



prospero's  
rivista online  
di cultura e attualità

---

**ROSSANA BONADEI**

**La città e la messa in  
scena del moderno.  
Lo spettacolo di Londra**

Publicato online il:  
12 dicembre 2011  
<http://prosperos.unibg.it>

“Le città certamente non sono testi primari allo stesso modo delle lapidi affisse ai loro muri o le statue che eventualmente decorano le loro piazze. Ma la lettura testuale delle città permette di cogliere un carico comunicativo particolarmente complesso e articolato. Che ci si occupi delle ragioni per cui le città sono plasmate in un certo modo o della maniera in cui cittadini, immigranti, turisti le interpretano, è difficile fare a meno delle grandi metafore testualiste e delle linee di ricerca che esse evocano”.  
(Ugo Volli, “Il testo della città. Problemi metodologici e teorici”, in *La Città come testo*, 2009)

### 1. “*London is a show*”: mettere a testo la città moderna<sup>\*</sup>

Eccitazione e spaesamento: sono questi gli stati d’animo che segnano l’incontro “a passo d’uomo” con le strade di Londra, quando la città, in piena Rivoluzione industriale, sta diventando metropoli: a condurci sulla scena del cambiamento è il padre del Romanticismo britannico — William Wordsworth — *flâneur ante-litteram* a spasso senza meta nella prima capitale europea del moderno. Nel *Prelude*, lungo poema narrativo ‘on the road’ (“the growth of a poet’s mind”) scritto tra il 1798 e il 1805, il Libro Settimo — intitolato alla residenza londinese di un giovane scrittore — presenta una testura anomala per la tradizione poetica del tempo, fatta di immagini “istantanee” e di fratture ritmiche che bene restituiscono l’esperienza della passeggiata, del movimento circostante e della nuova ‘velocità’ che

---

<sup>\*</sup> Il presente saggio è una sintesi liberamente tratta da: “Esterni londinesi. Lo spettacolo infinito”, in *La città come testo. Scritture e riscritture urbane*, a cura di M. Leone, LEXIA, Rivista di Semiotica 01/02, Torino, 2009.

caratterizza la scena. Lasciarsi 'invadere' dalla città, raccontarla incontrata 'da dentro', nella sua pluralità, nella casualità degli incontri, misurare su di sé e sul proprio corpo gradi di estraneità o di riconoscibilità: di tutto questo sostanzialmente si occupa questo capitolo del *Prelude*, aprendo la vicenda, poi lunghissima, del discorso e della 'messa a testo' della città che diventa moderna insieme ai soggetti che la abitano, che provano ad appartenervi.

*e ora guardavo la scena vera,*  
la osservavo da vicino giorno dopo giorno  
con piacere acuto e vivace [...] *[...]* la danza veloce  
Di colori, luci e forme; il frastuono babelico;  
il flusso ininterrotto di uomini e oggetti in moto;  
per ore e ore il passeggio senza termine  
sempre su vie con sopra cielo e nuvole,  
la ricchezza, l'affaccendarsi e la fretta  
*[...]*  
qua, là e ovunque un affollarsi estenuante;  
chi va e chi viene, faccia contro faccia,  
faccia dopo faccia; le file di merci vistose  
di negozio in negozio, con insegne e nomi dipinti,  
e sull'ingresso tutti i titoli del commerciante;  
qua facciate di case che paion frontespizi  
stampati di grandi lettere da cima a fondo,  
là, sulla porta, come santi protettori,  
forme allegoriche maschili e femminili  
(vv. 156-179; corsivo nostro)

