

Le molte facce della città ideale

Se le città ideali del Novecento riflettevano i progetti politici e simbolici degli Stati, quelle del nostro tempo rispondono invece ai desideri, ai bisogni e alle paure dei cittadini. È in questa transizione che nasce la pluralità delle città ideali contemporanee.

Le qualità che rendono una città «ideale» sono molte, perché molte e diverse sono le domande dei cittadini. Ogni cittadino porta con sé bisogni differenti, e le situazioni cambiano nel tempo: per questo le richieste rivolte alla città sono numerose e mutevoli.

Alla città chiediamo efficienza e servizi, chiediamo di emozionarci, di essere bella e attrattiva, di poter essere orgogliosi di lei; chiediamo che ci ascolti, che produca risorse e ricchezza, che sia giusta, che sappia competere vantaggiosamente con le altre città; chiediamo che crei le condizioni perché i nostri figli crescano e si formino bene, che sia attenta ai più deboli e che apra le braccia a chi arriva. Alla città chiediamo questo e molto altro.

Le strade che si aprono sembrano tante, soprattutto se si parte dalle cento cose che sappiamo mancare e che ci piacerebbe avere. Alcune di queste città ideali fanno parte delle classificazioni di organismi internazionali come l'Unione Europea, l'UNESCO e l'ONU. È la città stessa la maggiore fonte di legittimazione delle politiche e delle azioni che la riguardano: rende visibili sia i problemi sia le loro soluzioni.

La città ideale non è più collocata in un futuro lontano. La si cerca nella quotidianità e nella sua capacità di dare risposte a domande ed esigenze sempre in mutamento. La città ideale è già nell'oggi o nell'immediato domani. Architetti e urbanisti hanno sempre lavorato perché il loro agire restasse nel futuro e che, in qualche maniera, potesse anche influenzarlo. La loro convinzione, da Le Corbusier e dal CIAM in poi, è che in un nuovo manufatto si possano scorgere i segni e le anticipazioni del futuro. Eppure, le grandi città pianificate del Novecento – da Chandigarh a Brasilia – mostrano quanto sia difficile mantenere nel tempo questa promessa di futuro. Entrambe sono oggi vissute soprattutto come prestigiosi luoghi da visitare, più che come anticipazioni di un domani migliore e possibile. Chandigarh, progettata da Le Corbusier, è ammirata

Giandomenico Amendola, University of Florence, Italy, giandomenico.amendola@unifi.it

Referee List (DOI 10.36253/fup_referee_list)

FUP Best Practice in Scholarly Publishing (DOI 10.36253/fup_best_practice)

Giandomenico Amendola, *Le molte facce della città ideale*, © Author(s), CC BY 4.0, DOI 10.36253/979-12-215-0985-4.25, in Giandomenico Amendola, *L'utopia e la città ideale. Sogni, paure, desideri*, pp. 93-101, 2026, published by Firenze University Press, ISBN 979-12-215-0985-4, DOI 10.36253/979-12-215-0985-4

Book References DOI 10.36253/979-12-215-0985-4.references

come esempio compiuto di urbanistica modernista, più che come modello di un futuro possibile. Brasilia, progettata da Lucio Costa e Oscar Niemeyer, intendeva essere la città ideale per eccellenza. La realtà la rende però meno ideale di quanto si volesse, dal momento che è ormai circondata da bidonvilles i cui primi abitanti sono proprio gli operai che hanno lavorato alle sue grandi costruzioni.

Benché il termine «ideale» compaia solo molto raramente nelle riflessioni sulla città contemporanea, la ricerca in questa direzione si sviluppa con altri nomi ed etichette che descrivono una società e una città capaci di svilupparsi rispondendo alla domanda dei cittadini. I nomi che indicano il suo carattere «ideale» sono tanti e ognuno indica una qualità della città che si ritiene fondamentale. Città intelligente, città creativa, città attrattiva, città partecipata, città sostenibile, città efficiente, sono solo alcune delle molte etichette che riassumono ciò che ci si aspetta dalla città.

