

Esterni urbani contemporanei

Original

Esterni urbani contemporanei / Germak, Claudio - In: Uomo al centro del progetto / Germak C.. - STAMPA. - TORINO : UMBERTO ALLEMANDI & C., 2008. - ISBN 9788842216292. - pp. 86-109

Availability:

This version is available at: 11583/1840149 since: 2016-09-08T10:01:07Z

Publisher:

UMBERTO ALLEMANDI & C.

Published

DOI:

Terms of use:

This article is made available under terms and conditions as specified in the corresponding bibliographic description in the repository

Publisher copyright

(Article begins on next page)

In un mondo sempre più affollato di prodotti, il design deve farsi portatore di un nuovo e più complesso approccio, attento al contesto e orientato all'uomo quale destinatario dichiarato del processo di progettazione. Un approccio generatore di visioni attuali e trasversali, che richiedono di essere sviluppate ed elaborate in collaborazione con altri saperi. Tale atteggiamento è condiviso dalla ricerca universitaria torinese a diversi livelli, dall'epistemologico al metodologico, e in diversi ambiti di progetto: il design sistemico, il design per la valorizzazione dei beni culturali, il design degli esterni urbani contemporanei, il design virtuale. Nel volume *Uomo al centro del progetto*, tali direzioni della ricerca, intesa come attività di sperimentazione continua e come disciplina rivolta all'uomo e alle sue esigenze, sono presentate in forma di saggi tematici corredati di un repertorio di casi-studio. Il volume è il contributo del Politecnico di Torino al dibattito sul Design in occasione dell'evento Torino 2008 World Design Capital.

In a world increasingly flooded with products, design must be the herald of a new, more complex approach, attentive to context and oriented towards man as the declared object of the design process. This generates current and transverse views, which need to be developed and elaborated in coordination with other disciplines. Such an approach is shared by Turin university research at various levels, from the epistemological to the methodological, and in various spheres of design: systemic design, design for the upgrading of cultural assets, design of contemporary urban exteriors, virtual design. In *Man at the Centre of the Project*, such lines of research, intended as ongoing experimentation and discipline directed towards man and his needs, are presented in the form of thematic essays with a selection of case studies. The book is the Politecnico of Turin's contribution to the Design debate on the occasion of Torino 2008 World Design Capital.



UOMO

AL CENTRO DEL PROGETTO

Design per un nuovo umanesimo

MAN

AT THE CENTRE OF THE PROJECT

Design for a New Humanism

Allemandi & C.

Uomo al centro del progetto
Design per un nuovo umanesimo
Man at the Centre of the Project
Design for a New Humanism

A CURA DI / EDITED BY
CLAUDIO GERMAK

SAGGI DI / ESSAYS BY
LUIGI BISTAGNINO
FLAVIANO CELASCHI
CLAUDIO GERMAK

UMBERTO ALLEMANDI & C.
TORINO ~ LONDRA ~ VENEZIA ~ NEW YORK

Sommario / Contents

Il volume è stato realizzato nell'ambito del progetto Rafforzamento Lauree Professione di I° livello finanziato dalla Regione Piemonte a valere su risorse del Fondo Sociale Europeo



REGIONE
PIEMONTE

Ministero del Lavoro
e delle Politiche Sociali
Ufficio Centrale OIPL



Gruppo di lavoro / Work team

LUIGI BISTAGNINO
FLAVIANO CELASCHI
CLAUDIO GERMAK
CLAUDIA DE GIORGI
PIER PAOLO PERUCCIO
PAOLO TAMBORRINI
FABRIZIO VALPREDÀ
CRISTINA ALLIONE
SILVIA BARBERO
MARCO BOZZOLA
CRISTIAN CAMPAGNARO
CLARA CEPPA
BRUNELLA COZZO
ANGELA DE MARCO
FRANCO FASSIO
PAOLO MACCARRONE
GIAN PAOLO MARINO
ANDREA VIRANO
ALESSANDRA RASETTI
RICCARDO VICENTINI
ALESSANDRO BALBO
SERGIO CORSARO
ANDREA DI SALVO
VASSILIA GALLIO
BEATRICE LERMA
LIDIA SIGNORI
CARLOTTA MONTANERA
DIPRADI (Dipartimento
di Progettazione Architettonica
e di Disegno Industriale)
Politecnico di Torino

CLAUDIO GERMAK	CLAUDIO GERMAK E CLAUDIA DE GIORGI
4 Introduzione	53 Design dell'esplorazione (Exploring Design)
6 Introduction	Exploring Design
LUIGI BISTAGNINO	LUIGI BISTAGNINO
9 Design per un nuovo umanesimo	71 Complessità virtuale, banalità reale
Design for a New Humanism	Virtual Complexity, Real Triviality
FLAVIANO CELASCHI	CLAUDIO GERMAK
19 Il design come mediatore tra saperi.	86 Esterni urbani contemporanei
L'integrazione delle conoscenze	Contemporary Urban Exteriors
nella formazione del designer contemporaneo	
Design as Mediation Between Areas	Addenda
of Knowledge. The integration of knowledge	PIER PAOLO PERUCCIO (a cura di)
in the training of contemporary designers	112 Casi studio / Applicazioni
LUIGI BISTAGNINO	Case studies / Applications
32 Innovare: in che modo?	152 Glossario / Glossary
Innovate, But How?	
FLAVIANO CELASCHI	
40 Design mediatore tra bisogni. La cultura	
del progetto tra arte-scienza e problemi	
quotidiani: l'esempio dei beni culturali	
Design as Mediator of Needs. Design culture	
between art-science and everyday problems:	
the example of cultural heritage	

Esterni urbani contemporanei

CLAUDIO GERMAK

I. LO SPAZIO PUBBLICO

Fino a quando le società e le economie delle società instauravano rapporti semplici con la città anche la forma, l'immagine e il modo di comunicare della città erano semplici.

Il suo spazio pubblico si riproduceva e veniva modellato su esigenze semplici: grandi piazze per le parate militari, viali per i cortei regali o per un miglior controllo delle masse agitate, giardini per i nobili, giardini minori per il *loisir* della popolazione, ampi spazi per i mercati, strade adeguate allo sviluppo della mobilità.

Nella cultura occidentale, pertanto, le diverse soluzioni sono il prodotto di un concetto di urbanità che identifica nello spazio pubblico l'insieme di luoghi fruibili da tutti, ma secondo uno schema di regole pensate dall'autorità pubblica.

Il governo locale organizza lo spazio pubblico secondo regole diverse, epoca per epoca, in ragione dell'architettura, della mobilità, delle relazioni e del commercio.

Come l'**architettura** spontanea è, ad esempio, la matrice delle trame urbane medioevali, così l'architettura del principe nel rinascimento costruisce spazi organizzati per celebrare attraverso la composizione visiva il potere (Rossellino a Pienza, Michelangelo al Campidoglio).