Incontrata ad "altezza d'uomo", la città è *perpetual flow*, vita senza forma che avanza a un ritmo costante, a creare un ambiente fortemente impregnato di immagini sonore (*Babel din*). Diversa dalla Parigi di Victor Hugo, "libro di pietra", la Londra di Wordsworth è piuttosto un grande show — *masquerade, pantomimic scene, exhibition, walking pageant, raree-show, mimic sight, parade* — ove lo sguardo non fa che

incontrare la qualità intrinsecamente spettacolare della città, il suo essere intrattenimento infinito. Scene curiose e "strane" si susseguono e si accavallano, e strane (straniere) sono le facce che il poeta-*flâneur* comincia a mettere a fuoco. Il tessuto "meticcio" di Londra, la realtà di una folla già esplicitamente multietnica è di colpo diventato la sua essenza — è bastato dirlo. Gremita di venditori ambulanti, giocolieri, barboni e *freaks* mescolati a ordinari *city users*, Londra è in realtà mostra permanente di uomini e merci. È insomma il "film della città" moderna che questo testo comincia a costruire, portando l'attenzione su paesaggi e luoghi di aggregazione e di transito, pratiche di intrattenimento ludico, a incorporare il nuovo "ibrido" collettivo, il suo ritmo e "lo stato d'animo" che lo caratterizza (per parafrasare una felice intuizione di Simmel, il percursore della filosofia della metropoli).

A "pensare" e a trascrivere *The Greater London* (secondo la definizione data nella letteratura storica e urbanistica ottocentesca) è uno "sguardo che cammina", un soggetto che è esso stesso strutturalmente moderno, incorporato dentro a una concentrazione collettiva nuova: una forma organica che impasta l'umano, l'animale e la suppellettile in un unico corpo sociale e politico ibrido — the *roaring crowd*.

Di fronte alla città che non si ferma mai, allo "scintillio" e al vortice cacofonico del *perpetual flow*, il testo visibilmente arranca e risponde con una "lentezza" e una "lunghezza", che mimano la fatica di procedere, di osservare (microscopicamente e telesopicamente — come ebbe a dire Benjamin) questo habitat umano, e tradiscono la preoccupazione di dargli un senso. È d'altronde la folla — muto sguardo che cammina — il

*memento* di un “inciampare”, un “perdersi” e un “disfarsi” che il soggetto poetico a tratti patisce come una minaccia al farsi stesso della scrittura – fantasma squisitamente ‘romantico’ che qui si proietta sui volti inconfondibili, su quella presenza “straniera” che resta l’emblema primo dello spaesamento in città (“il volto di ciascuno che mi passa vicino è un mistero”).

La nuova storia della città procede all’insegna del sovraccarico sensoriale e della impossibilità di dare un senso all’esperienza complessa di quell’incontro, con narrazioni continuamente spezzate e con un ritmo affidato alla cadenza battente di un pentametro giambico desultorio, reso lento o martellante, a seconda del procedere del passo e del battito cardiaco, oppure eccitato e frenetico, a riflettere il galoppare a destra e a sinistra dello sguardo, della mente, del corpo in corsa.

La costruzione di una grammatica urbana attestata da un soggetto in movimento – che fa corpo con una collettività che lo contiene e lo definisce – diventa ben presto una preoccupazione centrale dell’arte e del discorso sociale ottocentesco, fino a generare quel vero e proprio “pensiero della città” che troverà in Simmel e Benjamin i propri numi tutelari: il primo impegnato a definire «la base psicologica su cui si erge il tipo delle individualità metropolitane», osservata nella «intensificazione della vita nervosa che è prodotta dal rapido ininterrotto avvicinarsi di impressioni esteriori e interiori»; il secondo alle prese con sistematiche ‘attraversate’ – di Parigi e Berlino, innanzitutto – dove un soggetto a spasso tra strade, memoria ed enciclopedia indaga la struttura stratigrafica ed evolutiva della città che si fa metropoli, tracciando mappe geografiche e mentali a un tempo.

