



**Produzione e consumo della memoria.
Città, immagine, turismo**
per il ciclo “Città della Memoria”

ABSTRACT

di Giandomenico Amendola

Identità e memoria sono due parole chiave sia nelle politiche urbanistiche e nelle azioni di ridisegno della città contemporanea che nel lessico quotidiano della gente che le città le abita e le vive. E' diffusa la convinzione che senza una presenza parlante della propria memoria la città non possa vivere e mantenere un'identità. Per quanto ripetutamente praticati, i tentativi orwelliani di resezione mnemonica operati sul tessuto urbano ed architettonico non hanno mai avuto successo proprio per l'insopprimibile qualità della città di essere insostituibile come campo e serbatoio della memoria. Anche perché è solo grazie alla sua memoria che la città riesce a rappresentare il futuro ed i progetti che pretendono di anticiparlo.

Nello stesso tempo, il rapporto della città con la memoria non sembra semplice né scontato. La memoria, infatti, può diventare da risorsa una condanna, rivelarsi una posta in gioco tra attori in conflitto, essere considerata principalmente come una merce allocabile sul mercato ed offerta alla bulimia del turismo di massa.

Il “libro di pietra” della città, per usare l'arcinota definizione di Hugo, è diventato il “livre de chevet” di urbanisti, politici, amministratori, operatori immobiliari, filologi, scrittori ed agenzie di viaggio. Il monumento o il pezzo di città può essere insieme memoria del passato e segno di un progetto per il futuro. In quanto tale esso diventa prezioso per chi governa e per chi bada ai conti della città, è patrimonio della memoria collettiva e risorsa per il commercio locale, capitolo del libro di pietra e cartolina illustrata.

In un supplemento del maggio scorso l'*Economist* notava, proprio per indicare il ruolo sempre maggiore della memoria nell'esperienza urbana, come il museo abbia assunto nella città contemporanea la stessa rilevanza simbolica che aveva la cattedrale nel medioevo. La città, anzi, tende a porsi tutta e in quanto tale come museo ed a fare storia anche del presente. Tutto può diventare storia ed essere assunto come memoria. Memoria storica e semanticità della città sono uscite dai recinti della letteratura per diventare punti di riferimento di politiche urbane ispirate o da ragioni politiche o da quelle, alla distanza più potenti, del mercato.

Il tema è centrale in una città come Firenze per la quale la memoria delle pietre è elemento portante nell'identità collettiva della sua gente ed è, nello stesso tempo, la base della più importante attività

economica della città. La memoria è anche merce. E come tale può essere confezionata, standardizzata e banalizzata ed offerta al consumo di milioni di turisti affamati di memorie urbane pronte da consumare e facili da trasportare. La memoria può persino diventare la gabbia d'acciaio in cui una città imprigiona se stessa, come scrisse Simmel un secolo fa a proposito di Firenze o Mary McCarthy con riferimento a Venezia, che si sforza da circa un secolo e mezzo di somigliare all'immagine che di lei ha costruito Ruskin.