23.1 La città intelligente

Anche se il termine ideale non è esplicitamente utilizzato, oggi, richiamando nuovamente Calvino (1971), si pensa sempre a una città capace di rispondere alle sfide di una realtà complessa e competitiva e, soprattutto, alle esigenze e alla domanda dei cittadini. Per essere in grado di rispondere a questa domanda, la città, usando un termine fin troppo abusato, deve essere 'intelligente', in grado, cioè, di capire ciò che ci si aspetta da lei e cosa deve fare per rispondere alle domande e alle speranze delle persone. Diversamente dall'utopia, che indica solo il punto di arrivo senza mai dire come arrivarci, la città ideale narra sempre come costruirla.

È la città a fare emergere i problemi che la sua gente deve affrontare, ed è anche la maggiore fonte di legittimazione delle politiche e delle azioni che la riguardano. Essa è, insieme, il precipitato degli ideali e il luogo delle memorie e dei valori antichi e contemporanei, delle attese della sua gente, resi visibili nelle forme urbane e architettoniche. Spesso, anche se non immediatamente leggibili nel grande e talvolta confuso libro di pietra, i valori e i principi unificanti della città diventano luoghi e forme. Per questo motivo la città rappresenta oggi il più grande serbatoio di temi e strumenti per alimentare le retoriche attrattive di cui ha bisogno.

Ciò è dovuto anche alla crescente tematizzazione della città, ormai unanimemente considerata la vera *Growth Machine*, la macchina capace di produrre sviluppo. L'espressione, diventata rapidamente di uso comune, deriva dall'ormai classico articolo di Harvey Molotch del 1976 "The City as a Growth Machine: Toward a Political Economy of Place" (Molotch, 1988).

Oggi, non c'è amministrazione locale, urbanista o architetto che non pensi alla città ideale di domani. Spesso il nome corrente e giornalistico di questa nuova città ideale è *smart city*, termine accompagnato da una retorica che in questo momento sta spiegando le ali. La *smart city* è la città resa intelligente e migliore dall'*Information Technology* e dalla rivoluzione digitale. È una nuova città ideale. Ad alimentarla è la *knowledge economy*, guidata oggi dall'intelligenza artificiale, capace di raccogliere e interpretare la domanda – spesso frammentaria – dei cittadini e di trasformarla in indicazioni utili per l'azione pubblica.

La *smart city* evoca, aggiornandolo, il *Brave New World* di Huxley.

Un precedente storico di questa fiducia nella tecnologia come motore di un futuro urbano migliore è *Futurama*, il celebre padiglione dell'*Esposizione Universale di New York*, del 1939. Progettato da Norman Bel Geddes per la General Motors, *Futurama* mostrava al grande pubblico una visione del mondo vent'anni dopo, nel 1960: autostrade multilivello, mobilità automatizzata, infrastrutture intelligenti e un controllo centralizzato dei flussi urbani. Molti dei temi oggi associati alla *smart city* – dalla gestione

dei dati alla mobilità ‘senza attrito’ – erano già presenti, in forma embrionale, in quella spettacolare anticipazione del futuro (Marchand, 1985).

Considerata icona del nostro tempo, la *smart city* è erede diretta delle speranze ottocentesche nelle capacità quasi palingenetiche della tecnologia di rendere il mondo diverso e migliore. Non è rivoluzionaria ma, come chiarisce con un linguaggio da addetti ai lavori la stessa IBM, si basa sull’ottimizzazione attraverso i dati, il controllo continuo, l’interconnessione e meccanismi automatici di aggiustamento (Hollands, 2008; cfr. anche Mattei, Nader, 2010).

La città di domani deve offrire al cittadino la possibilità di avere con lei un nuovo rapporto, presentandosi così come una città ideale alla portata di tutti. Necessaria è innanzitutto una nuova maniera di pensarla, grazie anche alla tecnologia, che apre nuove strade a partire dalla mobilità intelligente che può rendere più vivibile e attrattiva la città. Fondamentale, inoltre, è un consumo responsabile di energia. Soprattutto, l’intelligenza della nuova città ideale non può essere solo quella degli amministratori e dei progettisti, ma deve essere di tutti i cittadini.

