



**XV CONVEGNO NAZIONALE INTERDISCIPLINARE
IL WONDERLAND NEL MOSAICO
PAESISTICO-CULTURALE:
IDEA, IMMAGINE ILLUSIONE**

PALMANOVA

16 -17 Settembre 2010

Palazzo Comunale e Teatro "G. Modena"

**Re-inventare una comunità locale.
La *luxury sophistication* di Campione del Garda
e la memoria dimenticata**

prof. arch. Chiara Visentin (con la collaborazione di dott. arch. Simona Bertoletti)

435

*Dipartimento di Ingegneria Civile, dell'Ambiente, del Territorio e Architettura - Università degli Studi
di Parma – viale Usberti 181 A - Parma
chiara.visentin@unipr.it*

Più che un *non-luogo*, volendo usare la fortunata definizione dell'antropologo Marc Augè, Campione del Garda, come del resto altri centri recuperati e reinventati di sana pianta nel nostro contemporaneo, sta diventando un *iper-luogo*, capace di ridefinire, snaturandola, l'identità di un territorio e degli abitanti, dimenticando così completamente le origini topografiche e le occasioni sociali della sua nascita e sviluppo, per trasformare ogni metamorfosi morfologica e tipologica secondo criteri -la propensione al lusso e al consumo- derivanti in effetti ben poco dalle necessità quotidiane di una tradizionale collettività urbana. Forse è azzardato intravedere in tutto questo, certuni nessi, anche solo letterari, con il paradosso catastrofico riportato da José Saramago nel romanzo *La caverna*, dove si raccontava di un centro commerciale contenitore di una città intera, un edificio onnivoro che includeva dalle merci al cimitero. Città artificiale, protetta, condizionata. Una città del desiderio, "città a misura di un uomo" che dimensiona tutto attraverso i consumi, la socialità artefatta, il benessere, i prodotti. «Falsa strada, falsa città, veri commerci (...) cosa spinge i nostri contemporanei a lasciarsi sedurre da una pura finzione?» (Augè, 2003).

Ci sono luoghi in cui la geografia ha provocato e provoca tuttora la storia. Nella nostra stretta attualità continuiamo a scoprire consumi e comportamenti che contrariamente possono reinventare completamente i luoghi e le geografie. Cancellando, conseguentemente a ciò, la memoria di quello che sono stati o ancor peggio trasfigurando i loro territori in caricature che del passato portano solo alcuni segni, trasformati in esagerazioni *demodé*. Il concetto rogersiano di *spontaneità* nell'uso dei luoghi e degli spazi collettivi dell'architettura urbana viene stravolto in nome di una programmazione calcolata in cui il *senso del tempo* non esiste più. Il tempo storico a Campione si azzerava per essere ricostruito sotto altra forma, magari solo esternamente perfettamente identico all'originale (più che a Campione esempi di tal genere sono a Saint Malo e Carcassone in Francia o a Castelfalfi in Toscana), ottenendo infine un risultato agli antipodi dell'originale. Si crea una funzionalità presente, eliminando il passato. È da ricordare quindi cosa affermava Ernesto Nathan Rogers: «Dobbiamo dare al pubblico il mezzo di esprimere i propri sentimenti o dar sfogo alle sue reazioni spontanee, perché proprio queste espressioni spontanee daranno vitalità alla società moderna. La misura umana deve essere presente e pervadere gli elementi che costituiscono il Cuore. Le forme d'espressione del Cuore devono interpretare le attività umane che vi hanno luogo: cioè, sia la relazione tra individuo e individuo, che la relazione degli individui con la comunità» (Estratto dalle dichiarazioni all'VIII Congresso CIAM, "Il Cuore della Città", Bergamo 1949).

