

NARRAZIONE
GRANDI NARRATORI

III

Edizioni Italia

SALVATORE MINIERI

VENGA IL TUO REGNO

La mutazione ai tempi
dei Centri Commerciali



Edizioni Italia

QUANDO UCCISERO UNA DONNA
PER NON FARLE CONFESSARE COSA
AVESSE VISTO SOTTO QUEL CENTRO
COMMERCIALE

“Se nessuno vede, non è successo!”

Johnny Depp

Nessuno ha saputo altro che non fosse contenuto nelle dichiarazioni di due collaboratori di Giustizia ma, la storia di Immacolata, sembra l'ultimo paradigma reale di una bocca chiusa per sempre, nel meridione italiano. Bocca di femmina e occhi troppo vividi. Di quelli che guardavano anche oltre il limite da non oltrepassare, nemmeno con un semplice sguardo.

E se la curiosità è da sempre stata altare di celebrazione di forza femminile, in quelle cose non si poteva sbagliare. La testa doveva essere sempre rivolta verso il basso, in una posa marziale di obbedienza, in un precipitato di leggi non scritte e di terrore per le parole dette.

Nulla a che vedere con regole di stretta osservanza muliebre che al sud diventano alma-

nacco di integralismo provinciale. No, Immacolata Capone era titolare di una società che si occupava proprio della creazione di quelle fosse per fissare le fondamenta di un centro commerciale. Forse, la parte più pericolosa di tutta la fase realizzativa di un colosso del genere. E non era questione di pesi e macchinari spinti troppo nel terreno. Nemmeno si trattava del rischio che qualcosa potesse crollare, mentre le ruspe affondavano le benne nella terra molle del sud Italia.

Fare lavori edilizi in terra Casalese, equivaleva a immergersi in una vasca con pescecani nascosti negli angoli, dove l'acqua è più torbida. Magari stavano ad ascoltare ogni bisbiglio, ogni parola di troppo. E, tra Caserta e Napoli, di squali con le fauci aperte sotto il business dei grandi centri per lo shopping, ce n'erano tanti, forse troppi per stare insieme in una sola vasca di acqua sporca. Uno di quelli più insidiosi, era stato incaricato di controllare ogni movimento dei mezzi meccanici della ditta che Immacolata dirigeva, la Motrer, che si occupava prevalentemente di scavi e movimento terra, quando c'era da mettere su un grande edificio, magari proprio come il "Campania".

Femmina bella, femmina di mano perico-

losa, Immacolata Capone. Mano che si alzava e dieci persone obbedivano a “Donna Imma”, quasi sempre immersa con le sue scarpe firmate Gucci e il suo fuoristrada fiammante tra la polvere di almeno venti cantieri, aperti in pochi giorni. E sì che Imma era una che faceva girare la testa, persino agli autisti dei mezzi della sua ditta che, per guardarla mentre le ruspe scavavano, dovevano stare attenti a non creare incidenti.

Persino quei cinque uomini con i caschi integrali e le pistole in pugno, andati a riscuotere il pizzo sul cantiere del centro Campania per conto dei clan di Marcianise, non sapevano se abbassare la testa in segno di rispetto o alzare gli occhi per naturale inclinazione maschile, quando Immacolata Capone, si presentò sui terreni appena recintati, con un vestito stretto ai fianchi e un taglio di capelli, costato quanto mezzo stipendio di un operaio.

Chiese immediatamente di Gianluca Raineone, imprenditore salernitano, titolare della Rai. Cal. spa, società che aveva avuto l'appalto direttamente dalle volontà mafiose della zona, come confermò, qualche mese più tardi lo stesso costruttore.

Ma, quando i magistrati gli chiesero della

Capone, la faccia di Rainone divenne livida e le mani gli si strinsero in un involontario spasmo di nervi e ricordi di paura.

[... continua]

E VENNE IL REGNO:
CENTRI COMMERCIALI
CON PIÙ FEDELI DELLE CHIESE

*“Le masse sono rudi, storpie, scomposte,
pericolose nelle loro pretese e nella loro influenza,
e non hanno bisogno di essere lusingate,
ma di essere ammaestrate”.*

Ralph Waldo Emerson

*“...i detrattori del Centro, peraltro sempre
meno numerosi e combattivi, sono assolu-
tamente ciechi per il lato spirituale della
nostra attività, mentre la verità è che gra-
zie ad essa la vita può acquistare nuovo
senso per milioni e milioni di persone che
erano infelici, frustrate, abbandonate...”.*

Lo affermano i pubblicitari e i responsabili dell'immenso centro commerciale che si snoda al centro del romanzo "La Caverna" di José Saramago, dove la nuova religione del disimpegno controllato trova spazio di condivisione, tra gli infiniti scaffali e le strade interne che hanno più traffico dei quadrivi, all'ora di punta. Il muro che delimita il lato ovest del

parco commerciale, taglia in due il vecchio tessuto urbano, tanto da aver costretto i politici a ridisegnare i percorsi umani. Perché, allo spazio pubblico che esisteva una volta è stato assegnato un angolo marginale che lo ha relegato ad aiuola di completamento per le discese di rifornimento dei magazzini, sotto il grande centro per lo shopping.