Nel XIX secolo, la nuova trama della Parigi moderna, dove le strade si allargano diventando spazi di **relazione** (l'idea è del barone Eugène Hausmann, prefetto del-

Contemporary Urban Exteriors

CLAUDIO GERMAK

I. PUBLIC SPACES

For as long as societies and their economies established simple relationships with cities, the forms, images and ways that cities used to communicate were not very complicated.

Their public spaces were reproduced and modelled on simple requirements: large squares for military parades, avenues for royal processions or for greater control over angry crowds, parks for the aristocracy, smaller gardens for the population's leisure time, large areas for markets, and streets suited to the development of mobility. In Western culture, the various solutions were therefore the product of a concept of built-up areas that considered public spaces to be all those places that could be used by everyone in accordance with a series of rules devised by the public authorities.

In each age, local government has organised public spaces according to different rules, based on architecture, mobility, relationships and trade.

Just as spontaneous **architecture**, for example, formed urban layouts in the Middle Ages, so the prince's architect in the Renaissance created areas for celebrating power through visual composition (Rossellino in Pienza, Michelangelo on the Capitol).

In the nineteenth century, the new layout of modern Paris took shape. The streets were widened and became areas of **relationships** (the idea was put forward by Baron Eugène Hausmann, prefect of the Seine district), using the demolition of the mediaeval areas to conceal the need for large open spaces that would be

la Senna), cela nelle demolizioni del tessuto medioevale la necessità di ampi spazi, facili da controllare e da adibirsi al passeggio quotidiano, non solo riservato alla nobiltà ma aperto anche alla classe borghese, compiaciuta delle nuove ed eleganti attrezzature di arredo (sedute, padiglioni, chioschi, fontane, illuminazione, ecc.).

A cavallo del XX secolo, l'immagine futuribile meccanicistica e tecnologica della città che funziona¹ si riflette sul suo spazio pubblico che diventa il luogo della **mobilità** (pubblica e privata) e delle attrezzature per la comunicazione e di servizio funzionale al cittadino. In seguito, la necessità di organizzare il connettivo urbano diventa problematica sociale e oggetto di studio urbanistico. Nei primi anni trenta del Novecento Tony Garnier e poi Le Corbusier adattano lo spazio pubblico al modello del costruito delle nuove città, definendolo spazio di mediazione tra il costruito, iconografico e utopistico allo stesso tempo: nella nota *ville radiuse*, i «pilotis» della città-giardino definiscono uno spazio semipubblico, transizione della trama naturalistica verso l'intimità degli interni.

Tutto ciò mentre il **commercio** assume nella città un'immagine sempre più strutturata, origine o riconversione di interi comparti urbani: dal mercato di Covent Garden e il quartiere di Portobello a Londra agli odierni *outlets*, villaggi artificiali dell'oblio commerciale.

Lo spazio pubblico, pertanto, dà forma alla struttura spaziale che collega le aree private, favorisce o codifica le loro relazioni, il commercio, l'espressione della vita comunitaria e di alcune forme di libertà e di conflitti. Lo spazio pubblico come oggetto di studio e di riflessione teorica è però un concetto recente. Prende avvio alla fine degli anni cinquanta in funzione di un duplice problema: la ricostruzione della città dopo le distruzioni belliche e l'esigenza di recupero di un'identità non riconoscibile nelle città in forte sviluppo demografico.

easy to control and that could be used for leisurely promenades. They were not just for the nobility, but were also open to the middle classes, who appreciated the new and elegant furnishings (seats, pavilions, kiosks, fountains, lighting, etc.).

At the turn of the twentieth century, the mechanistic and technological image of a possible future city¹ was reflected in its public spaces, which became areas of public and private **mobility** and for means of communication and services for the populace.

Later on, the need to organise urban connectivity became a social problem and the subject of town-planning studies. In the 1930s, Tony Garnier and then Le Corbusier adapted public spaces to the way that new cities were built, defining an area of intermediation between buildings, which was both iconographic and utopian: in the famous *ville radiuse*, the raised-pier system of the garden city forms a semi-public transitional space between the natural fabric and the intimacy of the interiors.

All this took place while **trade** was acquiring an increasingly structured form in the city, giving rise to or converting entire urban sectors: from the market at Covent Garden and the Portobello district in London to present-day sales outlets in nondescript artificial shopping villages.

Public spaces thus shaped the spatial structure that connects private areas, encouraging or encoding their relationships, as trade became an expression of community life and of some forms of freedom and conflict. Public space as the subject of study and theory is however a recent concept. It started up in the late 1950s around a twofold problem: the reconstruction of cities after the war and the need to restore an identity that was no longer recognisable in cities that were rapidly expanding in terms of their population.

On the one hand, we find Gordon Cullen's pictur-

Da un lato, la visione pittoresca ma allo stesso tempo ricca di riferimenti progettuali di Gordon Cullen, che dalle pagine della rivista «Architectural Review» propone un nuovo concetto di *planning* (le città inglesi erano in fase di ricostruzione), inteso come strumento per l'ottimizzazione dell'ineguaglianza, di segno opposto allo *standard*, ottenibile attraverso il «distinguo», cioè attraverso la ricerca dell'identità di ogni singolo piccolo spazio pubblico nella città. Nello storico testo l'architetto inglese propone un'emplificazione vasta di soluzioni per il miglioramento della qualità dell'immagine dello spazio pubblico, in particolare in ambito storico, dove si muovono i primi passi della riqualificazione. A lui si devono le proposte di controllo della pubblicità intesa come forma di comunicazione, la sottrazione di spazi alla mobilità trasformati e rivalutati in spazi di relazione e la definizione di una **immagine di riferimento** del luogo specifico, in ordine alla quale indirizzare gli interventi sul paesaggio. Il merito di Cullen, pertanto, è quello di avere individuato per primo la necessità di interventi programmati sullo spazio pubblico in sintonia con l'immagine fisica e culturale del contesto (unica per ogni città e per ogni luogo di essa)². Dall'altro, la lungimirante visione di Kevin Lynch³ che con il termine **immagine della città** definisce ciò che dell'osservazione e della fruizione fisica e percettiva della città resta memorizzato. La proposta di Lynch, e da qui la sua attualità, si incentra sullo spazio pubblico come rete dei flussi, di genti, di funzioni e di relazioni.

Il testo esamina il carattere visivo della città americana, analizzandone l'immagine mentale percepita dai cittadini in relazione al grado di leggibilità (o chiarezza apparente) del paesaggio urbano. Ne derivano quattro considerazioni:

a) l'immagine ambientale è il risultato di un processo reciproco tra l'osservatore e il suo ambiente;

esque vision, which nevertheless has no lack of planning references. In the pages of the *Architectural Review*, he offered a new concept of planning (cities in Britain were undergoing reconstruction at the time), as a tool for optimising inequality, rather than by standardising. This was to be achieved by distinguishing aspects, in other words by studying the identity of every smallest public space in the city. In this historic essay, the English architect gave a wide-ranging illustration of solutions to improve the quality of the way public spaces are perceived, particularly in historical areas, where the first steps towards redevelopment were made. It was he who suggested controlling advertising as a form of communication, transforming areas devoted to mobility into areas of human relationships, and defining a **hallmark image** of a particular place, with guidelines for intervention on the landscape. Cullen's merit was therefore that he was the first to recognise the need for planning public spaces in harmony with the physical and cultural image of their context (which is unique in every city and in every part of it).²

On the other, there is the far-reaching vision of Kevin Lynch,³ who uses the term "image of the city" to refer to what remains in the mind after observation and after physical and perceptive use of the city. Lynch's proposal - and it is in this that he is so contemporary - focuses on public spaces as a network of flows, people, functions and relationships.