## 2. Esterni londinesi: ideologia dell’evento e palazzi di cristallo

Tutta la vita delle società nelle quali predominano le condizioni moderne di produzione si presenta come un’immensa accumulazione di *spettacoli*.  
(Guy Debord, *La società dello spettacolo*)

A partire dagli anni Trenta dell’Ottocento, Londra è fatta oggetto di una massiccia offensiva immaginaria, che vede pittori e romanzieri, incisori e reporter, fotografi e pubblicitari impegnati in un intenso “corpo a corpo” con la città e con la “fiera di gente” che la costituisce. E mentre l’arte e la letteratura tematizzano lo spettacolo del caos metropolitano, la pubblicitaria ‘inventa’ l’idea di Londra come capitale del moderno contrapposta a Roma capitale dell’antico, degna proprio per questo di mostrarsi al mondo ed essere visitata. A fare del nuovo caos urbano un elemento di attrazione commerciale e turistica sono le pubblicità istituzionali e le guide turistiche, responsabili di un vero e proprio proto-marketing cittadino di ispirazione ‘British’:

...what fascinated visitors was not a landscape of historical monuments, but the ‘Great Roar of London’. The spectacle of its movement, its congestion, even its dirtiness could be read as a sign of the newness and modernity of the city. (Gilbert)

Anche la politica – fortemente impegnata a lanciare l’Inghilterra sull’arena internazionale come icona del mondo ‘liberal’ e come società del progresso – elegge Londra a “cuore pulsante” di un

mondo in cambiamento, e va scoprendo in quel primo scorcio di secolo le potenzialità simboliche del teatro cittadino, individua nelle massa urbana il soggetto su cui sperimentare le strategie di un moderno consenso civico. E lo fa intercettando e indirizzando una crescente domanda ludica e di aggregazione, concertando una vera e propria 'politica dell'evento di strada', attraverso l'intensificazione della pratica organizzata dell'intrattenimento collettivo. La Londra vittoriana, già caratterizzata da un'intensa "vita di strada" tradizionale di matrice pre-moderna (mercati rionali, fiere, sagre) comincia a proiettarsi su nuove forme di intrattenimento di massa in spazi dedicati. Eventi sportivi, concorsi e mostre, concerti all'aperto e *happenings* dilagano, a sostituire più antichi "spettacoli" popolari, come le battaglie tra animali e le impiccagioni. Tra gli anni Trenta e Cinquanta dell'Ottocento si afferma il fenomeno dei *pleasure gardens*, veri e propri parchi di divertimento situati in sobborghi resi facilmente accessibili dalla costruzione delle nuove linee di ferrovia urbana (*Highbury Barn, Vauxhall Gardens*). Proliferano i circhi (il più famoso è quello stabile di *Westminster Bridge Road*) e si moltiplicano le *performing areas* (*Covent Garden e Haymarket*). Esplode infine la voga dei *visual games* con la diffusione di *diorama, ciclorama, cosmorama e kineorama*, e il successo dei *peep show*.

La storia della *Greater London* che si avvia a diventare capitale imperiale è anche la storia di un sistematico "ri-allestimento" della città, a partire da un riassetto urbanistico del centro cittadino, nuove grandi arterie e ponti, a cui si aggiunge un robusto intervento architettonico in stile neo con la costruzione di spazi e di edifici pubblici concepiti per ospitare, intrattenere,

educare, controllare la collettività. Un'accorta classe politica aveva insomma deciso di "investire" simbolicamente sul capitale urbano e umano della città, rendendo i suoi abitanti protagonisti e spettatori di una saga nazionale che ritrovava nella Corona — e nella Regina Vittoria — un formidabile punto di riferimento. Il prestigio economico e politico dell'Inghilterra, la sua supremazia culturale e morale partivano dalla (rap)presentabilità di Londra e della sua classe dirigente, nonché dalla disponibilità della popolazione a "contemprarla", nei termini esattamente indicati da Guy Debord nel suo implacabile ritratto della moderna "società dello spettacolo".