Fuori, tutto è atrofizzato, depotenziato e reso volutamente meno appetibile. Le stonature ambientali e l'invivibilità sono progettate a tavolino per rendere irritanti l'esterno, il vero, lo spazio reale, interpretandoli quali fonti di pericoli e tensioni collettive. Ogni cosa è stata ribaltata e resa sgradevole, fino al limite dei negozi con le vetrine protette da piante finte e colorate di verde acido.

Chi ha progettato i centri commerciali ha pensato prima a impoverire tutto ciò che c'era all'esterno, in un raggio di almeno due chilometri.

Il primo a farlo, forse involontariamente, ma con una intuizione che avrebbe tracciato la strada per sei generazioni future di pubblicitari, fu proprio Barnum. Non si trattò di abbruttire l'esterno, ma di renderlo sgradevole con soluzioni immediate, efficaci e soprattutto, economicamente sostenibili. In ogni spazio esterno, quando uno spettacolo dell'impresario americano apriva le porte alla giornata

inaugurale, era sempre la peggiore orchestra a dare il benvenuto musicale agli spettatori. E quando Barnum parlava di “peggiori musicisti al mondo”, lo faceva in piena coscienza, perché era stato lui a chiedere ai manager musicali quali fossero i suonatori più scarsi e incapaci. Uno spettacolo circense, il migliore al mondo di sempre, quello di Barnum, che volutamente radunava all'esterno del tendone la pochezza irritante del panorama orchestrale. Il motivo avrebbe scosso per la genialità applicata al senso della prosaicità quotidiana di un impresario di spettacoli da baraccone.

“Nel balcone sulla facciata facevo suonare una banda e annunciavo «Musica gratis per tutti», al che la gente reagiva dicendo: «Be', ma questo Barnum è un filantropo!», e si riversava ad ascoltare i concerti gratuiti che organizzavo all'aperto. Tuttavia mi sforzai sempre di scegliere e mantenere la banda meno costosa in circolazione, una banda le cui cacofonie spingessero la folla dentro il Museo, fuori portata d'orecchio. Ovviamente la musica era di infima qualità. Quando la gente si aspetta di avere «qualcosa per niente» è destinata a essere turlupinata, e di solito se lo merita, e senz'altro alcuni dei miei clienti saranno rimasti amaramente delusi nell'ascoltare

l'orchestra; ma quando entravano e pagavano per divertirsi e istruirsi, non lesinavano energie affinché non solo ricevessero in cambio una congrua contropartita, ma si sentissero pienamente soddisfatti. In cima al Museo feci piazzare dei fari di Drummond, che, nella notte più buia, proiettavano fiotti di luce su e giù per Broadway, dal Battery al Niblo's, talmente sfolgoranti che si sarebbe potuto leggere il giornale per strada. Erano le prime luci di Drummond che mai si fossero viste a New York, e la gente non faceva che parlarne, in tal modo pubblicizzando il mio Museo”.

