitate a portare frutti coltivati in casa o raccolti sulla strada, a sedersi con altre persone che non conoscono ancora e a negoziare sul tipo di marmellata da fare, rigorosamente senza libro di ricette. Solitamente questo tipo di performance si tiene in gallerie, musei, ma anche strade; l'evento riflette la filosofia di Fallen Fruit di creare nuove forme di comunità e di indagare lo spazio urbano utilizzando la frutta come lente.



20-21-22. *Bowow*, tavolo pubblico mobile



## IL CIBO

- \* elemento culturale
- \* identità
- \* fisicità-emotività
- \* piacere
- \* sistema di comunicazione universale
- \* canale socializzante
- \* canale di convivialità

= MEDIUM

per il raggiungimento degli obiettivi preposti.

23-24. *Unleavened Testle*, Arabeschi di Latte,  
per "Handle with care" curato da designboom, 2007



## NOTE

01. Deborah Lupton, *L'anima nel piatto*, Il Mulino, Bologna 1999, p.7 - Deborah Lupton insegna Sociologia dei processi culturali nell'Università di Bathurst (Gran Bretagna)

02. Davide Paolini, *I luoghi del gusto*, Baldini&Castoldi, Milano 2000, p.17 - Davide Paolini (Galeata, 1948) è un giornalista e conduttore radiofonico italiano, noto anche come Il Gastro-nauta

03. Dominique De Fournier, tratto da Massimo Montanari, *Il mondo in cucina. Storia, identità, scambi*, Editori Laterza, p.121

04. Deborah Lupton

05. Claude Fischler, Ricopre la carica di Directeur de Recherche CNRS presso l'agenzia di ricerca nazionale della Francia, oltre a essere a capo del Centro Edgar Morin. È membro del comitato direttivo del Programma Nazionale Francese sulla Nutrizione e la Salute, del gruppo consultivo di esperti dei rischi di comunicazione associati alla catena alimentare presso l'EFSA, del Conseil stratégique de l'agriculture et de l'agro-industrie durables (CSAAD) e partecipa infine al comitato esecutivo della European Sociological Association. A partire da metà anni settanta ha esplorato la struttura e la funzione della tradizione culinaria, il gusto e le preferenze, l'immagine del corpo, nonché l'evoluzione di queste tematiche nel corso del tempo e al variare del contesto spaziale.

06. Davide Paolini, *I luoghi del gusto*, Baldini&Castoldi, Milano 2000, p.21-22

07. Marvin Harris, *Buono da mangiare. Enigmi del gusto e consuetudini alimentari*, Einaudi, Torino 1990 - (New York 1927 - Gainesville 2001) è stato un antropologo statunitense. Scrittore molto prolifico, ebbe una grande influenza nello sviluppo del materialismo culturale, combinando l'enfasi di Karl Marx sulle forze produttive con le intuizioni di Thomas Malthus sull'impatto dei fattori demografici sugli altri aspetti del sistema socioculturale. Etichettando i fattori demografici e produttivi come "infrastruttura", Harris postulò che questi fossero i fattori chiave nel determinare la struttura sociale e la cultura di una società.

08. Deborah Lupton, *L'anima nel piatto*, Il Mulino, Bologna 1999, p.62

09. Marie-Antoinette Hily - Ricercatrice presso il CNRS di Migrinter e docente dell'Université

de Poitiers. Dopo il Dottorato di ricerca in sociologia è diventata co-direttore della Gazzetta europea delle migrazioni internazionali e lo spazio interculturale.

10. cfr. Deborah Lupton, *L'anima nel piatto*, Il Mulino, Bologna 1999, p.208-209

11. cfr. Deborah Lupton, *L'anima nel piatto*, Il Mulino, Bologna 1999, p.41-45

12. cfr. Deborah Lupton, *L'anima nel piatto*, Il Mulino, Bologna 1999, p.45

13. Eva Bonelli e Romeo Bassoli, *Gli stili alimentari oggi in Storia d'Italia*, Annali, 13- l'alimentazione, Einaudi, Milano 1998, p.1042

14. Basti pensare al caso del grano, citato anche in Guadagnucci-Gavelli, p.122: una o poche varietà coltivate dappertutto; a fronte di ciò si comprendono le battaglie a favore della biodiversità dei movimenti ambientalisti e di associazioni come Slow Food

15. La classificazione di questi stili è stata elaborata a seguito di quella utilizzata da Barbara Mamoli e Anna Zoiro nella loro Tesi di Laurea e tenendo conto del saggio di Eva Bonelli e Romeo Bassoli, op. cit.

16. op. cit., p.1019

17. Utilizzando quel procedimento che Maurizio Bettini ha ben descritto con le seguenti parole: "non si pensa che molto spesso la tradizione procede al contrario, proiettando nel passato immagini o bisogni che appartengono in realtà al presente" - Maurizio Bettini, *Siamo vittime della tradizione?*, La Repubblica, 6 gennaio 2001 - citato in Marco Aime, *Eccessi di culture*, Einaudi, Milano 1998, p.38

## IMMAGINI

01. *Alfresco*, flashmob dinner, Vancouver, 31 luglio 2009

01. *Alfresco*, flashmob dinner, Vancouver, 31 luglio 2009

02. *Table for two*, Caroline Woolard, 2010

03. *Pic nic di San Giovanni*, Arabeschi di Latte in collaborazione con Piazzart, Firenze, 7 luglio 2009

04. *Riverside Picnic*, Arabeschi di Latte, Firenze, 24 giugno 2008/09

05-06. *Mayonnaise!*, Pitti Rooms, Arabeschi di Latte, Firenze, 2007

07-08-09. *Déjeuner sur l'herbe*, Triennale di Milano

10. *Riverside Picnic* (Easy Living, spiaggia sulle rive del fiume Arno), Arabeschi di Latte, Firenze, 24 giugno 2008/09

11-12-13. *Public Pie*, Maaïke Bertens e Marieke van der Bruggen

14-15. *Public Pie*, Maaïke Bertens e Marieke van der Bruggen - Location: Public Design Festival 2009 - Foto: Masiar Pasquali

16-17-18-19. *Public Fruit Jam*, collaborative performance, Fallen Fruit, 2006

20-21-22. *Bowwow*, tavolo pubblico mobile

23-24. *Unleavened Testle*, Arabeschi di Latte, per "Handle with care" curato da designboom, 2007





## 8.

# IL BARBECUE

---

Parlare di cibo, di convivialità all'aperto, mi fa tornare alla mente tanti ricordi, tanti momenti in compagnia di cibo e di persone. I più spettacolari (mi riferisco alla mia esperienza personale) sono senza dubbio quelli in cui è presente un fuoco. La sua percezione, il crepitio, il profumo della legna che arde, la riscoperta dell'autentico sapore del cibo cucinato alla griglia, contribuiscono a creare la giusta atmosfera per riunirsi con parenti e amici.

### 8.1 Le origini

Il barbecue è un metodo di cottura, è uno stile che permette un ritorno alle origini di ogni tempo. Dal paleolitico al medioevo, dagli egiziani ai samurai, dai maya agli esquimesi, tutti questi popoli hanno utilizzato il fuoco per preparare i cibi e in molte parti del mondo è ancora l'unico modo possibile di cuocere.

Variano le materie prime, variano le culture gastronomiche, variano le lingue, variano forse anche i gusti ma il fuoco è una profezia della globalizzazione moderna.

Il termine *barbecue* ha una sua storia che risale ai tempi della conquista del Nuovo Mondo e in tutte le lingue ha mantenuto lo stesso significato: cottura di cibi alla griglia sotto braci ardenti. Il termine, che viene dall'inglese, abbreviato nei paesi anglosassoni con la sigla "*bbq*", deriva probabilmente da *barbacoa*. Quando i primi esploratori spagnoli giunsero nell'America centrale, in particolare nei Caraibi, scopri-

rono che le tribù indiane locali, i Taino, usavano una tecnica di cottura delle carni che consentiva di conservarle a lungo anche nel non favorevole clima locale, consistente nel disporle su un graticcio di legna verde sospeso sopra uno strato di braci di legna. La cottura era lenta, e lo scopo del graticcio era quello di tenere la carne distante dal suolo e dalla contaminazione di insetti ed altri animali terrestri, mentre il fumo teneva lontani insetti volanti e contribuiva alla lunga conservazione degli alimenti. Sembra che gli stessi tipi di graticci venissero usati anche per dormire (senza braci al di sotto, naturalmente). Il nome di questi graticci nella lingua locale suonava agli spagnoli come *barbacoa*. Gli spagnoli tornarono in Europa con questo 'nuovo' metodo di cottura e questa nuova parola che, con l'entusiasmo caratteristico dell'epoca per le novità e le notizie provenienti dai Nuovi Mondi, si diffuse in breve per tutta l'Europa, con una grammatica più o meno simile in tutte le lingue ed un'incertezza più o meno simile circa le reali caratteristiche di questa tecnica di cottura. Nel 1697 in Gran Bretagna il termine *barbecue* è citato per indicare una piattaforma su cui dormire, ma nel 1733 la parola è già usata per indicare una riunione sociale all'aria aperta dedicata alla grigliatura della carne. Nel 1769 George Washington annota nel suo diario di essere andato ad Alexandria per partecipare ad un "*barbecue*".

All'incirca nel 1540, l'esploratore spagnolo De Soto introdusse il maiale nei territori americani corrispondenti alle attuali Alabama e Florida. Il maiale si trovò così a suo agio nel nuovo clima da diffondersi enormemente, sino a diventare la principale fonte di carne per le popolazioni locali, ed il barbecue, con la sua lenta cottura fumosa adatta ai grandi tagli, il metodo localmente preferito per cucinarlo. Il barbecue finì così per essere considerato una specialità culinaria del Nuovo Mondo ed, in effetti, gli americani considerano il barbecue come il loro principale contributo alla cucina moderna.

Presso gli etruschi e i popoli mesopotamici, oltre che presso gli egizi, troviamo i primi esempi di griglia in metallo *sui generis*, costituita da tante aste in bronzo o ferro legate tra loro da una parte all'altra da cordami di canapa e juta in modo da formare un piano comodo per appoggiare carne e vegetali di una certa dimensione.

Un'altra versione sull'origine del termine perviene dai francesi che offrono un'etimologia completamente diversa per la parola. Sempre durante la conquista del Nuovo

*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.



01. Momenti conviviali intorno ad un barbecue



02. *Griglie Roventi*, Campionati di barbecue, Italia, dal 2005

Mondo, esploratori francesi raccontavano di aver mangiato una capra intera cotta su una griglia del tutto simile a quella già descritta, e di averla gustata “*de la barbe a la queue*”, dalla barba alla coda, da cui, per contrazione, barbecue.

Qualunque sia l’origine della parola resta il fatto che è entrata a far parte della lingua inglese comune e che anche gli americani se ne sono appropriati dando vita al verbo “*to barbecue*” che significa appunto cuocere il cibo alla griglia all’aperto.

Ma al di là delle questioni linguistiche-etimologiche è stato sicuramente uno dei primi metodi di cottura impiegati dagli esseri umani. E’, infatti, intorno al 400.000 a.C. che gli uomini primitivi scoprono che, cocendo il cibo alla brace, esso risulta più gradevole e digeribile, oltre a conservarsi più a lungo. Di conseguenza si costruiscono i primi focolari.

Si ha notizia che nel Seicento, in Virginia, il barbecue fosse addirittura una festa popolare durante la quale venivano arrostiti sulla brace interi maialini o enormi storioni. Nel XVIII secolo questo rito si diffuse anche a New York dove agli inizi del secolo successivo si organizzava il “barbecue della tartaruga”. Alla fine dell’Ottocento la griglia di legno venne sostituita da quella in metallo, su cui i *cow-boys* texani cocavano enormi pezzi di carne. Oggi, grazie al progresso tecnologico questo metodo di cottura si è notevolmente semplificato e può contare sugli strumenti adeguati.

La cottura del cibo sul fuoco segna l’inizio della storia della cucina.

Lentamente il barbecue è diventato un’istituzione, un’occasione informale di incontro e di festa, per riunirsi con amici e parenti. La storia più recente del barbecue evidenzia un crollo delle frontiere ideologiche dimostrando che “il grigliare” è un momento associativo culturale apprezzato ovunque. Per questo, due anni fa si sono svolte con grande successo i primi campionati europei (in Svizzera). E l’anno scorso a settembre i campionati europei di bbq si sono svolti a S. Paolo, comune di Appiano, nei pressi di Bolzano.

## 8.2 Il barbecue nel mondo oggi

La tradizione del barbecue è molto sentita nei paesi oltreoceano, come Stati Uniti ed Australia, e nei paesi nordici.

Il barbecue, in Italia, è qualcosa di sottovalutato e scontato, ricondotto troppo spesso al termine “grigliata” che è invece qualcosa di completamente e profondamente diverso. Più vicini alla nostra tradizione sono i picnic organizzati nei parchi, in campagna o in montagna in occasione di gite domenicali e momenti di break della vita lavorativa e quotidiana. Soprattutto con l’arrivo del periodo estivo la possibilità di mangiare all’aperto viene vista come un’ottima alternativa che offre la possibilità di ritrovarsi insieme per condividere esperienze all’insegna non solo del benessere psicofisico bensì anche di quello alimentare.

Che si chiami yakitori o kebab piuttosto che churrasco o asado o tandoori, tutti questi hanno in comune l’aroma portante lasciato dal fumo di legna.

Gli americani sono i maestri indiscussi di questo metodo di cottura. Il barbecue si sviluppa nel sud degli Stati Uniti d’America. Dallas in Texas, Charlotte in Carolina, Decatur in Alabama, Memphis nel Tennessee e Kansas City nel Missouri, sono universalmente riconosciute come le capitali del Barbecue. I Barbecue Joint sono ovunque e ognuno di essi è un’esperienza unica fatta di carne, salse e fumo. Negli USA circa l’84% delle famiglie possiede un barbecue; tra i single lo possiede il 54% (poiché si tratta di un fenomeno prettamente maschile).

Facendo un passo indietro ed andando ad analizzare il fenomeno più generale della preparazione del cibo, di cui anche il barbecue fa parte, ci accorgiamo che sempre maggiore è la tendenza all’acquisto di alimenti precotti dettata dalla sempre inferiore disponibilità di tempo che gli individui, delle aree urbanizzate, hanno a causa dei ritmi frenetici imposti dalla società odierna. Il ricorso al timesaving risulta dunque essere una prerogativa fondamentale alla consumazione del proprio pasto, soprattutto se questo, come nel caso di preparazione del cibo con barbecue, permette di mangiare anche in un’ottica di benessere, limitando l’introduzione di grassi e permettendo allo stesso modo un’internazionalità del cooking arrivando a fornire con pochi e semplici ingredienti (spezie, salse, aromi) una differenziazione etnica del prodotto.

Ma l'importanza non è data soltanto al cibo, bensì anche all'esperienza. Comunque, ogni cultura ha le sue tradizioni e i suoi modi di cucinare. Il barbecue non offre solo la possibilità di creare una cucina etnica differenziata ed internazionale ma anche di incontrare il gusto dei vegetariani, aspetto essenziale se pensiamo che il loro numero è in forte crescita e che dagli anni '80 è cresciuto circa del 23%<sup>01</sup>. Un altro elemento di caratterizzazione del fenomeno barbecue è la tendenza ad una forma di intrattenimento domestico.

Dal satè indonesiano al kebab mediorientale, dallo yakitori giapponese all'asado argentino, passando per il churrasco brasiliano e il jerk food giamaicano, tutti gli stili di "cucina a ferro e fuoco" più noti e diffusi sono un modo per vivere altre culture gastronomiche che fanno della cottura alla brace un vero e proprio rito.

- Indonesia: il Satè

Sul piano gastronomico l'arcipelago indonesiano si caratterizza per i sapori speziati e le mille contaminazioni che possono nascere in un Paese multietnico e fatto di isole. In ogni caso uno dei piatti nazionali consta in minispiedini di carne grigliata: i celeberrimi satè.

In Indonesia esistono centinaia di varietà di questi squisiti spiedini, in ogni caso la ricetta per così "base" prevede che piccoli cubetti di carne di pollo o manzo infilzati in stecchini di bambù siano cotti su braci di gusci di noci di cocco e serviti con salsa piccante di arachidi.

L'origine della ricetta pare vada cercata nell'arrivo a Sumatra dei mercanti arabi a cavallo tra X° e XI° secolo, oltre alla religione islamica, questi introdussero il kebab e l'usanza di grigliare la carne, anche se gli indonesiani preferirono fare le cose "in piccolo" e svilupparono così un loro stile fatto di porzioni minuscole e minispiedini. Da Giacarta a Giava, da Bali al Borneo, il satè in tutte le sue varianti (le più note sono: ayam, kambing, pedang) si può gustare ovunque: lo si trova dall'ambulante per strada come nei ristoranti più lussuosi, può essere uno stuzzicante aperitivo come un sostanzioso pasto completo.

- Medio Oriente: il regno del kebab

Ci sono piatti e stili culinari che si sono diffusi e imposti in più aree geografiche, ben prima della globalizzazione ora imperante. E' il caso del kebab, forse il piatto più diffuso nel mondo mediterraneo, arabo e orientale.

Si può gustare un ottimo kebab in moltissimi paesi, dal Maghreb alla Grecia, dal Medio Oriente alla Turchia ma in ognuno di essi assume un nome diverso: kabab, kebab, shawerma, gyros.

In qualsiasi modo lo si chiami, il kebab è caratterizzato da un ben preciso metodo di cottura, che avviene attraverso il tipico spiedo verticale. La carne (che può essere di montone, agnello, pollo, tacchino, manzo, vitella, maiale o una miscela di alcune di queste), fatta a fettine, deve essere sagomata e infilata nello spiedo verticale, fino a formare un cilindro che poi viene messo a ruotare vicino alla fonte di calore. Una volta la carne veniva cotta attraverso della brace sistemata in appositi spazi, disposti verticalmente intorno allo spiedo; oggi si utilizzano quasi sempre macchine che arrostitiscono la carne attraverso resistenze elettriche o una fiamma alimentata a gas.

Man mano che la parte esterna del cilindro si cuoce, viene asportata e così, di taglio in taglio, la cottura procede verso l'interno del cilindro. Si va avanti tagliando dal basso verso l'alto, affinché il grasso che si scioglie continui a colare dall'alto verso il basso, impregnando la carne rimasta.

Prima della cottura, la carne viene messa a marinare o condita con spezie ma i condimenti variano da luogo a luogo. In Marocco e nel Maghreb occidentale si usano cumino e paprika, mentre nelle terre d'Egitto e nel Medio Oriente questi lasciano il posto a cannella, origano, menta e altre spezie. Se ci si sposta ancora più a est, troviamo il peperoncino, l'aneto e il coriandolo; in India invece prevalgono i sapori forti di zenzero e curcuma.

Una volta che è stata tagliata, la carne può essere consumata in due modi: come panino o come vero e proprio piatto. Per il panino si utilizzano tipi di pane diversissimi ma quello che prevale, per tradizione, è il pane arabo. Questa versione lo rende il fast food dell'intero mondo arabo e non solo: girando per la Grecia è facile imbattersi in piccoli locali dove ci si può velocemente rifocillare con un gyros pita, l'equivalente ellenico del kebab, servito nel tipico pane arabo basso e soffice.

Se volete mettervi alla prova e realizzare un kebab casalingo sulla griglia, magari per un originale barbecue all'orientale, l'accorgimento irrinunciabile è ungere bene la griglia, onde evitare che la carne usata si attacchi irrimediabilmente.

- Giappone: lo yakitori

Parlando di cucina giapponese l'associazione di idee più comune è quella che ci porta subito a pensare a sushi, sashimi e tempura. Pochi sanno che, in realtà, la gastronomia giapponese ha anche una fortissima tradizione legata alla griglia.

Chi ha avuto la fortuna di viaggiare nel Paese del Sol Levante e di girare per Tokyo, si sarà imbattuto in piccolissimi locali tipici chiamati yakitori, dove si servono piccoli spiedini di pollo, verdure o pesce grigliati detti appunto yakitori, da yaki (alla griglia) e tori (pollo).

Il termine dunque designa un piatto e allo stesso tempo il tipo di taverna specializzata nella sua preparazione; lo yakitori in Giappone una sorta di istituzione, uno spazio di aggregazione e socializzazione, una via di mezzo tra il pub, il ristorante e il fast food, frequentato di solito dagli impiegati-pendolari che popolano lo scenario urbano delle metropoli nipponiche.

Già dal nome si intuisce come l'ingrediente base sia la carne di pollo, di solito i tagli più usati sono quelli del coscio e del petto, con varianti che prevedono finanche solo la pelle del pollo o parti come fegatelli e cuoricini. In ogni caso sono diffusissimi anche yakitori di pesce, verdure e funghi.

- Argentina: l'asado

C'è un luogo sulla Terra in cui la carne e la sua produzione sono una tradizione centenaria e un business colossale: l'Argentina. Dalla seconda metà dell'Ottocento, con l'invenzione delle celle frigorifere e la loro introduzione sulle navi, il Paese sudamericano è divenuto, grazie alle sue infinite praterie e ai suoi allevamenti, uno dei maggiori esportatori di carne del mondo.

Un primato economico che ha i suoi risvolti anche sul piano meramente gastronomico: in Argentina il piatto nazionale non poteva che essere una grigliata mista di carne, il famoso asado. Il nome non è altro che la traduzione spagnola di arrosto,

ma non un arrosto qualsiasi, per gli argentini asado è l'Arrosto per eccellenza, l'unico modo di concepire la cottura della carne.

La tradizione dell'asado si lega a doppio filo con l'epopea dei gauchos, i leggendari mandriani meticci che conducevano il bestiame lungo le distese sterminate delle Pampas: a loro si deve la nascita dell'asado e l'elaborazione di numerose varianti, tra cui l'asado con cuero, che si fa sotterrando un bue o un vitello, con tutta la pelle, in una fossa dove il fuoco brucia per ore e ore.

In ogni caso l'asado più spettacolare è l'asado a la cruz (alla croce) o a la reja (all'inferriata): si infilzano quarti di carne in grandi spiedi di metallo e si conficcano nel terreno, intorno ad un fuoco tenuto sempre ardente fino alla cottura finale. Nelle estancias, i tipici ranch argentini, questo tipo di asado diventa occasione di spettacolo per i turisti che, tra il fumo e gli odori della carne, aspettano il loro turno per assaggiare questa bontà.