Delle grandi possibilità che le nuove tecnologie informatiche possono offrire ad una città e alla sua gente, parla Bill Gates, fondatore di Microsoft, che amplifica le intuizioni degli anni Quaranta del secolo scorso di Norbert Wiener, inventore della cibernetica, che prevedeva una nuova società della comunicazione. Scrive Gates:

Possono arricchire il nostro tempo libero. Arricchire la nostra cultura ridistribuendo in maniera ampia l’informazione. Attenuare le tensioni della vita urbana perché chiunque potrà lavorare a casa o da un ufficio in campagna. Grazie ad essa la pressione sulle risorse naturali sarà meno forte: dei prodotti circoleranno sempre di più nella forma di bits e non come manufatti. Noi potremo meglio controllare le nostre vite. Potremo allora conoscere nuove esperienze e scoprire dei prodotti più adatti ai nostri bisogni. Noi, cittadini della società dell’informazione ci accingiamo a scoprire i mezzi per produrre meglio, per imparare meglio, per divertirci meglio (Gates, 2017).

Molto prima dell’ottimismo di Gates, Negroponte (1974) aveva già intravisto tanto le potenzialità quanto le ambivalenze della rivoluzione digitale, manifestando anche i propri dubbi: «Le comunità virtuali potranno aiutare i cittadini a ridare vita alla democrazia o potranno anche ingannarci con una attraente operazione che sostituisce il discorso democratico».

La banda larga e i *bit* rappresentano per gli americani qualcosa di simile alle ricche ed inesplorate terre dell’ovest da conquistare. Bill Mitchell (1996), nel suo ormai classico *City of bits*, è meno ottimista rendendosi conto di come i *bit* non possano da soli cambiare la società: «Gli esclusi dalla banda larga sono i nuovi poveri. È semplice: se non potete ricevere una certa quantità di bits, voi non potete beneficiare direttamente di tutti i vantaggi di Internet [...] Internet crea nuove opportunità ma è anche ciò che può creare nuovi fattori di marginalizzazione».

Le nuove città ideali sono spesso definite dalle nuove modalità con cui sono tra loro interconnesse. Importante è soprattutto come sono controllate, analizzate e collegate ai modi con cui i cittadini partecipano, interagiscono con la città e la vivono. Tutto deve essere intelligente: la mobilità, la progettazione, il rapporto con l’ambiente e la gestione dell’energia, la partecipazione dei cittadini. Il *Senseable City Laboratory* del MIT esplora l’urbanistica attraverso metodi interdisciplinari, mirando a ridurre le disuguaglianze sociali. In analoga direzione va Bill Mitchell, direttore del *The Smart Cities Group* del MIT Media Laboratory.

Nei fatti, il dominio dell’aspetto tecnologico è enorme e spesso la costruzione della città intelligente, pur essendo pensata come la più vicina ai bisogni dei cittadini, rischia

di diventare soprattutto un mezzo per le grandi corporation – come l'IBM – per mostrare le proprie capacità e acquisire nuove quote di mercato. Per questo è stato spesso scritto che le *smart cities* sono *corporate storytelling*, sorta di favole propagandistiche delle grandi società tecnologiche.

Il rischio è che le *smart cities* vengano spesso governate da una logica tecnocratica che dà la priorità alla crescita economica e alla competitività, mettendo in secondo piano il benessere e la felicità della popolazione. Tale logica va perciò equilibrata con la partecipazione dei cittadini, perché il rischio di una tecnocrazia non controllata è che alcuni gruppi di cittadini ne traggano beneficio mentre altri ne soffrano. Per questo motivo molti studiosi hanno sottolineato l'importanza della partecipazione al governo della *smart city* affinché la città sia realmente a misura della gente che la abita, della loro quotidianità e delle loro culture.