Ormai la cultura dello "shopping mall", dell'outlet *in stile*, dei parchi a tema vestiti di volta in volta con fogge diverse (dall'egiziano al rinascimentale, dal rurale al neogotico) è entrata nel nostro quotidiano, studiata ed analizzata a fondo da sociologi, urbanisti, antropologi. L'illusione

del non-luogo, espressamente inventato tralasciando ciò che è stata la storia (di uomini e di luoghi), la tendenza alla chiusura, la simulazione di un mondo ricreato spesso da interessi prettamente finanziari e molto poco dalle reali necessità di una collettività, hanno modificato gli spazi urbani collettivi, fondamentali sul piano sociale, in parvenze di artefatte necessità (Venturi, Scott Brown, Izenour, 1985; Augè, 1999; Codeluppi, 2000).

Le molteplici Disneyland e Celebration americane ed europee (ed ora anche asiatiche) sono divenute negli anni numerosissime: le correnti stilistiche ed architettoniche che in qualche modo le assolvono (il New Urbanism ad esempio, il movimento *neotraditional planning* sviluppatosi tra gli anni settanta e ottanta del 1900, o il principe Carlo d'Inghilterra) sono diventate lobby decisionali molto potenti, che decretano di frequente lo stile delle riconversioni di centri storici urbani o ancor più le fondazioni di nuove città. Sembra insomma che la falsificazione di una realtà urbana realizzata e funzionante (nello spazio e nel tempo) possa essere "esportata" in luoghi anche non conformi per morfologia, clima, società, stato sociale. È questa una operazione alla quale dobbiamo per forza adeguarci?

Il fascino indiscreto del kitsch che troviamo nei grandi *mall* o outlet diventa una sorta di mitologia del cattivo gusto e del cattivo uso/funzione degli edifici anche in queste operazioni edilizie. Una iper-realtà che riduce i luoghi a oggetti con "simultaneità di tutte le funzioni senza passato e senza avvenire". In realtà è proprio questo ad attirare gli utenti in tali luoghi e che accomuna gli *shopping center* alle falsificate ricostruzioni di luoghi urbani, da Campione del Garda al mitico esempio americano di Celebration: la possibilità di isolarsi dal mondo esterno, di perdersi in un rifugio protetto e sempre perfetto (Ingersoll, 1989).

Tuttavia, se in un centro commerciale (sebbene difficilmente si possa resistere al consumo e all'atto dell'acquisto) oggi come nell'Ottocento, si può essere *flâneur* consapevole per aggirarsi a proprio piacimento partecipando o meno al gioco prestabilito della merce, in una città rifondata *ab hoc* per una determinata funzione turistica/di svago, come Campione, il visitatore comune si sente fuori posto proprio perché non riesce a fare parte della cerchia selettiva dei privilegiati, ultima e la sola utilizzatrice di questi spazi ambiti e particolarmente costosi e totalitari. Nuovi spazi pubblici nei quali esistono solo comunicazioni ininterrotte tra il desiderio di esserci e modalità spesso artefatte e veicolate da un programma statuito. Ambito e non per tutti. Tutto questo fa morire qualsiasi luogo urbano comunitario, per il quale una delle principali caratteristiche è di fatto la flessibilità e disomogeneità degli utenti, la possibilità di riunire persone ed eventi di varia ed articolata natura.

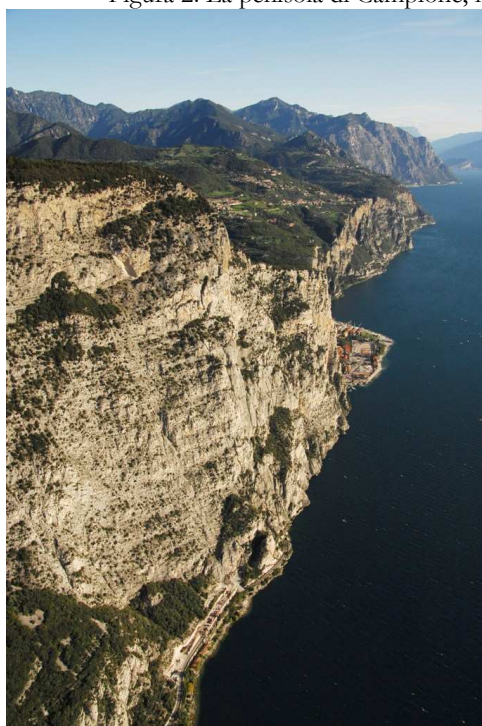
Se la maggior parte delle volte i grandi *outlet* vengono a collocarsi in aree strategiche a basso costo, situate nelle vicinanze di importanti arterie di collegamento facilmente raggiungibili e con ampi parcheggi a disposizione, ecco che il centro abitato di Campione del Garda è in effetti tutt'altro, forte della sua caratterizzazione naturale e del magnifico scenario.