L'Asado si mangia di solito accompagnato con una salsa tipica, il chimichurri, fatta con olio, aceto, sale, aglio, alloro, origano essiccato, cipolla, peperoncino in polvere ed altre spezie, il tutto tritato a formare una sorta di pesto colorato e dagli odori intensi e persistenti.

- Barbecue in the USA

Negli Stati Uniti il barbecue è un'attività molto seria: è risaputo che per gli americani la grigliata all'aperto è un rito da consumare con dedizione e partecipazione. Le dimensioni del mercato statunitense del bbq spiegano bene questa passione nazionale: c'è un barbecue in circa l'80% delle case americane e il mercato complessivo muove un giro d'affari di quasi 4 miliardi di dollari tra grill elettrici, a gas, a carbone e utensileria varia collegata.

Il dato che sorprende maggiormente è che il settore non conosce crisi o rallentamenti di sorta: dal 2003 al 2005 il giro d'affari complessivo è aumentato del 10%, mentre il mercato dei barbecue si caratterizza per una domanda sempre più orientata a barbecue grandi e sofisticati, completi di accessori e optional di ogni sorta. La preferenza va ai barbecue a gas, che ormai coprono i ¾ delle vendite.

## PIETANZE PER BARBECUE

a Base di CARNE



03.

a Base di PESCE



04.

VEGETARIANE



05.

CONDIMENTI



06.



07. Adam Perry Lang, grill master

Oltre ad essere proprietario e chef del Daisy May's BBQ a New York, è anche autore di *Serious Barbecue* e del più recente *BBQ 25: The World's Most Flavorful Recipes Now Made Foolproof*. Per metà dell'anno vive a Londra, dove lavora con Jamie Oliver in un ristorante/braceria chiamato *Barbecoa*.

## RICETTE VEGETARIANE PER BARBECUE



08. Bruschette

09. Patate al cartoccio

10. Moink-balls cotte sulla brace

Anche il mercato delle salse da barbecue e delle marinature pronte conosce una varietà di offerta sorprendente e che per i gusti italiani potrebbe sembrare un po' bizzarra negli accostamenti e nei gusti, con mix di whiskey, aglio, erbe varie e una varietà di essenze che ben si adatta alla miriade di stili diffusi nei vari angoli degli States. Pare, infatti, che questa offerta diversificata di sapori e condimenti rifletta in buona parte le ricette e le preferenze regionali in materia di grigliata.

A confermare l'imperante centralità del barbecue nelle abitudini alimentari e sociali degli americani segnaliamo, infine, un altro dato: secondo la National Cattlemen's Beef Association, l'associazione che raggruppa gli allevatori statunitensi di bovini, i tagli di carni di manzo da barbecue rappresentano il 68% dell'intero mercato americano di carni bovine.

- Brasile: la terra del churrasco

Ci sono luoghi del mondo dove grigliare la carne non è solo un modo di cucinare o un metodo di cottura, ma una vera e propria "cerimonia", un rituale che definisce uno stile di vita se non addirittura una cultura: è il caso del churrasco, uno dei piatti simbolo della cucina brasiliana e sudamericana e ormai assunto a vera e propria moda etno-gastronomica.

Il churrasco è sostanzialmente una sorta di megabarbecue in cui grandi tranci di carne vengono arrostiti su grossi spiedi conficcati nel suolo attorno al fuoco. La tradizione vuole che una volta cotta la carne venga servita tagliandone porzioni "edibili" direttamente dagli spiedi, infatti le churrascarias, i tipici ristoranti brasiliani specializzati in questo tipo di piatto, sono caratterizzati da una processione di camerieri che "brandiscono" gli spiedi con la carne e la servono in quantità industriale ai commensali, tanto che spesso gli stessi vengono forniti di una specie di cartellino con cui indicano ai camerieri il "ritmo" con cui desiderano essere serviti!

Le origini del piatto sono ancora una volta legate alla cultura contadina, o meglio alla vita dei cowboy brasiliani i cosiddetti gaúchos del Rio Grande do Sul, lo stato più a sud del Brasile, terra di confine con Uruguay e Argentina ed estremo lembo di Pampas. In questi luoghi l'allevamento dei bovini è una tradizione centenaria ma fino alla fine del '700 ancora non si pensava alla commercializzazione della carne bovina,



ciò che aveva valore erano il pellame e il sebo dell'animale.

Per cui, dopo aver macellato l'animale e lavorato le parti pregiate, i gaúchos tagliavano il pezzo che risultava più facile e lo arrostitavano per intero in una buca aperta nella terra, condendolo con le ceneri dello stesso braciere. Questa è l'origine più remota del churrasco.

Nel tempo l'allevamento dei bovini si è fatto intensivo, la carne inizia ad essere trattata con più cura e più igiene e lo stesso churrasco diventa pian piano uno dei piatti più conosciuti e apprezzati in tutta la regione abitata dai gaúchos. Da lì durante tutto il secolo scorso si inizia a diffondere come una vera e propria moda culinaria in tutto il resto del Brasile, fino a diventarne uno dei piatti nazionali.

La fama del churrasco ha raggiunto proporzioni internazionali: ci sono churrascarias brasiliane disseminate per tutto il mondo e che riscuotono molto successo in paesi come Stati Uniti, Australia, Olanda, Italia, Svizzera, Inghilterra, Francia, Canada, Germania. È un pezzo di cultura brasiliana che si diffonde nel mondo attraverso la sua tradizione culinaria più famosa.

- Giamaica: la patria del Jerk food

In Giamaica barbecue significa Jerk Food, oltre che un piatto un vero e proprio stile di vita e chiunque abbia visitato almeno una volta l'isola caraibica sa bene che lo si trova ovunque, dalla peggior taverna al ristorante di lusso.

La ricetta è semplice: la carne (di solito i tagli migliori di maiale o pollo, da cui jerk pork e jerk chicken) viene bagnata nel succo di lime o nell'aceto e si fa quindi marinare in un impasto di peperoncini scotch bonnet (tipici peperoncini dei Carabi dalla forma tondeggianti, noti per la loro "esplosività"), zenzero, erba cipollina, noce moscata, cannella, timo, aglio e altre spezie, che rendono il tutto una delle pietanze più piccanti e profumate che siano immaginabili.

Una volta terminata la marinatura la carne viene fatta cuocere lentamente, su una brace di legna dura, in modo da affumicarla e conferirle una nota legnosa tipica. Il risultato è quello di una carne tenera, saporita e piccantissima.

Il metodo di cottura è fondamentale: la vera ricetta giamaicana prevede che la car-

ne venga posta nel cosiddetto "pit", ovvero una buca poco profonda scavata nel terreno sopra la quale poggiano una serie di rami intrecciati a formare una sorta di griglia. I rami bruciano durante la cottura e vanno sostituiti, ma questi conferiscono alla carne un sapore particolare.

L'origine del piatto viene fatta risalire all'epopea dei maroons, gli schiavi guerrieri e ribelli che alla fine del '600 riuscirono a fuggire dalle piantagioni e a rifugiarsi tra le montagne. I maroons per sopravvivere mentre venivano braccati dai soldati inglesi escogitarono un metodo di conservazione della carne di cinghiale impastata nel peperoncino e affumicata.

Il Jerk pork (o jerk food nella sua accezione più allargata) è il piatto nazionale giamaicano. Il piatto tradizionale prevede che si usi carne di maiale o di polli, ma ne esistono varianti a base di pesce, crostacei, verdure.

### 8.3 Analisi di mercato

Osservare il mercato per comprendere i vincoli di progetto.

Parlare di mercato di riferimento di prodotti che potrebbero essere simili al sistema che si intende progettare significa riferirsi al mondo del barbecue in generale (competitor diretto), e ad altri mondi intesi come competitor indiretti. È necessario operare una ricerca sul mercato di tutti quei prodotti che potrebbero in qualche modo avere a che fare con il mondo del barbecue. In particolare farò riferimento a differenti realtà che attraverso i loro prodotti si riflettono sul tema di progetto, per l'individuazione e restituzione dei vincoli e delle considerazioni progettuali che dovranno essere risolte in fase progettuale.:

- arredo per esterni
- arredo da giardino

## ANALISI DI MERCATO > RICERCA SUL SISTEMA BARBECUE



Legna



Carbonella



11. Table Grill, Eva Solo



12. Fireplate, Radius Design



13. Inground mount grill



14. Barbecue a legna



15. Dancook, I Signori del Barbecue



16. *Croscat\_p*, fesFOC



17. Black Steel Firebowl



18. Barbecue Eva Solo, Terrasesjardins



19. Barbecue *Hortoin*

Convivium: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.



20. Grill e barbecue *Piediluco*, Clam



BARBECUE FISSI  
-senza cappa di aspirazione-

21. Progetti site-specific progettati e realizzati in loco



# BARBECUE MOBILI -senza COPERCHIO-

22. Barbicú, Piero Lissoni per Alessi by Fochista



23. Focolare e barbecue, Rustico



24. Barbecue Rondo, Rinelli steeldesign



25. Langgrill, Liebschaften, 2009



*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

## BARBECUE PORTATILI

26. *Griffon Folding Barbecue*, Garden Trading



27. *Brisbane Compact Table Barbecue*, Brisbane



28. Pyramid Barbecue, Muji



29. Portable Barbecue



30. Instant Barbecue, JHL BBQ Grill World



## BRACIERI



31. Braciere portalegna tradizionale



32. Braciere portalegna pesante, Falci



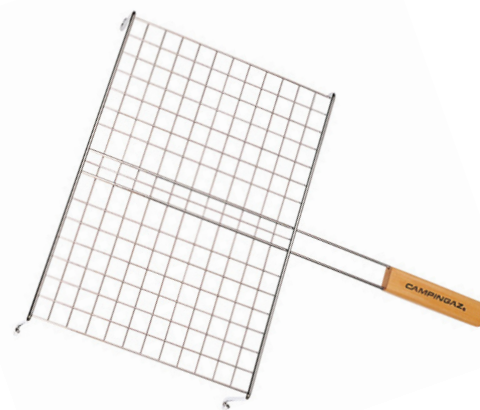
33. Braciere portacarbone verticale

---

## GRIGLIE



38. Griglia con manici in legno



39. Griglia con manico in legno, Campingaz



40. Griglia Grilliput





34. Braciere Vuurkor



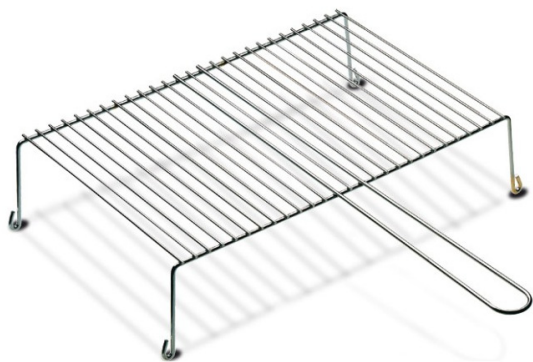
35. Braciere Vuurkorf Classic



36. Braciere Vuurkorf Classic Ronda



37. Braciere Vuurkorf Classic Modern 60



41. Griglia semplice, Ferraboli



42. Griglia rotonda, Ak47



43. Griglia rotonda, Zapfen



44. Griglia Walzer, MOM

## COMPETITOR DIRETTI

### - Dispositivi barbecue:

Oggi il barbecue è generalmente una struttura di base che serve per accogliere combustibile, sulla quale viene sistemata una griglia fatta di ferretti equidistanti.

Le caratteristiche di un barbecue variano molto in base alla forma, alla dimensione e all'aggiunta di componenti mobili, ad esempio distanziatori per regolare in altezza la griglia per una cottura ottimale. Infatti, talvolta la distanza tra la griglia e il fuoco, che è di circa 10 cm, non può essere regolata; talvolta, invece, la griglia è sorretta da un supporto centrale, regolabile grazie a una manovella. La struttura può essere in lamiera di acciaio rivestita in nickel, cromo o porcellana, oppure di acciaio verniciato o di lega pressofusa. Per quanto riguarda le griglie, il materiale migliore è la ghisa smaltata o vetrificata perchè antigraffio e antiacido.

I barbecue sono classificati principalmente in base al tipo di combustibile che utilizzano.

- ° Barbecue a legna
- ° Barbecue a carbonella
- ° Barbecue a gas
- ° Barbecue elettrici

Il progetto prevede l'utilizzo di legna e carbonella, quindi mi limiterò ad indagare questa categoria di prodotti.

#### > Barbecue a legna e carbonella:

Alla base del primo metodo di cottura dei cibi sperimentato dall'uomo, c'erano due elementi naturali: fuoco e legna. Ancora oggi il barbecue a legna consente di preparare cibi servendosi di quegli stessi elementi.

L'inconveniente che potrebbe scoraggiare chi pensa di acquistare un barbecue a legna, è la difficoltà ad accendere quest'ultima. Oggi sono in commercio decine di

prodotti che facilitano la combustione: se si è sprovvisi, occorrono pazienza e olio di gomito.

Una pratica diffusa è l'utilizzo dei cubi di paraffina conosciuti con il nome comune di "Diavolina" ma sempre più spesso si utilizzano accenditori liquidi derivati dal petrolio. L'uso corretto di queste sostanze non è pericoloso, ma lo diventa in caso di utilizzo massiccio. Questi materiali, come detto, sono derivati dal petrolio e pertanto la loro combustione produce centinaia di sostanze che, oltre ad avere un odore simile allo scarico delle automobili, sono altamente nocive se inalate o ingerite. I liquidi di accensione, se presenti in quantità massiccia, impiegheranno molto tempo prima di essere completamente bruciati perciò potrà succedere di iniziare a cucinare sopra a dei fumi molto pericolosi.

Ad ogni modo, la ragione principale per cui vale la pena cuocere cibi su un barbecue a legna è la sua capacità di esaltare le caratteristiche delle pietanze: la cottura a legna riesce, infatti, a conferire ai cibi un sapore unico.

Un combustibile utilizzato in alternativa alla legna è la carbonella: è un sottoprodotto dell'alcool, venduta sottoforma di blocchetti e ricavata da pezzi di legno lentamente bruciati e mescolati con segatura e "legata" con amido.

Una cosa fondamentale da ricordare è che prima di iniziare a cuocere, è necessario che sui carboni si formi uno strato di cenere bianca che indica il momento ideale per iniziare a grigliare.

Si consiglia di versare il carbone acceso sui 2/3 del braciere del barbecue; posizionare la griglia e attendere la formazione della cenere bianca; in questo lasso di tempo la griglia si scalderà a dovere dopodichè spazzolare con una spazzola di ottone e procedere con la cottura.

I barbecue possono essere classificati anche secondo l'installazione.

Secondo questa classificazione, esistono tre tipi di barbecue:

- ° Barbecue fissi, solitamente in muratura
- ° Barbecue mobili, che si montano su cavalletti richiudibili oppure dotati di ruote

° Barbecue portatili, che una volta chiusi sono di dimensioni ridotte e facilmente trasportabili da un luogo all'altro.

> Barbecue fissi:

per posizionare i barbecue fissi, bisogna osservare le prescrizioni di carattere urbanistico e di edilizia locale, che variano da comune a comune, e che riguardano la distanza da confini e fabbricati, oltre che una distanza superiore a sei metri da alberi o altri ostacoli a sviluppo verticale.

Si installano solitamente all'esterno, in giardino o sul terrazzo, ma esistono anche alcuni modelli che possono essere installati all'interno, poiché dotati di cappe per l'aspirazione dei fumi, e possono funzionare anche come camini.

Esistono anche barbecue fissi ad uso pubblico, solitamente realizzati in muratura o in mattoni.

\_Barbecue mobili:

I barbecue mobili possono essere a carbonella, a gas o elettrici. Si possono utilizzare quindi all'esterno di una casa, in terrazzo o in giardino, o all'interno, avendo cura di tenere le finestre aperte sull'esterno e chiuse all'interno sul resto degli ambienti, oppure si possono trasportare anche in altri luoghi.

Le dimensioni e le forme dei barbecue variano da un modello all'altro: possono essere rotondi, rettangolari, semicircolari e anche molto piccoli (anche 35 cm di diametro o di larghezza), per facilitare di più il trasporto, oppure grandi fino a 80-90 cm di larghezza, per contenere più alimenti contemporaneamente.

\_Barbecue portatili:

esistono poi alcune versioni di barbecue completamente portatili, che addirittura sono dotati di una loro valigetta per il trasporto. Possono essere a carbonella o elettrici. Il vincolo di quelli elettrici è sempre la presa di corrente, che deve essere a portata di mano. Per il resto i barbecue portatili sono ancora più facili da trasportare in luoghi diversi dalla propria casa.

#### 8.4 Il design al centro della mia osservazione

L'analisi di mercato mi ha permesso di classificare le tipologie esistenti e di definire lo stato dell'arte del sistema barbecue.

Durante la fase di ricerca ho incontrato interessanti progetti di design, volti a esplorare nuovi comportamenti, nuove tecnologie, nuovi linguaggi. Di seguito, riporto i casi che ho ritenuto essere maggiormente significativi.

Convivium: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

## INNOVAZIONI

[ il design al centro della mia osservazione ]

\* PER FACILITARE L'ACCENSIONE

45. Green Barbeque Fire Pack, Baja BBQ, prodotto da Lazzari/ Design Annex, 2010

I firepacks per barbecue di Lazzari sono una serie di facilitatori di accensione del carbone ed un'alternativa ecologica ai metodi tradizionali di accensione del carbone. Progettato da Mike e Maaiké per Lazzari (San Francisco), l'imballaggio è interamente realizzato in pasta di carta riciclata con camino integrato e può essere acceso facilmente, trasformandosi in un perfetta pila di carbone naturale. Non c'è bisogno di accendigrill chimici, che emettono migliaia di tonnellate di COV (composti organici volatili) negli Stati Uniti ogni anno (14.500 tonnellate di COV sono emessi da 46.200 tonnellate di liquido accendigrill utilizzati negli Stati Uniti ogni anno.





46. *Ciminiera d'accensione*, Weber, 2010

Il Chimney Starter (ciminiera di accensione o cesto accenditore) permette di accelerare l'accensione della carbonella. Il cesto accenditore è formato da un cilindro in lega di alluminio con un manico termoresistente e una maniglia di cortesia per l'utilizzo a due mani. Internamente è ovviamente vuoto ma sul fondo è presente una serpentina di forma conica di tondini di ferro. Tra la fine della serpentina e il bordo inferiore è presente uno spazio in cui è possibile posizionare il materiale incendiario. Sempre in questo spazio sono presenti dei buchi che permettono la giusta areazione per consentire lo sviluppo delle fiamme. Il procedimento è semplice ma ingegnoso. Sfrutta il sistema del "tiraggio" dei camini. Si riempie il cesto di carboni o bricchette, si accendono uno o due cubi di paraffina, un foglio di giornale o qualche pezzetto di legno al di sotto di esso. La conformazione del cesto provocherà una sorta di tiraggio che aspirando le fiamme, consentirà un'accensione completa dei carboni o dei bricchetti. Dopo circa 20 o 25 minuti, le braci saranno di colore rosso e pronte per essere gettate sul braciere.

Convivium: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

## \* PER MANTENERE IL CALORE

---



47. *Barbecook*, Puur, 2011

La parte mobile in lamiera di acciaio può essere reclinata fino a coprire parzialmente la griglia permettendo il mantenimento di una temperatura più elevata.

## \* PER UN LUOGO SPECIFICO

---



48. *Bruce*, Henrik Drecker, 2010

È un barbecue progettato appositamente per poter essere utilizzato in piccoli spazi esterni, come ad esempio sul balcone della propria casa.

\* PER IMPIEGO DI UN NUOVO MATERIALE

---



49. *Egrill*, Michaelweaker, 2010

Egrill è un barbecue a forma di uovo realizzato in ThermoCera, una ceramica pomice particolare che permette di contenere il calore, consentendo, nel contempo, alla luce di passare attraverso lo spessore (di 3 pollici). Un ottimo prodotto di design, che dà vita al connubio tra l'estetica e la funzionalità.

*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

\* PER UNA NUOVA ESTETICA

---







50. *Zen*, Ivano Losa / Ak47, 2010

51. *Mangiafuoco*, Matteo Galbusera / Ak47, 2010

52. *Discolo*, Ivano Losa / Ak47, 2010

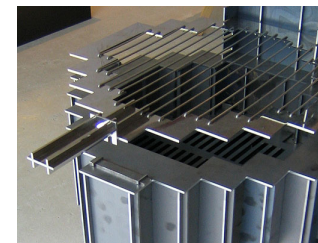
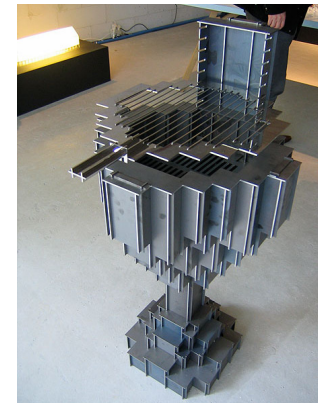
L'uomo è al centro nei temi di progetto di Ak47.

L'uomo come simbolo di imperfezione, naturale evoluzione, unicità in grado di aggiungere valore agli occhi di attenti osservatori. Qui proponiamo artigianalità industrializzata. Singole e forti identità che, affiancate da efficace serialità, trovano rappresentazione nei prodotti Ak47. La ricerca del dettaglio non solo nel prodotto finale ma attraverso tutti i suoi processi: dalla progettazione alla produzione sino all'imballo.

## CONTAMINAZIONI

---

### \* DAL MONDO DELL'ARTE



53. Barbecue '*no screw no glue*' (edizione limitata), Joost Van Bleiswijk, 2009

Il barbecue in acciaio corten di Joost Van Bleiswijk fa parte della collezione '*no screw no glue*': una serie di prodotti in edizione limitata, assemblati senza utilizzare nè viti, nè colla. Arte contemporanea, artigianato e design sono tre sistemi di cui si è sempre nutrita l'innovazione, così come la tradizione.