Una città intelligente richiede perciò cittadini intelligenti, in grado di utilizzare le nuove tecnologie: è il *crowdsourcing* che permette ai cittadini tra loro connessi di formare e di comunicare la volontà collettiva. È, in altri termini, lo sviluppo collettivo di un progetto da parte di una folla di persone esterne all'azienda ideatrice. La domanda di partecipazione alla creazione ed alla gestione della città e dell'habitat urbano riflette una più ampia domanda di democrazia: «Una città che è di un solo uomo non è una città», recita il noto verso dell'Antigone di Sofocle.

23.2 La città creativa

L'attenzione alla creatività è dovuta anche alla crescente tematizzazione della città, unanimemente considerata il vero motore dello sviluppo.

Lo psicologo americano David McClelland (1961) in un saggio scritto alla fine degli anni Cinquanta, si immagina arrampicato sul campanile di Giotto chiedendosi il perché del miracolo culturale del Rinascimento fiorentino. Lanciò in tal modo l'ipotesi del *Need for Achievement* (liberamente traducibile come «Bisogno del successo»), considerato come fattore principale della crescita sia economica che culturale di una città.

Richard Florida (2019) cerca di spiegare il miracolo del Rinascimento fiorentino con la *creatività*, considerata la principale artefice di quel successo. Creatività che si fonda su tre T: Tecnologia, Tolleranza e Talento e che genera un clima culturale in cui si fondono: intelligenza, propensione al rischio, ricerca scientifica e alta tecnologia, continua e intensa formazione, tolleranza e sperimentazione culturale. È grazie a questi fattori che prende forma e vigore una classe dirigente visionaria capace di progettare e realizzare il futuro. La creatività può diventare la preziosa speranza soprattutto per le città che, gravemente ferite dalla deindustrializzazione, cercano strade veloci e agevoli per ridarsi un futuro. Si pensi al Museo Guggenheim di Frank Gehry, che ha spinto Bilbao fuori da una lunga crisi, non solo attirando decine di migliaia di turisti, ma stimolando anche numerosi investimenti. Il Guggenheim ha cambiato la città anche perché ha portato alla realizzazione di altri capolavori architettonici, tra cui la metropolitana di Norman Foster e l'aeroporto di Santiago Calatrava. Come le architetture possano entrare nel vissuto quotidiano di una città è testimoniato dal fatto che le stazioni della metropolitana disegnate da Foster sono familiarmente chiamate dagli abitanti di Bilbao «Fosteritos». Bilbao, a modo suo, comincia ad essere percepita come una delle tante possibili città ideali.

La città creativa abbandona l'idea delle comunità distanti – *non spatial community* – di moda negli anni Ottanta – e recupera il tema della prossimità fisica, fattore decisivo per l'interazione reciproca e le sinergie produttrici di innovazioni. Perché ciò sia possibile sono necessari, sottolineano gli urbanisti, spazi pubblici da condividere, luoghi di incontro ed eventi che coinvolgano i cittadini.

La creatività è necessaria per l'efficienza della città. L'obiettivo viene perseguito sia con l'infrastrutturazione – trasporti, traffico, comunicazioni – sia con politiche locali miranti a restituire ai cittadini l'uso e il controllo del proprio territorio. Per le grandi città ciò è sempre più difficile, anche per la squilibrata e complessa distribuzione sul territorio dei servizi. Il decentramento è impresa ardua, anche per il progressivo ampliarsi della città. Un diffuso tentativo è quello di creare delle isole comunitarie che, oltre ad essere amministrativamente efficienti, favoriscano i necessari rapporti interpersonali.