È dunque non certo per un caso che nel 1851 un grande spettacolo civico fu concepito con il preciso proposito di fare di Londra un teatro per il mondo intero: parliamo della prima esposizione universale delle genti e delle merci — *The Great Exhibition* — letteralmente messa in scena in un fantastico edificio di vetro, ferro e legno, *il Crystal Palace*. Si inaugurava così la cultura delle Expo, vere e proprie esibizioni di grandezza per le città del mondo — di qua e di là dell'Oceano — e con essa la stagione di una estetica del moderno che sfidava il senso comune e giocava con il sublime tecnologico. Innestato dentro ai giardini di *Hyde Park*, *il Crystal Palace* rappresentava effettivamente una sfida in molti sensi: misurava mezzo chilometro di lunghezza e 130 metri di larghezza; fu costruito con 300 mila metri quadri di vetro, e acclamato dai visitatori — in media 40 mila al giorno — come *wonderful*. La *Great Exhibition*, che mise in mostra 19 mila prodotti provenienti da tutto il mondo, «non fece aumentare le vendite dei prodotti, ma creò le basi per la *commodity culture* e il suo sistema di

rappresentazioni» e fu comunque, un colossale *business* urbano commerciale e turistico. Ai Vittoriani, che amavano le statistiche, non sfuggì che quell'evento aveva aperto di fatto la strada a diverse nuove economie — tra cui l'industria legata ai trasporti pubblici e al turismo urbano. Vi fu infatti uno stretto legame tra la *Great Exhibition* e il lancio turistico di Londra, con il conseguente affare editoriale della "guida alla città": «More than 40 guides were published in English during the Exhibition, and at least 16 in foreign languages» (Gilbert). A fare da modello fu *London Exhibited* di John Weale, passata inosservata qualche anno prima, e ora perfettamente in tono con una cultura del "mostrare" e una sete di vedere che faceva delle città un suo punto di forza.

### 3. "The Wonder City" e lo spettacolo dell'Impero

Quanto più diventeremo democratici tanto più impareremo ad apprezzare l'importanza per il popolo della pompa e dell'ostentazione. Essere invisibili equivale a essere dimenticati, mentre per essere un simbolo, un simbolo davvero efficace, occorre farsi vedere spesso, e nel modo più vistoso.  
(Walter Bagehot)

Il *Crystal Palace*, "a galaxy of splendour" che aveva impregnato di sé il paesaggio e la vita londinese, durò in realtà a Kensington pochi anni, anche a seguito di un incendio che aveva minacciato i quartieri del centro; smantellato nel 1853, fu ricostruito su identica pianta a Sydenham, in un quartiere periferico, ma con

dimensioni più che raddoppiate. L'edificio, raggiungibile tramite due nuove linee ferroviarie urbane, era destinato a diventare il centro-decentrato di tutte le attività culturali e ludiche londinesi, dall'arte alla musica alle scienze: il nuovo *Crystal Palace* fu battezzato dai media "*Palace of the People*", a segnalare la definitiva alleanza tra economia politica, *edutainment* di massa e consumo culturale. Oltre a spettacolari *halls* illuminate dalla luce naturale garantita dal vetro dedicate a esposizioni permanenti illustrative delle architetture e alle arti antiche maggiori (dall'Egitto a Roma) e moderne (da Bisanzio all'età Elisabettiana), campeggiavano allestimenti che oggi non esiteremmo a definire "disneyani" di padiglioni-serra con enormi statue e sfingi, i due colossi di Abu Simbel, una riproduzione di una parte dell'*Alhambra*, in un incastro di caleidoscopici percorsi. Ad attestare la continuità tra il vecchio e il nuovo *Crystal Palace* era la presenza delle sale dedicate all'Industria e alle nuove città industriali inglesi (in particolare *Birmingham* e *Sheffield*), con una vasta esposizione di macchine e prodotti. Nel 1856 il Palace avvia un nuovo importante capitolo della storia della cultura e dell'intrattenimento di massa, con la costruzione di una grande *Concert Room*, destinata alla rappresentazione di opere liriche e concerti di musica classica, tra cui il primo *Handel Festival* (2000 tra cantanti e coristi e circa 400 musicisti inglesi e stranieri).