Il caso della cittadina bresciana è oggi paradigmatico. La collocazione geografica e il paesaggio che la circondano sono da sempre in una sorta di condizione di splendido isolamento che non ha paragoni con quella di altri centri del Lago e nemmeno di altri ambiti europei. Luogo remoto, ignorato dalla strada lacustre che fino al 1930 si fermava a Gargnano, lambito dalla Gardesana ma invisibile per le lunghe gallerie che lo sfiorano, è divenuto nel tempo borgo di

pescatori, poi villaggio operaio, fervidamente ancorato alla sua realtà lavorativa, nella tipica consuetudine dei paesotti produttivi realizzati dagli imprenditori italiani per i propri lavoratori; tutto questo dalla fine dell'Ottocento agli anni quaranta del Novecento, seguendo una precisa ideologia, quella del paternalismo di fabbrica. Già a metà del 1600 si era stabilita a Campione la produzione di granaglie e carbone e uno stazio per il commercio del ferro, ad opera della famiglia Archetti, ricchi mercanti che possedevano ampie estensioni del territorio gardesano, e soprattutto Campione, oggetto geografico estremamente facilitato, per la sua posizione, all'evasione del dazio.

Figura 1. Veduta attuale della costa bresciana nell'alto lago e del paese di Campione del Garda.

Figura 2. La penisola di Campione, l'abitato e la sede manifatturiera in una immagine del 1930.



A metà del Settecento Campione offriva ai suoi visitatori sia l'immagine del centro manifatturiero che quella di ritiro signorile, per la presenza della bella dimora sontuosa, sede dei marchesi Archetti. Da quel momento la comunità di Campione si salda in numerose famiglie che gravitano intorno all'attività produttiva insediata, prima quella delle fucine e successivamente, siamo nell'Ottocento, con la produzione dei limoni, ed ancora con il Cotonificio, dei Feltrinelli e poi degli Olcese. Sempre e solo praticamente una *città del lavoro*, mai una *cité de loisir* come si apprestava a diventare la vicina Gardone Riviera.

Per questo la sistemazione edilizia, sociale, etnica ed urbana si è consolidata nel suo lungo tempo di gestazione e sviluppo in borgo operaio tipico, su cui si è strutturato un modello sociale capace di sopravvivere per molti anni.

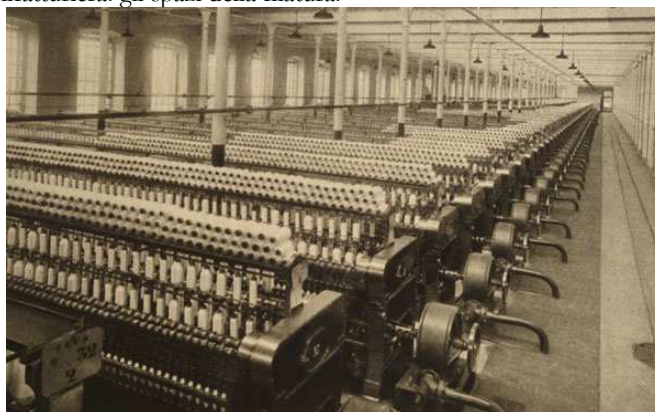
Depositi, uffici, grandi fabbriche per la filatura, ed inoltre case per impiegati ed operai (casermoni plurifamiliari con i servizi igienici in comune e con dormitorio separato per le

operaie nubili), una nuova e più grande chiesa (1897) con le abitazioni del sacerdote e delle monache, un piccolo teatro, la scuola di musica: il centro urbano è costantemente reso vitale da una popolazione affaccendata. Un'oasi operosa, secondo i commenti dei contemporanei.

