

Viverevenezia3 IN THE LABYRINTH

Alle arti grafiche, al design industriale e alle comunicazioni visive si chiede non solo se 'sono belle' (se ci piacciono) ma anche se 'funzionano' per lo scopo prefisso: con questo spirito scrivo alcune note sulla Mostra *Viverevenezia3* in The Labyrinth, inaugurata il 2 settembre scorso al Fortuny.

Il mio punto di vista è strettamente legato all'utente turistico delle città antica e ordinerò la riflessione in modo schematico, per elementi chiave.

INSIEME DELLE PROPOSTE

Credo che le proposte vadano considerate nel loro insieme, come esito finale di un esercizio accademico rivolto concretamente ad un aspetto della vita urbana. E' questo insieme ad avere un alto valore, in sé, come think tank qualitativamente garantita (da IUAV e dai professionisti coinvolti) a disposizione della città, intesa come insieme degli amministratori, progettisti, operatori, promotori e quanti altri possono tradurre in realtà i progetti. Non importa se qualcuno preferisce i ninzioletti alle bricole di terra, il legacy cut al minotype semibold, il rosso al giallo: è rilevante che queste diverse opzioni, siano disponibili per la decisione, nella gamma proposta da specialisti del settore. Questo insieme, prodotto di una Università cittadina, di una neonata specializzazione (non è mai troppo tardi) ha valore come esperimento didattico, come metodo di lavoro, come rapporto creativo tra formazione e amministrazione in una città che si dice luogo d'eccellenza della ricerca, innovazione, cultura. Ed è solo l'insieme di più stili, di più menti, di più metodi che ci offre una ridondanza di spunti e di risposte che vanno dal rigore al gioco, dal retorico all'ipertecnico, dallo sguardo autoctono a quello estraneo, dal rassicurante dejà vu all'esageratamente estroso.

Infine è l'insieme del territorio di esercizio ad avere un significato esemplare: è la città nel suo insieme (almeno quella storica) a dover essere 'facilmente letta' dal visitatore, non singoli itinerari, non percorsi mirati, non emergenze monumentali. La differenza è che i criteri e i segni proposti raggiungono solo insieme l'effetto di 'ordine semplificatore', comunicano con un solo linguaggio una unità alla quale l'utente si abitua, prende confidenza. Non è solo uno strumento appropriato di comunicazione ma comunica *accoglienza*, uno strumento di politica ospitale che, spesso, Venezia trascura.

ORIENTAMENTO/SEGNALETICA

Nella mostra ma soprattutto nel catalogo ci si riferisce all'orientamento piuttosto che alla segnaletica in senso stretto: non è solo una pignoleria semantica. Tutti i gruppi infatti concordano su interventi morbidi di orientamento (un *reseau mou* come dicono i francesi parlando di turismo) vuoi per la delicatezza dei luoghi, vuoi per evitare la

ridondanza di segni, vuoi per lasciar libero il fruitore di *perdersi*. Una Università che si occupa di segni urbani avrebbe potuto farsi prendere la mano dall'eccesso di segnaletica: ben venga davvero che studenti e docenti, esperti e famosi, non abusino dei propri attrezzi di bottega, propongano e se possibile impongano questi assunti preliminari. Siamo testimoni, in questi ultimi anni, di overdose segnaletiche, spesso cofinanziate dall'Europa, le quali propongono parossisticamente destinazioni e siti destinati (per reazione) a deludere le attese turistiche.

Il rumore di fondo dell'informazione contemporanea non può che trovare sapienti vie di contenimento, anche e soprattutto nei luoghi del turismo. Le proposte si sviluppano fedeli a questo apparente paradosso: comunicare togliendo messaggi, orientare senza guidare. Essere utili senza pretendere di essere utilizzati.

Parlare di orientamento ci dice che vogliamo essere di aiuto, se e quando aiuto servisse. Mentre vogliamo discretamente tacere e non guidare quando il cittadino, l'utente abituale o esperto, il turista senza fretta e senza meta, vuole l'opposto della indicazione, vuole andare per i fatti suoi o addirittura *perdersi*.

Sono perso, è fantastico recita uno dei progetti, suffragando tale luogo comune sulla fruizione pedonale della città antica, addirittura con una indagine: pensavamo che il COSES avesse già chiesto tutto al turista e siamo piacevolmente stupiti! L'antropologia del *turismo* ci spiega che lo zigzag è l'andamento ideale di questo moderno viaggiatore, in quanto scopritore che vuole sì riconoscere (questa è *davvero* la Basilica dei Frari), ma anche fuggire, spaesarsi, desituarsi, sognare. *Non la seguo, dunque, la segnaletica: fatemi illudere di essermi perso, ma*. Ma fornitemi un sistema di orientamento tale per cui, quando ho finito il mio tempo (devo correre in stazione, mi scade il parcheggio, ho appuntamento in hotel, voglio vedere il Ducale, bramo un vaporetto...), il mio ritrovarmi sia facile, come ogni cosa deve essere in vacanza.

Voi siete qui, primo desiderio generico a cui rispondono 'vere da pozzo', mappe orizzontali, teloni.

Le principali porte della città si raggiungono da quella parte, in tot minuti: indicazioni, frecce, piastrelle, mattoni, bricole, cartellini nei vasi da fiori o alle vetrine.

Principali monumenti e servizi vi stanno vicino, lontano, ne trovate più avanti, più indietro, non qui ma di là. *Quella che vedete è la casa di Goldoni*.

