



Dossier: Spazi comuni, luoghi di socializzazione. Siamo consumatori quando andiamo nei negozi ma anche quando votiamo e usiamo i media. E le nostre città ci aiutano a venirne fuori o no? Il nuovo dossier di Vorrei comincia da qui.

S

iamo uomini o consumatori? Vogliamo cominciare il nuovo dossier di Vorrei così, parafrasando il titolo del film di Camillo Mastrocinque (*Siamo uomini o caporali*, 1955 con Totò). Ai caporali, meschini personaggi che approfittano del loro piccolo/grande potere per imporre soprusi e angherie, abbiamo sostituito i consumatori. Cioè gente che non ha neppure bisogno di un caporale per farsi del male, se lo fa da solo. Ma se il nostro è solo un gioco di parole, nella società del consumo è un'involuzione dei ruoli: agli uomini, le persone che vivono, comunicano, hanno relazioni, si confrontano, hanno speranze e sogni, si è sostituito – appunto – il consumatore.

Siamo consumatori, ovviamente, quando andiamo al negozio o al centro commerciale. Ma siamo consumatori anche quando siamo chiamati a votare: spendiamo la nostra moneta-voto a favore del prodotto-candidato che ci ha convinto di più, seppur dica più o meno le stesse cose di tutti gli altri. Siamo solo consumatori secondo coloro che misurano il nostro benessere in base a quanto produciamo (il PIL) e a quanto compriamo o non compriamo ("l'andamento dei consumi"). Siamo consumatori quando usiamo media e social network per divorare opinioni e scartare analisi.

La complessità è pressoché scomparsa e con essa la nostra capacità di approfondire. Non importa a nessuno capire perché compriamo, perché facciamo quel determinato lavoro, perché dobbiamo assecondare la volontà dei mercati. Lo facciamo e basta.

Sarà per questo che i luoghi di socializzazione hanno lasciato spazio ai luoghi di consumo?

Ecco, di questo parla il primo dossier del 2013 di Vorrei: degli spazi comuni e dei luoghi di socializzazione. Aree libere dalla logica economica, piazze delle relazioni e non delle merci. Esistono? Sono reali o virtuali? Vogliamo capire dov'è che ci incontriamo, dov'è che ci scontriamo; dov'è che abbiamo occasione di essere animali sociali, politici e non solo ingranaggi industriali.

Proveremo a scoprire se le nostre città sono cresciute favorendo o reprimendo la socializzazione, se davvero non c'è niente di meglio nel futuro del passare ore nei centri commerciali per affermarci, come viene raccontato nell'articolo ripreso da Eddyburg e che [riproponiamo qui](#):

“(…) si acquista per raccontarsi agli altri, per narrare il sé perché «il possesso delle cose è parte integrante, sostegno e conseguenza della narrazione che ci definisce» e ci permette di *formare* la nostra identità. Si acquista dunque per avere gli strumenti dell'affermazione e della comunicazione del sé, per la costruzione dell'identità individuale e di quella collettiva, sempre più sostituite da *identificazioni* elaborate in base alla differenza nei consumi, in un gioco in cui «ci accontentiamo di essere rappresentati da cose che ci appartengono»”.

Sapendo già che, piaccia o meno, la fine dei centri commerciali è una prospettiva possibile e vicina:

«I centri commerciali di mezza Europa stanno morendo. Diminuiscono il numero delle presenze e i fatturati, e si accorcia il ciclo di vita. Un centro commerciale mediamente oggi diventa vecchio dopo pochi di anni dall'apertura o nasce già con difficoltà» (“[La morte dei centri commerciali](#)” a cura di Re.d – Marketing & Trade).

Questo editoriale si chiude con un cortometraggio. Firmato da Federico Brugia (uno dei registi più noti della pubblicità italiana), fa parte del progetto *Le città invisibili* ed è stato presentato lo scorso anno nell'ambito della [Settimana della comunicazione](#): «18 registi presi in prestito dalla pubblicità e dal cinema, per 18 mini-opere autoprodotte. Nato da un'idea di Eugenia Morato e curato da Pasquale Diaferia, “Città Invisibili” è un film che racconta Milano, le sue debolezze e i suoi lati nascosti. Un ritratto corale alle volte malinconico, stili differenti a parlare di una città in trasformazione e spesso difficile, nel venticinquesimo anniversario della scomparsa di Italo Calvino». I filmati sono [tutti visibili qui](#). Abbiamo scelto "La Città, le Gru e Mimmo" fra gli altri, perché la frase finale ci sembra sintetizzare molto bene quello che pensiamo anche noi, come il protagonista: «I grattacieli non servono a me e io non servo ai grattacieli. E allora? Allora staremo a vedere».