Dal 1859, il *Crystal Palace* di Sydenham avvia iniziative di educazione e formazione, con l'apertura di varie scuole e "collegi", come *The School of Art, Science and Literature* (che ospitava corsi annuali con più di 400 studenti) e *The School of Practical Engineering*. Nel 1868, infine, in una delle grandi sale

fu installato il primo proiettore a motore (a gas) concepito per proiezioni destinate a un vasto pubblico. Parco scientifico, museo, accademia, spazio espositivo, *performing area*, il Palace fu anche una efficace operazione mediatica, una maestosa vetrina per una Nazione che amava coltivare l'immagine della propria superiorità morale e politica. Edificio-emblema di una epopea della luce, della musica e della conoscenza, il *Sydenham Crystal Palace* riprendeva, rafforzandola, una "fiera" del cristallo che fu anche simbolo di una parabola visionaria e scopica del tutto specifica della borghesia ottocentesca, che incorpora la sua comunità dentro a un medesimo spettacolo, di sé, della nazione e della città che in questa comunità si specchia. Non edifici di pietra, dunque, ma superfici lucenti e volumi fluidi erano preferiti come sfondo per il tempo libero e ludico: metallo e cristallo, dove esterni e interni sono in continuità tra loro e lo sguardo li attraversa, senza barriere: in un vertiginosa circolazione di sguardi che guardano e si incrociano.

Nell'era dello splendore imperiale — tra la fine del secolo e il 1914, volendo tracciare una parabola storica — l'ideologia della mobilitazione si allea con un populismo marcato (condiviso con le altre grandi nazioni europee, sullo sfondo di crescenti tensioni, sfociate poi in aperto conflitto). Al livello dell'intrattenimento collettivo, una dimensione insulare e nostalgica sembra convivere con la spinta verso una internalizzazione degli stili partecipativi. Esempio di un localismo incline a "tradizioni inventate" (nell'accezione di Hobsbawm) è il *pageant revival*, che elegge Londra a territorio privilegiato per rituali e ricorrenze volte a celebrare lo *heritage*

nazionale (di guerre e vittorie, ma anche di ricorrenze e tradizioni della cultura materiale). Se l'antecedente più prossimo furono le celebrazioni per l'incoronazione di Vittoria a Imperatrice d'India, nel 1877, i *pageant* si moltiplicarono nei primi dieci anni del secolo, come forma di propaganda esplicita intesa a «bring home to the citizens of London the greatness of their city», mostrando «in striking manner the important part it occupies as the centre of a wide-world Empire». Per quanto possano sembrare oggi stravaganti, queste forme espressive si collocano in un contesto di intrattenimento popolare che trovava allora espressioni diverse — dai *toga plays* di Max Reinhardt alle epiche cinematografiche di D.W. Griffith. Anche la fotografia e la pubblicitaria che lavorano per la stampa di massa sembrano aver abbracciato l'immagine di Londra "cuore del mondo", "*the biggest aggregation of human life*", la cui "marca" più forte è il West End, completamente ristrutturato alla fine dell'Ottocento e trasformato da area di divertimenti popolari in area commerciale estesa (con i primi *department stores* a *Oxford Street* e gli eleganti *stores* di Regent Street, tra cui *Liberty*, icona del "*British style*" di *fin de siècle*). Si consolida insomma l'immagine della metropoli come città degli *happenings*, che accanto alla politica, includono ora lo shopping, la moda e l'arte, sostenuti da una frenesia di 'ammassamento' che sembra fatta apposta per fare notizia e immagine. Facevano dunque notizia e immagine le parate e gli assembramenti di una 'addomesticata' "*roaring crowd*" — come *The Monkey Parade* e *Mafeking*, o le manifestazioni sindacali e le sfilate di protesta — tutti 'spettacoli' su cui i riflettori dei media si accendono, stimolando una domanda già robusta di

aggregazione collettiva e di consumo immaginario dello spazio urbano. E facevano notizia le aggregazioni festive favorite nel tempo da progetti 'megalomani' — "*monster halls and pleasure domes*", come l'Olympia Palace (1886) che ospitava il Circo Barnum e l'immenso *Earl's Court pleasure ground* (1884) che comprendeva la prima Great Wheel di enormi dimensioni e il Buffalo Bill Wild West Show.