In the book he examines the visual aspects of American cities, analysing the local population's mental image of the degree of legibility (or apparent clarity) of the urban landscape. This leads to four considerations:

a) the environmental image is the result of a reciprocal process between the observer and his or her surroundings;

b) the environment suggests distinctions and relation-

b) l'ambiente suggerisce distinzioni e relazioni, l'osservatore - con grande adattabilità e per specifici propositi - seleziona, organizza, e attribuisce significati a ciò che vede;

c) l'immagine così sviluppata, limita e accentua ciò che è visto, mentre essa stessa viene messa alla prova rispetto alla percezione, filtrata in un processo di costante interazione;

d) l'immagine di una realtà può così variare notevolmente da un osservatore all'altro.

In conclusione, ciò di cui, secondo Lynch, ci si deve occupare è l'**immagine pubblica** della città, il quadro mentale comune che larghi strati della popolazione di una città portano con sé: aree di consenso che ci si può attendere insorgano nell'interazione tra una singola realtà fisica, una cultura comune e una eguale costituzione fisiologica e dove i cittadini non sono gli unici attori⁴.

Nel 1979 vi è l'intervento fondamentale di Christian Norberg-Schulz⁵, che con il termine **genius loci** afferma che prima di progettare qualsiasi spazio della città vanno cercati i riferimenti e i significati che lo sviluppo storico consegna al presente. E una seconda e ancora più importante intuizione, che già era stata di Calvino: tutte le città comunicano, così come tutti i luoghi all'interno della città, a prescindere dalla loro natura, **significano**.

Negli anni a seguire, ottanta e novanta, in più parti del mondo si sperimentano modelli di intervento (anche molto diversi tra loro) in funzione della **pedonalità diffusa**, attraverso la riappropriazione di spazi o dimenticati o sottratti ad altre funzioni giudicate non conciliabili con uno spazio urbano di qualità.

Si guarda ammirati all'esempio di Manhattan dove lo spazio pubblico penetra all'interno della città verticale occupando il *ground floor* dei grattacieli. Spazi curati nei minimi dettagli, allestiti con scenografie eclatanti

ships, and the observer - with great adaptability and for particular reasons - selects, organises, and attributes meaning to what he or she sees;

c) the image that is formed in this way limits and accentuates what is seen, and is itself put to the test in terms of perception, which is then filtered through a process of constant interaction;

d) the image of reality may therefore vary considerably from one observer to another.

To sum up, in Lynch's view, it is necessary to deal with the **public image** of the city - the general mental picture that large swathes of the population of a city have of it. These are areas of agreement that one might expect would emerge in the interaction between a single physical reality, a shared culture and a similar physiological constitution, in which the inhabitants are not the only players.⁴

In 1979 came Christian Norberg-Schulz's fundamental work,⁵ in which the term **genius loci** states that before designing any city space, it is necessary to seek out the references and meanings that historical development has given the present. And he puts forward an even more important insight, which had already been advanced by Italo Calvino: all cities communicate, just as all places within the city do, for quite apart from their particular nature, they **signify**.

Later on, in the 1980s and 1990s, a wide variety of models of intervention were experimented in various parts of the world to create **widespread pedestrianisation** by retaking possession of spaces that had been either forgotten or used for purposes that were not reconcilable with the needs of high-quality urban areas. One can only admire the example of Manhattan, where public space penetrates inside the vertical city, occupying the ground floors of skyscrapers. Places that are beautifully tended, with stunning and alienating designs, filled with tropical plants, fountains and wa-

ed estranianti, dense di specie vegetali tropicali, giochi d'acqua, lucidi pavimenti, immense altezze, il tutto in un «assordante» silenzio da museo.

Contemporaneamente, si plaude al coraggio di Rouen e subito dopo a tutta la Francia e ai Paesi dell'Europa del Nord, dove alla pedonalizzazione dei centri storici segue la riduzione del traffico per i quartieri residenziali, secondo i principi del *woonerf*⁶. Quindi, l'esempio di Barcellona (a partire dal 1983), forse il più concreto e il più eclatante per vastità e corposità: 3.000 miliardi di lire spesi in cinque anni per la riorganizzazione e la nuova dotazione di spazi pubblici nella città, pre e post-olimpica. Un campionario di interventi, non tutti riusciti, ma gestiti e coordinati, fino al dettaglio di design, da un unico piano.

Da questo momento, l'approccio al progetto dello spazio pubblico assume direzioni diverse:

↳ verso la **componente fisica** dello spazio come ambito di progetto per un paesaggio di qualità e riconoscibile identità;

↳ verso la **componente sociale** dello spazio, secondo la quale possono definirsi o ri-definirsi funzioni e immagini interpreti delle nuove esigenze e comportamenti urbani⁷.

2. NON, IPER, SUPER LUOGO

Contrariamente al **luogo**, denso di memoria storica e dotato di una propria identità strutturale, di immagini e delle relazioni, il **non luogo**, concetto introdotto da Marc Augé⁸, è uno spazio pubblico in cui si riproducono, pur in contesti diversi, codici di comportamento normati e ambienti con immagine standardizzata. Nel «non luogo» (catene alberghiere, centri commerciali, stazioni di servizio, ecc.), attraverso la ripetizione di funzioni e immagine organizzate secondo modelli di provata efficacia (stile internazionale), il singolo utente è guidato, insieme agli altri, in una esperien-

terfalls, gleaming floors, and immense heights, all in a deafening, museum-like silence.

At the same time, the courage of Rouen, and then of all France and northern European countries, was applauded, as the pedestrianisation of city centres was followed by a reduction of traffic in the residential districts, following the principles of *woonerf*.⁶ Then came Barcelona (as from 1983), possibly the most concrete and conspicuous example in terms of its size and substantiality: almost two million dollars were spent on reorganisation in five years, providing new public spaces in the city before and after the Olympics. There were a whole variety of operations, not all of them successful, but all carefully managed and coordinated, down to the last detail, by a single plan.

From that moment on, the approach to public-space planning branched out in different directions:

↳ towards the **physical aspects** of space as a planning area for quality design and a recognisable identity;

↳ towards the **social aspects** of space, in which functions and images that interpret new needs and urban behaviour can be defined or redefined.⁷

2. NON, HYPER, SUPER PLACES

Contrary to the **place**, with all its historical memory and its own identity in terms of structure, image and relationships, the **non-place**, a concept introduced by Marc Augé,⁸ is a public place in which regulated codes of behaviour and environments with a standardised image are reproduced, even though in different contexts. By repeating an image and functions in accordance with models that have proved to be effective (the international style), the “non-place” (hotel chains, shopping malls, service stations, etc.) leads the individual user, along with everybody else, into an experience that precisely because it repeats a known model may be viewed as protective and familiar. So, while

za che proprio per il ripetersi del modello può essere percepita come protettiva e familiare. Pertanto, se ai «luoghi» vengono riconosciuti tipicità, spontaneità, flessibilità, ai «non luoghi» si associano anonimato, regola e una certa rigidità.