Figura 3. Scene di vita davanti alla chiesa: la manifestazione per l'inaugurazione del monumento ad Olcese, 1941.



Figura 4. Scene di vita manifatturiera: gli spazi della filatura.



La pianificazione urbana della cittadina, tutta incentrata sulla continuità cromatica del rosso mattone, sia per la fabbrica che per le case, rifletteva precise volontà di organizzazione sociale e comunitaria: accanto alle abitazioni alcuni spazi per gli orti erano assegnati dalla ditta a ciascuna famiglia, per integrare in tal modo il vitto domestico con i prodotti della terra ma anche per permettere ai numerosi ex agricoltori, trasformati in operai manifatturieri, di non perdere tracce del proprio passato e del legame con la terra. La serie di capannoni a un solo piano con tetto a *shed*, costituiva uno dei primi casi nell'industria cotoniera bresciana di adozione della tipologia della fabbrica orizzontale, probabilmente voluti specificamente per permettere al palazzo (villa Archetti) di mantenere la supremazia anche tipologica sullo stabilimento. Nel 1904 gli operai lavoratori si stimavano a 1000 unità.

Le due guerre mondiali minano in modo irreparabile l'attività del Cotonificio, la scomparsa del padrone-patron Vittorio Olcese nel 1940, la drastica diminuzione di lavoratori (nel 1977 erano 345), fanno chiudere negli anni '80 del Novecento lo stabilimento e da ciò ogni prospettiva per gli abitanti che proseguono a risiedere a Campione, forse in attesa di nuovi sviluppi occupazionali per continuare questa irripetibile esperienza collettiva.

Il lento (ma riparabile, visto i corsi e ricorsi che la storia di Campione ha avuto nei secoli) declino di questo straordinario "paesaggio ideale" di lavoro e di residenza, frazione costruita dalla vita quotidiana stessa della sua comunità, è stato fermato all'improvviso nel 2002 con l'acquisto dell'intero centro abitato da parte di una importante cooperativa edilizia con la volontà di trasformarlo completamente da reale borgo dalla mitica memoria storica a virtuale centro di villeggiatura di lusso, dove ogni cosa viene stravolta: la chiesa, nelle intenzioni di progetto, viene sconsacrata e trasformata in una *wellness spa* e la settecentesca dimora "del padrone" della fabbrica servirà per accogliere le suite di un albergo a cinque stelle.

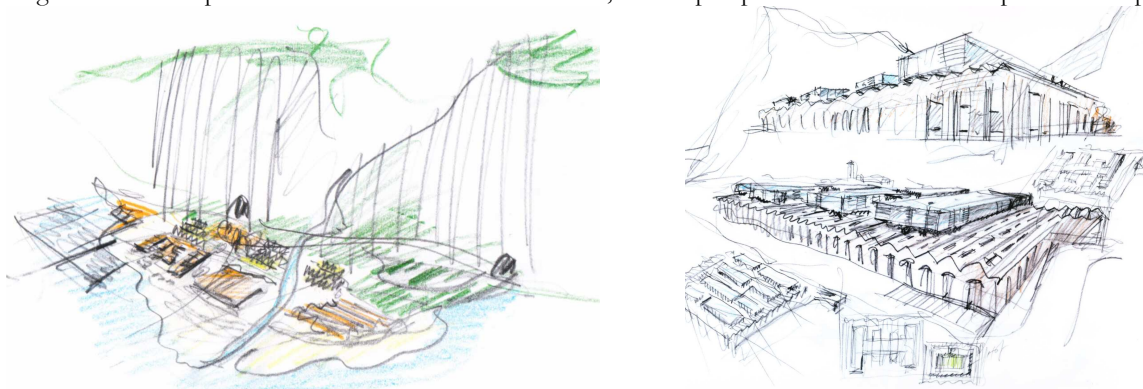
Figura 5. Campione nuova. Comunicati stampa per la presentazione del nuovo impianto (Italia Oggi, gennaio 2008).



