

CULTURA & SOCIETÀ

Venezia in un'immagine



"Pop Corn Venice" Copyright 2019 Michele Alassio
Sotto, "Blackpirates Group" © Michele Alassio e Joanna Jez

Nel Luna park delle gioie effimere la città è soltanto uno sfondo

Avvolta nella nebbia del turismo divorante, dei residenti messi all'angolo, della qualità scaduta

Alberto Vitucci

Luna Park Venezia. L'immagine-simbolo di febbraio della Venezia di Michele Alassio è questo chiosco con le serrande chiuse, fotografato all'alba di un mattino nebbioso. Biglietteria del Luna park in Riva Sette Martiri, rivendita di pop-corn e zucchero filato. L'insegna con una gondola nera stilizzata – senza ferri di poppa e di prua – e la scritta in giallo su sfondo verde: "Pop corn". La tenda a strisce bianche e rosse, la città deserta. Sullo sfondo, le silhouette indefinite del campanile di San Giorgio, a sinistra, e della cupola della Salute.

MATRIOSKAINFETTA

«Quel che si intuisce per via della nebbia sullo sfondo è ormai, appunto, solo uno sfondo», spiega Alassio, «In primo piano ci vanno i pop-corn, la biglietteria, lo zucchero filato, i pagliacci, le frittelle con l'olio esausto. Ovvero, tutto quel che fa di un Luna park un Luna park. In secondo piano tutto quello che non interessa



più a nessuno. In un certo senso c'è una città dentro una città, una matrioska infetta. Come certi alieni che nei film ti entrano dalle orecchie, eppoi ti divorano dall'interno. Finché non crolli come un sacco vuoto».

Il Luna park di Castello è temporaneo. Sogni di bambini che ritornano. Odori di frittelle e del Carnevale che finisce, autoscontri, palline nel vasetto e pesci rossi. Giochi elettronici e tunnel della paura, trenino per i più piccoli, pugno di gomma per vedere chi è il più forte. C'è un che di felliniano in questo spazio rima-

sto più o meno lo stesso negli ultimi decenni.

LA STORIA SI RIPETE

Ma l'immagine, intensa, rimanda al grande "Luna park Venezia". Non solo spazio per i bambini, ma paccottiglia diffusa ovunque in quella che alcuni urbanisti hanno definito una "non città". Il Carnevale accentua lo stridore: tra le pietre antiche, gli abitanti, e le maschere improbabili che vivono Venezia come uno sfondo, un palcoscenico.

La città che cambia, ogni giorno di più. Nell'ultima settimana in area Strada Nuo-

va-San Bartolomeo tre nuove attività di food, dove erano banche, botteghe artigiane, negozi di vicinato.

Una storia che si ripete. L'Unesco ha chiesto a Venezia, quattro anni fa, di invertire la tendenza. Di fare un passo indietro sui temi che la stanno minacciando. Il turismo prima di tutto. Si prova a mettere un freno all'invasione. Il sindaco ha promesso che nel 2021 scatterà il controllo dei flussi. Intanto c'è la tassa di sbarco. Tre euro per ogni visitatore che "sbarca" in città e non pernotta. Chi arriva con il treno, con le barche dal litorale, con le auto in piazzale Roma, con gli autobus. Sei euro diventeranno, nel 2020, 8 e anche dieci a persona nei periodi di massimo flusso turistico. Un inizio. Difficile. Perché tante sono le richieste di esenzione («Tutti i veneti», ha chiesto e ottenuto il presidente Zaija). Difficili i controlli.

E poi, cosa resterà dopo l'esazione del ticket? Non una città che inverte la rotta. Senza norme dedicate e poteri speciali continuerà la valanga che porta a trasformare la cit-

IL PROGETTO

Una fotografia ferma il volto del cambiamento

Zoom Venezia. Una lente di ingrandimento sopra una città stravolta. Un luogo sotto gli occhi del mondo che sta vivendo un cambiamento profondo, epocale. Un fotografo di fama internazionale, Michele Alassio, e un giornalista provano a raccontarla per immagini e con le parole. I temi più importanti, il cambiamento che sfugge se visto ogni giorno da vicino. Ma deve far riflettere se si allarga lo zoom e si toglie la lente dal particolare. Per cercare i giusti correttivi a una città assediata. Oggi la nona uscita di questo racconto per immagini, dedicata alla trasformazione impressa alla città dallo sfruttamento delle sue bellezze: Venezia come un luna park. Il progetto completo è anche su www.venicesautopsy.it.

tà d'acqua in un grande Luna park. Aperto tutto l'anno e in vendita al migliore offerente. Non solo durante le feste di Natale e a Carnevale. Perché mai un proprietario di casa – non solo le multinazionali, anche i veneziani – dovrebbe affittare a residenti o a studenti quando può guadagnare il quadruplo affittando ai turisti? Perché mai il padrone di un piccolo negozio sulla strada di massimo passaggio dovrebbe sacrificarsi e aprire una latteria o una bottega artigiana quando si guadagna molto di più con un bar, un fast-food, un take away? Per aprire un bar non occorre nemmeno la licenza. Autocertificazione e si parte.

SPECULAZIONE

Si è lasciato fare al mercato. E il mercato a Venezia non è concorrenza leale, ma spesso speculazione. I turisti arrivano, sono merce sicura. La qualità dei prodotti venduti – e spesso anche dei cibi – è l'ultimo dei problemi. Tornano comunque. O ne arrivano di nuovi. La qualità spesso è un optional.

«Ci sono le risorse per ripartire», spiegano intellettuali e comitati. Ma prima occorre applicare norme che rendano difficile trasformare una casa abitata in una "locazione turistica". Un negozio in un bar. Una bottega in rivendita di souvenir cinesi a un euro, altrimenti non si vende. Venezia è stufa di piangersi addosso. «Non siamo passatisti. Ma vogliamo restare una città. Non solo pietre o sfondo per le foto».—