

La Città metropolitana è il tema del «Rapporto 2015» dell'Ambrosianeum

Riportare la «grande» Milano al centro del dibattito politico



Sopra, la copertina del «Rapporto sulla Città - Milano, 2015» realizzato dall'Ambrosianeum con il contributo di Fondazione Cariplo ed edito da Franco Angeli (240 pagine, 26 euro). Sotto, la curatrice Rosangela Lodigiani

DI PINO NARDI

Milano torni ad essere la città madre e non una Babele. È questo il senso che emerge dal **Rapporto sulla città 2015**, promosso dalla **Fondazione Ambrosianeum**. Un'indagine che da oltre 20 anni coglie i cambiamenti, anche quelli meno evidenti, e propone strade da percorrere in una città che sta cercando di ritrovarsi. Nell'anno che vede Milano protagonista mondiale con l'Expo, Ambrosianeum ha voluto focalizzare la propria attenzione su una questione poco nota ai lettori, ma che davvero potrà essere la via per affrontare una realtà sempre più complessa. La Città metropolitana è nata in sordina a gennaio di quest'anno, dopo decenni di dibattiti. Eppure è una notizia sfuggita ai più, anche perché trattata solo da un punto di vista dell'ingegneria istituzionale, senza cogliere i grandi risvolti culturali e sociali. Invece è l'occasione per affrontare i tanti problemi quotidiani dei cittadini di Milano e provincia.

«È proprio la partenza in sordina l'elemento che emerge con maggiore rilevanza - sottolinea la so-



ciologa Rosangela Lodigiani, curatrice del Rapporto - . Ciò che impedisce al tema della Città metropolitana di infiammare menti e cuori è il fatto che si è parlato soprattutto di assetti istituzionali, di risorse e di ruoli, poco del senso della nuova istituzione, di come questo nuovo ente potrà incidere positivamente sulla vita delle persone». Inoltre, «le scelte istituzionali che hanno fatto della Città metropolitana un ente di secondo livello», attribuiscono a entrambi i fattori la responsabilità di «aver frenato il formarsi di una coscienza metropolitana».

«Il rischio, come dice Franco Loi nell'intervista contenuta nel Rapporto, è quello che la Città metropolitana diventi una Babele all'inseguimento di miti sbagliati - sottolinea la sociologa -. Perché questo non accada, al centro della riflessione vanno poste la cura delle relazioni e le implicazioni sociali e culturali, e non solo le dimensioni istituzionali o delle risorse. Soltanto così potremo colmare il vuoto d'interesse e dare un senso alla Città metropolitana, facendone una città madre positiva, generatrice ed eccedente, ovvero capace di rispon-

dere ai bisogni della gente, e non un guscio vuoto di cui non sapremmo cosa fare».

Il nuovo ente rappresenta davvero un'occasione? La risposta è affermativa, in quanto la Città metropolitana, secondo Lodigiani, obbliga a riflettere su cinque temi di fondo: territorio, *governance*, sistema decisionale, forme di partecipazione e realtà metropolitana. Innanzitutto «costringe a riflettere sui fattori che definiscono un territorio, riconoscendolo come bene comune».

In secondo luogo «porta a ripensare la questione della *governance* dell'area metropolitana, declinando il principio di sussidiarietà lungo l'as-



se verticale (integrazione multilivello che parte dai Comuni e arriva alla Ue) e lungo l'asse orizzontale (cooperazione con attori non istituzionali, ma portatori di interessi)».

Certo si pone la questione di chi decide: «Infatti - continua Lodigiani - implica un ripensamento sul sistema decisionale (che dev'essere



policentrico, articolato e partecipativo) e sul metodo più consono alla *governance* della Città metropolitana, che necessita di pratiche di "negoziante deliberativa" accanto a una logica basata su "progetti bandiera" sperimentali».

L'occasione da non perdere con la Città metropolitana è allargare la partecipazione popolare: «Questa novità obbliga a riflettere sulle forme di partecipazione degli attori in campo, visto che la strada da seguire è quella di uno "sperimentalismo democratico" che porta a vedere la Città metropolitana come Civitas i cui protagonisti sono i cittadini, anche se il vero nodo resta quello di "includere e dare voce" agli attori in campo, specie i più deboli».

Una realtà che esprime un cambiamento in tutto il mondo ed «evidenza come la vita urbana, che interessa più del 50% della popolazione mondiale, sia ormai arche-

tipo della vita contemporanea, influenzando legami e identità collettive. In sostanza, come sottolineano a una voce gli autori, il compito primario della Città metropolitana sta nel recuperare il senso e l'etimologia del termine *metropolis* "città madre", in modo che questo senso risulti

chiaro, e attraente, in primo luogo per i suoi cittadini».

È ottimista sul futuro della Città metropolitana? «Come sociologa - conclude Lodigiani - dovrei essere realista, guardare i processi e cercare di proporre soluzioni che consentano di avere uno sguardo ottimista e far sì che questa sfida venga vinta. Ci sono contraddizioni sul piano istituzionale, ma anche sociale, perché la Città metropoli-

tana va a coprire un territorio denso di problematiche e di disuguaglianze. L'ottimismo può emergere laddove si capisce che il nuovo ente di governo avrà a cuore il contrasto di queste disuguaglianze».

Non solo Expo, le innovazioni partono da qui

Milano è una città mediale, «molto vicina - scrive Aldo Grasso nel Rapporto nel suo saggio "La Città che comunica: Milano metropolitana" - al mezzo televisivo così come agli altri strumenti di comunicazione di massa». Un città, quindi, percorsa da flussi medialti molteplici e da flussi di contenuti che si incrociano con altri flussi: di veicoli, di persone, di informazioni. Milano ha i suoi simboli, onnipresenti sui media: innanzitutto la Madonnina, ma anche la Scala, le Colonne di San Lorenzo, anche se «è molto probabile - nota Grasso - che con l'Expo le immagini più ricorrenti della città diventino altre». In più Milano è tutt'uno con la storia della televisione: non solo perché qui, negli studi dell'Eiar (Ente, Italiano Audizioni Radiofoniche) di corso Italia 23, nel 1929 ebbe luogo la preistoria di questo mezzo. Ma anche perché 10 anni più tardi da Milano andò in onda il primo programma televisivo sperimentale. Nel 1952, anno canonico della sperimentazione tv, a Milano vennero creati i primi telegiornali, le prime trasmissioni sportive, le prime dirette dalla Fiera. E il 3 gennaio 1954, in contemporanea da Milano e Roma, ha ufficialmente inizio il servizio televisivo italiano, con la diretta delle cerimonie di inaugurazione dagli studi di Milano e dai trasmettitori di Torino e Roma. Di lì in poi ogni sperimentazione televisiva passa per Milano: un caso per tutti TeleMilano (1978), antenata di Canale 5, che le succederà nel 1980. Quanto alla rappresentazione della città sui media, ecco la città giovane, trendy, legata alla moda, al design, alle tecnologie. E «Milano diventa un'immagine, un simbolo visto e immaginato da milioni di persone».