Con il termine **iper luogo**, introdotto da Aldo Bonomi⁹ in riferimento ai grandi luoghi dell'intrattenimento, si discute della «dimensione altra» del luogo, mediatica e fantastica allo stesso tempo, alimentata dal mito che solo l'immaginario collettivo sa creare. Una dimensione postmoderna, la cui identità non ha nulla a che fare con il contesto e con il locale: una identità da **iper** o **super luogo**¹⁰.

A questa ultima accezione, in particolare, si dedicava la conferenza multidisciplinare «Contro l'architettura. Indagine sui Superluoghi e altre cose interessanti», attivata dal gruppo di ricerca coordinato da Stefano Boeri, dove si proponeva una lettura di luoghi molto noti e di attualità (ad esempio Ground Zero, Piazza Tiananmen, Guantanamo...) legati a eventi esterni di grande portata che li hanno resi parte della memoria collettiva: concentrazioni di attenzione mediatica, più che porzioni del territorio a cui appartengono.

In un rimescolarsi continuo di «non», «iper» e «super luoghi» si avverte l'allontanamento della visione postmoderna dai tradizionali concetti di urbanità come teatro della fisicità, della storicizzazione e della permanenza dei valori dell'ambiente.

Ma incontriamo anche esempi che propongono un riscatto dei «non luoghi» attraverso il progetto, dove l'aeroporto, il nodo intermodale, il centro commerciale diventano teatro della nuova cultura di approccio nelle due accezioni descritte (fisica o sociale).

Rafael Moneo, ad esempio, dimostra che nel rapporto tra «passeggero e aeroporto o stazione»¹¹ possono instaurarsi relazioni *empatiche* / *fisiche* di grande suggestione, capaci di promuovere una cultura identitaria del

“places” are recognised for their distinctiveness, spontaneity and flexibility, “non-places” are associated with anonymity, regulations, and a certain rigidity.

The term **hyper-place** - which was introduced by Aldo Bonomi⁹ to refer to large-scale entertainment venues - leads to a discussion about the “other dimension” of the place, which is both media-based and fantastical, nurtured by the sort of myth that only the popular imagination can create. A post-modern dimension, the size of which has nothing to do with the context or the structure: it is the identity of a **hyper** or **super-place**.¹⁰

It was to this latter meaning, in particular, that the “Contro l'architettura. Indagine sui Superluoghi e altre cose interessanti” multidisciplinary conference was devoted. This meeting, “Against Architecture. An Investigation into SuperPlaces and Other Interesting Matters”, was the brainchild of the research group coordinated by Stefano Boeri. It offered an interpretation of very well-known and topical places (such as Ground Zero, Tiananmen Square, or Guantanamo) which are linked to external events of great significance that have made them part of popular memory: concentrations of media attention, more than parts of their own territory.

In the constant mix of “non”, “hyper” and “super” places, one senses that the post-modern vision is shifting away from traditional concepts of urbanism as the setting for the physicality, historicisation and permanence of environmental values. But we also find examples that suggest the redemption of “non-places” through design - where the airport, the intermodal hub, and the shopping mall become theatres of a new approach in the two senses described (physical or social). Rafael Moneo, for example, shows how highly suggestive *empathetic and physical* relationships can be established in the relationship between “passenger and airport or station”,¹¹ promoting the cultural identity of the

territorio. Lo spazio pubblico nella concezione di Moneo è giocato sui riferimenti storicizzati e contestuali, estesi alla dimensione, all'architettura, all'arredo, alla componente naturalistica rigorosamente autoctona (in Spagna, palme, aranci, limoni ad esempio).

Per Aldo Cibic, invece, non sono l'architettura e l'arredo il punto di partenza; sono piuttosto le azioni delle persone a determinare l'identità di uno spazio. Occorrono visioni¹² in cui, attraverso la riorganizzazione di potenzialità ed energie, si attivino quelle occasioni di incontro, di scambio e di condivisione che caratterizzano i momenti di vita collettiva. Il messaggio di Cibic è chiaro: ripensando alle funzioni urbane in modo creativo si può deviare dai processi e dalle immagini consolidati, ormai rami secchi delle metropoli, percorrendo direzioni più stimolanti in cui l'uomo e non il prodotto ambiente è al centro della socialità e delle nuove direzioni della sostenibilità.

3. DENUNCIA, ATTIVISMO, GUERRIGLIA PACIFICA

In tempi e in contesti diversi, movimenti di aggregazione spontanea hanno lottato contro il degrado ecologico, la rigidità degli schemi urbani, l'isolamento dell'individuo e la sua esclusione dai processi di organizzazione della città.

I nuovi vincoli e le nuove barriere costruiti nel grande spazio metropolitano dalle nuove paure e dalle nuove richieste di sicurezza sono pertanto attraversati da pratiche diffuse di consumo del territorio e di riappropriazione di spazi in negativo. Luoghi flessibili e autopoietici, gli «spazi in negativo» sono spazi «super relazionali»¹³. Nel loro porsi al di sopra e aldilà del progetto essi appaiono ancora oggi densi di ispirazioni, sia per il progetto sia per l'invenzione di nuovi usi da parte degli abitanti.

Ugo La Pietra, ad esempio, esponente del movimento radicale in Italia negli anni settanta, con l'idea che

land. In Moneo's view, public space takes from historical and contextual references in its dimensions, architecture, and furnishings, and as well as in its strictly local naturalistic elements (palms, orange and lemon trees, for example, in the case of Spain).

As Aldo Cibic, on the other hand, sees it, the starting point is not architecture and furnishing, but rather the actions of people who create the identity of a place. What is needed are visions¹² that, by reorganising potential and energy, opportunities for encounter, interchange and sharing, can be created in everyday community life. Cibic's message is clear: by rethinking urban functions in a creative manner, it is possible to move away from consolidated processes and images, which are now the deadwood of metropolises, towards more exciting areas in which people, rather than the environmental product are at the centre of socialising and a new approach to sustainability.

3. BLOWING THE WHISTLE, ACTIVISM, AND PEACEFUL GUERRILLA WARFARE

At different times and in different contexts, spontaneous associations have fought against environmental degradation, the rigidity of urban plans, and the isolation of individuals and their exclusion from the organisation of their cities.

The new constraints and barriers that have been built in large metropolitan areas by new fears and demands for security have therefore involved a widespread consumption of land and the acquisition of spaces in the negative. Flexible and self-creative, "spaces in the negative" are in fact "super-relational".¹³ By placing themselves above and beyond city plans, they still appear to be filled with inspiration, both in their design and in the invention of new uses by their inhabitants.