\* Da ALTRI MONDI

54. *Extending the Season*, Guus Alders, 2009  
Foto di René van der Hulst

Cucinare la cena, mangiare, bere con gli amici all'aperto: è ciò che contraddistingue la stagione estiva. Guus Alders ha trovato il modo di estendere il rito estivo di restare fuori intorno al fuoco, prendendo la sua ispirazione dalle capanne tradizionali dei mongoli nomadi. *Extending the Season* è una struttura leggera costituita da tubi biversi e panni di lana da allungare tra di essi, che proteggono dal vento e la pioggia. Il punto centrale è un camino sospeso in ceramica che può essere utilizzato anche come un barbecue.

Convivium: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

## COMPORTAMENTI

## IMPROVVISAZIONI

55. Improvvisazioni barbecue,  
location varie



# nei PARCHI DI MILANO



56. Parco dell'Idroscalo, Milano



*Convivium*: il barbecue collettivo.

Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

## NOTE

01. Dati ISTAT di un'indagine condotta nel marzo 2001

## IMMAGINI

01. Momenti conviviali intorno ad un barbecue
02. *Griglie Roventi*, Campionati di barbecue, Italia, dal 2005
03. Ricette a base di carne
04. Ricette a base di pesce
05. Ricette vegetariane
06. Ricette condimenti
07. Adam Perry Lang, grill master
08. Bruschette
09. Patate al cartoccio
10. Moink-balls cotte sulla brace
11. *Table Grill*, Eva Solo
12. *Fireplate*, Radius Design
13. Inground mount grill
14. Barbecue a legna
15. *Dancook*, I Signori del Barbecue
16. *Croscat\_p*, fesFOC
17. Black Steel Firebowl
18. Barbecue Eva Solo, Terrasesjardins
19. Barbecue *Hortoin*
20. Grill e barbecue *Piediluco*, Clam
21. Progetti site-specific progettati e realizzati in loco
22. Barbicú, Piero Lissoni per Alessi by Fochista
23. Focolare e barbecue, Rustico
24. Barbecue Rondo, Rinelli steeldesign
25. Langgrill, Liebschaften, 2009
26. *Griffon Folding Barbecue*, Garden Trading
27. *Brisbane Compact Table Barbecue*, Brisbane
28. *Pyramid Barbecue*, Muji
29. Portable Barbecue
30. Instant Barbecue, JHL BBQ Grill World
31. Braciere portalegna tradizionale
32. Braciere portalegna pesante, Falci
33. Braciere portacarbone verticale
34. Braciere *Vuurkor*
35. Braciere *Vuurkorf Classic*
36. Braciere *Vuurkorf Classic Ronda*
37. Braciere *Vuurkorf Classic Modern 60*
38. Griglia con manici in legno
39. Griglia con manico in legno, Canpingaz
40. Griglia *Grilliput*
41. Griglia semplice, Ferraboli
42. Griglia rotonda, Ak47
43. Griglia rotonda, Zapfen
44. Griglia *Walzer*, MOM
45. *Green Barbeque Fire Pack*, Baja BBQ, prodotto da Lazzari/ Design Annex, 2010
46. *Ciminiera d'accensione*, Weber, 2010
47. *Barbecook*, Puur, 2011
48. *Bruce*, Henrik Drecker, 2010
49. *Egrill*, Michaelweaker, 2010
50. *Zen*, Ivano Losa / Ak47, 2010
51. *Mangiafuoco*, Matteo Galbusera / Ak47, 2010
52. *Discolo*, Ivano Losa / Ak47, 2010
53. Barbecue 'no screw no glue' (edizione limitata), Joost Van Bleiswijk, 2009
54. *Extending the Season*, Guus Alders, 2009 - Foto di René van der Hulst
55. Improvvisazioni barbecue, location varie
56. Parco dell'Idroscalo, Milano





9.

## GENERAZIONE DELLA VISION PER UN NUOVO MODELLO DI BARBECUE

---

### 9.1 Brief di generazione della vision

Diverse combinazioni di beni privati e beni comuni, di diverse temporalità e di diversi modi per mettersi in gioco costituiscono le diverse strategie di vita con cui il soggetto attore cerca di approssimare la sua idea di benessere. La mia ipotesi di lavoro è che per allontanarsi dal benessere basato sul prodotto occorra valorizzare i beni comuni, sviluppare delle isole di temporalità lenta e promuovere la partecipazione individuale.

L'idea di riunirsi intorno al fuoco, nonostante sia spesso legata a necessità termiche, di illuminamento e protezione, suscita sempre grande fascino e poesia; probabilmente anche perché è una pratica le cui origini si perdono nella notte dei tempi. Rimanda a concetti quali l'unione, lo scambio, il fronteggiarsi, la conoscenza, la socializzazione. A questa immagine di aggregazione di persone è stata aggiunta la convivialità.

E' nata così l'idea di progettare un nuovo modello di barbecue che prevede più postazioni disposte attorno ad un unico fuoco centrale comune; gli utenti stessi avranno il compito di alimentarlo ed eventualmente affidarlo all'utente successivo, in un'ottica di collaborazione.

Il barbecue collettivo può essere considerato come una sorta di "cucina condivisa"

in cui lo scopo diventa quello di ritrovare il piacere del cucinare e, soprattutto, quello del cucinare insieme, agevolando la socializzazione e lo scambio di esperienza. Il tipo di alimento, il modo di prepararlo e di consumarlo rimandano ad un passato di vita comunitaria e a una cultura alimentare percepita come segno di identità.

L'idea e' quella del coinvolgimento, della rimessa in atto di rituali spesso dimenticati, di forme di socialità spesso degenerare nella società contemporanea, dove la vita di ogni giorno rende sempre più evanescente la comunità materica, quasi sostituendola con le 'comunità virtuali'.

Un punto di forza del progetto sta nella possibilità di fruizione da parte di più gruppi di persone contemporaneamente, nella sua forma circolare che permette a tutti gli utenti di vedersi e comunicare, e nella condivisione di un unico fuoco centrale che deve essere continuamente alimentato dagli utenti stessi innescando un processo di collaborazione e aiuto reciproco. Altro punto di forza è la creazione di rapporti tra le persone, quindi apprendimento e scambio, sia sociale che culturale.

La sua mission principale è sviluppare una conoscenza interculturale nella società civile e quindi operare una rigenerazione del tessuto sociale e una rigenerazione locale del tessuto urbano.

### 9.2 Definizione dello scenario

Contesto d'uso:

Il contesto di riferimento per il progetto di un barbecue collettivo è lo spazio pubblico esterno urbano.

L'installazione di un prodotto di questo genere, per essere fruito in modo completo e soddisfacente e per poter rispondere in modo ottimale ai requisiti di efficienza e sicurezza, comporta la presenza di una serie di altri servizi e attrezzature correlate.

I limiti che un progetto di questo tipo ha, rendono necessaria l'individuazione di

## CASCINA CUCCAGNA > VERSO UNA NUOVA SOCIALITÀ URBANA

- \* un “centro polifunzionale di iniziativa e partecipazione culturale territoriale”
- \* una cascina da salvare e trasformare in un nuovo spazio pubblico
- \* un progetto importante, partito dal basso



01. Cascina Cuccagna (1695),  
via Cuccagna 2/4, Milano

### Progetto Cuccagna

UN'ANTICA CASCINA AGRICOLA PER UN NUOVO SPAZIO PUBBLICO



una location idonea e la presenza di un gestore. Per questo motivo, ho scelto una location specifica in cui allestire il dispositivo, che fosse coerente con la filosofia del prodotto.

### La Cascina Cuccagna.

Tra le 50 cascine milanesi di proprietà del Comune, la più interna al tessuto urbano è Cascina Cuccagna (a Milano dal 1695), tra Via Muratori, Viale Umbria e Via Friuli, poco distante da Porta Romana, è un prezioso spazio pubblico della città, arricchito da 1500 mq di giardino. Lo spazio del giardino svilupperà nei prossimi mesi un orto, una piccola serra e un giardino botanico che verranno progettati in funzione di attività educative/didattiche.

In corso vi è il “Progetto Cuccagna”, il cui scopo primario è recuperare all’uso pubblico dei cittadini i preziosi spazi della settecentesca cascina urbana. Per strapparla dall’abbandono, un consorzio di otto associazioni milanesi ha elaborato un progetto che vede la sua trasformazione in un nuovo spazio pubblico: “un centro polifunzionale d’iniziativa e partecipazione territoriale”.

Milano ha urgente bisogno di luoghi di partecipazione civile, di attenzione tra generazioni e culture, di occasioni di solidarietà per contrastare l’esclusione e imparare di nuovo, insieme, ad essere una comunità. Cascina Cuccagna intende essere proprio uno di questi luoghi.

Entro il 2011 nel suo complesso sorgeranno, oltre a orti e serre didattici, una bottega a filiera corta, una trattoria, un’agenzia per il turismo agricolo-territoriale, spazi per ospitalità temporanea, laboratori, incontri e esposizioni; oltre 4000 mq a disposizione della città e di un suo sviluppo sostenibile. Partendo dalle tre aree tematiche del Progetto - Ambiente e Alimentazione, Cultura e Territorio, Coesione e Integrazione - Consorzio Cantiere Cuccagna ha sviluppato 17 progetti che faranno sì che la Cascina diventi un ponte tra campagna e città, un luogo in cui creare identità e sviluppare talenti, uno spazio in cui costruire nuove forme di socialità urbana. Consorzio Cantiere Cuccagna è in cerca di finanziamenti da parte di aziende, enti pubblici, privati, perchè soltanto raggiungendo l’adeguata copertura finanziaria sarà possibile dare il

via alle numerose attività in cantiere.

Gli obiettivi strategici che il Progetto Cuccagna ha sono:

- dare spazio e visibilità alle risorse soggettive e creative locali;
- proporre ai cittadini opportunità di partecipazione attiva e di protagonismo;
- produrre opportunità di scambio e contaminazione tra generazioni e culture diverse;
- fornire supporti informativi e formativi che favoriscano l’auto organizzazione su iniziative e progetti che nascono dal territorio;
- ospitare eventi, laboratori, spazi di incontro, di ascolto e di accoglienza culturale;
- favorire l’integrazione culturale tra città e campagna;
- promuovere il turismo culturale e didattico e quello agricolo e ambientale;
- organizzare filiere corte tra produzione agro alimentare locale e circuiti di consumo consapevole;
- contribuire al recupero di identità culturale territoriale.

Gli obiettivi operativi possono essere suddivisi per aree tematiche.

Area tematica 1 - Ambiente e Alimentazione

Area tematica 2 - Cultura e Territorio

Area tematica 3 - Coesione e Integrazione

\* Ambiente e Alimentazione

- 1) Scuola di cucina
- 2) Filiera corta
- 3) Recupero e Riuso
- 4) Riciclo e Compostaggio
- 5) Turismo agricolo e ambientale
- 6) Verde pubblico
- 7) Orti frutteto e serra didattici

\* Cultura e Territorio

- 1) Ciclofficina
- 2) Auditorium
- 3) Redazione aperta

- 4) Fotografia e cinema
- 5) Teatro, danza, musica
- 6) Spazi dedicati all'ospitalità temporanea
- 7) Incubatore di progetti creativi
- 8) Ecomuseo urbano

\* Coesione e Integrazione

- 1) Incubatore di progetto, di associazione e di impresa sociale
- 2) Sportelli informativi e spazi d'ascolto
- 3) Bambini Ragazzi Mamme e Papà
- 4) Ostello
- 5) Libri e letture
- 6) Banca del tempo
- 7) Ecomuseo Milano Sud

Tra le iniziative legate ad "Ambiente e Alimentazione" rientrano i mercati agricoli. Tutti i martedì pomeriggio, il tendone nel giardino della Cuccagna si anima con le bancarelle e con i prodotti delle cascine agricole dell'entroterra milanese. Anche chi lavora fino a tardi avrà finalmente la possibilità di acquistare frutta e verdura di stagione, carne, salumi, formaggio, uova, riso, vino, confetture e miele realizzati artigianalmente. Per ritrovare il senso delle stagioni, scoprire specialità produttive del nostro territorio e instaurare un nuovo rapporto tra campagna e città. Il mercato costituisce un passo importante verso la realizzazione del Progetto Cuccagna, che a fine lavori prevede l'apertura in cascina di una bottega permanente del consumo consapevole, in cui sarà possibile trovare oltre a prodotti alimentari a filiera corta, prodotti per l'igiene della casa e della persona e prodotti per l'infanzia.

Il progetto di recupero dell'edificio si distinguerà, dal punto di vista tecnico, per l'applicazione dei principi di bio-architettura e di sostenibilità ad un edificio storico, e dal punto di vista umano, per attenzione rivolta ai meccanismi di partecipazione del territorio e per la sua destinazione finale.

### Focus target.

La scelta di una location specifica determina la necessità di un'analisi del territorio in cui si inserisce e dei suoi abitanti. I cittadini sono il focus target del progetto ed è necessario conoscere i loro *sogni e bisogni*<sup>101</sup>.

Il tessuto sociale della città contemporanea è attraversato da trasformazioni che ne rendono sempre più difficile una sua lettura unitaria. A Milano chi abita o usa i quartieri che formano la "Zona 4" (in cui la Cascina Cuccagna si trova) esprime scarsi livelli di soddisfazione per gran parte delle dimensioni della vita collettiva, pur godendo di condizioni socio-economiche in linea con quelle dell'intera città, una fra le più ricche d'Europa. L'ipotesi più generale che guida la lettura di questa apparente contraddizione è che il benessere collettivo percepito da una società locale è legato alla misura in cui le risorse ad essa accessibili possono soddisfare i bisogni sociali delle sue popolazioni.

Il libro *Sogni e bisogni a Milano. Vissuti e risorse nella "Zona 4"* a cura di Sebastiano Citroni esplora i vissuti delle diverse popolazioni della Zona 4 e li confronta poi con l'analisi delle sue principali risorse collettive: associazionismo, welfare locale, verde urbano e memoria storica. Lo scopo è di mettere a fuoco e comprendere i principali bisogni sociali di tale ampia area urbana di Milano, sviluppando in questo modo una riflessione dettagliata sul loro nesso con le principali trasformazioni urbane in corso, in particolare nell'area milanese.

Il testo sopra citato è lo strumento che ho utilizzato per avvicinarmi al vissuto dei cittadini che abitano o usano i quartieri che formano la Zona 4. Non meno importante è il mio punto di vista personale: solo un anno fa abitavo in questa stessa area, poco distante dalla Cascina.

## PERCHÈ La cascina CUCCAGNA ?

- \* spazio pubblico esterno urbano
- \* spazio in trasformazione
- \* restauro voluto dai cittadini (progetto partito dal basso)
- \* apertura a tutti, senza distinzioni
- \* obiettivi strategici e operativi coerenti con il progetto
- \* accessibilità con mezzi pubblici
- \* presenza di associazioni e volontari
- \* presenza di servizi igienici e acqua corrente
- \* mercato agricolo a filiera corta
- \* orto e frutteto urbani didattici
- \* location di eventi e convegni su socialità e cibo

02.



02.



04.



05.



*Convivium*: il barbecue collettivo.  
Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

06. Vista dall'alto della *Cascina Cuccagna*,  
prima dell'inizio dei lavori di ristrutturazione,  
via Cuccagna 2/4, Milano

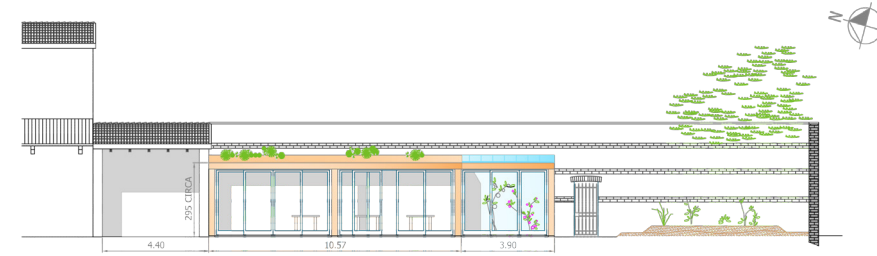
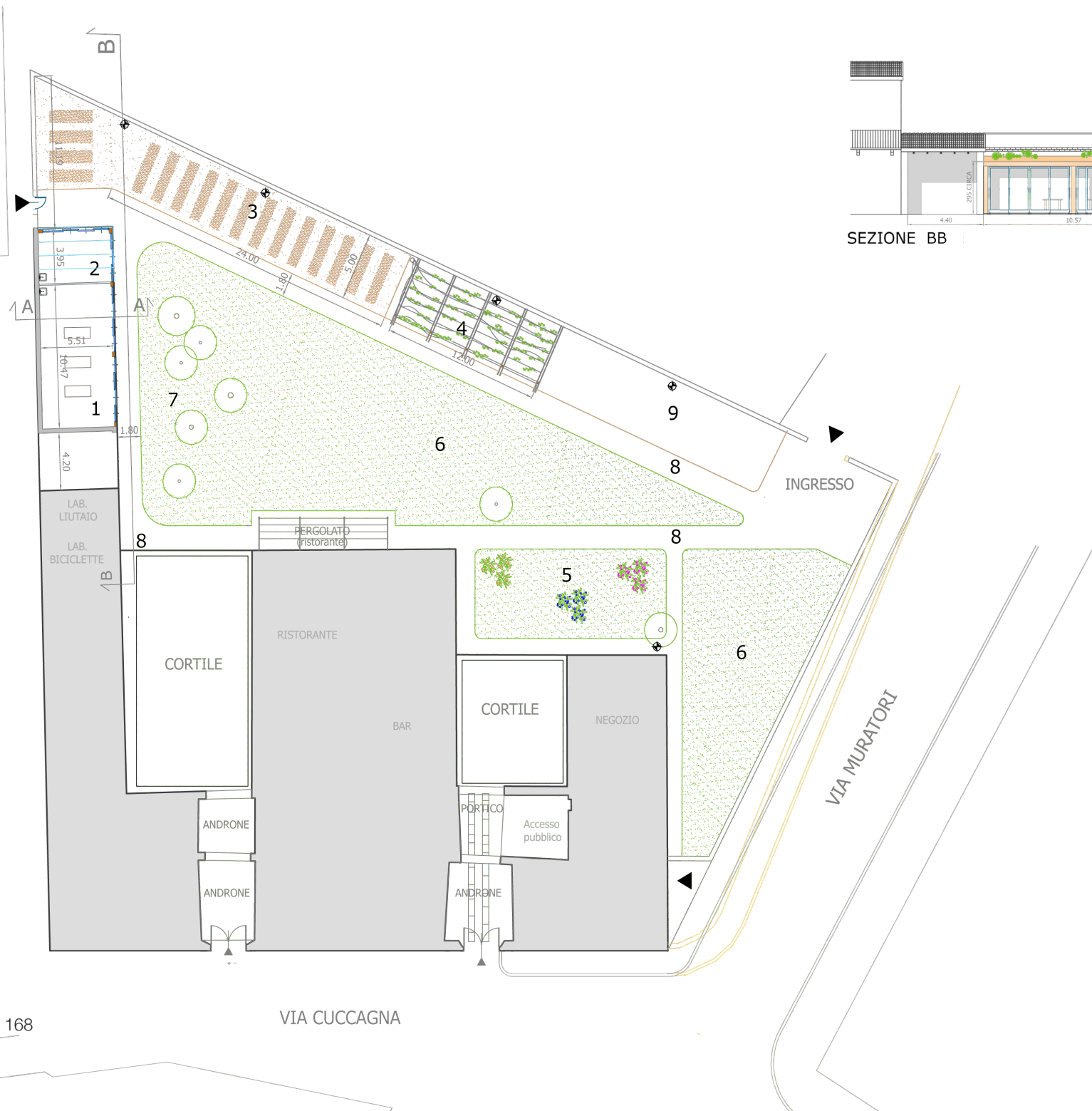


## SPERIMENTAZIONE >

- INDIVIDUAZIONE DEL COMMITTENTE:  
esterni / Progetto Cuccagna
- INDIVIDUAZIONE DELLA LOCATION:  
Cascina Cuccagna (Milano)
- INTERESSE DEL COMMITTENTE:  
progetto coerente con la loro filosofia  
e con i loro obiettivi strategici e operativi
- TEMPI DEL COMMITTENTE:  
Cascina in fase di ristrutturazione;  
termine dei lavori previsto entro il 2011

07. Viste della Cascina Cuccagna, stato attuale dei lavori di ristrutturazione, via Cuccagna 2/4, Milano, 2011





SEZIONE BB



SEZIONE AA

LEGENDA

- 1. aula laboratori (50 mq. circa)
- 2. serra
- 3. orto sperimentale / didattico
- 4. pergolato con vite Clinton (lettura, riposo, laboratori all'aperto)
- 5. aiuola con fiori profumati e farfalle
- 6. prato
- 7. frutteto sperimentale / didattico
- 8. percorso pedonale in terra battuta
- 9. spazio a disposizione
- ☼ punto presa acqua per irrigazione

08. Progetto di sistemazione delle aree esterne della Cascina Cuccagna





*Convivium*: il barbecue collettivo.

Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

## IMMAGINI

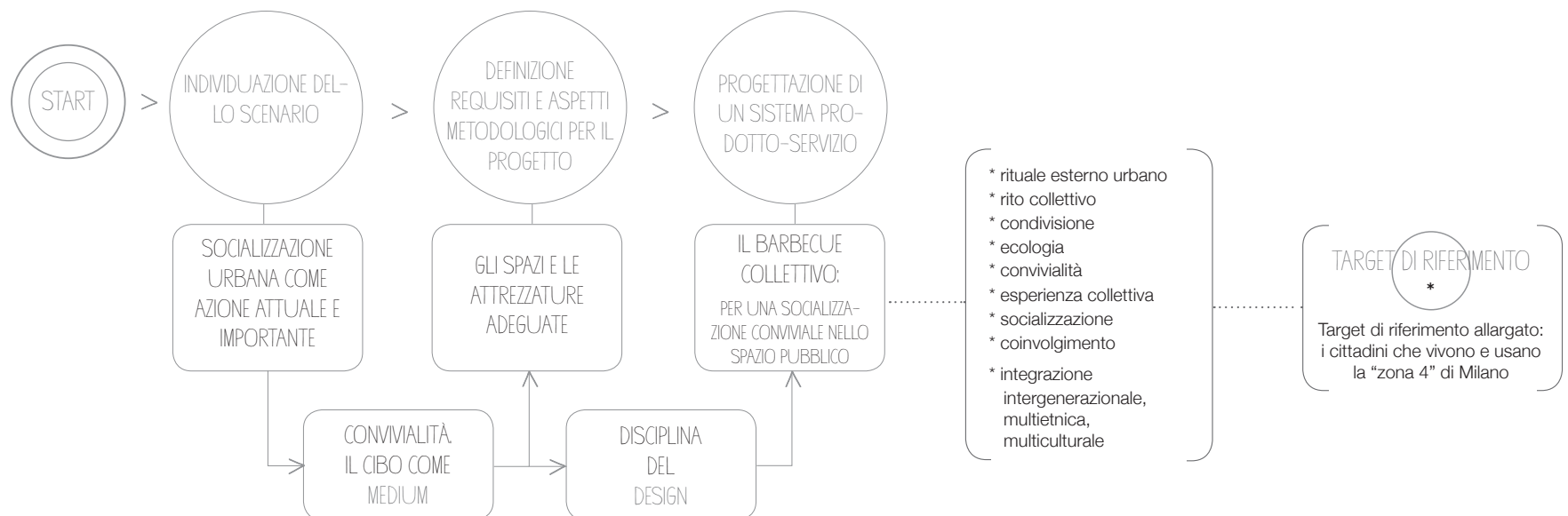
01. *Cascina Cuccagna* (1695), via Cuccagna 2/4, Milano
02. Evento organizzato da esterni alla *Cascina Cuccagna*
03. Mercato agricolo del martedì
04. Orto didattico
05. Struttura per mercato coperto o eventi
06. Vista dall'alto della *Cascina Cuccagna*, prima dell'inizio dei lavori di ristrutturazione, via Cuccagna 2/4, Milano
07. Viste della *Cascina Cuccagna*, stato attuale dei lavori di ristrutturazione, via Cuccagna 2/4, Milano, 2011
08. Progetto di sistemazione delle aree esterne della *Cascina Cuccagna*

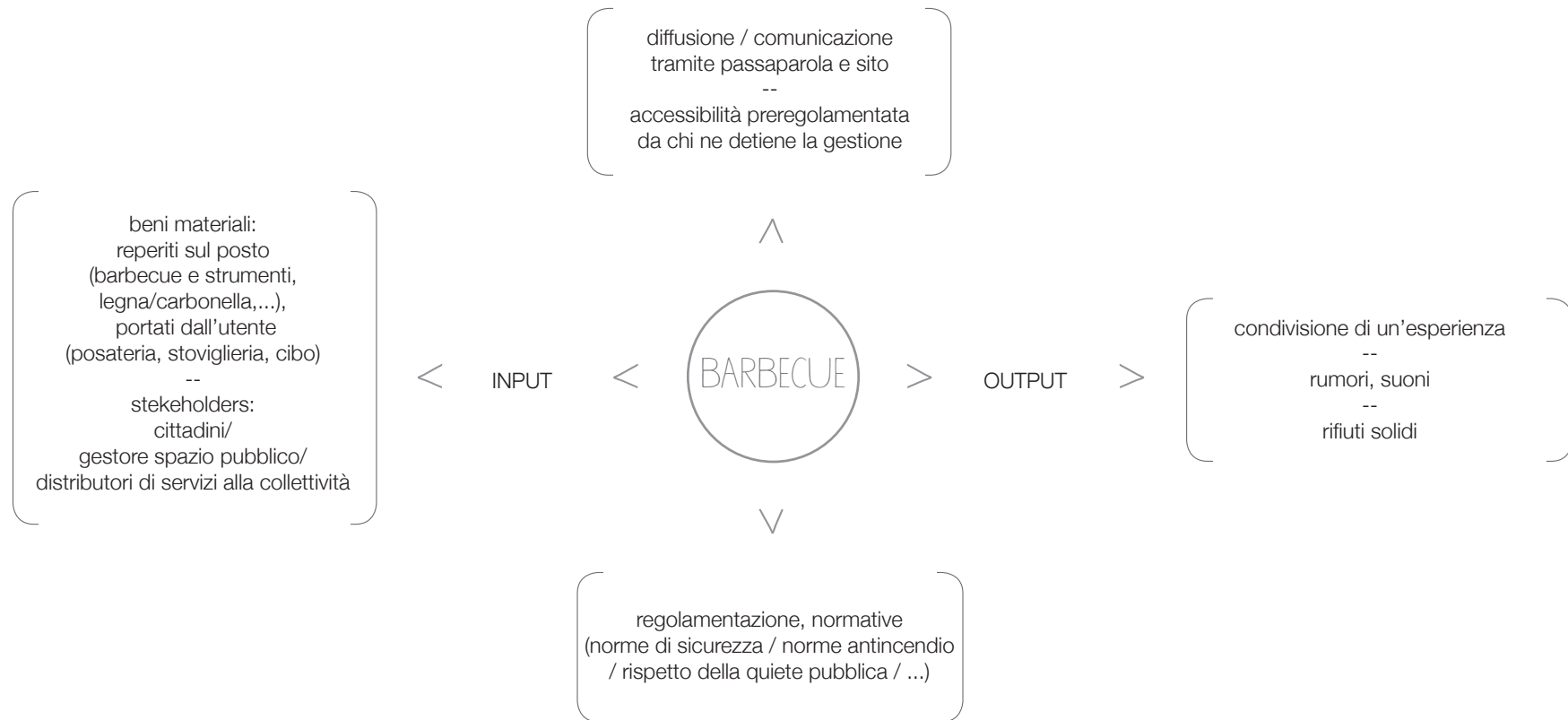


# 10. GENERAZIONE DEL CONCEPT DI PRODOTTO

## 10.1 Schemi riassuntivi

Tav. 01 \_ Mappa mentale dello sviluppo della tesi





Tav. 02 \_ Schematizzazione del sistema barbecue.  
Fattori che concorrono a determinare il sistema

## 10.2 Caratteristiche del progetto

Realizzare un prodotto sicuro significa non incorrere, in seguito alla sua effettiva distribuzione sul mercato, a casi di lamentele, insoddisfazione della clientela e ad un relativo insuccesso (anche produttivo). La sicurezza è un requisito che interessa il sistema nella sua globalità e tutti i componenti di cui è costituito.

Progettare in termini di sicurezza significa utilizzare un metodo di indagine che va dal microsistema al macrosistema, significa in fase di progettazione prevedere tutte le possibili questioni che potrebbero sorgere dopo non aver considerato certe problematiche, certe questioni generatrici di vincoli e di motivi di insoddisfazione da parte di utenti e progettisti stessi.

## 10.3 Requisiti e aspetti metodologici per il progetto

### 10.3.1 Prefazione

Il metodo che seguirò per la progettazione del dispositivo barbecue farà riferimento a quello normalmente usato per i prodotti di arredo urbano.

La definizione delle prestazioni (siano esse espressive e/o funzionali) di un componente di arredo urbano rappresenta uno dei momenti più delicati sia per la progettazione che per il reperimento delle attrezzature per lo spazio pubblico. Indipendentemente dalla famiglia tipologica che si sta prendendo in esame esistono delle problematiche di carattere generale che si pongono nella concezione fisica dell'arredo urbano, e che nascono da una domanda di qualità diffusa (ambientale, funzionale, gestionale) a cui il progetto deve sempre tendere, adeguandosi di volta in volta

alle necessità specifiche.

Nei sotto-sottocapitoli che seguono si indagano alcuni requisiti richiesti alle attrezzature di arredo urbano:

- un primo gruppo riguarda il rapporto tra attrezzatura di arredo urbano e utenza ambientale (requisiti ambientali);
- un secondo gruppo, tra attrezzatura di arredo urbano e utenza d'uso, cioè i soggetti nei confronti dei quali l'arredo urbano svolge un servizio (requisiti d'uso);
- un terzo gruppo, tra attrezzatura di arredo urbano e utenza di gestione, cioè i soggetti incaricati dell'impianto e della manutenzione dell'arredo (requisiti di gestione).

### 10.3.2 Il progetto e l'ambiente

Il rapporto tra attrezzatura di arredo urbano e utenza ambientale valuta la percezione dell'attrezzatura nello spazio in cui si inserisce.

\* Il progetto minimale:

- > trasparenza;
- > mimetismo;
- > minimalità strutturale.

\* Il grande segno:

- > collocazioni ripetute come segno protagonista dello spazio;

\* Integrazione fisica:

- > come integrazione dei materiali o cromatica;
- > con componenti preesistenti in sito.

\* Integrazione espressiva:

- > riferimenti al costruito e all'immaginario collettivo;

- > integrazione fra “vecchio e nuovo” nei componenti;
- > riproduzioni “in stile”.
- \* Integrazione di funzioni.
- \* L’arredo simbolo.
- \* Il redesign.

### 10.3.3 Il progetto e l’uso

Dall’analisi del rapporto tra attrezzatura di arredo urbano e utenza d’uso, cioè i soggetti nei confronti dei quali l’arredo urbano svolge un servizio, sono emersi i seguenti requisiti d’uso.

\* Accessibilità e sicurezza:

- > ingombro visivo consistente da tutte le possibili direzioni di approccio all’attrezzatura:
  - saranno da evitarsi ingombri non facilmente percepibili, soprattutto dai bambini e dai disabili;
  - tendenzialmente saranno da preferirsi, in generale, le strutture compatte e monolitiche poggianti a terra;
  - saranno da evitarsi gli spigoli vivi e le parti taglienti;
- > evitare le possibilità di usi scorretti e pertanto pericolosi dell’attrezzatura;
- > assenza di alberi e piante nelle immediate vicinanze (sicurezza dal fuoco);
- > pavimentazione / suolo piano e idoneo;
- > certificazione alimentarietà delle griglie;
- > maniglie griglie antiscottatura.

\* Individuazione e collocazione del servizio:

la collocazione deve essere coerente con l’utenza d’uso e nei confronti dell’utenza

ambientale:

- > non contraddire gli utilizzi logici o consolidati;
- > facilitare l’individuazione del servizio;
- \* La funzione complessa:
  - > presenza di acqua pubblica;
  - > presenza di servizi igienici nelle vicinanze;
  - > presenza di un gestore per la coordinazione dei servizi correlati ad un uso ottimale all’attrezzatura.

### 10.3.4 Il progetto e la gestione

I requisiti di gestione fanno riferimento al rapporto tra attrezzatura di arredo urbano e utenza di gestione, cioè i soggetti incaricati dell’impianto e della manutenzione dell’arredo.

\* Affidabilità:

- > materiali, superfici e componenti resistenti agli agenti atmosferici e aggressivi;
- > materiali ad elevata tenuta termica per fuoco di legna;
- > superfici capaci di occultamento delle piccole abrasioni;
- > forma compatta;
- > riduzione del numero delle parti;
- > evitare parti in movimento.

\* Posa in opera:

- > riduzione del numero delle parti e delle operazioni di posa;

\* Manutenzione:

- > utilizzo di componenti tendenzialmente reperibili sul mercato;



> facilità di pulizia dell'attrezzatura e dell'intorno.

\* Vandalismo:

> collocazioni dissuadenti l'azione vandalica;

> forme, materiali e collegamenti dissuadenti l'azione vandalica:

- forme compatte;
- assenza di spigoli vivi;
- assenza parti in movimento;
- fissaggio a terra dei componenti;
- materiali con resistenza strutturale elevata.

I componenti del prodotto saranno soggetti ad un'analisi di efficacia per rispondere

ai requisiti sopra citati.

#### 10.4 Riferimenti progettuali

Di seguito riporto alcune immagini di input progettuali che mi hanno accompagnato nella fase iniziale di progettazione:



01. Barbecue a legna



02. Table Grill, Eva Solo



03. Focolare, Planika



04. *Sirkel*, tavolo fioriera rotondo in alluminio

*Convivium*: il barbecue collettivo.

Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

## TAVOLE

Tav. 01 \_ Mappa mentale dello sviluppo della tesi

Tav. 02 \_ Schematizzazione del sistema barbecue. Fattori che concorrono a determinare il sistema

## IMMAGINI

01. Barbecue a legna

02. Table Grill, Eva Solo

03. Focolare, Planika

04. *Sirkel*, tavolo fioriera rotondo in alluminio



# 11. IL PROGETTO

---

## 11.1 Missione del progetto

La missione principale del progetto è sviluppare una conoscenza interculturale nella società civile e quindi operare una rigenerazione del tessuto sociale e una rigenerazione locale del tessuto urbano. Per soddisfare questi obiettivi mi sono indirizzata verso un “design di esperienza” attento alla fruizione degli oggetti, alle variabili ergonomiche e al comfort psicologico degli ambienti progettati e, allo stesso tempo, verso un progetto che fosse fornitore di stimoli alla cooperazione e alla consapevolezza. La fruizione del sistema prodotto potrebbe essere interpretata come un esercizio di civiltà.

## 11.2 Il punto della situazione

La città cui ho fatto maggior riferimento nella trattazione di questa tesi è Milano. La scelta è dipesa dalle sue caratteristiche, che la rendono il caso perfetto in questa sede visti gli argomenti trattati.

Il cortile era un tempo caratteristica di ogni casa, grande o piccola, di città; ma oggi, in molte città italiane, soprattutto a Milano, anche solo trovare spazio per qualche sedia o sdraio sembra un vero lusso. La fruizione dello spazio aperto è quindi un'espe-

rienza che va necessariamente ricercata al di fuori della propria casa/condominio.

Nonostante la presenza di parchi urbani in città e in periferia, sono poche le aree in cui è consentito l'uso del barbecue. Per quanto riguarda la presenza di barbecue pubblici, ho riscontrato la presenza di un unico luogo in cui fosse presente, senza allontanarsi troppo dalla città (Bosco in Città). Oltre a disporre di servizi igienici e acqua potabile, offre ai visitatori un camino per cucinare alla brace, a disposizione di tutti. Vi sono comunque persone che improvvisano barbecue in altre aree verdi della città, per non rinunciare a momenti di convivialità con famiglia e/o amici, per mangiare insieme in modo economico, pur non avendo la possibilità di allontanarsi dalla propria città durante i break lavorativi. Sarebbe opportuno offrire loro un sistema prodotto che soddisfi questa loro esigenza.

## 11.3 Metodo di progettazione

La fase di progettazione prevede una serie di scelte progettuali; nel caso del barbecue collettivo esse hanno seguito due logiche. La prima orientata a soluzioni capaci di garantire una maggiore economicità del progetto, dalla scelta delle forme a quella delle tecniche di lavorazione, nel rispetto dei requisiti necessari. Minori costi di produzione, installazione e manutenzione, determinano una maggiore applicazione, diffusione e fattibilità reale del progetto. La seconda orientata a soluzioni capaci di garantire una facilità di montaggio / smontaggio e un'attenzione agli ingombri del prodotto imballato, idonea ad un prodotto ad uso temporaneo come quello in questione. L'area geografica in cui il progetto si inserisce e la relativa meteorologia ne consentono un uso frequente soltanto nel periodo primaverile-estivo; si è pertanto optato per un allestimento temporaneo limitato al solo periodo citato.

La forma è determinata dalla volontà di evocazione di una ritualità senza tempo utilizzando pochi elementi geometrici.

La funzione che il prodotto è chiamato a comunicare ne determina la forma ma an-

che la bellezza, che dovrebbe scaturire naturalmente dalla forza con cui è capace di esprimere il suo ruolo all'interno del contesto in cui si inserisce.

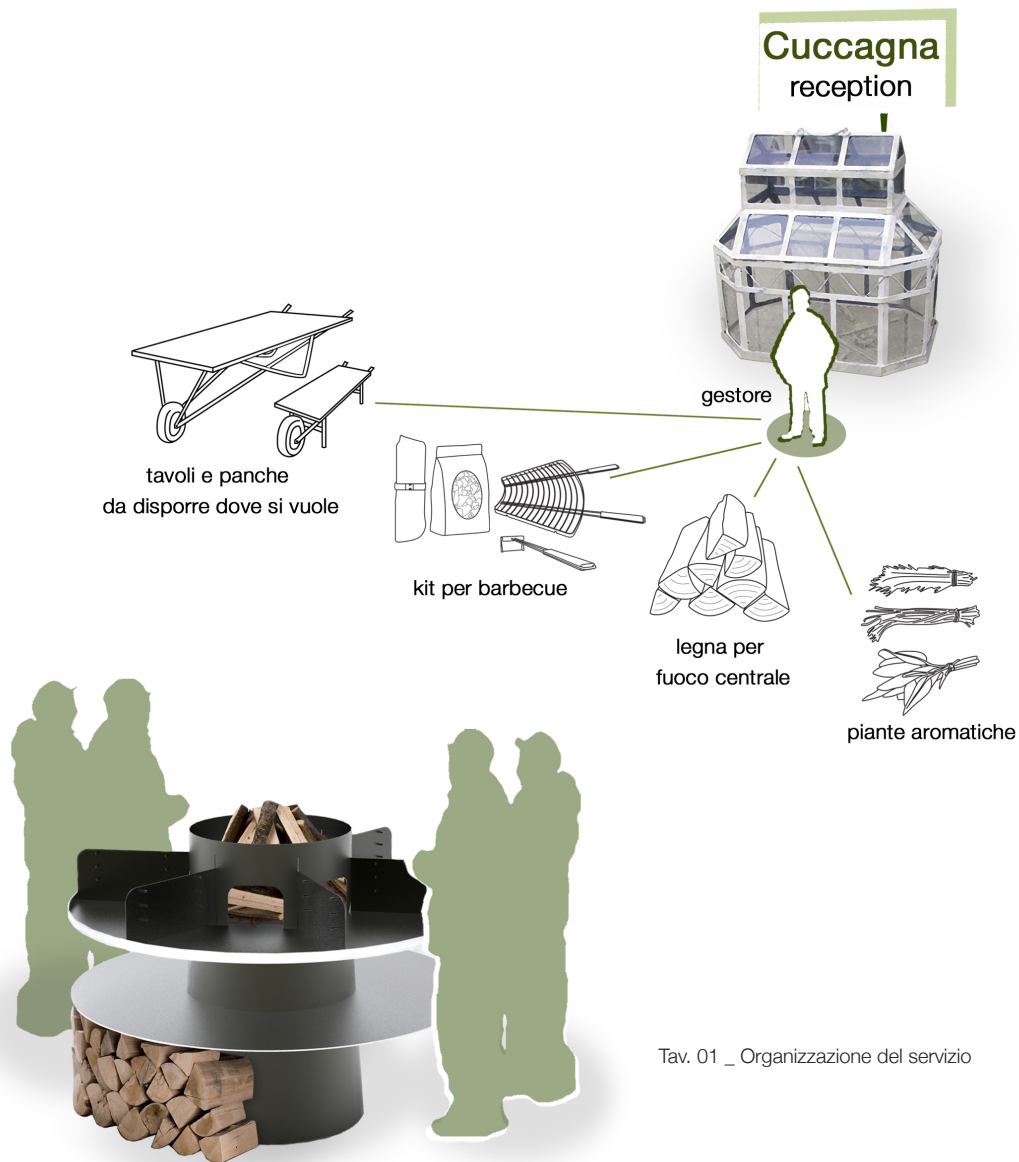
La scelta di combustibili come la legna e la carbonella per il funzionamento del dispositivo, ne rende l'utilizzo comprensibile e facilmente attuabile, senza dimenticare che è necessario procedere con cautela e attenzione.

Il vantaggio di avere un fuoco centrale, che deve essere alimentato dagli utenti, in una sorta di gioco di squadra e collaborazione, sta nell'evitare l'uso di prodotti incendiari chimici, nocivi e inquinanti. Essi sono generalmente utilizzati per far accendere la carbonella, ma non saranno necessari se troveremo, al centro del barbecue, un fuoco acceso dal quale è possibile prendere un po' di brace già incandescente o un tronchetto di legna incendiato.

#### 11.4 Progettazione

La fase di progettazione riguarderà l'intero sistema prodotto. Non ci limiteremo a definire il prodotto fisico, ma anche il sistema di valori da cui scaturisce e i fattori che ne consentiranno la corretta fruizione.

E' importante ricordare che il progetto affrontato ha dei limiti ben precisi, in quanto il suo corretto funzionamento si basa necessariamente sulla partecipazione e la condivisione; la scelta della location è stata determinata dalla coerenza con tali valori; in quest'ottica la fruizione del barbecue collettivo può essere vista come un esperimento di vita da cittadini, un esercizio di civiltà.



Tav. 01 \_ Organizzazione del servizio

## 11.5 Presentazione:

**componenti e materiali, interazione, sicurezza, storyboard**

### Componenti e materiali.

Il braciere è l'anima del barbecue. Strutturalmente è costituito da un disco di spessore 5mm ricavato da una lamiera di acciaio ed è destinato a contenere le braci roventi, pertanto dovrà essere progettato in materiali molto resistenti e vernici protettive, resistenti ad elevate temperature. Presenta un bordo saldato che eviterà alla brace di fuoriuscire.

Il paravento è parte integrante del braciere in quanto necessario a contenere il fuoco e a separare le sei postazioni. E' costituito da un cilindro centrale cavo e da sei lamelle, assemblati tramite incastro. Tali elementi sono ottenuti da una lastra di spessore 3mm di acciaio verniciato.

La base a tronco di cono costituisce il supporto del barbecue e deve possedere requisiti strutturali di qualità tali da sorreggere con efficacia il braciere e il relativo peso portato dai cibi. E' realizzata in lamiera di ferro zincato a caldo e verniciato per resistere all'usura e alle aggressioni del tempo.

Le griglie di cottura, utilizzate per sovrastare le braci e per funzionare da sostegno per i cibi posti in cottura, sono realizzate in acciaio inox 304 e dotate di certificato di alimentarietà. I manici hanno un inserto in legno che le rende anti-scottatura.

Gli accessori tirabrace sono realizzati con gli stessi materiali usati per le griglie e assemblati con la stessa tecnica.

La bulloneria è in acciaio inox.

Il colore standard è grigio.

Le parti costituenti il prodotto sono riciclabili perché costruite con materie prime naturali riutilizzabili, sempre nel rispetto dell'ambiente in cui viviamo.

### Interazione.

Per poter usufruire del barbecue collettivo è necessario registrarsi sul sito [www.cucagna.org/barbecue](http://www.cucagna.org/barbecue) (solo al primo accesso) o direttamente in cascina, dopodiché è possibile prenotare una postazione per il giorno desiderato seguendo la procedura guidata.