Un esempio è la «città dei quindici minuti», concetto elaborato da Carlos Moreno e promosso dal sindaco di Parigi Anne Hidalgo, che prevede la presenza nei diversi quartieri dei principali servizi pubblici raggiungibili in un tempo massimo di un quarto d'ora. Ciò avviene all'interno di una radicale politica di trasformazione urbana tesa a rendere la città più verde e a misura del pedone. A Parigi, dove secondo l'Institut Paris Région (2024) gli spostamenti in bicicletta hanno ormai superato quelli effettuati in automobile, sono aumentate le oasi urbane e gli spazi abbandonati sono stati recuperati per farne aree verdi dotate di servizi. In questo modo, il quartiere tende a configurarsi come un piccolo villaggio urbano, più coeso, più accessibile e, per molti versi, 'ideale'.

23.3 La città attrattiva

La città per crescere e migliorare deve essere attrattiva, capace cioè di attirare investimenti, popolazione e visitatori. In questa prospettiva, l'attrattività riguarda soprattutto la capacità della città di competere sul piano simbolico ed economico, attraverso l'immagine che proietta e le esperienze che offre.

Per mettere una città in grado di competere sulla difficile scena internazionale non esistono ricette pronte o facili. Strumento ormai largamente praticato per aumentare l'attrattività è il *city marketing* che però, anche se ben strutturato, non basta se la città non possiede le qualità per attrarre.

La bellezza, per esempio, viene oggi riscoperta come fattore strategico per attrarre e trattenere imprese, famiglie e turisti. La bellezza non è più considerata, come era stato tradizionalmente, solo un prodotto della natura, della storia e della cultura, ma viene, sempre più spesso, ricostruita e recuperata come prezioso strumento per creare un'immagine che favorisca lo sviluppo. È la 'grande bellezza', con il suo patrimonio storico e artistico, che crea l'immagine attraverso la quale la città è percepita, vissuta e 'venduta' a visitatori e residenti. Alcune città, per attrarre famiglie, enfatizzano il proprio aspetto ludico: Las Vegas, con gli alberghi diventati parchi di divertimento; New York e Vienna, con quartieri come Coney Island e Prater; oppure Parigi, con Disneyland.

Le città cercano di costruirsi un *brand*, un marchio, grazie al quale la loro immagine possa, stabilizzandosi, migliorare e stimolare l'attrattività. A ciò possono contribuire titoli onorifici – ad esempio, capitale europea o nazionale della cultura – o eventi, come le Olimpiadi. Al di là dei titoli e dei riconoscimenti ufficiali, il *branding* migliora e consolida le narrazioni che danno alla città significato e importanza inserendola così nell'immaginario collettivo. Per Sharon Zukin (1993) l'*urban branding* è diventato «una necessaria strategia culturale».

Oggi, anche le emozioni sono considerate una preziosa risorsa che va messa a valore e utilizzata con gli strumenti del marketing. Si può, infatti, contribuire a costruire un marchio accattivante e vincente di ogni città anche con le emozioni che vengono opportunamente enfatizzate con l'*emotions mapping* o l'*emotional townscape*. L'immagine di città capace di emozionare può essere creata rapidamente ad opera di agenzie di comunicazione e di marketing. In altri casi la capacità di emozionare fa già parte dell'identità di una città e contribuisce ad arricchire la sua consolidata immagine di città ideale.

È il caso di Firenze, città bella e attrattiva per antonomasia, considerata ideale sin dal Rinascimento anche per la capacità di emozionare con una bellezza esaltata da scrittori e viaggiatori, da Goethe a Proust. Per Stendhal l'onda di emozioni arriva inaspettata a Firenze, tappa fondamentale, del suo *Grand Tour* del 1817, mentre ammira gli affreschi in Santa Croce. Lui stesso descrive quella che poi prenderà il nome di Sindrome di Stendhal «[...] ero arrivato a quel punto di emozione dove si incontrano le sensazioni celestiali date dalle belle arti e i sentimenti appassionati». (Stendhal, 1817 [2013]) Oggi, sono molti quelli che viaggiano e corrono a Firenze col desiderio espresso di essere travolti dalle stesse emozioni.

