

40x per Venezia

Venezia, 23 febbraio 2009

Cosa andiamo a fare a Shanghai?

Con preghiera di diffusione

Venezia va a Shanghai. L'expo mondiale che si terrà a Shanghai nell'ormai prossimo 2010 si svolge sotto il tema "better city, better life" (una città migliore, una vita migliore) tagliato su misura per una città che, come Venezia, vuole essere riferimento di un'area vasta con iniziative epocali in terraferma unite ad una promozione attenta alle potenzialità della città d'acqua.

E cosa sta accadendo invece?

Accade che il "nuovo" padiglione per l'Expo con il quale Venezia vuole presentarsi al mondo sia un collage dei più triti luoghi comuni, gondole a mezz'aria, facciate di palazzo in cartapesta che conducono ad un simil-palazzo ducale sospeso su palafitte, sfilate di bricole bianche e rosse, piscine di acqua "praticabile" completate da acqua "vera".

Un'orgia di citazioni a cui manca solo la neve per essere una di quelle sfere in vetro che da bimbi ci si divertiva a scuotere.

Dei progetti per una "better city" dei programmi per una "better life" nulla, dei progetti per il recupero ambientale di Porto Marghera, della residenza, del sistema delle relazioni e collegamenti regionali del MOSE (si del MOSE) e del nuovo Waterfront resta nulla. Di Venice connected? Nulla.

Le prospettive e le promesse del territorio saranno (forse) illustrate da quei monitor e led che a profusione hanno sostituito le idee.

Non è poca cosa. Quello che Venezia presenterà a Shanghai sarà -per milioni di persone- la prima immagine che si avrà di questa città, la "prima volta" di Venezia in oriente dopo il viaggio di Marco Polo. Il primo segnale internazionale di come questa città vorrebbe segnare il nuovo millennio

E invece Venezia, sembra qui più un casinò di Macao piuttosto che di Las Vegas e la grande scritta "VENEZIA" sembra solo aiutare a non sbagliare sala da gioco.

Spiace che questo panorama sconsolante venga ulteriormente rincarato dalla nota dell'assessora Laura Fincato nella quale si giustificano gli esiti di questa operazione invocando un lungo elenco di atti e di sviluppi formali che, invece di chiarire, aprono nuovi interrogativi in salsa anglosassone. Dal *fund raising* che copre il *business plan* del *case exhibition proposal*, alle spese, coperte solo in parte dal comitato organizzatore, sino a progetti alternativi che nessuno ha mai visto per giungere infine ad un probabile, netto conflitto di interessi sull'affidamento dei lavori.

Tuttavia, pur basilare, in questo momento non è la procedura ad essere rilevante. Sono rilevanti, questo sì, gli esiti sconcertanti di questa vicenda, risultato di un vuoto politico e di idee che compromette oltre all'immagine di Venezia quella dell'intero Veneto al punto di far pensare che si tratti di una raffinata operazione di de-marketing per allontanare i turisti più sensibili.

Prima che sia tardi, prima dell'ennesima offesa a questa città, vogliamo che si ripensi profondamente all'intera operazione cancellando il progetto e la Commissione che ha appro-

vato un simile parto. Vogliamo che si proceda a un concorso pubblico, trasparente che, partendo da indicazioni strategiche chiare, non dia questa immagine di Venezia da cui non emerge l'energia vitale, ma un modello stereotipato. Non l'Italia e la sua cultura innovatrice ma spaghetti e mandolini.

Se l'immagine che i nostri amministratori pensano di dover dare di Venezia si riduce ad una sorta di cartolina tridimensionale, vuol dire che siamo arrivati in fondo e che è giunto il momento di dire basta. Anche a loro.

La città che guarda avanti, oggi vuole altro.

L'Associazione 40xVenezia