Il servizio prevede il ritiro del kit (previa consegna di un documento d'identità come cauzione e il pagamento di una modica quota al momento della riconsegna) composto da:

- ° griglia (per carne, pesce o vegetariana) e servitore,
- ° carbonella naturale,
- ° attrezzi per il fuoco,
- ° grembiule e guantone ignifugo.

Oltre al kit e alla fruizione del barbecue, la quota comprende l'uso della legna disposta al di sotto del braciere e la raccolta di erbe aromatiche dall'orto didattico, nonché il noleggio di tavoli e panche per il consumo del cibo.

Il dispositivo non necessita di un'interfaccia complessa in quanto le operazioni richieste per un corretto funzionamento ed utilizzo del barbecue risultano essere di comune comprensione.

Sono invece necessari la cooperazione per il mantenimento del fuoco e il rispetto degli altri e dell'ambiente. La raccolta dei rifiuti, la pulizia degli strumenti ricevuti nel kit, il rispetto della quiete pubblica, rientreranno necessariamente nei punti trattati dal regolamento del servizio, che andrà stipulato in maniera partecipata, con il coinvolgimento dei cittadini. Solo attraverso un confronto diretto tra gli users e il gestore sarà possibile definire al meglio le necessità della collettività e i nodi problematici da affrontare per una condivisione armonica dello spazio ed un uso appropriato delle attrezzature. Il sistema è per il singolo, per un piccolo gruppo di persone o per più singoli/gruppi contemporaneamente.

La Cascina è aperta a tutti ma rispetta un orario di apertura giornaliero; l'accessibilità al servizio sarà definita dal gestore.

## Sicurezza.

Non dobbiamo dimenticare che (nel caso di installazione di barbecue fissi, ma anche, per buon senso, temporanei) bisogna osservare le prescrizioni di carattere urbanistico e di edilizia locale, che variano da comune a comune, e che riguardano la distanza da confini e fabbricati, oltre che una distanza superiore a sei metri da alberi o altri ostacoli a sviluppo verticale.

## Storyboard.

1.

Andrea lavora e vive a Milano. Sta organizzando un pranzo con gli amici e scopre che nel suo quartiere esiste un barbecue collettivo. Si registra sul sito [www.cuccagna.org/barbecuecollettivo](http://www.cuccagna.org/barbecuecollettivo) e prenota una postazione per il sabato successivo.

2.

Andrea si incontra con gli amici alla Cascina Cuccagna, dove trova due barbecue con fuochi già accesi e altre persone già intente a cucinare.

3.

Andrea si reca alla reception dove, accertata la prenotazione e depositato un documento d'identità, riceve il kit composto da griglia, servitore per la brace, carbonella e grembiule con guantone e strumenti. Lo restituirà prima di andare via, al momento del pagamento.

4.

Andrea e i suoi amici scelgono una postazione libera e cominciano a cuocere il proprio cibo, ricordando di alimentare il fuoco centrale con la legna disposta sotto al barbecue.

5.

Conosciuti meglio i loro vicini di barbecue, i ragazzi decidono di avvicinare il proprio tavolo a quello dei nuovi amici per mangiare tutti insieme.

## 11.6 Diffusione, comunicazione e gestione del sistema prodotto

Ciascun oggetto è molto più di quanto riesca a comunicare attraverso la sua matericità e fisicità (specifiche tecniche, forma, materiali, colori, target di riferimento, tecnologie attraverso cui esso verrà prodotto, ...).

Sempre più di frequente si tende a parlare di sistema prodotto: una realtà intangibile che talvolta, più che le specifiche fisiche e materiali del prodotto ne determina il successo o l'insuccesso nel mercato.

Il sistema prodotto orbita intorno al prodotto stesso, consolidando messaggi, modificando valori, creando bisogni e aspettative, regalando sogni. Solitamente, l'utente finale entra in contatto, da un punto di vista cronologico, prima con il sistema prodotto e solo in un secondo momento con il prodotto stesso.

Il sistema prodotto è l'elemento che coadiuva la relazione tra utente e prodotto, che spinge all'azione di acquisto/fruizione, è ciò che fa percepire un semplice oggetto come un produttore di sogni, esperienze ed emozioni.

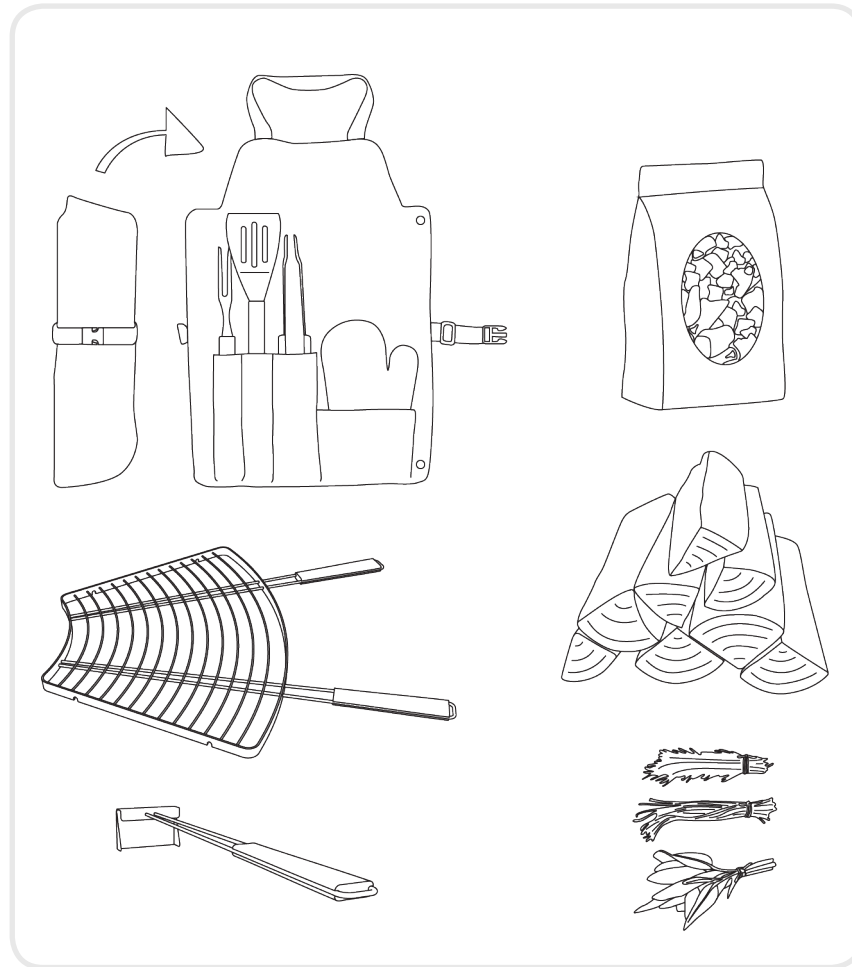
Secondo l'ottica di un design strategico, ho valutato la possibilità di promuovere, gestire e comunicare il sistema prodotto-servizio con l'ausilio di internet.

Anche internet di per sé rappresenta una comodità ed il suo uso una pratica prettamente urbana: l'importante è che si possano creare relazioni che non siano soltanto virtuali, ma che abbiano poi la possibilità di concretizzarsi nella realtà (come accade per i siti di quartiere, il cui punto di forza sta proprio nel loro fornire il passaggio da comunità virtuale a comunità reale).

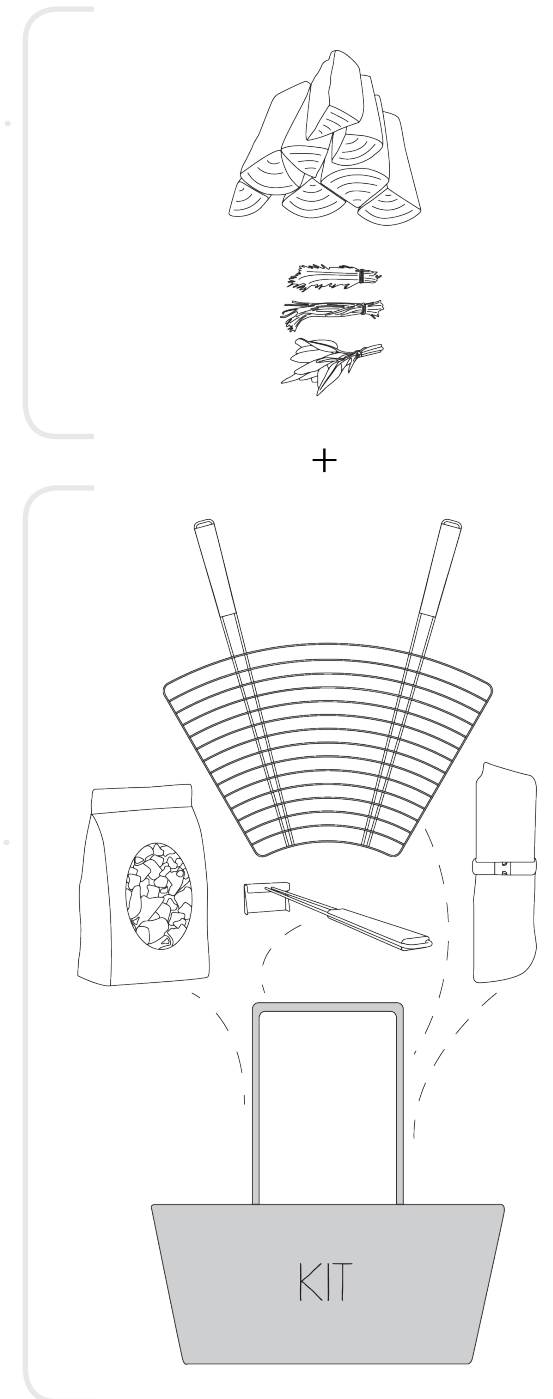
Il filo conduttore tra il barbecue collettivo e il world wide web è la loro natura cosmopolita e contemporanea.



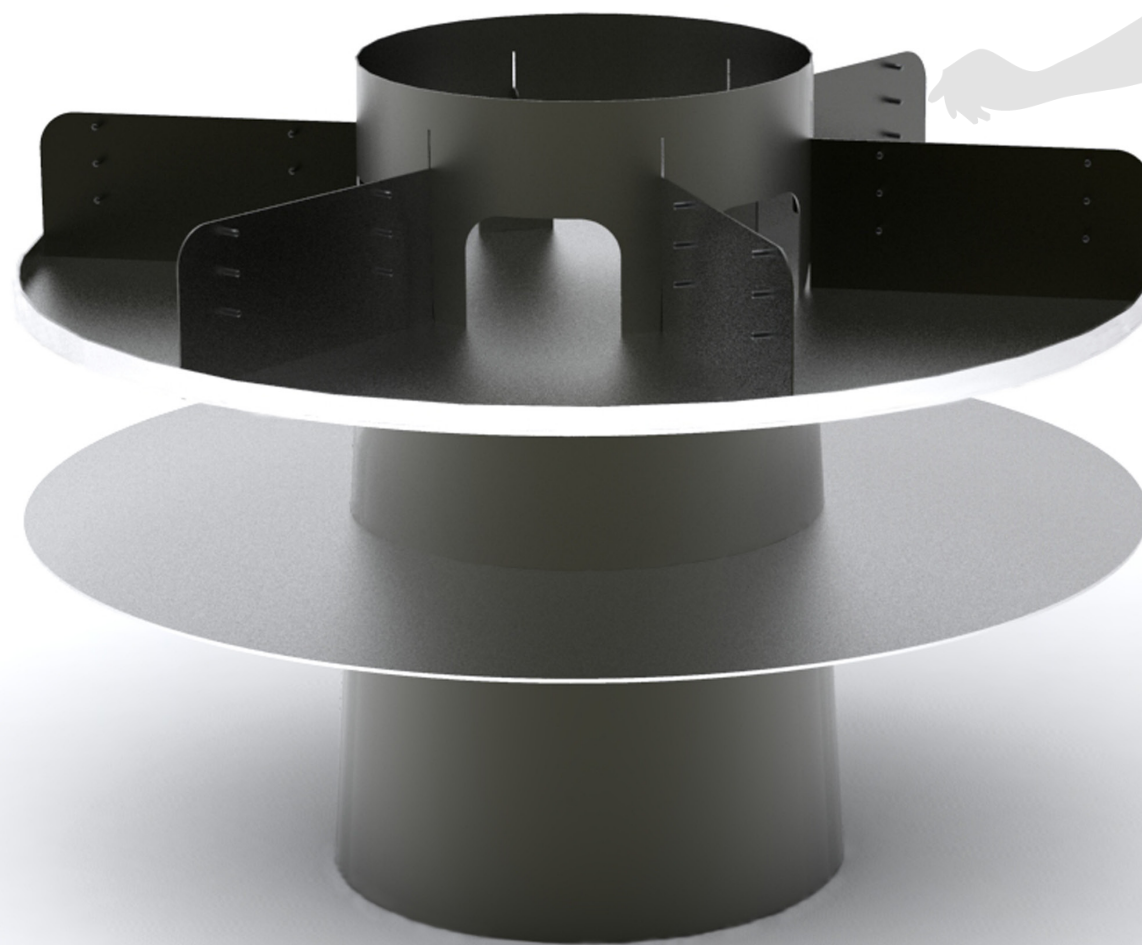
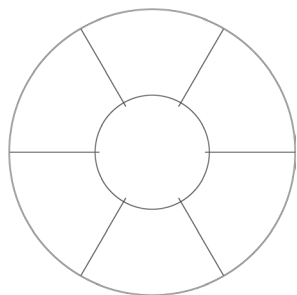
- ° barbecue
- +
- ° tavoli e panche
- +
- ° legna,
- ° griglia e servitore,
- ° carbonella naturale,
- ° attrezzi per il fuoco,
- ° grembiule e guantone ignifugo
- ° piante aromatiche.



Tav. 02 \_ Organizzazione del kit



CONCEPT DEL PRODOTTO >



Tav. 03 \_ Concept del prodotto

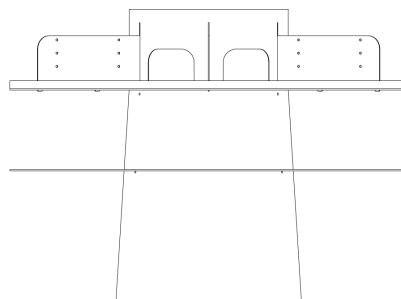


INGOMBRO >

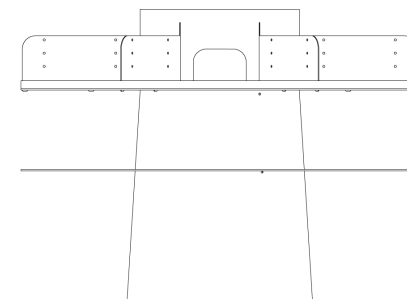
150x150x110 cm

DISEGNI TECNICI >

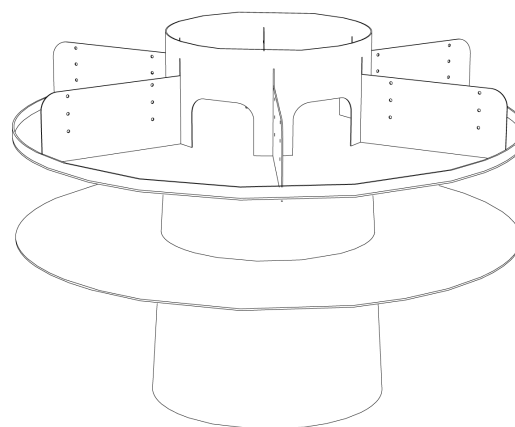
\* frontale



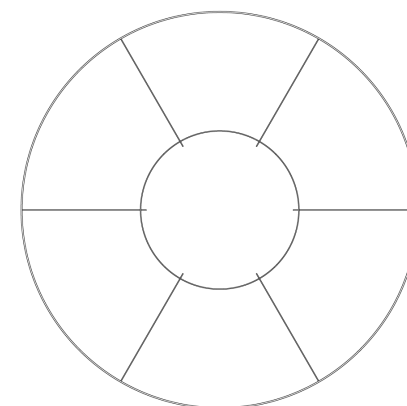
\* destra



\* prospettiva



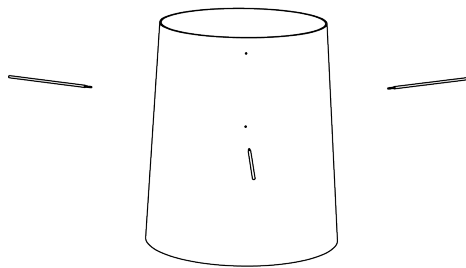
\* superiore



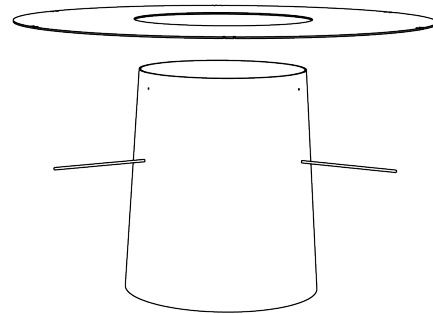
Tav. 04 \_ Disegni tecnici del dispositivo barbecue

# FASI ASSEMBLAGGIO >

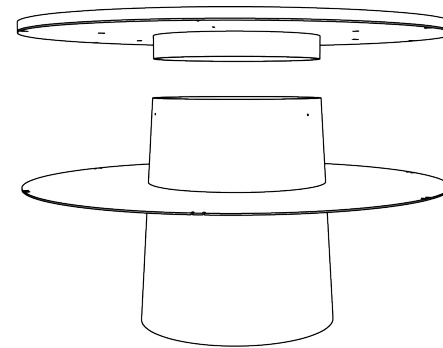
Tav. 05 \_ Fasi per l'assemblaggio del dispositivo



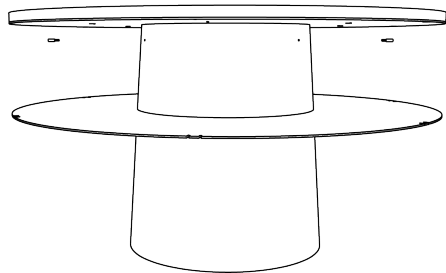
fase 1



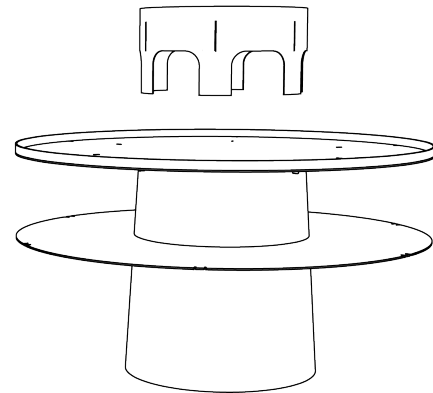
fase 2



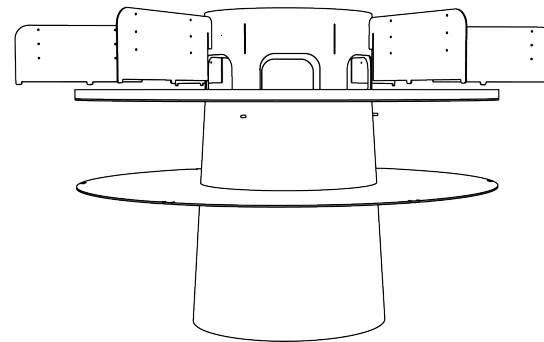
fase 3



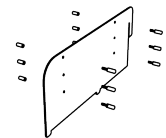
fase 4



fase 5



fase 6



fase 0/7

## assemblaggio >

### SALDATURA

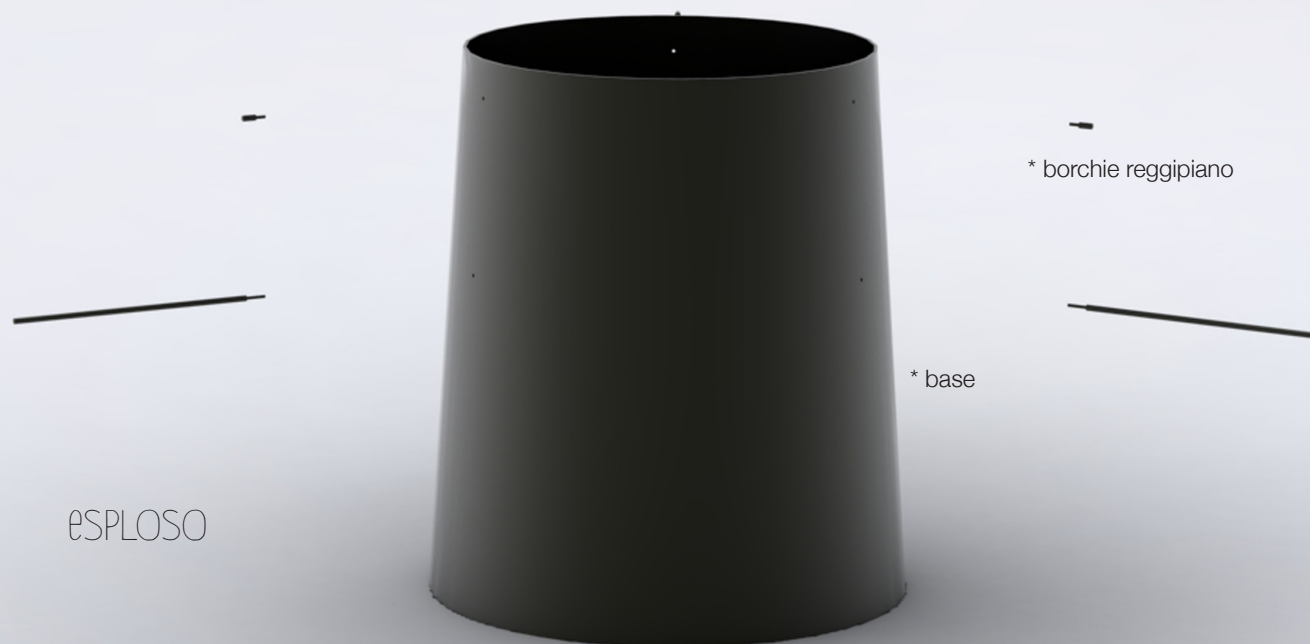
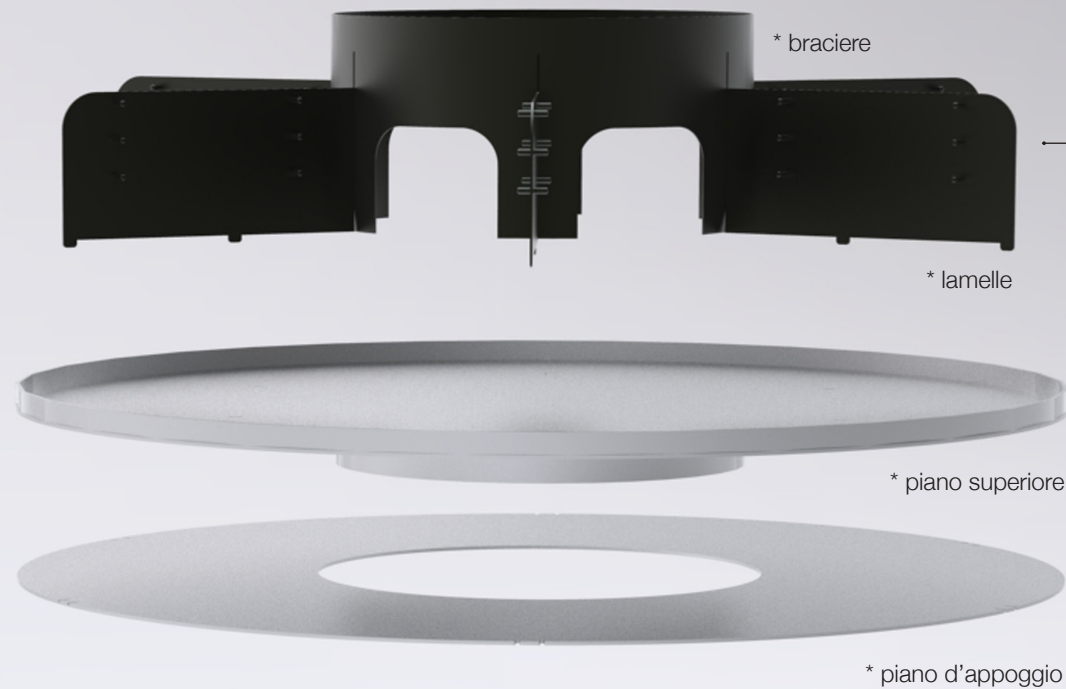
- tre parti saldate insieme costituiscono il piano superiore del barbecue