È sempre la città con le sue architetture che dà l'occasione di immaginare un futuro, prossimo e migliore. È la città bella perché 'firmata', una città che, per esempio, facendo proprie le esperienze di Bilbao e Glasgow, accresce la propria attrattività grazie a nuove e importanti architetture. In tal modo richiama il crescente *architurismo*.

Le occasioni possono essere tante: la Piramide del Louvre di I. M. Pei a Parigi (1989), il terminal dell'aeroporto di Kansai di Renzo Piano in Giappone (1994), il Guggenheim di Frank Gehry a Bilbao (1997), il nuovo Reichstag di Norman Foster a Berlino (1999), The Gherkin di Norman Foster a Londra (2004), le biblioteche del campus di Jussieu di Rem Koolhaas in Francia (2006), il Museo MAXXI di Zaha Hadid a Roma (2010) e la Scheggia di Renzo Piano a Londra (2012).

Oltre queste ci sono tante altre architetture, anche quelle che non sono salite alla ribalta, che aiutano il cittadino ad immaginare come possa essere una città più bella e anche migliore. A pensare, cioè, ad un futuro prossimo. Oppure, a rendersi conto della città in cui vive, delle sue condizioni e della possibilità che essa possa migliorare ed essere, da qualcuno, considerata ideale.

Un forte fattore di attrazione è la cultura che una città esprime non solo con eventi e attrezzature, ma anche e soprattutto con la storia incarnata nei suoi monumenti. Per poter attrarre, le pietre devono poter parlare ad alta voce. La città è un insieme di memorie collettive oltre che individuali. La storia è ben presente nella città e come tale affascina ed inquieta. La città è un palinsesto in cui spesso è difficile orientarsi. Ogni città fa della propria storia una preziosa risorsa. Soprattutto per le città più moderne il recupero del passato, e anche della storia recente, è diventato indispensabile. Purché sia tematizzato, anche il recentissimo passato può, soprattutto grazie a qualche efficace iniziativa promozionale, diventare attrattivo.

Calvino (1971) ne *Le città invisibili* descrive come alcune città – Diomira, Isidora e Zaira, Zora e Maurilia – abbiano diversi rapporti con la propria storia: alcune la valorizzano, altre la modificano, altre ancora la cancellano, seguendo probabilmente l'Apocalisse di Giovanni: «Ecco, io faccio nuove tutte le cose», un'idea che richiama anche Isaia 65,17: «Le cose di prima non si ricorderanno più».

Attrattiva è anche la città dove c'è futuro. L'emigrazione, a partire dalla modernità, ha segnato il mondo. Ieri erano i contadini, italiani, irlandesi o polacchi, che lasciavano l'Europa diretti negli Stati Uniti alla ricerca di un lavoro e di una vita migliore. La Statua della Libertà, primo incontro dal mare di New York, considerata città ideale perché prometteva un futuro, salutava i nuovi arrivati con la scritta alla base della statua: «Datemi i vostri stanchi, i vostri poveri, le vostre masse infreddolite desiderose di respirare liberi, i rifiuti miserabili delle vostre coste affollate. Mandatemi loro, i senza-tetto, gli scossi dalle tempeste e io solleverò la mia fiaccola accanto alla porta dorata»¹. Non tutti, ma molti hanno trovato nel Nuovo Mondo il futuro migliore che sognavano.

¹ Traduzione a cura dell'Autore

Milano e Torino non hanno statue o monumenti che le rappresentino agli occhi degli immigrati meridionali, ma sono ugualmente guardate e vissute come città ideali dove realizzare i propri sogni. Oggi, dal Mezzogiorno vanno via soprattutto i giovani che, terminati gli studi, preferiscono cercare fortuna altrove, in Italia e all'estero. Un mondo migliore non è più il sogno utopico degli studenti del Sessantotto, ma oggi è quello personale di migliaia di ragazzi. È l'utopia della giovane generazione.

