

Ipercentri e ipercritiche



Anche in aree tradizionalmente provinciali ed a bassa densità abitativa si verifica la sempre maggiore diffusione dei grandi centri commerciali, verticalmente e orizzontalmente integrati, non più semplici empori ma luogo di affluenza e di incontro di massa, con crescente polarizzazione consumistica degli interessi fra nuova socialità e nuova gregarietà: il fenomeno è di cospicua evidenza anche nell'asse piceno meridionale, ove nel giro di circa un anno hanno aperto i ..battenti prima "Il Battente" (nella omonima località suburbana ascolana), poi, recentissimamente, la "Città delle Stelle", pressoché al confine fra il territorio comunale ascolano e quello di Castel di Lama.

Più d'uno ha gridato "Al lupo!", facendo notare che, di questo passo, prima o poi spariranno i piccoli esercizi commerciali anche quelli che non cambiano vetrina da vent'anni, pur praticando prezzi superiori a quelli degli ipercentri e non brillando neppure per correttezza fiscale che nondimeno costituirebbero una "ricchezza", anche antropologica; facendo altresì notare che l'invadente presenza di tali "ipercentri" tende a sconvolgere le abitudini del tempo libero, facendo affluire masse di ottusi consumatori alla Babele del Consumo (come se quelli che, una domenica piovosa, fanno una passeggiata al centro commerciale, non potessero essere gli stessi che la domenica successiva vanno a fare una sana escursione in montagna); rimarcando, comunque, che tali ipercentri sono una ennesima e malsana manifestazione di quella globalizzazione che ci sta omologando tutti.

L'analisi del fenomeno rischia di scivolare nel luogo comune, nella rituale ripetizione di formule "modulari" del sociologismo di moda, che è anch'esso, in fondo, un portato a suo modo "consumistico", laddove anche le "formule" di certa analisi sociologica, ripetute e rimetabolizzate all'infinito nel comune parlare contemporaneo, diventano pure esse, paradossalmente, "merce" verbale, pensiero preconfezionato di pronto uso e consumo negli "standards" discorsivi.

Quindi, dando per scontata la analisi "modulare" (il che non significa che essa non contenga una percentuale notevole di verità), rassegnamoci (se di rassegnazione si tratta) a convivere con i modi e con gli stili della cosiddetta "globalizzazione" contemporanea; peraltro, se la storia è in qualche modo ciclica, ricordiamoci che duemila anni fa, con l'affermazione della "koinè" socioculturale ed economica del mondo romano-imperiale, il fatto che in tutte le città dell'occidente mediterraneo e in parte di quello transalpino si ripetessero uniformi i modi e gli stilemi una società metropolitana di massa, con i suoi teatri, anfiteatri, terme e stadi (in questi ultimi la tifoseria massiva superava forse quella odierna), equivaleva ad una forma embrionale di "globalizzazione" di quei tempi.

Quel mondo crollò come sappiamo, e la integra "purezza" della barbarie (di certo tutt'altro che universalizzante o globalizzante) che ne prese il posto fece il suo corso per lunghi secoli, e per altri successivi secoli il crescere e l'ampliarsi della comunicazione e della tecnica ha creato il terreno per il riproporsi, ora, di una globalizzazione che era, come dicevamo, embrionale già duemila anni or sono.

Si può discutere all'infinito se una società intrisa dei valori tradizionali e particolaristici (il "volksgeist", lo spirito del popolo caro a tanti romantici spregiatori dell'appiattimento degli universalismi culturali) costituisca, in realtà, il vagheggiamento degli orizzonti chiusi, dello spirito della vallata, della contrada, del "clan": ciò che è esteso nella multipolarità globale della comunicazione può essere in qualche modo spersonalizzante, ma c'è anche da chiedersi in cosa consista il gusto di conservare la identità e "personalità" di valori tradizionali se essi non travalicano il muretto a secco di una comunità angusta e chiusa.

Si dirà che la globalizzazione annulla le "diversità", ma sarebbe facile rispondere che le diversità, se possono essere fonte di arricchimento complessivo della umanità, debbono essere portate a comunicare, e che se si instaura il circuito della comunicazione, esso tende alla universalità ed alla globalità, salvo incidenti di percorso, catastrofi epocali e nuovi medioevi da romanticamente rivagheggiare.

Bene, conclusa la non inutile digressione, torniamo ai nuovi ipercentri delle parti nostre: io ho inteso dire che si è diffusa, fra i giovani e giovanissimi della vallata del Tronto, la abitudine a convergere e a usare come luogo di incontro e di aggregazione il tal Ipercentro dotato anche di otto sale cinematografiche, di sale per audizione e quant'altro, oltre che di pizzerie, pubs innovativi, ristoranti ed empori specializzati capaci di destare ogni curiosità: quel che li attira è evidentemente una certa qual sensazione di "metropolitanità", per la estensione del circuito dell'incontro e della comunicazione non legata a spazi angusti, usuali e spesso logori di una dimensione periferica; ci sarà forse qualche tratto "alienante" in questo contesto comunicativo scintillante e "preconfezionato", ma, se ci riflettiamo, stiamo parlando degli stessi giovani che, prima, usavano (né potevano far altro) ciondolare e sbadigliare attorno allo squallore di baretti suburbani, o intorpidirsi in solitudine davanti a videogiochi o semplicemente davanti a un televisore.

Se questi spazi "neoaggregativi" non rappresentano una valida alternativa, qualcuno dica che per i giovani (e non solo per loro) va pensato qualcos'altro che non sia il solito, desolante e abitudinario tedio della provincia postmoderna.