### INCASTRO

- le lamelle si inseriscono ad incastro nel braciere e nel piano superiore
- i piani poggiano ad incastro sulla base

### AVVITAMENTO

- i piani circolari e le griglie sono sostenuti da borchie reggipiano in acciaio (rispettivamente singole e doppie)



ESPLOSO

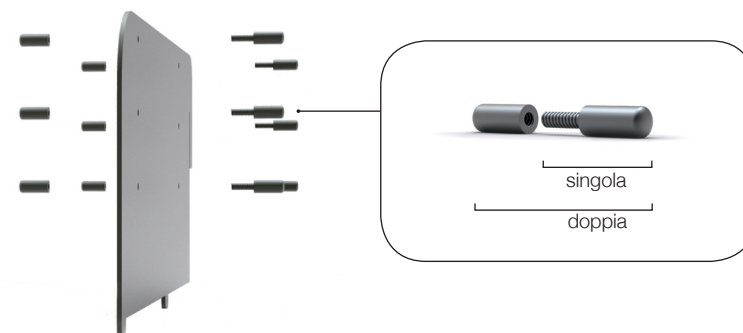


\* parti costituenti il piano superiore, da saldare insieme

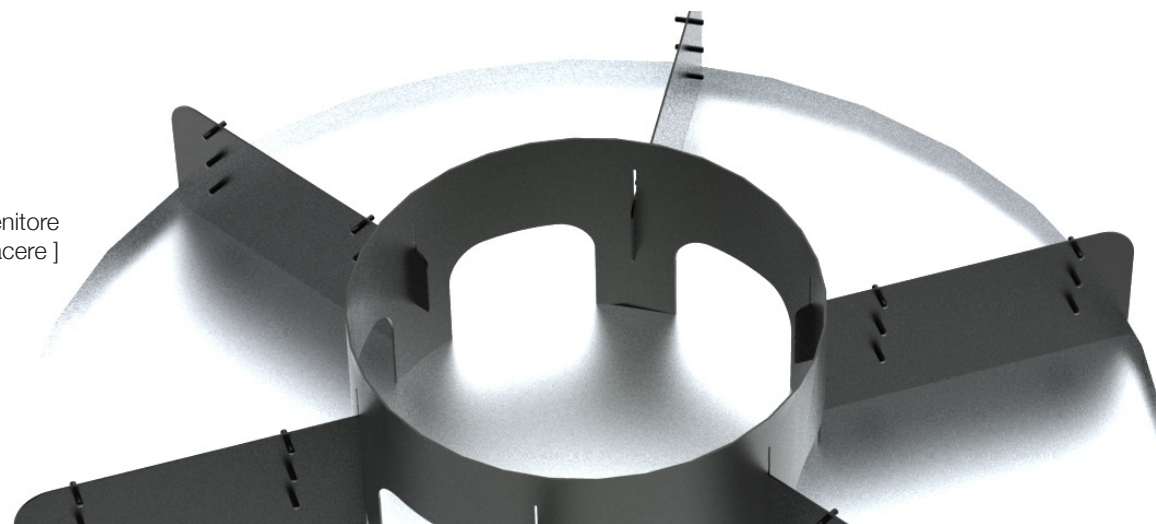


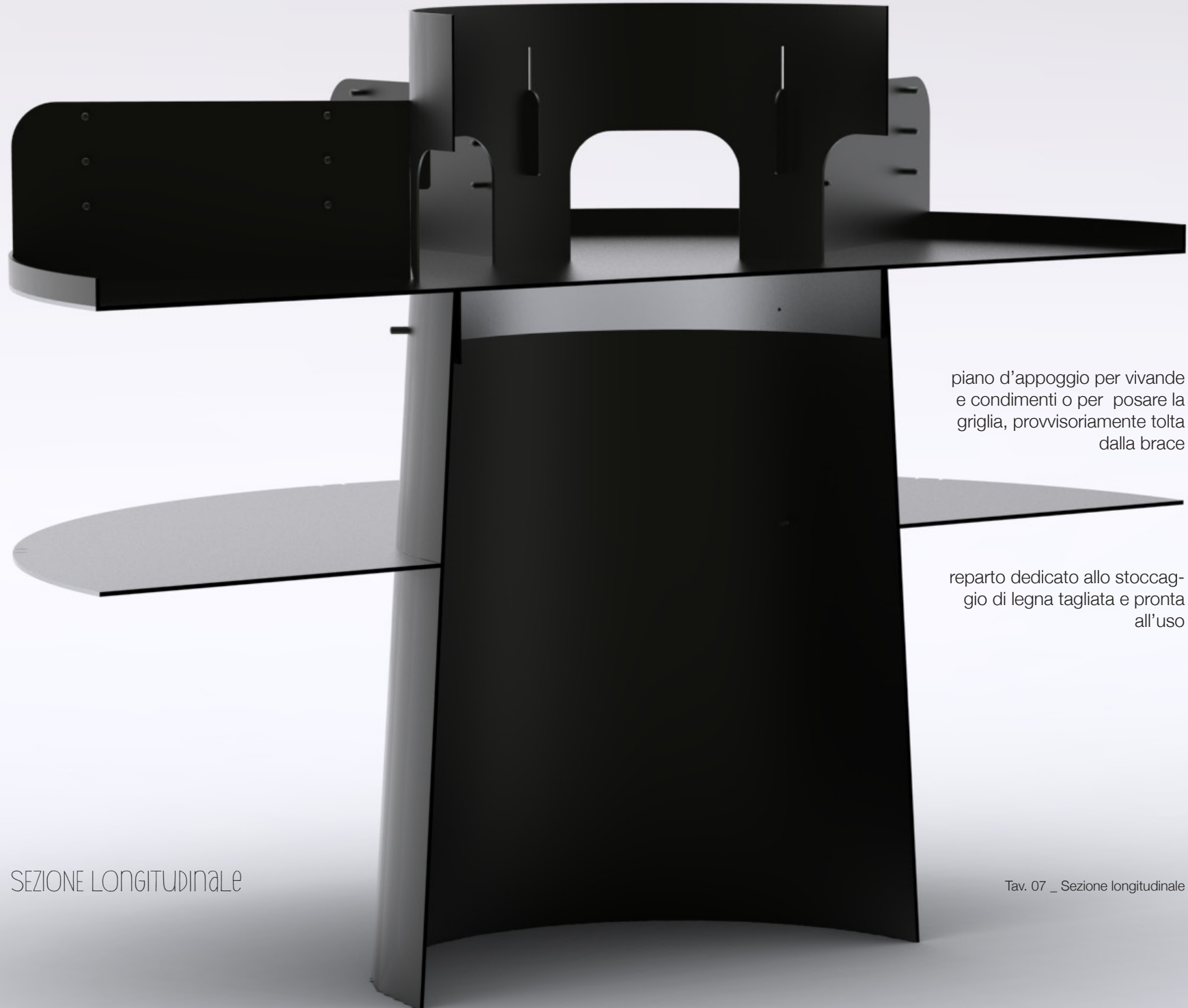
\* incastro della lamella nel braciere

\* montaggio delle borchie reggipiano



[ facile rimozione delle lamelle e del contenitore centrale per la pulizia del braciere ]





piano d'appoggio per vivande  
e condimenti o per posare la  
griglia, provvisoriamente tolta  
dalla brace

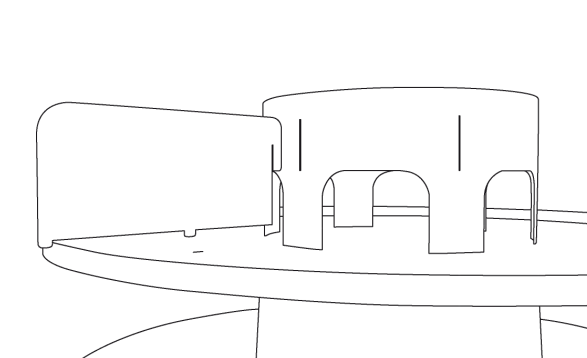
reparto dedicato allo stoccag-  
gio di legna tagliata e pronta  
all'uso

SEZIONE LONGITUDINALE

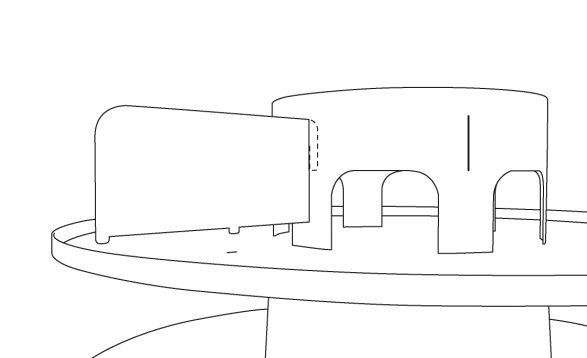
Tav. 07 \_ Sezione longitudinale



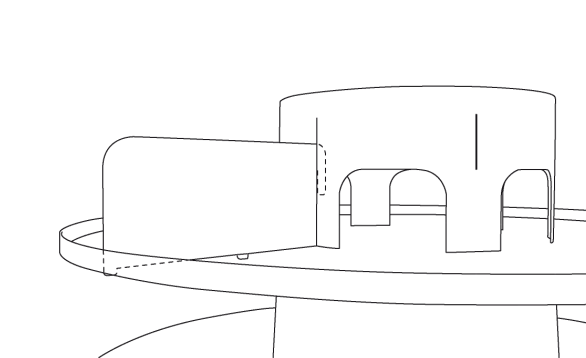
\* dettagli assemblaggio lamelle



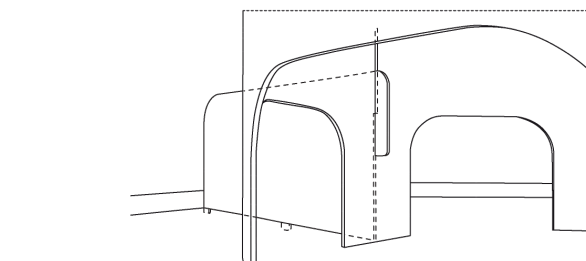
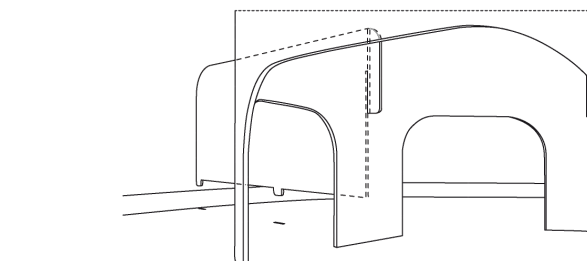
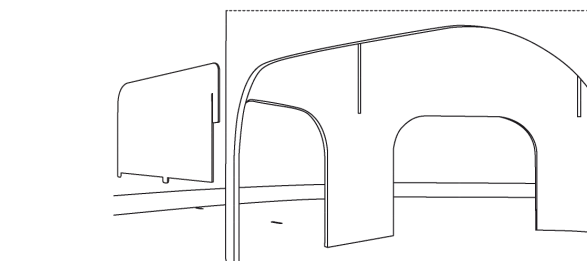
fase 1



fase 2

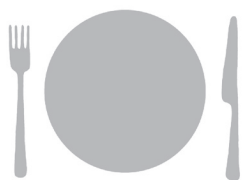


fase 3

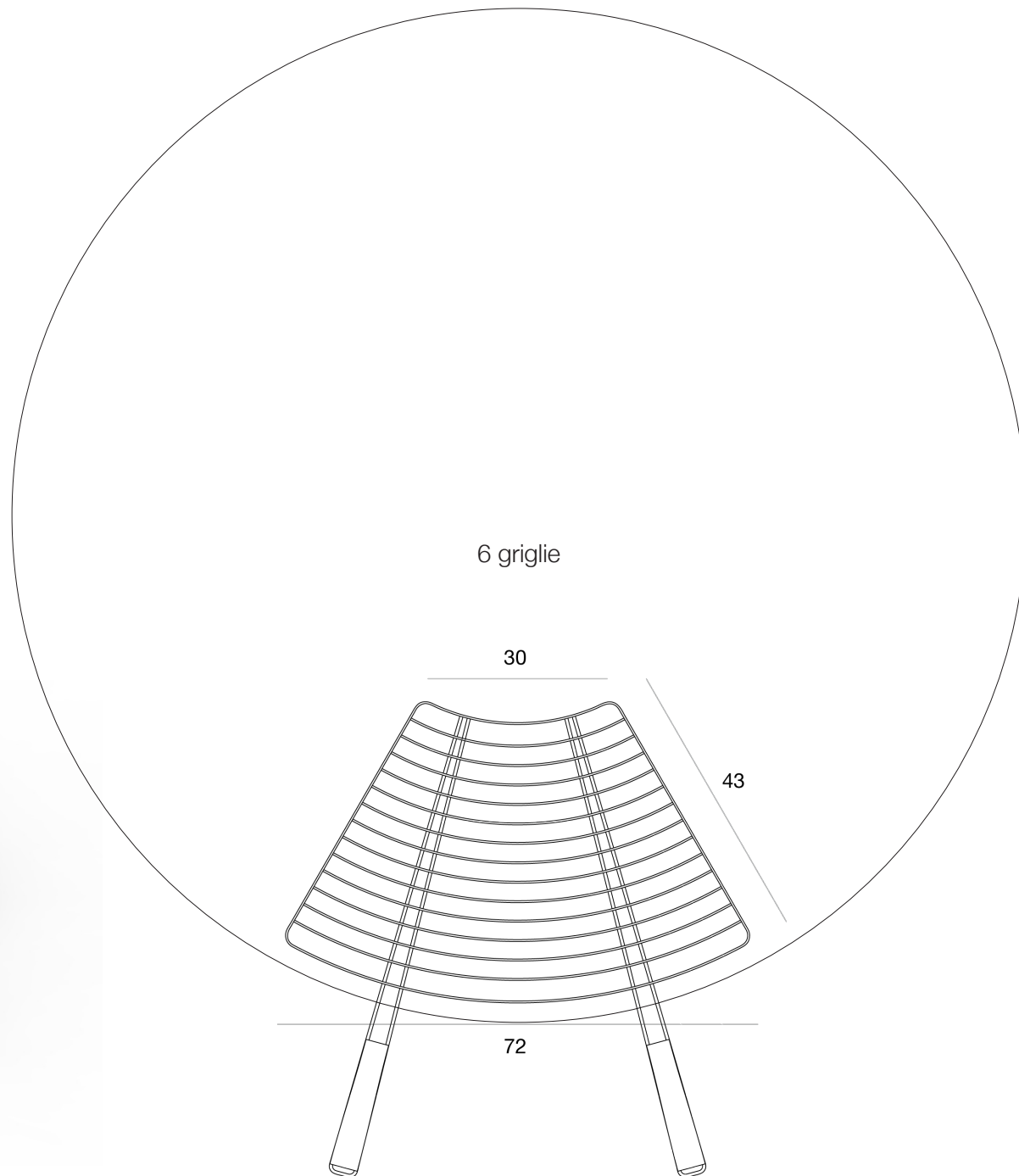
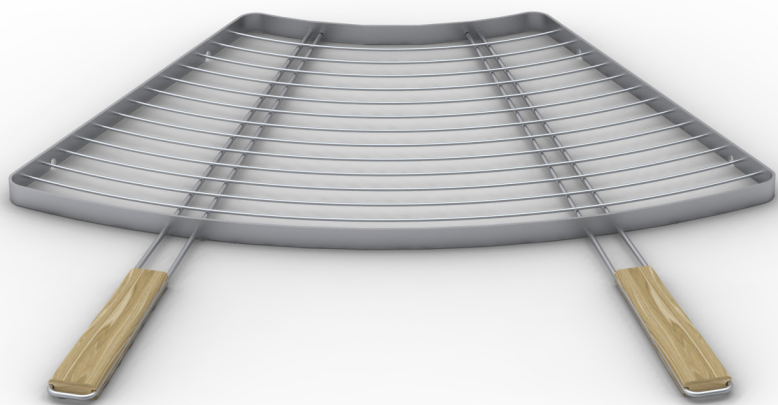


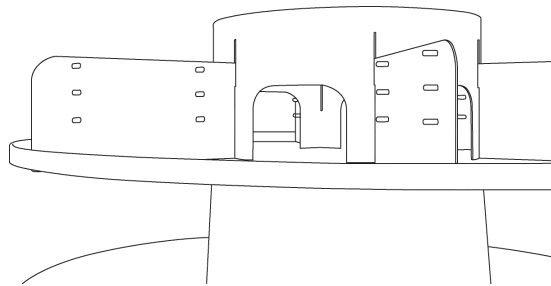
## GRIGLIE >

- griglia in acciaio inox
- maniglie anti-scottatura in legno
- certificazione alimentarietà delle griglie

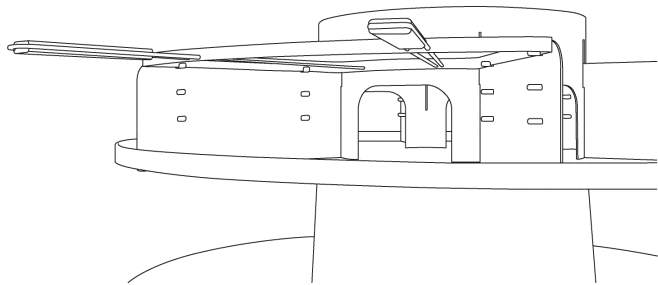


6/8 persone

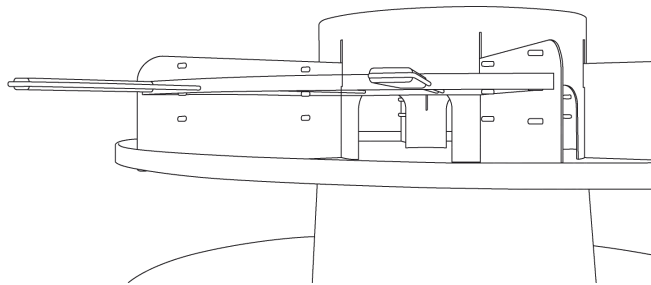




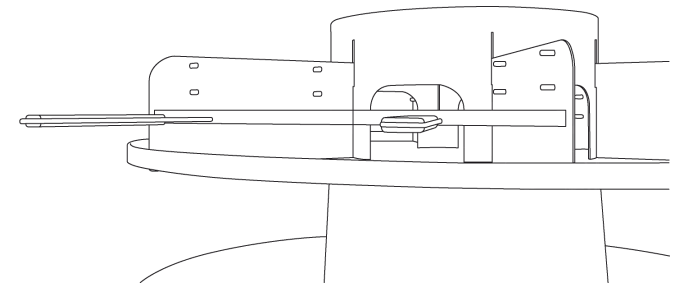
Le griglie andranno ad agganciarsi alle lamelle laterali tramite borchie reggipiano disposte a tre diversi livelli. La maggiore o minore distanza della griglia dalla brace consentirà cotture diverse.



h 20 cm  
[ per cotture lente ]



h 15 cm  
[ per cotture normali ]

