

Introduzione Cos'è Green?

Gaetano Licata

La Facoltà di Architettura di Palermo, insieme ad altre tre Università italiane (Milano, Napoli e Venezia), è stata invitata dalla rivista INTERNI a partecipare al concorso per studenti Costruire Green Life. In gennaio si è svolto il workshop (coordinatore: Prof. Gaetano Licata; tutors: Pietro Airoidi e Michele Cammarata) che ha portato alla redazione di quattro progetti. Questa occasione ha generato uno spazio di lavoro che ha coinvolto diverse persone nella riflessione: "Cos'è green?". L'occasione di mettere in mostra i risultati ha prodotto un allestimento che continua ex-post a porre sempre la stessa domanda.

Da qualche tempo le molte serie questioni ambientali, il rapporto con le limitate risorse energetiche e tutti gli sforzi verso una nuova consapevolezza del rapporto della società nei riguardi della Natura, vengono riassunti in una sorta di nuovo concetto che va sotto il nome di *green*, che supera termini più scientifici ma inflazionati, come sostenibilità, o quelli più politici come ecologia. In questo rinnovo linguistico sta il rischio che si dia vita ad una sorta di *blob* informale e nebuloso che tutto contiene, ma che invece di precisare fa aumentare la confusione. Allo stesso tempo però ne risulta un certo alleggerimento del tema, che fa avvicinare tutti i suoi contenuti per leggerezza e transitorietà a quelli di una moda, che in quanto tale il tempo potrebbe presto portarsi via: *green-economy*, *green-life*, *green-housing*, *green-power*, *green-tower*, *green-energy*. . . Ma invece è da registrare il contrario. Nei decenni scorsi, diciamo a partire dalle prime crisi petrolifere degli anni settanta che ci costrinsero le domeniche a lasciare a casa le automobili, nelle civiltà occidentali prima, e man mano anche nel resto del mondo, la questione ambientale è avanzata in posizioni di priorità sempre più elevate: conferenze sull'ambiente, nascono nuove istituzioni di controllo, osservatori e protocolli d'intesa che misurano sempre più la rilevanza e dimensione transnazionale. Che questo tema possa diventare veramente di moda o che lo sia già, porterebbe con sé anche dei vantaggi, ma questo solo se intendiamo come moda «un cambio di percezione, dove noi vediamo le stesse cose che già prima vedevamo, ma sotto altri aspetti, secondo altri nessi»¹. Primo vantaggio tra tutti è una certa garanzia di diffusione e se vogliamo anche di volgarizzazione dei suoi contenuti o messaggi. La questione ambientale, proprio per la sua gravità

e vastità di scala planetaria è allo stesso tempo un problema diffuso e capillare, che investe ognuno, e proprio per questo affrontabile solo con grandi numeri e con cambiamenti che investono tutti. Ma non è forse proprio di questo diffuso alleggerimento che la complessità di questo tema necessita, specialmente se si vuole avere, attraverso un coinvolgimento di massa, una minima speranza nella riuscita di questa scommessa su un cambiamento paradigmatico nel rapporto con le risorse naturali, e che secondo alcune previsioni catastrofistiche potrebbe avere in palio addirittura la continuità della nostra specie?

In quest'ottica del cavalcare coscientemente l'onda *green*, la prima cosa che si può fare è proprio chiedersi per successive approssimazioni cosa *green* sia, e a seconda della formulazione di queste domande di avvicinamento, e non tanto delle risposte, si comincia a filtrare cosa *green* dovrebbe o potrebbe essere. Alla prima domanda se *green* sia moda? Sì. Ma non solo.

È *green* un ritorno nostalgico alla natura?

Fenomeni come il *new urbanism*, le visioni nostalgiche di Krier non a caso sviluppate per il principe Carlo d'Inghilterra, mirano ad un ritorno alla dimensione medievale delle città, una specie di ritorno al passato, con la motivazione che ciò è a misura d'uomo, di più che vivere in una metropoli o al trentesimo piano. Ma questo atteggiamento, fondato sulla cultura della conservazione, produce un ritorno alla natura strano, fatto di case basse, strade strette e sinuose, ma senza latrine e con le automobili! Inoltre è generatrice di tutte quelle norme rassicurative emanate da organi che dovrebbero soprintendere alla cultura di Stato e che non devono far vedere che il tempo passi.

È *green* la lentezza?

Certo, una dimensione temporale meno accelerata della nostra, porta con sé un tempo di osservazione, riflessione, che non per forza ci porta a ponderazione o a fare sempre le cose più giuste. Ma il prendere tempo è dei processi naturali, della crescita, dei ritmi stagionali, del ripetersi di condizioni a scadenze precise.

È *green* la sostenibilità?