Andate dove volete, ma se vi sentite smarriti ecco come orientarvi.

UTENTI/OSPITI

Tutti i progetti riferiscono, nel catalogo, una analisi preliminare ineccepibile, ma uno in particolare ha scelto una cifra di indagine originale, ipercomunicativa. Lo annoto perché al centro di questa proposta è stato posto l'utente del sistema di orientamento, segnatamente il turista. Capire il cliente (uno strumento tipico del marketing) si conferma molto importante e non meno divertente: una sottolineatura della celebre domanda retorica 'comunicare a chi?', dalla quale discende logicamente comunicare come. Le risposte si distinguono proprio per alcune idee giocose (meno presenti negli altri gruppi) che seiamente considerano il rapporto con gli ospitanti, chi potrebbe fornire informazioni, anche immediatamente, attraverso l'uso di una segnaletica

diffusa e popolare. Da tempo si discute, nel turismo, del rapporto tra ospiti e ospitanti, di questo lato cruciale della sostenibilità turistica che è un buon dialogo tra chi vive la città ogni giorno e chi la consuma in fretta. Le stigmatizzazioni delle truppe turistiche da parte dell'opinione pubblica veneziana sono note e non sarà una migliore segnaletica e un più ordinato muoversi delle truppe a chiudere il quaderno delle doglianze retoriche. Tuttavia, lo dicevo in apertura, l'accoglienza del turista è anche una 'attitudine mentale' che può essere costruita per piccoli pezzi e che, con i tempi fisiologici degli adattamenti antropici, potrebbe tradursi in una qualità urbana migliore per tutti.

Non ci aspettiamo veneziani felici di mettere nei vasi di fiori cartelli segnaletici o anziane che ricamano a tombolo frecce direzionali, ma forse qualche commerciante (che poi, in fondo in fondo vive di turismo) potrebbe accettare i cartelli a ventosa offerti dal Comune o qualche artista di strada pagare l'occupazione di suolo pubblico esponendo nel proprio spazio un *ninziolo* usa e getta.

Un consiglio potrebbe essere quello di coinvolgere, nei dovuti modi, i cittadini nella valutazione dei progetti: far 'votare' i caratteri grafici, i supporti, i colori (se i parigini possono votare i quattro progetti per le Halles i veneziani possono ben votare la segnaletica).

ORIENTAMENTO IN CAMPO

Comune a tutti i progetti è l'individuazione del campo come elemento ordinatore del luogo e quindi motore dell'orientamento: per usare una locuzione di Dorigo (riferita alle ville) il campo è un *elemento segnico* del territorio urbano. Ai campi, poi, si aggiungono le porte acqua/terra o d'acqua e i monumenti, ma la logica non cambia. Il campo, ci confermano i progettisti, vale anche in quanto medium tra la confidenza dei residenti in città antica e gli ospiti: accomuna il linguaggio quotidiano autoctono alla strana babele linguistica dei foresti (diciamo che è anche un *souvenir de Venise*?).

Il campo è connesso e usato come emergenza informativa, come luogo di sosta e di 'rassicurazione': qui mi trovo e mi ri-trovo. Le connessioni, tuttavia sono più labili (non tracciate, solo indicate), o meno labili (selezionate come percorsi ottimi tra i possibili) o addirittura guidate (non dico imposte ma di fatto fortemente selezionate e tracciate con inequivoci segni). Una sola proposta riprende l'attuale logica dei percorsi turistici, facendo forse un passo indietro rispetto a vent'anni di cosiddetti itinerari alternativi, distribuzione dei flussi e altri obiettivi che, per altro, non sembrano essere stati seriamente perseguiti o coronati da successi. Forse questa proposta rischia di generare resistenze (anche se solo di facciata e di principio) da parte di coloro che si sentiranno 'fuori percorso' (come se un orientamento suggerito fosse una rotaia di metro o una fermata di battello). Mi ripeto: l'orientamento dolce, chiaro, disponibile, efficace ma opzionale resta più in sintonia con lo *zigzagare* del visitatore, garantendo pronto soccorso alla bisogna senza escludere e senza togliere magia ad un (magari fittizio) perdersi per poi ritrovarsi.

DALLE IDEE ALLE AZIONI

Durante l'inaugurazione della mostra al Fortuny Peres, forse per non illudere nessuno, ci ha detto che almeno 3 anni potrebbero trascorrere da una buona idea ad una messa in opera del progetto. Folin ha precisato che si tratta di progetti comunque da definire esecutivamente in base a precise richieste e scelte dell'eventuale committente. C'è tempo dunque per prendere il meglio da ciascun esercizio, mettere in pratica le suggestioni che questo o quello hanno maggiormente sviluppato nel workshop, decidere se abbiamo i soldi per realizzare un'area campione (secondo me un errore), oppure un sistema di base magari ridotto (solo le piastrelle, solo le bricole, solo le frecce murali) ma per l'intera città antica. E Mestre?

Altri però sono responsabili per questo futuro: a chi ci ha orientati fin qui, complimenti per il metodo, le idee, il lavoro, la qualità. E per i tempi brevissimi in cui tutto questo si è realizzato (workshop, progetti, catalogo, mostra). Un segno, quest'ultimo, molto forte per Venezia.

ISABELLA SCARAMUZZI, COSES 8 SETTEMBRE 2004