Ma una città attrattiva non vive soltanto di futuro: deve anche saper dare forma al proprio passato, trasformandolo in un patrimonio riconoscibile e condiviso. Nel palinsesto di Freud (1930), tutte le Roma della storia – da quella classica alla barocca, dalla rinascimentale alla settecentesca, fino alla città post-unitaria – sono oggetto di esperienze preziose per il visitatore. La città può anche reinventare strumentalmente la memoria assecondando i periodi e le necessità. Il marketing e le politiche turistiche fondate sugli eventi tendono a valorizzare il periodo storico della città ritenuto più attrattivo.

Soprattutto per le città più moderne il recupero del passato, anche recente, è diventato indispensabile. Persino il recentissimo passato può diventare attrattivo, purché sia opportunamente tematizzato.

23.4 La città inclusiva

Nelle riflessioni contemporanee sulla città ideale, l'inclusione rappresenta una condizione essenziale per immaginare forme urbane capaci di accogliere la pluralità dei loro abitanti. Non riguarda soltanto la convivenza tra gruppi sociali diversi, ma la possibilità concreta per tutti di accedere agli spazi, ai servizi e alle opportunità della vita quotidiana. Come osserva Susan Fainstein (2010), una città può dirsi 'giusta' quando riduce le disuguaglianze nell'uso dello spazio e consente a ciascuno di partecipare alla vita collettiva. In questa direzione si colloca anche il tema della *spatial justice*, che sottolinea come la distribuzione delle risorse e degli spazi urbani sia un elemento decisivo per valutare il grado di inclusione di una città (Soja, 2010).

L'accessibilità assume un ruolo centrale: progettare ambienti urbani, trasporti e servizi utilizzabili da persone con abilità, età e condizioni differenti significa costruire una città più equa e più vivibile. Le ricerche di Rob Imrie (2012) e di Jan Gehl (2010) mostrano come la qualità dell'esperienza urbana dipenda anche dalla capacità degli spazi di accogliere corpi diversi, movimenti diversi, tempi diversi.

L'inclusione implica inoltre la rimozione di barriere fisiche, economiche o culturali che possono separare persone disabili e non disabili, residenti e immigrati, gruppi che praticano religioni differenti. È una dimensione che attraversa l'intera idea di città ideale, perché coinvolge la forma degli spazi, l'organizzazione dei servizi e le modalità con cui la città accoglie i suoi abitanti. Una città inclusiva è una città che consente a ciascuno di partecipare alla vita collettiva e di riconoscersi negli spazi che abita.

23.5 La città sicura

L'"Allegoria del Buon Governo" di Lorenzetti, già richiamata nel capitolo 4, mostra una città prospera e pacificata, protetta dall'angelo dal significativo nome di *Securitas* che invita i cittadini a muoversi senza timore. L'assenza di paura è considerata da sempre il requisito della città felice e prospera, di una città, in cui valga la pena vivere o – per usare una espressione di Walter Benjamin – «dove sia bello indugiare».

Tra le qualità che rendono una città vivibile e attrattiva, la sicurezza occupa oggi un posto centrale. Non si tratta soltanto dei reati effettivamente commessi, ma del modo in cui gli abitanti percepiscono gli spazi che attraversano. In molte metropoli esistono

zone o orari che vengono evitati non tanto per un reale pericolo, quanto per i segnali di degrado – vandalismi, abbandono, graffiti ostili – che generano inquietudine.

Il senso di insicurezza nasce infatti da una componente soggettiva – la paura – che può essere indipendente dai dati oggettivi sul rischio. A differenza del pericolo, misurabile statisticamente, la paura è un sentimento che si insinua nella vita quotidiana e può produrre malessere, diffidenza, talvolta angoscia. È la paura di essere aggrediti, ma anche quella – sempre più diffusa – di non ricevere aiuto in caso di bisogno, complice la scarsità delle forze dell'ordine o la percezione di una città indifferente.

Per questo, analizzare la sicurezza urbana significa partire non solo dai fenomeni criminali, ma soprattutto dal sentimento di insicurezza che li circonda. È questo sentimento, più che i dati, a generare domanda di protezione e a modellare il modo in cui gli abitanti vivono gli spazi. Come osserva Phil Hubbard (2017), «la paura satura gli spazi sociali della vita quotidiana».