Ugo La Pietra, for example, a representative of the radical movements in Italy during the 1970s, referred to

«abitare è essere ovunque a casa propria»¹⁴ giustificava l'alterazione dello spazio urbano istituzionale (con panchine, catene, cartelli e suppellettili ricostruisce ambienti domestici in strada) per sollecitare l'individuo urbano a intervenire direttamente nel processo di configurazione ambientale¹⁵.

Rispetto a quel passato in cui la denuncia e la riappropriazione (nei casi in cui è avvenuta, ad esempio con la creazione di orti urbani) era guidata prevalentemente da intellettuali e architetti, oggi attraverso Internet raggiunge vasti strati della popolazione che in rete stringono alleanze, condividono esperienze, idee e pratiche¹⁶. La crescita esponenziale del fenomeno produce poi una inevitabile risonanza sui mezzi di comunicazione esterni al Web, quali carta stampata, televisione e radio, raggiungendo l'opinione pubblica e sollecitando le istituzioni all'intervento.

Pur diverse nei modi e negli obiettivi da raggiungere, queste azioni condividono la necessità di riappropriarsi del diritto a una città aperta e sostenibile:

Guerriglia gardening (giardinaggio guerrigliero), nato a New York negli anni settanta, è un movimento in cui gli attivisti adottano un pezzo di terra abbandonato per coltivare piante e fiori.

Park(ing), molto diffuso in America, è organizzato da gruppi di attivisti che occupano per un paio d'ore un posto auto momentaneamente libero, per allestire un *temporary urban park* (parco urbano temporaneo) con tanto di tappeto erboso, albero in vaso e sedute.

Critical Mass, nato a San Francisco nel 1992 ma diffusi rapidamente in Europa, è un raduno di centinaia di ciclisti che, sfruttando la forza del numero (massa), periodicamente invadono le strade normalmente usate dal traffico automobilistico. A Torino, ad esempio, *Critical Mass* è riuscita, percorrendo in contro mano la centrale via Bertola, a ottenere una delle piste ciclabili più sicure e funzionali della città.

the concept that "inhabiting means feeling at home anywhere"¹⁴ to justify the alteration of institutional urban spaces (with posts, chains, notices and furnishings recreating home environments in the street) in order to encourage the urban individual to intervene directly in the process of shaping the environment.¹⁵

Compared with those days (when whistle blowing and repossession (when it took place, for example with the creation of kitchen gardens in the city) was mainly spearheaded by intellectuals and architects) the Internet means it now reaches vast portions of the population, who form alliances and share experiences, ideas and actions.¹⁶ The exponential growth of the phenomenon inevitably leads to echoes in media outside the Web, such as newsprint, television and radio, reaching public opinion and encouraging the institutions to intervene.

Even though they are different in their approaches and objectives, these actions have a common desire to reacquire the right to an open and sustainable city: *Guerrilla gardening*, which started in New York in the 1970s, is a movement in which the "troops" adopt a piece of derelict land to grow plants and flowers.

Park(ing), which is very common in America, is organised by groups of activists who occupy a momentarily empty car park to create a *temporary urban park* with a lawn, a tree in a pot, and seating.

Critical Mass, which started up in San Francisco in 1992, but which has rapidly spread across Europe, is a meeting of hundreds of cyclists who, through the sheer weight of their numbers, periodically invade streets normally used by cars. In Turin, for example, *Critical Mass* succeeded by going against the traffic in the central Via Bertola, in order to obtain one of the safest and most practical cycle lanes in the city.

By covering various signposts in the city with the word *Jagtvej*, activists demonstrated against the demolition of

Jagtvej, nella città di Copenhagen, ricoprendo numerose targhe segnaletiche della città con la scritta *Jagtvej* ha dimostrato contro la demolizione della Youth House, *Ungdomshuset*, la Casa della Gioventù luogo storico della cultura underground della città, situato per l'appunto all'indirizzo di *Jagtvej 69*.

Big Jump è un tuffo collettivo nei fiumi più inquinati d'Europa, segnale di denuncia e sollecito al ripensamento per uno sfruttamento sostenibile, quindi anche di piacere, delle risorse naturali e ambientali.

I love To è un segnale spontaneo e anonimo che parla di affezione e di amore in generale. Il famoso slogan di New York apparso a caratteri giganti sulle strisce pedonali di Torino appena prima delle Olimpiadi Invernali del 2006, invita a riflettere sulla riappropriazione spontanea e creativa di segni e spazi tecnico-funzionali della città.

4. DALL'ARREDO

ALLA NUOVA SCENA URBANA

Nel 1957, Bruno Zevi usa per la prima volta in Europa il termine **arredo urbano** nell'ambito del Convegno INU dedicato alle iniziative di salvaguardia del patrimonio artistico-ambientale dei centri storici¹⁷.

Arredo in-urbano è invece il titolo di uno storico numero della rivista «Casabella» del 1969 che partendo dalla denuncia dello scarso significato attribuibile agli interventi di arredo dello spazio pubblico, episodici e risolti alla sola scala del design, mette a fuoco la reale necessità di argomentare con più scientificità e metodo la questione dello spazio pubblico.

La città come sistema complesso richiede strumenti di riflessione e pianificazione complessi. Il *maquillage* urbano proposto dal design industriale, attraverso la moltiplicazione seriale di un'oggettistica standardizzata, come si trattasse di una merce qualsiasi, non ha relazioni né con il contesto né interpreta le reali esigenze (e anche

the Youth House [*Ungdomshuset*] in Copenhagen, a historic centre of underground culture in the city, located at *Jagtvej 69*.

Big Jump is a collective jump into the most polluted rivers of Europe, as a form of protest and encouragement to reconsider sustainable use, and thus to take pleasure from natural and environmental resources.

I love To is a spontaneous and anonymous sign that speaks of love and affection in general. The famous NY-style symbol, which appeared in giant characters on the zebra crossings in Turin just before the Winter Olympics in 2006, is an invitation to reflect on the spontaneous and creative reappropriation of technical and functional signs and spaces in the city.

4. FROM STREET FURNITURE TO A NEW URBAN SCENE

In 1957, Bruno Zevi was the first person in Europe to talk of **arredo urbano**, which is variously interpreted as street furniture, or urban design. This was during the INU Conference on safeguarding the artistic and environmental heritage of historic town centres.¹⁷

Arredo in-urbano was the title of another historic issue of *Casabella* which came out in 1969. It starts by decrying the limited significance of street furniture in public places when it is sporadic and worked out only in terms of design, and then looks at the real need to approach the issues of public space with more scientific thought and method.

As a complex system, the city needs complex instruments for deliberation and planning. The urban make-up suggested by industrial design, with standardised objects which are mass-produced as though they were just another commodity, bears no relation to the context and nor does it interpret the real needs (or even dreams) of the local inhabitants. Signs are reproduced infinite times in cities, in accordance with a function-

i sogni) dei suoi abitanti. I segni nella città si riproducono all'infinito secondo una logica funzionalista che esclude dal processo di decisione i fruitori, primi fra tutti gli abitanti. E poi sono segni banali e inadeguati al dialogo con il contesto.