Ad incrementare e caricare di senso sublime lo spettacolo della città interviene anche la nuova arte dell'immagine — la fotografia — che con la proliferazione delle "vedute dall'alto" alimenta una "*panoramania*" — ereditata dal secolo precedente — ora resa possibile dalle tecnologie e dalle nuove macchine del volo (le mongolfiere, i dirigibili, le ruote panoramiche): un nuovo business sostenuto da *press-networks* e agenzie internazionali che si ispirano a uno stile già "globish" dell'immagine urbana. Le immagini di Londra, Parigi e New York "viste dall'alto" si diffondono sui giornali e sulle guide turistiche, diventano poster e cartoline, come "*common properties*" dell'immaginario e icone di un vissuto quotidiano che appartiene al mondo intero, ad alimentare sogni collettivi condivisi. Se a metà Ottocento, quando la modernità era agli esordi, la visione aerea cominciava ad affascinare una civiltà — quella Vittoriana — sempre più ossessionata dalla "vista di sé stessa", ora la visione aerea interpretava la modernità trasformando il modo stesso di vedere: si apriva lo sguardo alle superfici piatte, ai pattern astratti, alla vertigine ottica, alla dimensione "fantasmagorica" della città, nel senso proprio suggerito da Benjamin e sperimentato dalle avanguardie pittoriche. La visione dall'alto

otteneva d'altronde un effetto importante: conferiva potere all'osservatore — un potere liberatorio per l'artista e certamente euforico per il cittadino — e trasmetteva l'illusione di un controllo condiviso: un'illusione appunto, sostenuta da un "piacere dell'incoscienza" che andava crescendo insieme alla civiltà dei consumi e alla "contemplazione" delle merci.

#### 4. Verso lo spettacolo globale

Alla fine degli anni Trenta, a ridosso del secondo conflitto, Londra sembra aver abbracciato l'immagine di una metropoli laboriosa e tutta compresa nella sua idea di una *grandeur giocata tra* tradizione e secessione. La sigla *London the Wonder City* — proposta in una delle scene del *Pageant of London* del 1911 — ricompare nel 1937 come titolo di una famosa guida turistica, particolarmente apprezzata soprattutto dai ricchi americani, che insisteva sulla capitale inglese come "*treasure house of tradition*" — con un evidente richiamo al proprio ruolo di 'casa madre' da giocare nei confronti dei 'figli' d'oltreoceano che più apertamente sfidava l'Inghilterra sul terreno della tecnica e del progresso.

La Londra in macerie che emerge dal London Blitz e dai massicci bombardamenti del secondo conflitto mondiale è una grande ferita simbolica oltre che materiale, tanto grande quanto l'illusione di essere immuni dalla devastazione che aveva interessato le altre città europee: la ricostruzione post-bellica — che fu frenetica soprattutto per gli aspetti urbanistici e di



relazione commerciale – riorienta le politiche culturali verso un consenso più critico, che punta sull'aperto coinvolgimento delle classi intellettuali del paese. La fine del lutto nazionale – di nuovo, non per una coincidenza crediamo – coincide con un grande evento, che segna la ripresa della vita londinese: è il *Festival of Britain* del 1951, che ha come premessa un coraggioso piano di rigenerazione urbana che trasforma la *South Bank*, sede di fabbriche e depositi industriali, nella più grande area di eventi culturali e di divertimenti inclusa in una metropoli.