I pochi abitanti rimasti, già portati altrove (ora Campione è solo un grande cantiere), l'impianto urbano trasformato. Attualmente tale alterazione è in atto, su disegno di un'importante firma dell'architettura, l'architetto mitteleuropeo Boris Podrecca, il quale scrive nell'illustrazione di progetto: «Ogni spazio sedimentato in una precisa stratificazione storica possiede una propria struttura sia mentale sia emozionale. Occorre sapere coniugare queste due istanze, pensare il futuro attraverso la memoria» in qualità di progettista, devo tenere conto del passato ma nel contempo soddisfare le aspettative dell'investitore...». Purtroppo quest'ultima istanza sembra prevalere nel progetto. Anche un attento e colto progettista come Podrecca infatti ha dovuto assolvere ciò che probabilmente gli è stato richiesto: le case operaie, dall'ordinata tipologia tradizionale a ballatoio, per la maggior parte vengono demolite, del vasto fabbricato della filanda rimane solo una facciata restaurata, quasi un *landmark*, un logo senza alcun valore, se non di malinconica operazione di decoro urbano.

Gli schizzi ideativi iniziali del progettista testimoniano quei segni e quelle forme del passato urbano e costruttivo di Campione che poi nella progettazione esecutiva non ritroviamo più.

Figure 6. e 7. Campione nuova. Architettura e *Archinatura*, schizzi prospettici di Boris Podrecca per la nuova progettazione.



Con questo non si rivendica la nostalgia per atteggiamenti storicisti per una nuova progettazione, operazione estremamente pericolosa che porta irrimediabilmente agli esempi anzidetti esaltati dal New Urbanism, semmai la pretesa di non sradicare la pluralità e diversità sociale e urbana della comunità campionesa. Spariscono gli abitanti, arrivano solo i turisti che qui acquisteranno costose seconde case, spariscono gli orti, la comunità religiosa, il valore educativo delle scuole tra le quali la nota scuola di musica. Risultato di tutto questo è una composizione di luoghi collettivi ed urbani interni ed esterni sterili per la mancanza di cittadini reali, anche se il layout compositivo è di grande e interessante contemporaneità non solo negli spazi ma anche nei materiali.

È dunque da chiedersi: perché fondare anzi “rifondare” un luogo con le caratteristiche morfologiche di città, magari anche di città ideale, ma non dotarlo dei suoi cittadini, linfa costruttrice di qualsiasi centro urbano? Le città unicamente turistiche preludono a quello spopolamento che è stato realizzato in numerosi centri storici urbani quando si prevedeva una politica commerciale ma non di insediamento residenziale.

Le dimostrazioni negative le abbiamo sotto gli occhi, perché non imparare dagli sbagli? Campione del Garda è l'esempio di una sempre più comune consuetudine al rifondare “realtà irreali” virtualmente falsificatorie, dove la trasformazione non tiene conto del significato intrinseco e della memoria dei luoghi e delle comunità che li abitano. Il cui modello di riferimento è -per gli *shopping mall* parimenti che per le ricostruzioni più o meno sofisticate come Campione- sempre una sorta di città ideale, perfetta e priva di problemi (che sappiamo benissimo oggi non esistere e che in effetti non è mai esistita nemmeno in passato). Una *logica del senso* (a ricordo del testo di Gilles Deleuze) ci dovrebbe dunque portare a ricordare che non riusciremo mai a riprodurre copiata e snaturata ciò che è la vera comunità umana con le sue molteplici vite collettive e private, perché, appunto, nella vita reale il più delle volte non esiste solo lo spettacolare e l'attrattivamente positivo. Ogni simulazione di sicurezza e tranquillità che luoghi come Campione o Celebration e Seaside in America vorrebbero rintracciare quali aspetti tipici della convivialità urbana di una città reale, in effetti sono proprio gli elementi che sfuggono nella vita di una città.

