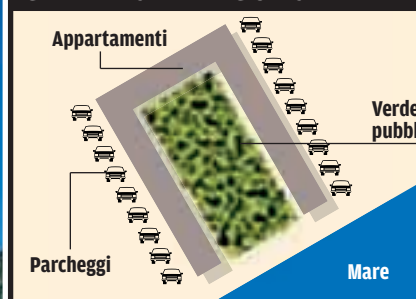



IL DISEGNO CHE HA CAMBIATO UN'EX AREA INDUSTRIALE


FERRO DI CAVALLO Nel disegno e nella veduta aerea di Arabianranta, si evidenzia la particolare struttura a «ferro di cavallo». A sinistra, il caffè nell'ex fabbrica Arabia: il nome è cambiato ma l'insegna è rimasta

HELSINKI

Ecco Arabianranta, il quartiere futuro dove si scopre come vivremo domani

Università, conservatorio, gallerie: a Helsinki c'è un paradiso per i «creativi».

Con prezzi calmierati e case popolari di lusso. Insomma, tutto ciò che serve per realizzare il sogno della felicità urbana. E soprattutto gli abitanti collegati grazie al **Web** per favorire i rapporti tra i vicini

dal nostro inviato **RICCARDO STAGLIANÒ**

HELSINKI. Nel laboratorio a cielo aperto di Arabianranta si lavora alla costruzione del quartiere perfetto. Tra gli ingredienti principali, arte e tecnologia, impastati come una volta qui plasmavano vetro e argilla per ricavarne le tazze e i vasi che hanno reso celebre la zona. Il lievito, in tacito ossequio alle teorie di Richard Florida, per cui prosperano sono quelle società

che puntano sulla classe creativa, è la cultura. Così, oltre a banda larga per tutti e quadri e statue in condomini e giardinetti, per riqualificare l'ex area industriale sino alla fine degli anni 90 prediletta dai barboni, l'hanno irrorata di università. Prima fra tutte quella di arte e design della capitale, capofila del progetto che Michael Joroff, professore al Massachusetts Institute of Technology appena arrivato da

Boston per studiarlo da vicino, definisce «il più interessante del mondo». La punta più avanzata tra quella dozzina di eccellenze dette New Century Cities, la *champions league* delle città meglio attrezzate per accogliere il futuro.

A renderla materia di studio nelle facoltà di urbanistica internazionali è stato soprattutto il fatto di aver provato a usare internet per interessare nuove forme di relazioni tra vicini di casa. Essere stata, in qualche modo, una Facebook *ante litteram* a maggior coefficiente di realtà. Dove la gente si annusava online, vedeva la fotina e magari, quando poi si incontrava al

FORME Nella foto grande, un edificio scolastico del quartiere. A sinistra, un impianto sportivo e il tram, «mezzo ecologico» in uso ad Arabianranta. Sotto, Michael Joroff, docente del Mit



supermercato, sapeva già con chi aveva più cose in comune, anche solo per una chiacchierata in fila alla cassa. L'idea era così glamour che il mensile *Wired* le dedicò un reportage pieno di superlativi già sette anni fa in cui fantasticava dell'Helsinki Virtual Village (all'epoca si chiamava così) dove «il tuo cellulare è il tuo browser a larga banda, un portafogli elettronico e un passaporto alla comunità senza fili del futuro. E i tuoi concittadini sono il contenuto, 24 ore al giorno». Si immaginava che ciascuno mettesse in rete il proprio profilo, con gusti e idiosincrasie, e che quindi se dicevi che ti piaceva

il cinema francese il sistema onnisciente ti avvisava con un sms che in un minuscolo cineforum rionale proiettavano Truffaut.

Al netto dello spiccato ottimismo della volontà del reporter, l'esperimento resta uno dei più avanzati nel miscelare bit e mattoni per ottenere felicità urbana. Rispetto al '96, quando la municipalità decise di investire, varie cose sono cambiate. «Intanto non si chiama più Helsinki Virtual Village ma Arabianranta, e non è cosmese linguistica» spiega Kari Halinen, uno dei manager a capo del progetto, nel caffè dell'ex fabbrica Arabia alla quale è toccato