La denuncia ha i suoi effetti, mettendo a fuoco tre significati che costituiranno da quel momento i requisiti per un arredo urbano (oggettuale) consapevole e sostenibile:

a) il progetto dell'arredo della città elabora soluzioni e oggetti che, di fatto, sono imposti alla collettività dal governo della città. Da qui una responsabilità in più per il progettista / arredatore urbano, che di questo deve essere consapevole: agli estremi, esemplificando, mai più panchine realizzate con materiali non affidabili (che non mantengono inalterate le caratteristiche originarie), né panchine che non sono flessibili all'uso e ai comportamenti degli abitanti, né panchine che non interpretano il carattere del contesto;

b) il progetto dell'arredo urbano deve essere guidato da una pianificazione che ne organizzi le attività alle diverse scale;

c) l'arredo dovrà essere portatore di valori e prestazioni di qualità nei confronti dei due principali beneficiari: il paesaggio cioè la **scena urbana** (ambiente fisico) nelle sue diverse accezioni storiche, funzionali ed economiche e l'**utente finale** (uomo) nelle sue diverse accezioni, pertanto con soluzioni non discriminanti e che ne favoriscano la socializzazione.

La responsabilità della qualità dello spazio pubblico coinvolge da questo momento una varietà di soggetti di natura interdisciplinare in ordine alla varietà di situazioni urbane e di modelli culturali: spazio pubblico come spazio vuoto in tensione tra gli elementi costruiti e spazio di mediazione, vettore di vita sociale.

In Europa, dai primi anni ottanta, le esperienze di **Piani della scena urbana** interessano prevalentemente

alist logic that excludes the users / and the inhabitants most of all / from the decision-making processes. And they are mundane signs that are inadequate for interacting with the context.

This exposé had its effect, highlighting three significations which from that moment on became the essential requirements for conscious and sustainable urban design (objects):

a) the design of street furnishings creates solutions and objects that, in point of fact, are imposed on the community by the city authorities. This means the designer/urban furnisher has a further responsibility, of which he or she must be aware. Taking extreme cases, for example, there should never again be benches made out of unreliable materials (which do not maintain their original characteristics), nor benches that cannot stand up to use and abuse by the inhabitants, nor should there be benches that do not reflect the character of the site;

b) each street-furniture project must be planned in a way that organises its activities on all the various levels;

c) the objects must reflect the values and performance required by the two main beneficiaries: the **townscape** (the physical environment) in all its historical, functional and economic senses, and all the various **end-users** (people), to encourage socialisation with non-discriminatory solutions.

Responsibility for the quality of public space now involves a variety of people acting in an interdisciplinary manner, depending on the variety of urban situations and cultural models: public space as empty space, caught between the buildings, and the space of intermediation, as a vehicle of social life.

In Europe, since the early 1980s, the **Piani della scena urbana** [townscape plans] have mainly involved provincial towns, which are more advantaged than big cities by conditions that are better in terms of territory and administration. These issues are also promoted in

mente realtà di provincia, operativamente favorite, rispetto alle metropoli, da più agevoli condizioni territoriali e amministrative. La problematica è sostenuta anche a livello legislativo, in Italia prevalentemente regionale, attraverso strumenti di incentivo alla pianificazione¹⁸. L'approccio ai Piani è vario e diversificato nell'azione e nei contenuti, in molti casi rivolto alla riqualificazione dell'immagine dei soli centri storici, più di recente, nelle città di maggiore dimensione, allargato a situazioni ambientali meno omogenee e non necessariamente storicizzate.

Quando la dimensione urbana si fa consistente, le città si trovano a dover programmare gli interventi sullo spazio pubblico per livelli orizzontali e verticali, e a scale diverse. Atteggiamento attuale e diffuso è quello che tende a superare i confini disciplinari specifici per riconfigurare scenari di progetto integrati e complementari in cui le scale di intervento sfumano una nell'altra. Risultato della contaminazione tra settori un tempo specialistici (urbanistica, architettura, design, arte, economia, scienze sociali), i nuovi Piani di organizzazione dello spazio pubblico appaiono più flessibili e consapevoli delle contaminazioni tra cultura tecnica e cultura umanistica.

✓ *Piani di luoghi* (o insiemi di luoghi): procedono per singoli interventi in siti «speciali» individuati come emblematici o strategici per l'immagine, la promozione turistica, nuove direzioni di sviluppo o importanti eventi in cui la città si trova coinvolta (eventi olimpici, expo mondiali, ecc.), occupandosi dell'allestimento integrale della scena urbana (architettura e spazio pubblico).

✓ *Piani di comparto*: individuano nel territorio comparti urbani significativi per il consolidamento dei caratteri originali (riqualificazione) o di nuovo sviluppo (trasformazione). Sono piani che accomunano tipologie

a legal manner ✓ in Italy, mainly at the regional level ✓ with instruments to encourage planning.¹⁸ The approach to these plans has been varied in terms of both action and content: in many cases it has been used to renovate only the town centres, though more recently, in larger towns, it has been taken out to less uniform areas, not necessarily with a historic background.

In larger conurbations, municipalities find they need to plan operations involving public spaces both horizontally and vertically, and on different scales. A currently common approach is to go beyond the normal limits of disciplines in order to create integrated and complementary planning scenarios in which the scales of operation blend one into the other. The result of contamination between sectors that were once very specialised (town planning, architecture, design, art, the economy, and the social sciences), the new plans for organising public spaces appear more flexible now, with conscious contaminations between technical and humanistic areas.

✓ *Site plans* (or plans for series of sites): these proceed with individual events in "special" sites that are chosen as emblematic or strategic in terms of image, the promotion of tourism, new directions for development, or important events involving the city (Olympic events, world Expos, etc.), working on an integrated arrangement of the urban scene (architecture and public spaces).

✓ *Sector plans*: these plans focus on urban sectors that are significant for consolidating the original characteristics (reclamation) or for new development (transformation). They include areas with the same types of problems, even though in different parts of the city (centre, suburbs, suburban centres, etc.). Work proceeds in terms of vertical levels within them, drawing up guidelines or projects that range from the town-planning scale

di spazi con le stesse problematiche, pur in zone diverse della città (centro, periferia, centralità minori, ecc.). Al loro interno procedono per «livelli verticali», elaborando linee-guida o progetti che spaziano dalla scala urbanistica a quella edilizia e dell'arredo.

✓ *Piani di sistema*: si occupano, in ragione della loro diffusione ed estensione sul territorio, di «singoli» temi o sistemi che si ritengono strutturanti la scena urbana (colore dell'edificato, apparato degli elementi commerciali e *outdoor*, verde urbano, comunicazione, illuminazione, suolo, ecc.).

✓ *Piani di immagine*: con più facilità adattabili a realtà urbane con dimensione contenuta ma di recente anche sperimentati in ambiti metropolitani, individuano non i «singoli», ma il «complesso» dei sistemi di elementi strutturanti la scena urbana¹⁹.

