



l'anima della città

di Walter Comello

Luci e stelle

Com'è cambiata la nostra città! Ma è cambiata perché noi siamo cambiati o noi siamo cambiati perché lei è cambiata? Una kermesse di eventi ogni fine settimana, uno diverso dall'altro, ma intensamente coinvolgenti, per un turismo di qualità attratto pretestuosamente da questo o quell'interesse, ma soprattutto curioso ed entusiasmabile. Un turismo che sceglie con cura alberghi, appartamenti e ristoranti, che compra prima di partire dalla città di provenienza biglietti per mostre, eventi, musei e spettacoli. Un turismo sedotto dall'eleganza del nostro Barocco, dai nostri portici e dal tanto tutto insieme ad ogni angolo di strada. Un turismo attratto dalle vetrine, per questo sempre più belle, dei negozi, che acquista prodotti d'eccellenza e orgogliosamente li mostrerà o li farà assaggiare, facendo di questi per la nostra città strumenti di nuove conquiste. Un turismo allegro, positivo, entusiasta, che semina sorrisi negli abitanti. Un turismo che torna stupito dell'accoglienza dei torinesi, descritti come eleganti, gioviali, accoglienti, geniali. I torinesi si sono fatti da tempo orgogliosi come i romani, buon-temponi come i napoletani, loquaci come i fiorentini, festaioli come i milanesi, creativi

come solo loro sanno essere. E se un tempo erano già grandi inventori, ma si facevano rapire le idee, ora le sanno rivendicare senza pagarne il riscatto. Una città di creativi che si fa capitale e riferimento internazionale della creatività nella musica, nel food, nell'arte, nel cinema, in ogni forma dell'intelletto. *Luci d'Artista* non è più una serie di installazioni luminose in prossimità del Natale, ma il *pay off* e la cornice della città in cui tutto si fa arte. Vi è un gran fermento, le strade sono ordinatamente affollate di gente che sembra conoscere il proprio destino; ogni spettacolo va esaurito, i ristoranti sono affollati e le vetrine sono addobbate con luci e festoni natalizi dalla mattina successiva alla notte di Halloween. Le palline da tennis hanno indossato i lustrini e hanno acceso le luci di una voglia di vita che ardeva sotto la cenere e che non sapeva più aspettare. È il tempo della rivalse anche per le agenzie di viaggio, tutto prenotato per ogni destinazione. Mari, spiagge, montagne, neve, sole, palme o profumo del mosto selvatico, basta andare. È la rivincita dei musicisti applauditi come non mai perché portatori sani di energia. Gli chef sono cercati più di un centravanti per vincere la Coppa Cam-

pioni. Le guerre e le pandemie appaiono lontane nello spazio e nel tempo e nessuno ne vuol più sentir parlare. È la conseguenza ultima dell'effetto nocebo, dopo la paura che determina la fuga o l'effetto *freezing* che impedisce ogni forma dell'intraprendere, arriva l'assuefazione al male che lo derubrica dalla coscienza. Il senso di impotenza diventa sollevare e poi un voltare le spalle per cercare la qualità della vita in ogni giorno che a questa dà il senso. Per questo la pazienza scarseggia e le aspettative aumentano. Non si bada a spese, ma il bello e il buono si fanno dogma. L'essere unici e speciali prima era un'ambizione, ora è un'esigenza. In tutto questo si enfatizza però un antico difetto nazionale, ma localmente ancor più sentito, la difficoltà di lavorare insieme, di fare rete. Certo sarebbe un passaggio strategicamente importante, ma come può un artista, un inventore, un creativo, che per sua natura eccelle e brilla di luce propria, condividere uno spazio nel cielo che farebbe apparire meno luminosa la propria stella? Come scriveva Bruce Barton, «*mai nulla di splendido è stato realizzato se non da chi ha osato credere che dentro di sé ci fosse qualcosa di più grande delle circostanze*».