Una certa pesantezza circonda il termine sostenibilità, ormai onnipresente e diventato luogo comune. Il designer molecolare Michael Braungart ritiene che la sostenibilità sia un atteggiamento tollerante verso la distruzione del pianeta, il che è dannoso per un vero cambio di paradigma nel rapporto con l'ambiente. Dire "Proteggete l'ambiente. Usate meno l'automobile"² corrisponde a dire "Proteggete i vostri figli. Picchiateli meno spesso!". Quella della sostenibilità sembra quindi l'accettazione di un lento morire.

È *green* la responsabilità?

Una nuova forma di responsabilità è necessaria. L'argomento secondo il quale "Ogni decisione deve essere presa dagli stessi soggetti che ne subiscono le conseguenze"³ risulta oggi obsoleta. E se le decisioni prese investono il futuro di generazioni ancora non viventi nel momento della decisione stessa, che si fa? Chi difende chi non c'è ancora? La situazione attuale di alcuni contesti industriali con altissimo tasso di inquinamento fa sì che i figli o nipoti subiscano irrimediabilmente le decisioni prese dai padri e dai nonni. Egoisticamente si potrebbe glissare sostenendo che chi verrà dopo di noi sarà intelligente a sufficienza per risolvere i problemi che si presenteranno. Ma questa non è una risposta, è declinare proprio la responsabilità.

È *green* la trasformazione?

Solo con il semplice atto di allungare il ciclo di vita a ciò che già esiste, uscendo dalla tanto diffusa logica che solo apparentemente ci fa sentire in uno stato di libertà di usare e di gettare, è sicuramente una delle possibilità. Tra l'altro ciò corrisponde sempre ad un risparmio. In un edificio vi sono parti che diventano più velocemente obsolete di altre, un po' come nelle macchine che basta sostituire o aggiornare. Se applichiamo questo principio alle città significa densificare, far sì che tutte quelle parti infrastrutturali vengano utilizzate al massimo delle capacità: le strade, i servizi a rete. Se lo applichiamo agli oggetti si può arrivare alla non produzione di oggetti, e quindi alla riduzione in origine del problema dell'energia necessaria a produrli ex-novo e poi dell'energia per smaltirli. Per dare un numero

delle dimensioni della filosofia *usa e getta*: ogni anno si producono 10 miliardi di rasoi *usa e getta*, che corrispondono a 250 mila tonnellate di acciaio.

È *green* il design?

Se per design intendiamo tutta quella parte invisibile di un progetto, che regola o ancora meglio induce comportamenti, per differenza verso tutto il design che trova la sua ragione di essere solo nella sua diretta visibilità, forse abbiamo in mano una chiave di lettura di possibilità. Il miglioramento del rapporto con le nostre risorse ci viene di solito richiesto attraverso l'uso di nuovi prodotti, che già in quanto nuovi ed in sostituzione di prodotti precedenti stanno fuori dalla logica del *green*. Il design invisibile⁴, nel caso del *green*, necessita di nuovi presupposti, di nuove motivazioni, che portano a nuovi oggetti o sistemi di relazioni tra le persone e tra le persone e le cose che generano o trasformano cose precedenti, con una percezione appunto cambiata verso nuove necessità, oggetti case o macchine, al di là di ogni retorica formale. È cioè necessario per meglio rispondere ad una condizione di limitatezza, di non obbligatoria crescita, di lentezza, che ha bisogno di operazioni di piccola rottura, anche all'interno delle rigide discipline scientifiche.

Ma chi fa oggi le cose più *green*?

Quelli che arrivano a scoperte più importanti sono attori trasversali, nuove figure: sono designer di materiali autoestinguenti, ingegneri biogenetici che producono batteri *netturbin*, botanici che creano piante che puliscono le acque inquinate, nanotecnologi che calcolano in tempo reali flussi di movimento e di traffico, scienziati che calcolano l'energia che si risparmierebbe solo dipingendo i tetti di bianco e restituendo all'atmosfera calore. . .

Parallelamente alla ricerca scientifica senza una diffusione di nuovi comportamenti di grandi masse di popolazione, la sfida del *green* è destinata ad essere sempre in salita. E se a fare un vero passaggio culturale aiuta il *green* come moda, o come slogan. . . perché no? Magari diventasse di moda andare in bici, invece di avere un SUV.

¹ Lucius Burckhardt, *Ökologie – nur eine Mode?*, in: *Die Kinder fressen ihre Revolution*, Köln 1985, pp. 220-224.

² Annuncio dell'Ente tedesco per la Protezione Ambientale, citato in *La sostenibilità è noiosa*, di Michael Braungart, *Abitare*, n. 482/2008, p. 126.

³ Vittorio Hoesli, *Filosofia della crisi ecologica*, Torino 1992, p. 146.

⁴ Lucius Burckhardt, *Per un design invisibile*, in: *D'Arts*, n. 103/1983. Originale in tedesco: *Design ist unsichtbar*, in: *Die Kinder fressen ihre Revolution*, Köln 1985, pp. 42-48.