A prescindere dalla tipologia, il Piano non può eludere la ricerca dell'**immagine di riferimento**, strumento guida per un'identità riconoscibile a livello paesistico, funzionale, sociale. L'immagine di riferimento costituisce il denominatore comune di molte iniziative e studi sulla scena urbana: uno strumento a disposizione della città a cui riferire direzioni di ricerca e azioni a scale diverse, da quella complessiva dell'identità viviva a quella dell'organizzazione microubanistica dello spazio-ambiente, da quella di immagine a quella di sistema degli elementi strutturanti la scena urbana.

5. ESTERNI URBANI SOSTENIBILI

Nella visione contemporanea, lo spazio pubblico è inteso come spazio (non solo urbano)²⁰ ricettivo dei valori, dei simboli e dei segni della vita comunitaria. È luogo di accordo e di pace ma anche di conflitti e di insicurezza. È sottomesso a una certa razionalità e a un'organizzazione, ma è anche capace di stimolare l'immaginario e i sogni. È, allo stesso tempo, spazio del

down to that of individual buildings and furnishings. ✓ *System plans*: because of their distribution and scope in the territory, these deal with individual themes or systems that are considered to have a structural effect on the urban scene (the colour of the buildings, systems of commercial and outdoor components, green spaces, communication, lighting, paving, etc.).

✓ *Image plans*: more easily adaptable to smaller urban areas, but recently experimented also in metropolitan contexts, these plans focus on complexes rather than on individual systems of elements that make up the urban scene.¹⁹

Whatever type it is, a plan can never escape a **prototype image** as a guideline for a recognisable social, functional and townscape identity. This prototype image is the common denominator of many initiatives and studies concerning the urban environment: an instrument at the service of the city, it acts as a guideline for research and operations on various scales, from that of an overall visual identity to that of town planning at the micro level, the space-environment, image, and the system of elements that together form the townscape.

5. SUSTAINABLE URBAN EXTERIORS

In our contemporary world, public space is viewed not only in urban terms²⁰ but also as sensitive to the values, symbols and signs of community life. It is a place of harmony and peace, but also of conflicts and it can engender a feeling of insecurity. It is subject to a certain degree of rationality and organisation, but it is also capable of inspiring the imagination and dreams. At the same time, it is a place of everyday life and of public holidays, for play and work in the broader sense, for politics and social activities, both flexible and specialised, for contemplation and action.

quotidiano e del festivo, del ludico e del lavoro diffuso, del politico e del sociale, del flessibile e dello specializzato, della contemplazione e dell'azione.

In questo scenario fluido e multidirezionale, come procedere? Come coniugare le visioni di chi opera sulle trasformazioni urbane avendo come obiettivo il **contesto come centro del progetto** e di chi invece propone una riflessione in funzione dell'**uomo come centro del progetto**?

Le possibili risposte si possono così sintetizzare:

✓ I due atteggiamenti non devono essere visti come in contrapposizione, ma piuttosto devono essere integrati ai fini di un risultato progettuale sostenibile e di qualità.
✓ Occorre superare i confini disciplinari settoriali e agire nel progetto in modo interdisciplinare. Diverse discipline, tra loro in contaminazione, possono contribuire alle direzioni sostenibili: geografia urbana, ecologia urbana, sociologia, ergonomia cognitiva, marketing territoriale, storia, urbanistica, architettura, design dei servizi, design del prodotto, ingegneria dei sistemi, tecnologie *high e low*, scienza della comunicazione e comunicazione visiva, arte... L'elenco non è forse completo ma dà l'idea della complessità del progetto contemporaneo.

✓ È il pensiero che deve cambiare, prima del «segno», che del pensiero sarà l'interpretazione.

✓ Le visioni precedono le azioni. Ma la città è anche il luogo della complessità e dei rapidi cambiamenti che sfuggono ai programmi meglio organizzati. Il tempo della riflessione, della maturazione e della condivisione delle visioni sovente non si accorda con i tempi delle azioni, cioè delle trasformazioni fisiche, grandi o piccole. Pertanto, solo la diffusione della conoscenza e dell'informazione potrà salvare la città dalla catastrofe della routine, della banalità e dello spreco.

✓ Un aiuto nella direzione dell'integrazione tra visione

How should one proceed in such a changeable and variously oriented scenario? How can the vision of those who work on urban development and who put the **context at the heart of the project** be reconciled with those whose considerations, on the other hand, place **man at the heart of the project**?

Possible answers can be summed up as follows:

✓ The two approaches need not be seen as conflicting, but rather need to be brought together in order to find a high-quality, sustainable solution.

✓ It is necessary to move beyond individual disciplines and sectors in order to work on the project in an interdisciplinary manner. A number of disciplines can fuse together in order to help create sustainable approaches: urban geography, urban ethnology, sociology, cognitive ergonomics, territorial marketing, history, urban planning, architecture, services design, product design, systems engineering, high and low technology, communication science, visual communication, art... The list may not be complete but it does give an idea of the complexity of contemporary planning.

✓ It is thoughts that need to change, even before external signs, which are interpretations of thought.

✓ Visions precede actions. But the city is also a place of complexity and rapid changes that escape even the best organised plans. The time for meditating, maturing and sharing visions often cannot be reconciled with the time required for action - in other words, for physical transformations, great or small. As a result, only the spread of knowledge and information can save the city from the catastrophe of routine, banality and waste.

✓ A contribution towards the integration of vision and action may come from a concise application of performance methodology, which is mentioned here not to solve the problem, but because it helps remind us what the terms of the problems (the demands) are, and

e azione può derivare dall'applicazione sintetica della metodologia prestazionale, qui richiamata non per risolvere un problema, ma perché ci aiuta a ricordare quali sono i termini del problema (le esigenze) e pertanto i possibili cambiamenti (i requisiti).

Parlando quindi in termini di esigenze e di requisiti degli esterni urbani contemporanei sostenibili in funzione del *contesto* e dell'*uomo*, si possono ottenere i seguenti schemi di sintesi:

a) *Contesto: centro del progetto*. In base all'esigenza di spazi, installazioni, attrezzature in grado di contribuire al riconoscimento dell'identità culturale e fisica del luogo, ecco i requisiti:

✓ evidenziare le caratteristiche storiche e della memoria dei luoghi;

✓ evidenziare le caratteristiche espressive del luogo e delle connessioni tra sistemi di luoghi;

✓ progettare l'identità dei «non luoghi» e degli «spazi in negativo»;

✓ promuovere i segni della cultura produttiva locale: materiale, artigianale, industriale, post-industriale...

b) *Uomo: centro del progetto*. In base all'esigenza di spazi, installazioni, attrezzature non discriminanti in senso fisico e culturale, in grado di favorire la condivisione e la socialità²¹, ecco i requisiti:

✓ promuovere soluzioni integrabili per una mobilità sostenibile;

✓ progettare soluzioni in grado di «familiarizzare» con l'utente;

✓ progettare forme di comunicazione interattive e riversabili in rete;

✓ promuovere l'integrazione tra le comunità, consolidate e non;

✓ promuovere la riorganizzazione di funzioni ai fini della condivisione e aggregazione sociale;

thus what the possible changes (the conditions) may be.