È questo il senso comune di oggi? Dobbiamo chiederci con forza se sia corretta la lettura del passato attraverso tali comportamenti che portano ad un futuro mediato dalle forme di consumo di lusso, dal desiderio superficiale e modaiolo. Dove l'impossibilità del reale si evince dalla trasformazione in simulacro, in *pastiche* caricaturale.

Campione del Garda, ieri mitico villaggio operaio, oggi e domani cantiere per la *wonderland* del futuro prossimo, luogo di svago che ha dimenticato il tessuto e la vocazione sui quali è stata eretta. Può essa ancora essere chiamata città o purtroppo solamente magnifico parco a tema per visitatori paganti?

Bibliografia

Deleuze G., *Logique du sens*, 1969, in italiano *La logica del senso*, Feltrinelli, 1975.

Augè M., *Le temps en ruines*, 2003, in italiano *Rovine e macerie. Il senso del tempo*, Bollati Boringhieri, 2004.

- Scene del consumo: dallo shopping al museo*, (a cura di Pezzini I., Cervelli P.), Meltemi, 2006.
- Visentin C., *La Seduzione del Luogo. Cronistorie e futuro dello Shopping Mall*, in "Materia" n.52, 2006, pp. 30-37.
- Visentin C., *L'equivoco dell'eclettismo. Imitazione e memoria in architettura*, Pendragon, 2003.
- Dorfles G., *Le oscillazioni del gusto: l'arte d'oggi tra tecnocrazia e consumismo*, Einaudi, 1970.
- Dorfles G., *Il Kitsch: antologia del cattivo gusto*, Mazzotta, 1976.
- Gombrich, E.H., *The beauty of old towns*, in "Architectural Association Journal" n. 80, pp. 293-297, 1965.
- Ellin, N., *Postmodern Urbanism*, Blackwell Publishers, 1996.
- Venturi R., Scott Brown D., Izenour S., *Learning from Las Vegas*, Mit Press, 1972.
- Codeluppi V., *Lo spettacolo della merce. I luoghi di consumo dai passages a Disney World*, Bompiani, 2000.
- Ingersoll, R., *Postmodern urbanism: forward into the past*, in "Design Book Review" n. 17, pp. 21-25, 1989.
- Ingersoll R., *Sprawltown cercando la città in periferia*, Maltemi, 2004.
- Baudrillard J., *For a Critique of the Political Economy of the Sign*, Telos, 1981.
- Saramago J., *A caverna: romance*, Caminho, 2000.
- Caizzi B., *Industria e commercio della Repubblica veneta nel XVIII secolo*, Banca Commerciale Italiana, 1965.
- Guerrini P., *Il Cardinale bresciano Giovanni Andrea Archetti e la sua famiglia*, in "Rivista Araldica" n. 23, 1925.
- Romano R., *Le basi sociali di una localizzazione industriale: l'industria cotoniera lombarda nell'Ottocento*, in "Storia urbana" n. 4, gennaio-aprile 1987.
- Benuzzi F., *Il Cotonificio Vittorio Olcese nelle sue origini, nelle sue vicende e nella sua attività*, Edizioni d'Arte Emilio Bestetti, 1939.
- Sauro U., Simoni C., Turri E., Varaini G.M., *Il Lago di Garda*, Cierre Edizioni, 2001.
- Sito internet: www.campionedelgarda.it