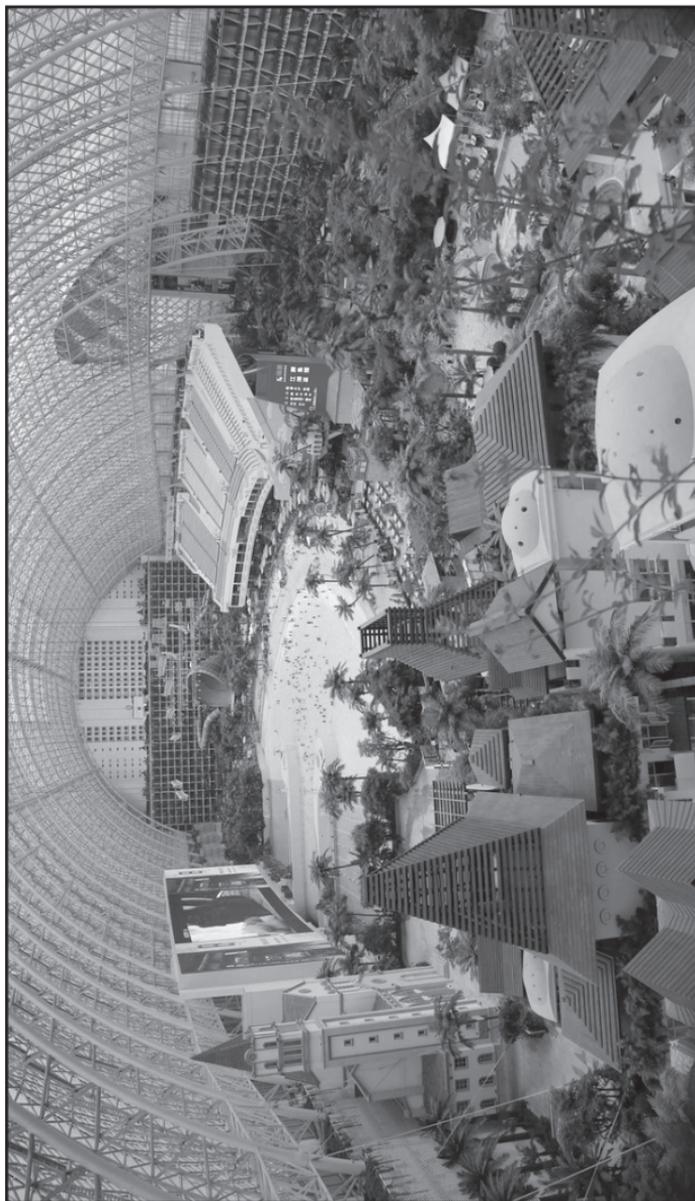
Insomma, con Barnum si inaugurò la tecnica di depauperamento degli spazi esterni di ogni centro capace di raccogliere distrattori collettivi. Dal circo, ai tendoni, fino ad arrivare ai primi mall, piccoli ed embrionali centri di cinque negozi, consorziati e infilati nello stesso corridoio, nel cuore di alcune città americane. Ne rubarono l'eredità, con immediato intuito imprenditoriale, gli ideatori dei grandi agglomerati commerciali, sorti prevalentemente in America e poi in Italia.

Fuori, appena oltre le vetrine di accesso ai mostri di cemento e insegne luminose, la realtà veniva privata persino delle logiche di naturale evoluzione. Basterebbe guardare nei pressi

di qualsiasi centro commerciale, per rendersi conto della oscena razionalizzazione del verde e degli spazi lasciati a qualche praticello, spesso sostituito da aiuole in materiale sintetico, a ridosso di parcheggi che superano in ampiezza persino le aree riservate ai negozi. In una sorta di capovolgimento dei volumi, c'è più spazio e maggiore comodità per le automobili che per gli esseri umani che entrano nel labirinto alienante, ma razionalmente pensato dai creativi commerciali di ogni grande catena di distribuzione. Elia Verzegnassi ne ha tracciato un profilo straordinario nel suo studio sul capovolgimento delle realtà da proporre ai consumatori.