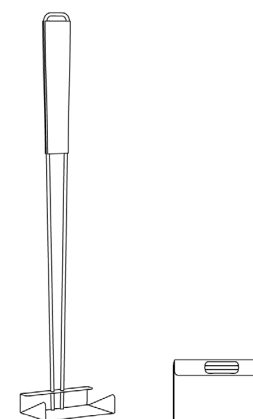
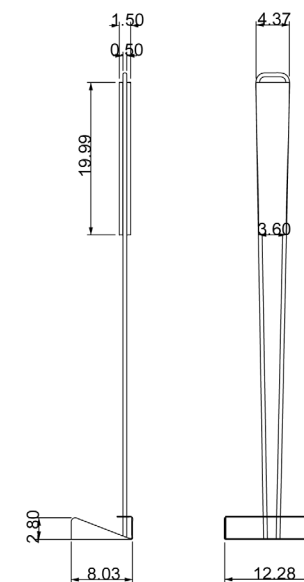
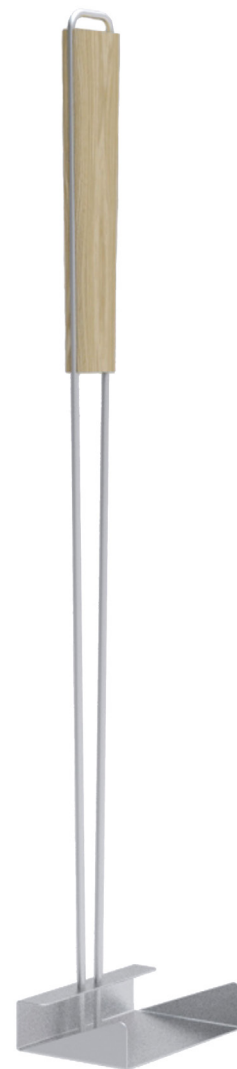
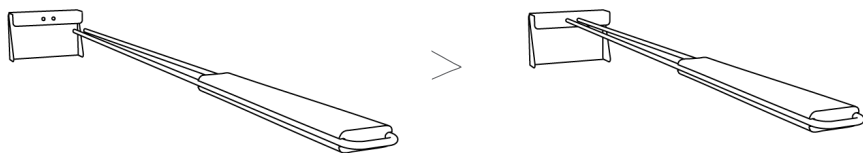


h 10 cm  
[ per arrostitire ]

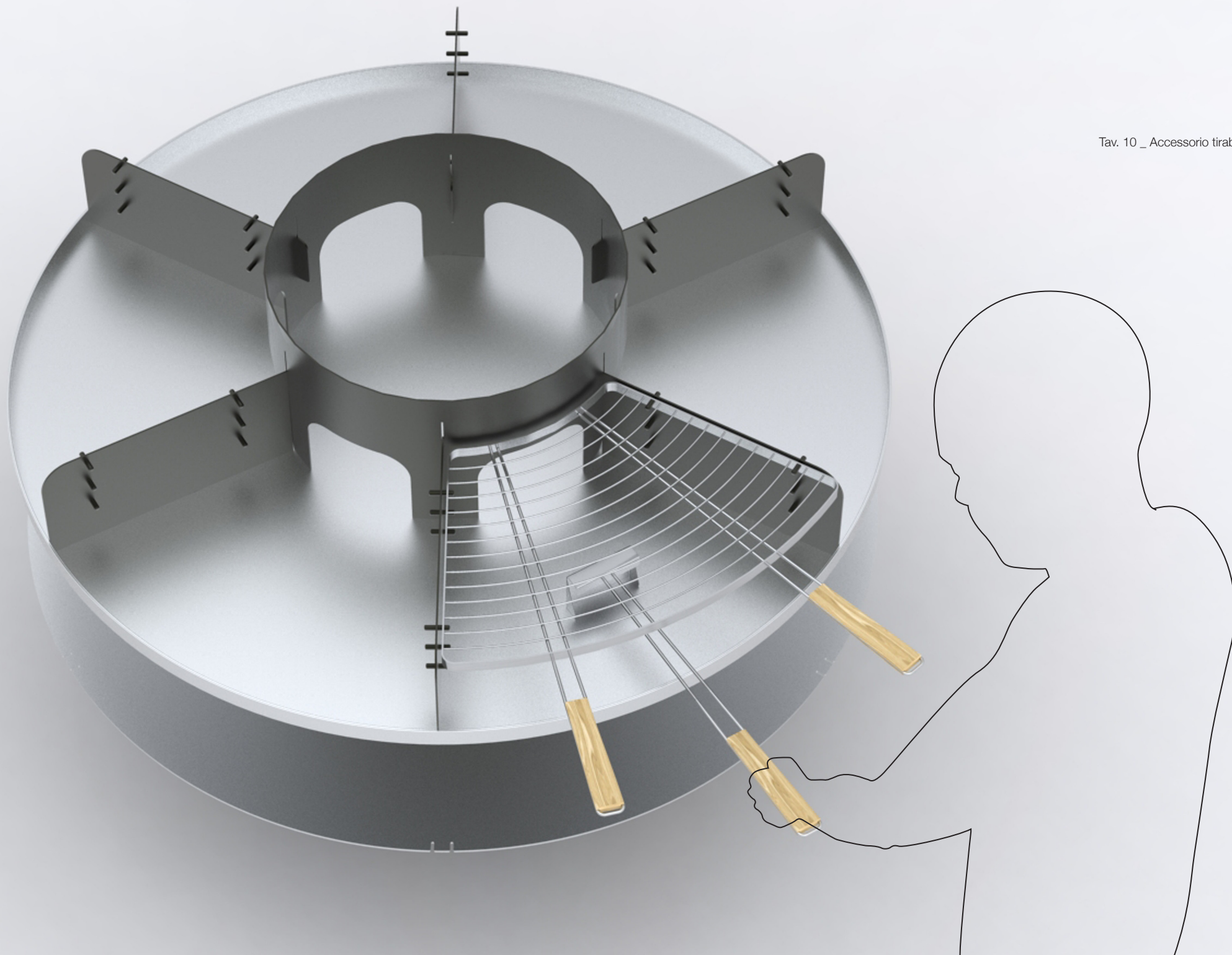
## ACCESSORIO TIRABRACE >

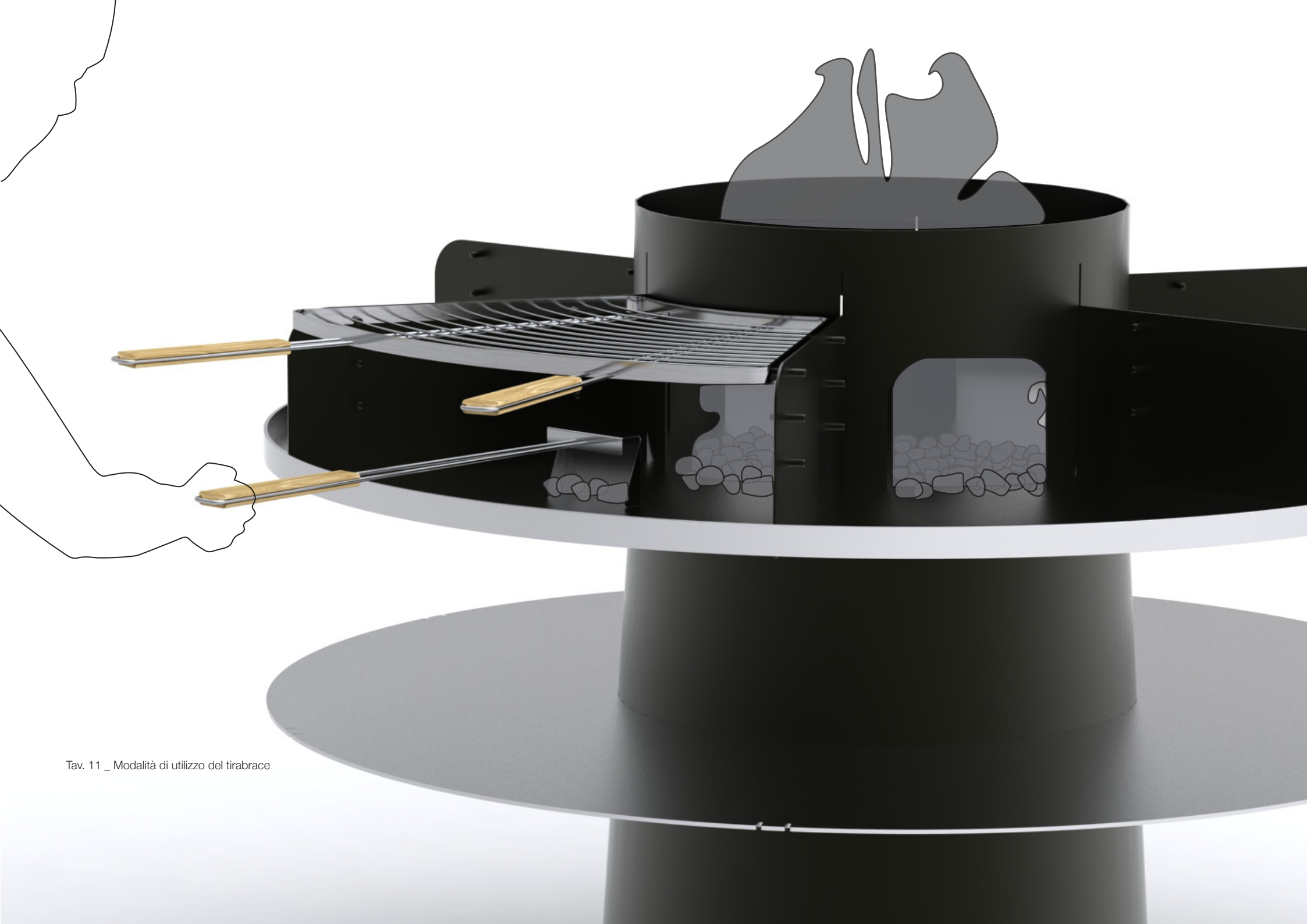
- rastrello in acciaio inox
- maniglia anti-scottatura in legno
- certificazione alimentari 

\* assemblaggio

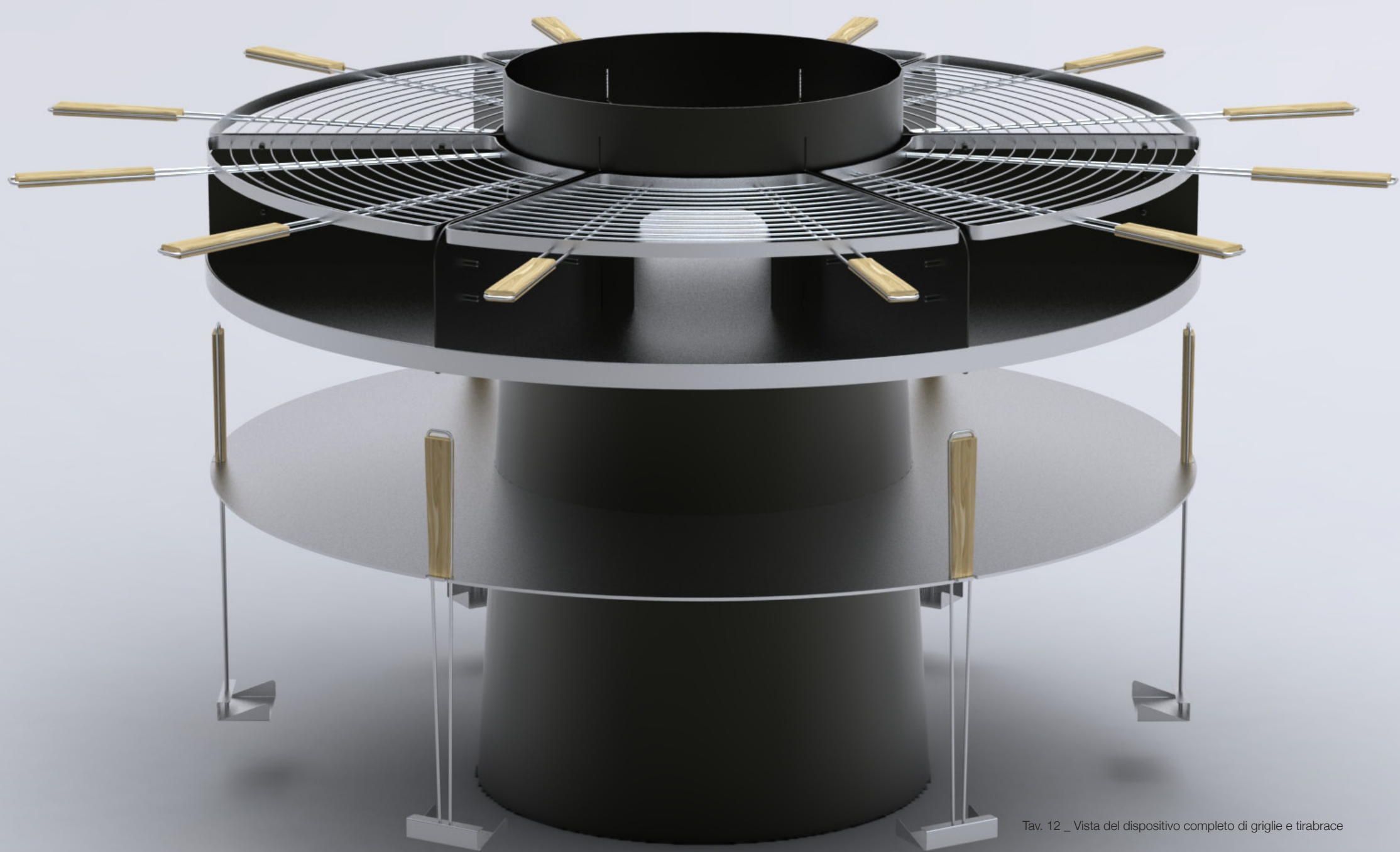


Tav. 10 \_ Accessorio tirabraccia

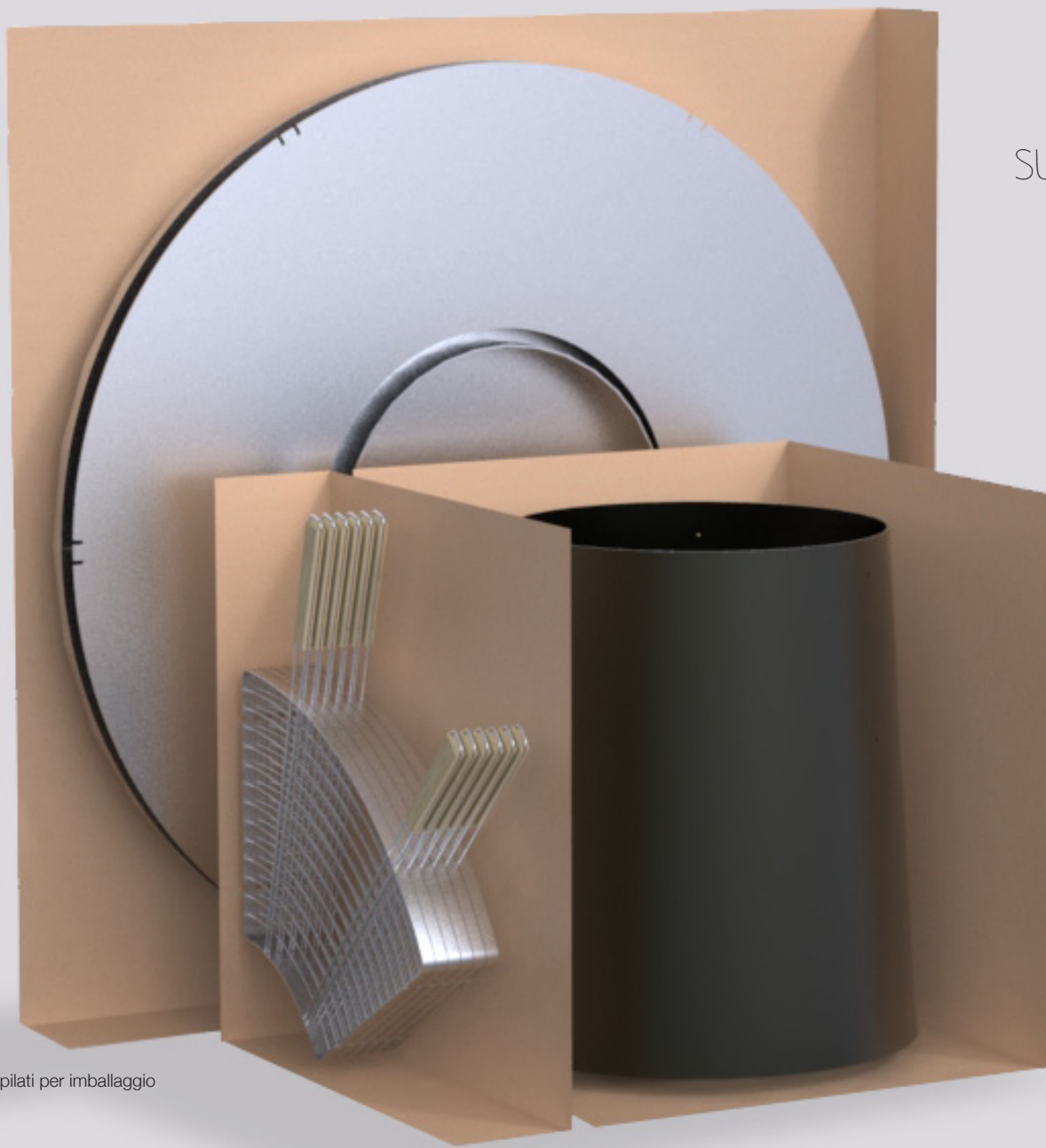




Tav. 11 \_ Modalità di utilizzo del tirabrace



Tav. 12 \_ Vista del dispositivo completo di griglie e tirabrace

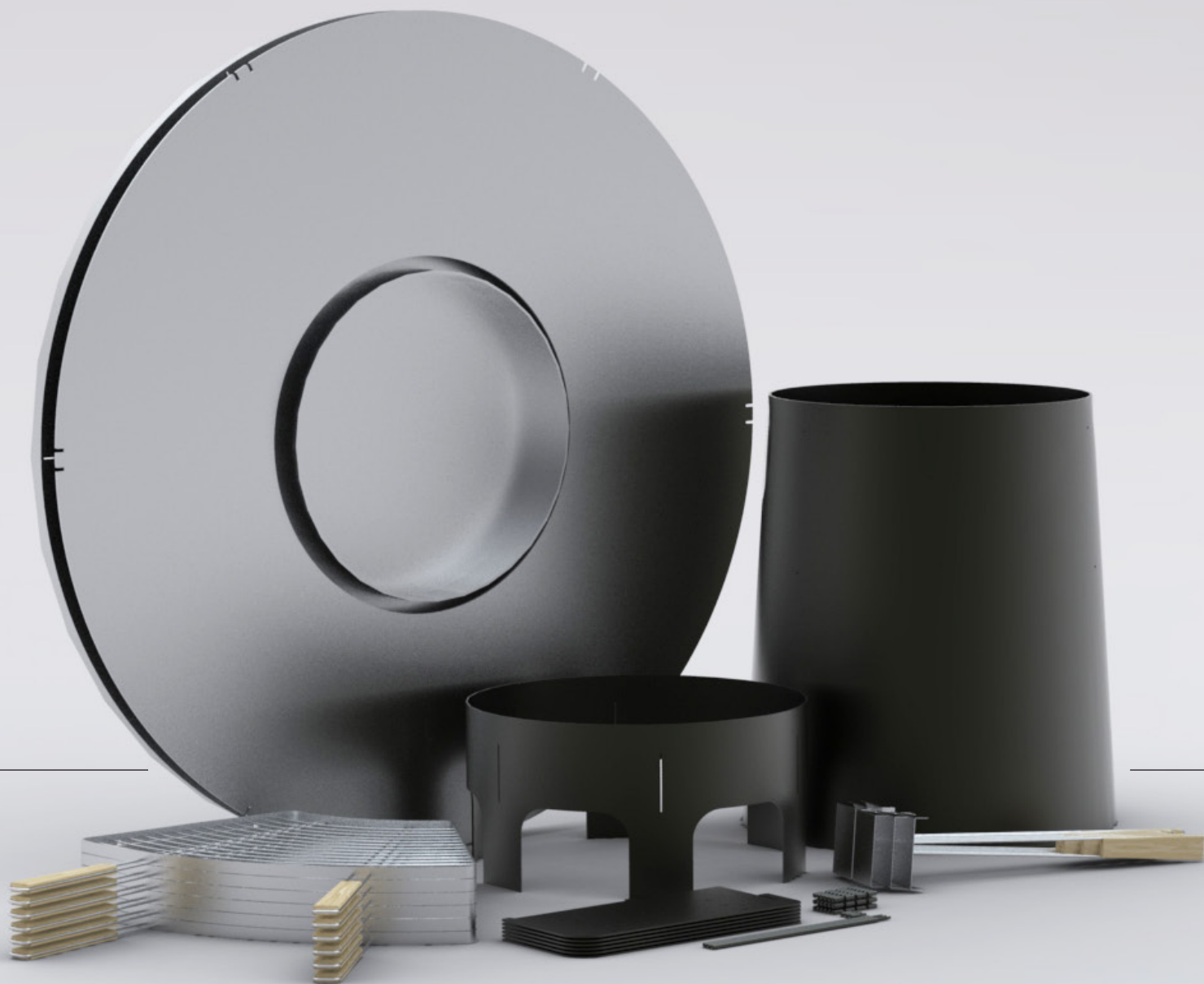


SUDDIVISIONE PER IMBALLAGGIO >

Tav. 13 \_ Componenti impilati per imballaggio



Tav. 14 \_ Vista dei componenti che costituiscono il prodotto



*Convivium*: il barbecue collettivo.

Sistema prodotto per la convivialità nello spazio pubblico.

## TAVOLE

Tav. 01 \_ Organizzazione del servizio

Tav. 02 \_ Organizzazione del kit

Tav. 03 \_ Concept del prodotto

Tav. 04 \_ Disegni tecnici del dispositivo barbecue

Tav. 05 \_ Fasi per l'assemblaggio del dispositivo

Tav. 06 \_ Modalità di assemblaggio ed esploso

Tav. 07 \_ Sezione longitudinale

Tav. 08 \_ Dettagli dell'assemblaggio delle lamelle

Tav. 09 \_ Griglie

Tav. 10 \_ Accessorio tirabrace

Tav. 11 \_ Modalità di utilizzo del tirabrace

Tav. 12 \_ Vista del dispositivo completo di griglie e tirabrace

Tav. 13 \_ Componenti impilati per imballaggio

Tav. 14 \_ Vista dei componenti che costituiscono il prodotto



## 12. CONCLUSIONI

---

In questo momento storico la nostra società sta vivendo una profonda trasformazione che sotto la spinta della diffusione delle tecnologie applicate all'informazione, sta modificando la natura delle relazioni tra le persone.

La ricerca svolta ha confermato che il designer contemporaneo sente l'esigenza di dare un contributo alla città rendendola viva di momenti socializzanti, avvicinandosi sempre di più alle persone, scendendo in strada, attraversando piazze, parchi, ambienti di lavoro e luoghi di incontro, per interpretare esigenze e desideri di chi vive la città quotidianamente, per arricchirla di forme e colori e ridisegnarne tempi e spazi per la socialità.