La Londra della seconda metà del secolo è la storia della «metropoli che non si ferma mai» (Roberto Bertinetti) troppo sfaccettata per essere credibilmente raccontata in poche pagine. È d'altronde la storia di metropoli che da un lato tendono ad assomigliarsi, investite da sviluppi urbanistici turbinosi, e da un altro proteggono la propria differenza, incorporando nuovi segni dentro al tessuto stratificato del passato. Le parole – in questo caso gli aggettivi conosciuti dall'industria culturale e dalle narrazioni mediatiche – ci dicono qualcosa di questa evoluzione: “*swinging*” negli anni Sessanta, “*hectic*” negli anni Settanta, “*cool*” negli anni Ottanta, e “*global*” all'affaccio di un nuovo millennio che la città e la nazione hanno festeggiato quasi come fosse cosa propria. Avanguardia, rivoluzione, innovazione, *fashion system*, sono le parole d'ordine di una città concentrata sulla rincorsa a nuovi stili di vita e di consumo, specializzata, secondo alcuni detrattori, in un “effimero” i cui segni sono visibili tanto nell'aspetto della folla globale che accorre a Londra numerosissima quanto su un territorio che accetta speculazioni

immobiliari, stravaganze urbanistiche e scempi estetici. Da qui il paradosso – riferibile ai vari livelli della espressione sociale – di “icone all'apparenza democratiche” che servono a «destabilizzare il contesto, a sfidare la gerarchia dei significati sociali, a stravolgere le convenzioni. In realtà anche l'odierno spettacolo di Londra – sia esso urbanistico o umano – ripropone l'eredità culturale di una civiltà che tiene pervicacemente insieme memoria storica e sfida: solo alla luce di questo ibrido (inciso e ben visibile sul territorio come sul corpo sociale) si riesce a dare un senso a un testo urbano che comprende la *Modern Tate* (un gioiello di architettura rigenerata) e la conica *Swiss Re Tower* (il “cetriolo erotico”), la *Canary Tower* (imponente succursale della *City* trasportata sulla *South Bank*) e il *London Eye*, la grande ruota di vetro e metallo aggiunta, con i lavori del Millennio, a uno psichedelico skyline londinese, a riproporre l'attualità di un paradigma scopico e spettatoriale da sempre caratteristico della metropoli londinese.

Costruito per la *Millenium Feast* sulla *South Bank*, in faccia alle case del Parlamento e a St. Paul, il *London Eye* è una tecnostruttura in vetro e metallo dalla forma elementare e fiabesca: per la sua altezza (è la terza forma più alta della città, con il *Canary Wharf Tower* e la *BIT Tower*), ma soprattutto per la sua forma, immediatamente riconoscibile anche da molto lontano, *the Eye* si impone allo sguardo come un segno iconico, che aiuta a dare un senso al paesaggio complicato di Londra, producendo l'illusione di una graduale messa a fuoco del paesaggio.

Forma essenziale e forza iconica hanno rapidamente fatto del *London Eye* un calco “turistico” di successo, un nuovo biglietto da visita per una città che ha fatto dei suoi visitatori una

importante risorsa economica: lo si incontra sulle *brochures* e le cartoline turistiche — parificato a più memorabili monumenti — sulle confezioni del cioccolato, i retrocopertina dei giornali a grande diffusione; la sua silhouette stilizzata viaggia sulle fiancate dei bus o si accende sui poster luminosi che arredano la città, riprodotto poi all'infinito nelle fotografie e nei filmati dei molti turisti che stazionano nell'area. Il *London Eye*, originariamente concepito come un 'edificio a tempo', si è insomma installato nel paesaggio e nell'immaginario quotidiano dei londinesi nonostante la sua provocatoria presenza, a confermare l'inclinazione di Londra ad accettare spettacolari e discutibili 'rottture' urbanistiche, che continuamente "risignificano" la città. In questo senso, il *London Eye* è un segno del tempo e un indicatore valoriale paragonabile al *Crystal Palace*: laddove il Palazzo però doveva trasmettere a chi vi accedeva il senso di solidità dell'economia inglese mentre "la ruota sulla quale salgono ogni anno più di quattro milioni di turisti comunica soprattutto il carattere ludico e leggero della sua evoluzione in forma post-moderna". E così, compresi nella fantasmagoria di questo occhio luccicante, scrutiamo oggi dall'alto una città dove gli edifici «appaiono disposti come se fossero enormi sculture di carta che spuntano fuori da *un libro pop sulla vita urbana*».

#### RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- AUGÉ M. (1999), "La città tra immaginario e finzione" in Id., *Disneyland e altri non luoghi*, Bollati Boringhieri, Torino.
- BARTHES R. (1998), "La Tour Eiffel", in Id. *Scritti. Società, testo, comunicazione*, a cura di G. Marrone, Einaudi, Torino.
- BENJAMIN W. (1992), *Parigi Capitale del XIX secolo*, a cura di Agamben G., Einaudi, Torino.
- BERTINETTI R. (2007), *Londra. Viaggio in una metropoli che non si ferma mai*, Einaudi, Torino.
- COLAIACOMO P. e V.C. CARATOZZOLO (1996), *La Londra dei Beatles*, Editori Riuniti, Roma.
- DÉBORD G. (2001), *La società dello spettacolo*, Baldini&Castoldi, Milano.
- DE STASIO C. (1995), "The Great Exhibition. Un *pageant* per i tempi moderni", in Pagetti C. (a cura di), *La città senza confine*, Bulzoni, Roma.
- DRIVER F., GILBERT D. (a cura di) (2003), *Imperial Cities*, Manchester University Press, Manchester.
- DORÉ G. (2004), *Dore's London — All 180 illustrations from London, A Pilgrimage*, Dover Publications Inc, New York.
- DUDGEON P., ACKROYD P. (1994), *Dickens's London. An Imaginative Vision*, Headline Book Publishing, Londra.
- GILBERT D. (1998), *London in all its Glory — or How to Enjoy London: Imperial London in its Tourist Guidebooks*, Imperial Cities Project Working Papers, n. 7, Dept. of Geography, Royal Holloway University of London, Londra.

GREENHALGH P. (1988), *Ephemeral Vistas. 1851-1939*, Manchester University Press, Manchester.

HOMANS M., MUNICH A. (a cura di) (1997), *Remaking Queen Victoria*, Cambridge University Press, Cambridge.

MAKDISI S. (1998), *Romantic Imperialism – Universal Empire and the Culture of Modernity*, Cambridge University Press, Cambridge, UK.

MAYHEW H. (1861), *London Labour and the London Poor*, Londra.

PAGETTI C. (a cura di) (1994), *L'Impero di carta*, La Nuova Italia Scientifica, Roma.

PIGGOTT J.R. (2004), *Palace of the People – The Crystal Palace at Sydenham. 1854-1936*, Hurst and Co, Londra.

PORTER R. (1994), *London. A Social History*, Penguin Books, Londra.

PULLMAN CAR COMPANY (1937), *London The Wonder City*, Londra.

REEVES G. (2004), *Palace of the People*, Bromley Local Histories, 3, Bromley Libraries, The London Borough, Londra.

RICHARD T. (1991), *The Commodity Culture of Victorian Britain*, Verso, Londra.

ROSE S. e ROBINSON M. (2007), *Eye. The Story Behind the London Eye*, Black Dog Publishing, Londra.

SIMMEL G. (2003), "La metropoli e la vita dello spirito", in Id. *Ventura e sventura della modernità. Antologia di scritti sociologici*, a cura di Alferi P., Rutigliano R., Bollati Boringhieri, Torino.

WHITE J. (2008), *London in the 20th Century – A City and its People*, Vintage Books, Londra.

WILLIAMS R. (1985), *The Country and the City*, The Hogarth Press, Londra.

WORDSWORTH W. (1990), *Il Preludio*, trad. e cura di M. Bacigalupo, Mondadori, Milano.