**VENGA
IL TUO
REGNO**

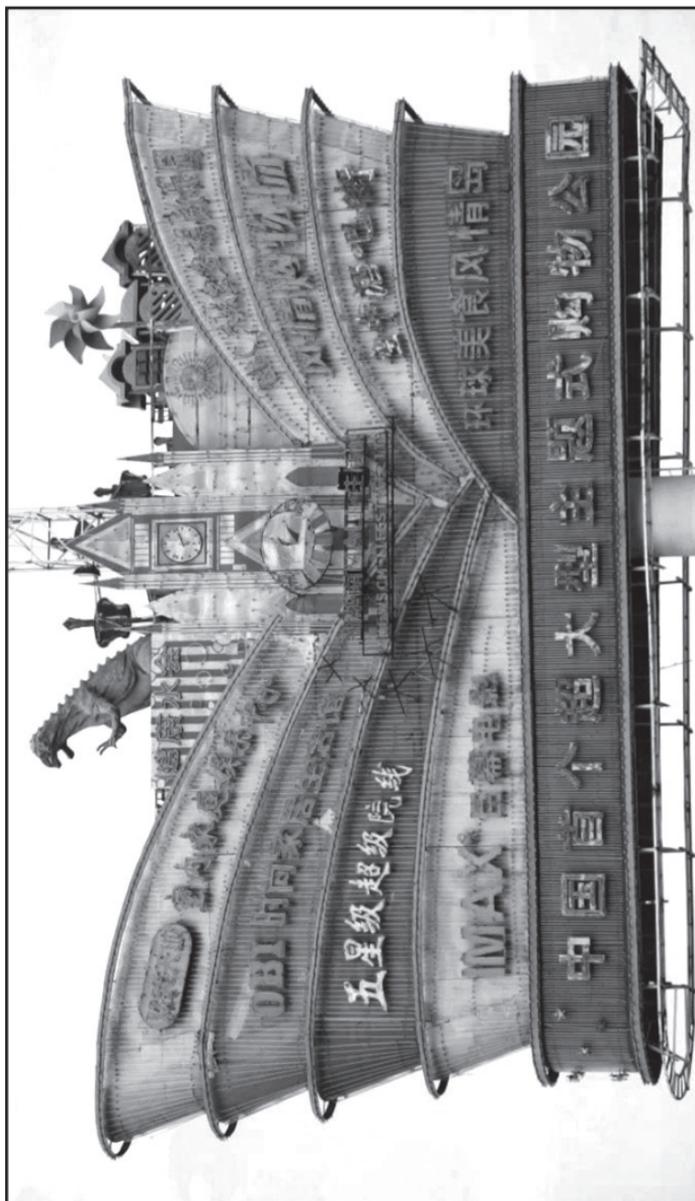
LE FOTO



Il terrificante mondo artificiale nell'enorme
New Century Global Center in Cina



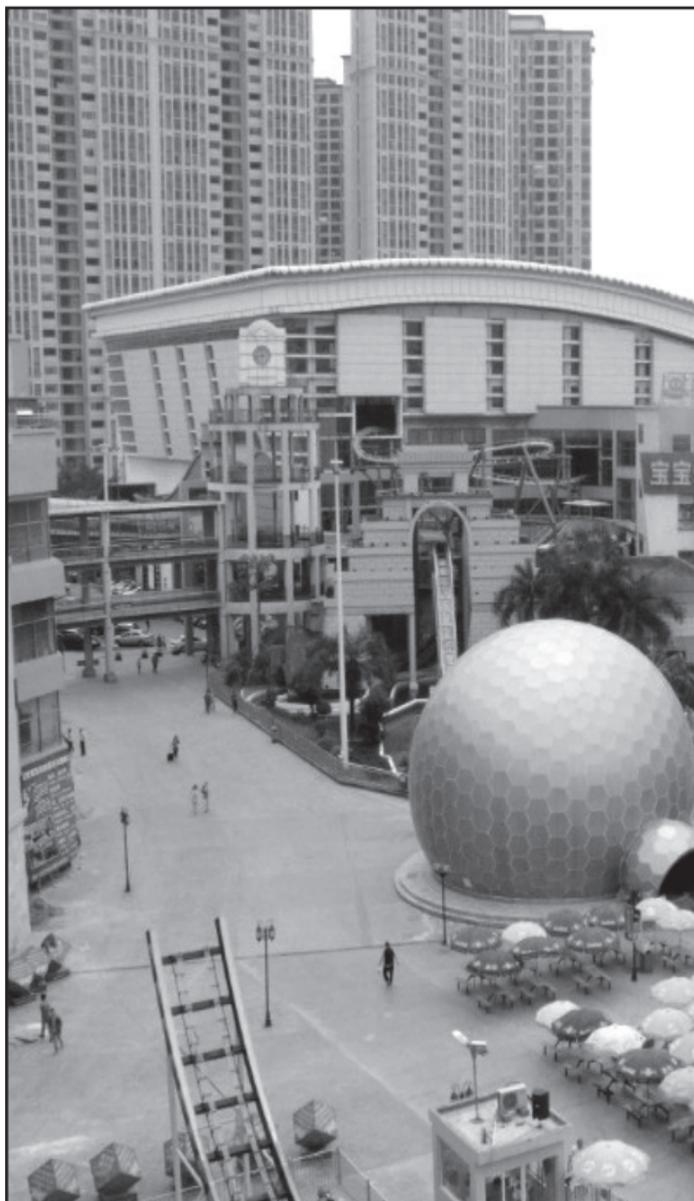
Il terrificante mondo artificiale nell'enorme
New Century Global Center in Cina



Il New South China Mall, desolato e vuoto.
Il più fallimentare Centro al mondo



Il New South China Mall, desolato e vuoto.
Il più fallimentare Centro al mondo



Il New South China Mall, desolato e vuoto.
Il più fallimentare Centro al mondo



Il New South China Mall, desolato e vuoto.
Il più fallimentare Centro al mondo

*Alle 1.129 vittime
del crollo di Dacca,
avvenuto il 24 aprile 2013.
Donne, uomini e bambini,
morti per guadagnare
un dollaro al giorno,
cucendo abiti anche per chi
leggerà questo libro.*