La convivialità, carattere unificante di un momento sociale, è stata qua presa in considerazione in quanto linguaggio universale e modo semplice di avvicinamento alle altre culture, momento di comunicazione di identità ma anche di comunità.

Il risultato è stata la progettazione di un sistema prodotto per lo spazio pubblico esterno urbano: il barbecue collettivo *Convivium*. Una sorta di "cucina condivisa", priva di tecnologia e in cui lo scopo è quello di ritrovare il piacere del cucinare e, soprattutto, quello del cucinare insieme, agevolando la socializzazione e lo scambio di esperienza. L'idea è quella del coinvolgimento, della rimessa in atto di rituali spesso dimenticati, di forme di socialità spesso degenerate nella società contemporanea.

La sua missione principale è sviluppare una conoscenza interculturale nella società civile e quindi operare una rigenerazione del tessuto sociale e una rigenerazione locale del tessuto urbano.

Un punto di forza del progetto è la creazione di rapporti tra le persone, quindi ap-

prendimento e scambio, sia sociale che culturale. Ciò è dovuto alla possibilità di fruizione da parte di più gruppi di persone contemporaneamente, alla sua forma circolare che permette a tutti gli utenti di vedersi e comunicare, e alla condivisione di un unico fuoco centrale che deve essere continuamente alimentato dagli utenti stessi innescando un processo di collaborazione.

Quest'ultima caratteristica può essere vista come un limite in un contesto come quello a cui si è fatto riferimento; ciò ha portato alla scelta di una location specifica, che fosse coerente con i valori che il progetto intende esprimere, rendendo la fruizione del barbecue collettivo come un esperimento di vita da cittadini, un esercizio di civiltà.

La Cascina Cuccagna, a Milano, è stata individuata come luogo ideale in quanto spazio pubblico urbano in fase di trasformazione. L'ambizione del Consorzio e del relativo Progetto Cuccagna è quella di renderlo un luogo di partecipazione civile, di attenzione tra generazioni e culture, di occasioni di solidarietà per contrastare l'esclusione e imparare di nuovo, insieme, ad essere una comunità. Inoltre, la Cascina è in grado di rispondere in modo ottimale ai requisiti di efficienza e sicurezza, e di offrire agli utenti i servizi necessari per poter fruire al meglio dell'attrezzatura (e godersi al massimo l'esperienza).

*Convivium* nasce per un contesto specifico, ma può essere inserito in vari spazi collettivi, come giardini privati (condominiali, di campeggi, agriturismo, ecc.) e terrazze, purché nel rispetto di alcune norme di sicurezza. Nasce per un contesto definito e specifico ma risolve anche esigenze di altri luoghi e non luoghi, di spazi magari dimenticati ma migliorabili perché potenzialmente più vivibili. La facilità di montaggio lo rende idoneo per un utilizzo temporaneo in occasione di eventi, fiere, festival e manifestazioni gastronomiche.

Intende valorizzare una forma di rituale esterno urbano, un rito collettivo che elogia esperienze semplici, passate e conviviali volte a coinvolgere un target di riferimento allargato.



## BIBLIOGRAFIA

---

- Mumford L. *La città nella storia*, Edizioni di Comunità, Milano 1963 (The City in History. Its Origins, its Transformations and its prospects, New York 1961)
- Bauman Z., *Dentro la globalizzazione. Le conseguenze sulle persone*, Laterza, Roma-Bari 1999 (Globalization. The human consequences, Cambridge, Polity Pres, 1998)
- Bauman Z., *La solitudine del cittadino globale*, Feltrinelli, Milano 2000 (In search of politics, Polity Press, Cambridge 1999)
- Bauman Z., *Fiducia e paura nella città*, Mondadori, 2005
- Fiorani E., *La nuova condizione di vita*, Lupetti, Milano 2003
- Elliott A., Lemert C., *Il nuovo individualismo. I costi emozionali della globalizzazione*, Einaudi, 2007
- Bertolazzi R. (a cura di), *Il futuro della città: slow o fast? : la socializzazione, il gioco, il tempo libero, ovvero La città su misura*, Compositori, Bologna 2006 (Catalogo della Mostra tenuta a Milano nel 2006)
- Giddens A., *Le conseguenze della modernità: fiducia e rischio, sicurezza e pericolo*, Il Mulino, Bologna 1996
- Magatti M., *La città abbandonata*, Il Mulino, 2001
- Halpern D., *Building Happiness*, Jane Wernick Editor, 2008
- Bonomi A., *Milano ai tempi delle moltitudini*, Mondadori, Milano 2008
- Illich I., *La Perdita dei Sensi*, Libreria Editrice Fiorentina, 2009
- 
- La Cecla F., *Il malinteso. Fenomenologia dell'incontro*, Laterza, Bari 1997
- Ghisleni M., Moscati R., *Che cos'è la socializzazione?*, Carocci Editore, 2001
- Mela A., *Sociologia delle città*, Carocci Editore, 2006
- Bauman Z., *Voglia di comunità*, Laterza, Roma-Bari 2001
- Illich I., *La Convivialità*, traduzione di Cucchi M., Mondadori, Milano 1978

Dubar C., *La socializzazione. Come si costruisce l'identità sociale*, Il Mulino, Bologna 2004

Livolsi M., *Identità e progetto*, Nuova Italia, Firenze 1988

Mantovani G., *Comunicazione e identità*, Il Mulino, Bologna 1995

Jervis J., *La conquista dell'identità*, Feltrinelli, Milano 1999

Nuvolati G., *Popolazioni in movimento, città in trasformazione*, Il Mulino, Bologna 2002

Piva A. (a cura di), *La città multietnica: cultura della socializzazione*, Marsilio, Venezia 1996

Napolitano E. M., *Il marketing interculturale. Le identità diventano valore*, Franco Angeli, Milano 2002

Piccone S. S., *Esperienze multiculturali. Origini e problemi*, Carocci, Milano 2003

Manzini E., Jégou F., *Quotidiano sostenibile. Scenari di vita urbana*, Polidesign, 2007

Thackara J., *In the bubble. Design per un futuro sostenibile*, Allemandi, Torino 2008

Archibugi F., *Eco-sistemi urbani in Italia*, Gangemi, Roma 1999

Amin A., Thrift N., *Città, ripensare la dimensione urbana*, Il Mulino, Bologna 2005

Kohr L., *La città a dimensione umana. Pianificazione, bellezza, convivialità nella città policentrica*, Red, 1992

AA.VV., *Atti dal convegno "La città senza nome"*, Bari 2009

Augé M., *Nonluoghi. Introduzione a un'antropologia della surmodernità*, Elèuthera, 2009

Morelli D., *Spazio pubblico urbano. Metodologia e progetto*, Edipuglia, Bari 1986



Borlini B., Memo F., *Il quartiere nella città contemporanea*, Mondadori, 2008

Citroni S. (a cura di), *Sogni e bisogni a Milano. Vissuti e risorse nella "Zona 4"*, Ledizioni, Milano 2010

La Pietra U., *Abitare la città. Ricerche, interventi, progetti nello spazio urbano dal 1962 al 1982*, Alinea Editrice, Firenze 1983

Aymonino A., Mosco V.P., *Spazi pubblici contemporanei. Architettura a volume zero*, Skira, Milano 2006

Haydn F., Temel R., *Temporary urban spaces: concepts for the use of city spaces*, Birkhauser, Basel 2006

Pine B. J., Gilmore J. H., *L'economia delle esperienze*, Etas Libri, 2000

Haydn F., Temel R., *Temporary Urban Spaces: concepts for the use of city space*, Birkhäuser, 2006

Piccianrdi A., *La cucina del fuoco*, Mondadori, Milano 1989

Paolini D., Seppilli T., Sorbini A., *Migrazioni e culture alimentari*, Editoriale Umbra, Foligno 2002

Montanari M. (a cura di), *Il mondo in cucina. Storia, identità, scambi*, Laterza, Bari 2002



## TESI DI LAUREA

---

Paola Savoldi, *Se la comunità non è un mezzo. Forme e luoghi di esperienze condivise*; tutor Pier Carlo Palermo; coordinatore Giorgio Ferraresi; Milano: Politecnico (Facoltà di Architettura - dottorato in Pianificazione ambientale e territoriale), 2002/03

Suman Cona, *Abitare lo spazio urbano: arredi per la socializzazione*; rel. Marco Fantoni. - Milano: Politecnico (Facoltà del Design - Disegno Industriale), 2006/07

Alessandro Brigandi, *Movimenti urbani. Nuovi scenari di socializzazione e mobilità urbana*; rel. Nicoletta Morrone. - Milano: Politecnico (Facoltà del Design - Disegno Industriale), 2005/06

Daniela Urani, *La Bachecca dell'identità: nuovi spazi di espressione personale e di socializzazione*; rel. Giovanni Anceschi; correl. Francesco Morace. - Milano: Politecnico, 1998/99

Daniela Barbalace, *Ripamonti urban sound : strategie e prodotto per la riqualificazione urbana*; rel. Francesco Bergonzi. - Milano: Politecnico (Facoltà del Design - Disegno Industriale), 2002/03

Davide Scarpa, *Lingo. Un format di ristorazione culturale per l'integrazione degli immigrati a Milano: il cibo come medium tra le culture*; rel. Francesco Bergonzi. - Milano: Politecnico (Facoltà del Design - Disegno Industriale), 2004/05

Sara Sanvito, *L'atelier del fresco: l'ipotesi di un centro multiservizio alimentare come connettore di quartiere*; rel. Ezio Manzini ; correl. Anna Meroni. - Milano: Politecnico (Facoltà del Design - Disegno Industriale), 2001/02

Silvia Mary Fanesi, *Il cuocitore errante*; rel. Raffaella Crespi ; co-rel. Michele Capuani. - Milano: Politecnico (Laurea in Architettura, Indirizzo Disegno industriale e arredamento), 1992/93

Sara Pallaro, *Fuga dalla città in città. Il barbecue sui tetti: nuovo rituale esterno urbano contemporaneo*; rel. Matteo Ragni ; correl. Roberto Galisai. - Milano: Politecnico (Facoltà del Design - Disegno Industriale), 2004/05

Alessio Crepaldi, Cristina Pucci, Francesca Sarti, *La Cascina Cuccagna a Milano: conservazione e riuso nella strategia di rilancio del ruolo dei Centri sociali comunali*; rel. Marco Dezzi Bardeschi; correl. Elena Romoli. - Milano: Politecnico (Facoltà del Design - Disegno Industriale), 1998/99



## SITOGRAFIA

---

<http://ecosistemaurbano.org>  
<http://observatory.designobserver.com>  
<http://urbanomnibus.net>  
<http://sdz.aiap.it>  
<http://rigenerazioneurbana.org>  
<http://worldchanging.com>  
<http://www.orizzonatale.org>  
<http://www.pps.org>  
<http://www.publicspace.org>  
<http://www.biennalespaziopubblico.it>  
<http://www.designforlondon.gov.uk>  
<http://www.southbanklondon.com>  
<http://lifebetweenbuildings.tumblr.com/>

<http://www.architecturefoundation.org.uk>  
<http://www.les-saprophytes.org>  
<http://www.superniche.org>  
<http://www.bruitdufrigo.com>  
<http://www.prostoroz.org>  
<http://www.snarkive.eu>  
<http://www.exyzt.net>

National Cattlemen's Beef Association - [www.beefusa.org](http://www.beefusa.org)  
Mintel International Group - [www.mintel.com](http://www.mintel.com)  
National Barbecue Association - [www.nbbqa.org](http://www.nbbqa.org)  
Hearth, Patio & Barbecue Association - <http://hpba.org>

<http://www.comune.milano.it>  
<http://www.esterni.org>  
<http://www.cuccagna.org>



# IMMAGINI

---

[ in ordine di apparizione ]

*Crecimientos artificiales*, Ivan Puig, Installazione con vecchie sedie della Escuela Normal de Guanajuato, 2008

*50m of the public space*, Epos 257, Intervento urbano, Praga, settembre 2009

*Senza Titolo*, SpaziUrbani, Christian Di Giandomenico

*Visioni dello spazio pubblico con l'ortho tra gli orti*, SpaziUrbani

*FDR Skate Park*, Franklin Delano Roosevelt Park, Philadelphia

*Owens Field Skatepark*, SC Design, Columbia

*Public Chess*, Sydney, 2004 - Foto: Helen Olney

*Public Chess*, Sydney, 2008 - Foto: Sharaz Jek

*Baby Plays Around*, Foto: Donato Buccella, Milano, 2009

*Als das Kind Kind war*, Foto: Donato Buccella, Milano, 2009

*Madam Bovary*, Foto: Donato Buccella, Milano, 2009

*Elogio dell'Ozio*, Foto: Donato Buccella, Milano, 2009

*Happiness is Contagious*, Foto: Donato Buccella, Milano, 2009

*After You've Gone*, Foto: Donato Buccella, Milano, 2009

*City in a bag*, Muji, 2006

*Lace Fence*, Joep Verhoeven / Demakersvan, 2005

*Lugar Especifico*, 2A+P, Calaf (Spagna), 2005/2007 - Foto: Xavier Gil Dalmau

*Playgroun Installation*, David Garcia Studio, Drejens

*Mappa dell'abbandono a Firenze*, progetto in progress, Firenze e dintorni, Esibisco - laboratorio di idee, 2011

*Ferté Vidame installation*, 5.5 designers, Fondations de mobilier, 2007 - Foto: Thomas Mailaender

*Temporary Maze*, West End Partnership, Trafalgar Square, Londra, agosto 2010

*Public Farm One*, Work Architecture Company, P.S.1 Contemporary Art Centre, New York, 2008

*Birdhide*, The Olympic Legacy Toolkit, Studio Superniche, Londra, 2009

*Moving Forest*, 4\_NL Architects, Urban Play, Amsterdam, 2008

*Giardini Spinti*, Giardiningiro, Torino, ottobre 2009

*West Side Line*, New York, 2005

*High Line*, Diller Scofidio+Renfro / James Corner Field Operations, New York, 2009

*Laundry*, Gianni Pettena, installazione per Campourbano, Como, 21 settembre 1969

Intervento di guerrilla gardening

Logo del progetto *PARK(ing)*

Locandina per l'evento *Città in rivoluzione*, Associazione Culturale esterni, Milano, 16-24 aprile 2004

*Open-Air-Library*, KARO\* with Architektur+Netzwerk, Magdeburg, Germania, 2009

*Loop Bench*, Jeppe Hein, 2006 - Location dell'installazione: Liverpool Biennale, 2006 - Foto: Alexandra Wol-kowicz

*Boom Bench*, Michael Schoner di NL Architects, per Urban Play 2 (Experimenta Design), Amsterdam, 2008

*Streeeeeeet Bench*, Vincent Wittenberg e Guy Königstein, 2010

*Bevetene tutti*, Public Design Festival, Milano, 2010

Invito all'evento *Girano Voci*, Piazza Minniti, Isola, Milano, 18 giugno 2010

Grafica dal sito [www.zonaisola.it](http://www.zonaisola.it)

*La panca di tutti*, esterni - Foto: Masiar Pasquali

*Panchina circolare*, esterni - Foto: Masiar Pasquali

Immagini dal catalogo *Esterni speaks public. Idee, progetti e interventi per lo spazio pubblico*, Minimun Fax, Milano 2010

*La Sfacciata*, Cascina Cuccagna, esterni - Foto: Masiar Pasquali

*Obsessions make my life worse and my work better*, Stefan Sagmeister, Urban Play, Amsterdam, 2008

*Sculpt me point*, Marti Guixè, Urban Play, Amsterdam, 2008

*Fish in the sky*, Nothing Design Group, Urban Play, Amsterdam, 2008

*Urban Speaker*, Carlos J. Gómez de Larena, 2010

*City Island*, Exyzt, progetto per La Noche En Blanco, Madrid, 11- 26 settembre 2010

*Lokaal 01*, Jeroen Doorenweerd, Breda, 2002

*Sun College Rijksuniversiteit*, Jeroen Doorenweerd, Groningen, 2010

*Lieux possibles 1*, Ville créative et développement désirable, Bordeaux, giugno 2008

*Lieux possibles 2 / épisode #2*, Le jardin des remparts, Bordeaux, giugno 2010 / luglio 2011

Collettivo Cloud, installazioni luminose con musica e materiali di scarto

*Publik Picnic*, Nis Rømer / publik, Copenaghen

*Southwark Lido*, Exyzt, in occasione del London Festival of Architecture, Londra, 9-13 luglio 2008 - Foto: Julie Guiches

*Drops*, ProstoRoz 04, per Overlooked places between city houses, location varie, Ljubljana, 13 - 23 maggio 2004 - Foto: Jernej Valencic

*Rent a canoe*, ProstoRoz 04, per Overlooked places between city houses, location varie, Ljubljana, 13 - 23 maggio 2004 - Foto: Tjaša Avsec

*Platforms*, ProstoRoz 04, per Overlooked places between city houses, location varie, Ljubljana, 13 - 23 maggio 2004 - Foto: Jernej Valencic

*Rocking platforms*, ProstoRoz 04, per Overlooked places between city houses, location varie, Ljubljana, 13 - 23 maggio 2004 - Foto: Jernej Valencic

*Urban Camping*, IEA import.export Architecture, 2008-2010 - Location: Belgio-Danimarca

*BAD Public Bath Equipment*, Sabine Mueller e Andreas Quednau, 2006 - Location: Solitude Palace Gardens, Stuttgart, Germania

*Dutchtub*, Veltevree, 2007

*Wikado playground*, 2012 Architecten, Rotterdam (Olanda) 2009 - Foto: galleria di 2012Architecten, Flickr

*Kitchen Monument*, Raumlabor, 2006 - Foto: Rainer Schlautmann

*Nidi d'Uomo*, eco-installazioni temporanee, Eco Green Project, Salone del Mobile di Milano, 2008

*Alfresco*, flashmob dinner, Vancouver, 31 luglio 2009

*Table for two*, Caroline Woolard, 2010

*Pic nic di San Giovanni*, Arabeschi di Latte in collaborazione con Piazzart, Firenze, 7 luglio 2009

*Riverside Picnic*, Arabeschi di Latte, Firenze, 24 giugno 2008/09

*Mayonnaise!*, Pitti Rooms, Arabeschi di Latte, Firenze, 2007

*Déjeuner sur l'herbe*, Triennale di Milano

*Riverside Picnic* (Easy Living, spiaggia sulle rive del fiume Arno), Arabeschi di Latte, Firenze, 24 giugno 2008/09

*Public Pie*, Maaïke Bertens e Marieke van der Bruggen

*Public Pie*, Maaïke Bertens e Marieke van der Bruggen - Location: Public Design Festival 2009 - Foto: Masiar Pasquali

*Public Fruit Jam*, collaborative performance, Fallen Fruit, 2006

*Bowow*, tavolo pubblico mobile

*Unleavened Testle*, Arabeschi di Latte, per "Handle with care" curato da designboom, 2007

Momenti conviviali intorno ad un barbecue

*Griglie Roventi*, Campionati di barbecue, Italia, dal 2005

Ricette a base di carne

Ricette a base di pesce

Ricette vegetariane

Ricette condimenti

Adam Perry Lang, grill master

Bruschette

Patate al cartoccio

Moink-balls cotte sulla brace

*Table Grill*, Eva Solo

*Fireplate*, Radius Design

Inground mount grill



Barbecue a legna  
*Dancook*, I Signori del Barbecue  
*Croscat\_p*, fesFOC  
Black Steel Firebowl  
Barbecue Eva Solo, Terrasesjardins  
Barbecue *Hortoin*  
Grill e barbecue *Piediluco*, Clam  
Progetti site-specific progettati e realizzati in loco  
Barbicú, Piero Lissoni per Alessi by Fochista  
Focolare e barbecue, Rustico  
Barbecue Rondo, Rinelli steeldesign  
Langgrill, Liebschaften, 2009  
*Griffon Folding Barbecue*, Garden Trading  
*Brisbane Compact Table Barbecue*, Brisbane  
*Pyramid Barbecue*, Muji  
Portable Barbecue  
Instant Barbecue, JHL BBQ Grill World  
Braciere portalegna tradizionale  
Braciere portalegna pesante, Falci  
Braciere portacarbone verticale  
Braciere *Vuurkor*  
Braciere *Vuurkorf Classic*  
Braciere *Vuurkorf Classic Ronda*  
Braciere *Vuurkorf Classic Modern 60*  
Griglia con manici in legno  
Griglia con manico in legno, Canpingaz  
Griglia *Grilliput*

Griglia semplice, Ferraboli  
Griglia rotonda, Ak47  
Griglia rotonda, Zapfen  
Griglia *Walzer*, MOM  
*Green Barbeque Fire Pack*, Baja BBQ, prodotto da Lazzari/ Design Annex, 2010  
*Ciminiera d'accensione*, Weber, 2010  
*Barbecook*, Puur, 2011  
*Bruce*, Henrik Drecker, 2010  
*Egrill*, Michaelweaker, 2010  
*Zen*, Ivano Losa / Ak47, 2010  
*Mangiafuoco*, Matteo Galbusera / Ak47, 2010  
*Discolo*, Ivano Losa / Ak47, 2010  
Barbecue 'no screw no glue' (edizione limitata), Joost Van Bleiswijk, 2009  
*Extending the Season*, Guus Alders, 2009 - Foto di René van der Hulst  
Improvvisazioni barbecue, location varie  
Parco dell'Idroscalo, Milano  
  
*Cascina Cuccagna* (1695), via Cuccagna 2/4, Milano  
Evento organizzato da esterni alla Cascina Cuccagna  
Mercato agricolo del martedì  
Orto didattico  
Struttura per mercato coperto o eventi  
Vista dall'alto della *Cascina Cuccagna*, prima dell'inizio dei lavori di ristrutturazione, via Cuccagna 2/4, Milano  
Viste della Cascina Cuccagna, stato attuale dei lavori di ristrutturazione, via Cuccagna 2/4, Milano, 2011  
Progetto di sistemazione delle aree esterne della *Cascina Cuccagna*  
  
Barbecue a legna

Table Grill, Eva Solo

Focolare, Planika

*Sirkel*, tavolo fioriera rotondo in alluminio