Una città ideale, dunque, non è soltanto quella che riduce il pericolo, ma quella che dissipa la paura, restituendo ai cittadini la possibilità di muoversi, sostare e vivere senza timore.

23.5 La città sostenibile

Benché recente nella sua formulazione attuale, il discorso sulla sostenibilità si è imposto rapidamente, facendo della città uno dei suoi principali campi di applicazione. Non è un caso che Papa Francesco, nella lettera enciclica *Laudato si'* (2015), richiami l'immagine biblica del «giardino del mondo» da coltivare e custodire: un invito a considerare la città come un ambiente fragile, da proteggere e rigenerare.

Oggi la città viene infatti ripensata come ecosistema, un equilibrio complesso da ricostruire anche grazie alle nuove tecnologie, da cui l'idea di *smart eco city*. Un esempio emblematico di questa visione è Arcosanti, il villaggio sperimentale progettato da Paolo Soleri nel 1970 in Arizona, dove architettura e ambiente sono concepiti come un unico organismo.

La crisi climatica rende questa prospettiva ancora più urgente: ondate di calore, scarsità d'acqua, eventi estremi e inquinamento incidono ormai sulla vita quotidiana, modificano abitudini consolidate e, nei casi più gravi, mettono in discussione la stessa sopravvivenza di alcune città. Secondo il Gruppo intergovernativo sul cambiamento climatico (IPCC, 2022), oltre il 70% delle città mondiali è già esposto a rischi climatici significativi, un dato che conferma la centralità della questione urbana nella transizione ecologica.

La protezione dell'ambiente urbano passa attraverso politiche che riguardano il controllo delle emissioni, la riduzione dei consumi energetici, la qualità dell'acqua e dell'aria, la gestione dei rifiuti, la pulizia e la lotta all'inquinamento acustico. L'obiettivo è avvicinarsi al cosiddetto 'impatto zero', riducendo al minimo gli effetti delle attività umane sull'ambiente. Centrale è anche il controllo dell'uso del suolo, spesso compromesso da interventi di rigenerazione urbana che, in nome della riqualificazione estetica, alterano profondamente gli equilibri sociali e ambientali. Come sottolinea Jane Jacobs (1961), la qualità urbana non può essere separata dalla vitalità sociale dei quartieri, un principio oggi ripreso da molte politiche di sostenibilità.

Una città sostenibile è tale solo se coinvolge i suoi abitanti: la partecipazione dei cittadini diventa parte integrante delle politiche urbane, perché la sostenibilità non è un risultato tecnico, ma un processo collettivo. La città ideale è, prima di tutto, una città che dura, che non consuma il proprio futuro. La sostenibilità, come ricorda l'UN-

Habitat (2020), è un equilibrio dinamico tra ambiente, economia e inclusione sociale, non un semplice insieme di norme tecniche.

In questa prospettiva si inserisce l'idea della *Garden City* di Ebenezer Howard (1898 [2015]), ispirata anche dal pensiero di John Ruskin e William Morris. Nel suo *Tomorrow: A Peaceful Path to Social Reform*, Howard immaginava una città capace di unire i vantaggi della vita urbana con quelli della campagna, eliminandone gli aspetti negativi. Era una risposta utopica al sovraffollamento e all'inquinamento dell'Inghilterra industriale, e rappresentava una possibile città ideale in un'epoca segnata dalla crescita incontrollata e dal degrado ambientale. Molti studiosi considerano oggi la *Garden City* un precursore delle politiche contemporanee di *urban greening* e di città a basse emissioni.

Ma nessuna città ideale, per quanto ben progettata, può esistere senza l'immaginario che la sostiene. Dopo aver esplorato le sue forme contemporanee, è necessario comprendere come la città viva nella mente, nei desideri e nelle narrazioni di chi la abita.