LE ALTRE «CITTÀ IDEALI»

cambiare nome a sua volta in Litta-
la perché dopo l'11 settembre era
diventato arduo piazzare all'este-
ro il logo originario «oggi la tecno-
logia la diamo per scontata, negli
edifici che abbiamo costruito è natu-
rale come l'acqua dal rubinetto
e l'elettricità dalla presa. Al punto
che la gente di qui scarica una
quantità di dati tre volte superiore
alla media nazionale (già una delle
più alte d'Europa). L'ac-
cento è sempre più sulla
creatività che essa aiuta
ad esprimere. E sul de-
sign». Ad Arabianranta
abita già la stragrande
maggioranza delle 10 mila
persone, più 13 mila stu-
denti e 7 mila lavoratori,
che dovrebbero popolarla
a lavori completati, nel
2010. Il Comune ha voluto mante-
nere la proprietà dei terreni per
influire molto su piano regolatore
e su prezzo di affitti e vendite. Ri-
sultato: non si sono mai viste case
popolari così belle. A prezzi di
mercato si comprano apparta-
menti vista mare sui 4-5000 euro
al metro quadro, che scendono a 2-
3000 a canone calmierato. E la
condizione imprescindibile, per i
costruttori, è di investire l'1-2 per
cento della commessa in opere
d'arte per la collettività.

«Questa specie di affresco indu-
striale è una tecnica brevettata da
un artista locale» spiega Timo Hei-
kkinen, indicando il muro color
terra di Siena dell'ingresso del suo
palazzo. Ricercatore di urbanisti-
ca, è al tempo stesso cavia e stu-
dioso di questo esperimento socia-
le. «È bellissimo vivere qui» dice,
nel calduccio di un bel salotto con
enormi finestre tutte vetri che si
aprono sul giardino in comune,
«soprattutto se hai bambini come
noi. La più grande va a scuola di



1



2

1) Il quartiere di Sangam, presso Seul, nella Corea del Sud. A Sangam c'è anche lo Stadio dei Mondiali 2002

2) Il quartiere One-North Fusionopolis, a Singapore

3) Uno scorcio di Abu Dhabi Media City, realizzata negli Emirati Arabi Uniti



3

piano al conservatorio dietro l'angolo, altro partner del progetto. La piccola gioca nel parco condominiale, separato dalle strade e dalle auto». Tutte e due, per la cronaca, smanettano su un videogame online mentre i genitori sono distratti dall'ospite italiano. Fluido come l'acqua con una connessione a 10 megabit al secondo. Compresa nelle spese condominiali. Ogni edificio ha il proprio sito e un moderatore, una sorta di cyber-amministratore di condominio. È lì che si discute di cose tanto prosaiche quanto essenziali. «Questo tipo racconta la rapina che ha subito e dà consigli su come rinforzare le serrature. Quest'altro spiega come si è liberato di una spiacevole invasione di insetti. Qui ci sono nuove istruzioni per la raccolta differenziata. Qui un invito per il picnic». Avrebbe sperato in qualcosa di più: «Ci avevano detto: i contenuti sarete voi, saranno un sottoprodotto digitale delle vostre vite. E che avremo testato chissà quali nuovi apparecchi interattivi: stiamo ancora aspettando».

Poco lontano, nei quartieri di Maunula ed Herttoniemi, è da poco partita Ubiquitous Helsinki.

Dal portale rionale si può vedere e prenotare l'asilo per i bimbi, che sembra niente ma può essere tutto, come fanno i neo-genitori, ma anche consultare il calendario degli eventi locali. «Una volta creato il proprio profilo» spiega Sirkku Wallin, sociologa urbana alla Helsinki University of Technology, «un motore di ricerca "semantico" passa al setaccio notizie e informazioni che riguardano la zona e le associa alle caratteristiche della persona, proponendogliele».

Il parroco di Maunula ci ha preso gusto e mette in rete, attraverso un'interfaccia semplicissima, l'orario delle prove del coro della chiesa. «Si può sapere tutto sulla vita del quartiere in un posto solo» dice orgogliosa la diafana studiosa e, per dimostrare che questa volta non si tratta di promesse precoci alla *Wi-red*, tira fuori il cellulare e si collega. Per stasera il menu suggerisce un paio di concerti. «Sui 12 mila abitanti di Herttoniemi solo il 3-4 per cento è attivo, nel senso che produce contenuti oltre che consumarli. Ma è un numero che crescerà come gli utenti di YouTube». Basta ridurre la difficoltà d'uso e rendere ubiqua, prima di tutto, la connessione. Come ad Arabianranta.

A novembre qui l'escursione è minima, tra gli zero gradi e i meno sette. Poter interagire sulla rete ha un'urgenza diversa che a Palermo o Barcellona. A un certo punto imperversava il dibattito su cosa i condomini avrebbero voluto mettere al posto di un negozio appena chiuso nella corte interna, racconta Heikkinen. «C'era uno, tal *sexyhacker*, che insisteva per un locale di massaggi. Tailandesi. E non sono ancora sicuro di aver capito chi sia». Magari dal vivo avrebbe detto, come tutti gli altri, «una pizzeria».

RICCARDO STAGLIANÒ ✕