Therefore, if we talk in terms of demands and conditions in the case of contemporary sustainable urban exteriors based on the *context* and on *man*, we can draw up the following summarised models:

a) *Context at the heart of the project*. Depending on the demand for spaces, installations, and equipment that recognise the cultural and physical identity of a place, the conditions are that they need to:

✓ highlight the historic features and the memory of the places;

✓ underscore the expressive characteristics of the place and the connections between systems of places;

✓ create the identity of “non places” and “spaces in the negative”;

✓ promote the signs of local production: materials, crafts, industrial, post-industrial, and so on.

b) *Man at the heart of the project*. Depending on the demand for space, and for equipment and installations that are not discriminatory in a physical or cultural sense, and that are capable of promoting full social interaction,²¹ the conditions must be capable of:

✓ promoting solutions that can be integrated to achieve sustainable mobility;

✓ finding solutions that are able to “familiarise” with the users;

✓ designing interactive forms of communication that can be put online;

✓ promoting integration between communities, whether consolidated or not;

✓ promoting the reorganisation of functions in order to achieve full social aggregation;

✓ designing for sustainable technologies (renewable sources of energy, with sustainable methods, eco-friendly

progettare in funzione dell'impiego, anche ai fini promozionali, delle tecnologie sostenibili (energie rinnovabili, tecniche adeguate, materiali ecocompatibili);
rimuovere le barriere fisiche e applicare gli indirizzi del «design per tutti».

6. IL DESIGN PER LA CITTÀ

Il territorio, secondo Andrea Branzi, «cessa di essere luogo caratterizzato dall'architettura per diventare territorio esperienziale, dove la qualità ambientale è il risultato delle emozioni create da interventi effimeri e set provvisori e dove l'arredo urbano, che un tempo era costituito da sistemi di prodotti che si ripetevano sempre uguali nell'ambiente, oggi consiste in prodotti diversificati, dal design molto sofisticato, al fine di creare luoghi che animino la scena urbana e costituiscano dei punti di riferimento per gli utenti»²².

Queste installazioni, dotate di forza comunicativa, talora concettuali e vicine all'opera d'arte, soddisfano, attraverso l'unicità e l'autonomia espressiva rispetto al contesto, l'esigenza del distinguo all'interno della città. Altri esempi, sempre nella direzione dell'unicità, scelgono invece la strada dell'integrazione con il contesto costruito, al fine di ridurre l'impatto e realizzare un continuum tra spazio pubblico e architettura. Esempi noti e meno noti, del passato e recenti: dalle sedute integrate alle facciate come si usava nei palazzi rinascimentali (Strozzi a Firenze) alle odierne sedute che emergono dai pavimenti come protesi del suolo; dalle scalinate storiche (Piazza di Spagna a Roma) usate da sempre come luogo flessibile per incontrarsi, sedersi, commerciare e recentemente riscoperte come fondale scenografico per eventi televisivi, alle scalinate contemporanee della torre multifunzione di Copenhagen, in cui il gradino è l'elemento riprodotto all'infinito che caratterizza sia lo spazio pubblico sia l'architettura stessa dell'edificio²³. Ma la città non può affidare la soddisfazione delle fun-

ly materials, etc.), even for promotional purposes;
removing physical barriers and applying “design for all” criteria.

6. DESIGN FOR THE CITY

In the view of Andrea Branzi, the territory “ceases to be a place characterised by architecture and becomes an experiential territory, where the quality of the environment is the result of the emotions created by temporary works and provisional settings. It is where street furniture - which once consisted of identical systems of products that were repeated everywhere - now consists of diversified items, with highly sophisticated design, created to make places that bring to life the townscape and constitute landmarks for the users”²².

With their communication impact and with their independence of expression with regard to the context, these installations, which are sometimes conceptual and virtually works of art, satisfy the need for distinction within the city.

Other examples, which also tend towards uniqueness, choose the path of integration with the built-up environment, in order to reduce their impact and create harmony between public spaces and architecture. Famous and less well-known examples from past and recent times range from the seats built into the façades of Renaissance buildings (Palazzo Strozzi in Florence) to modern seating units that rise up from the ground as though they formed part of it. They can also be seen in historic flights of steps (the Spanish Steps in Rome), which have always been used informally as a place for meetings, sitting, selling, and recently as the backdrop for television events, or in the contemporary steps of the multipurpose tower in Copenhagen, in which the infinitely reproduced step characterises both the public spaces and the architecture of the building itself.²³

But cities cannot rely solely on artistic or integrated

zioni quotidiane ai soli allestimenti puntuali, artistici o integrati, diversi per ogni microluogo. Anzi, la loro attrattività e il loro ruolo di riferimento nella complessa mappa urbana sarà tanto più forte quanto più costituiranno eccezione rispetto ai più tradizionali sistemi di oggetti diffusi. Dove la ripetitività è una necessità della città che «funziona», che è cosa diversa dalla standardizzazione. Questi arredi, infatti, da tempo hanno smesso l'abito dello standard per ritrovare, attraverso il design, la consapevolezza del dialogo con l'ambiente, inteso in senso ampio²⁴.

a) *La cultura della coerenza e dell'integrazione con l'ambiente contaminano la produzione dell'arredo.*

La **produzione artigianale** risponde con maggiore facilità al requisito della caratterizzazione in funzione dell'ambiente, in particolare per gli oggetti meno complessi e di cui si prevedono tirature limitate. Facilita l'estensione di caratteri omogenei tra tipologie diverse di oggetti, offrendo la possibilità di creare famiglie di prodotti con immagine coerente. Consente di sperimentare, nell'ottica dell'artigiano moderno tecnico, nuove tecnologie, ad esempio quelle legate all'uso delle energie rinnovabili.

Sovente, come per l'arredo di interni, il manufatto per esterni realizzato artigianalmente convince la produzione industriale ad acquisirne i diritti di sfruttamento: costituisce un primo prototipo, dunque, che opportunamente ingegnerizzato entrerà in seguito in un catalogo merceologico.

Inoltre, il ricorso all'artigiano, o meglio alle comunità artigianali, acquista significato strategico (economico e sociale) quando l'arredo impiega totalmente o in parte i materiali e le tecniche di lavorazione locali. L'artigiano tipico, così come oggi viene chiamato, diventa pertanto uno degli attori principali della dialettica tra identità e territorio.

arrangements that are different in each micro-area in order to meet their everyday needs. On the contrary, their appeal and role as landmarks in the complex urban setting will be all the stronger if they prove to be exceptions among the traditional systems that we commonly find today. Here, repetition is required by a city that “works”, and is something quite different from standardisation. Actually, these furnishings have long shed their standard look and, through design, have once again acquired an awareness of their dialogue with the environment in its broadest sense.²⁴

a) *The Culture of Harmony and Integration into the Environment Contaminates the Production of Furnishings.*

Crafts production responds more readily to a need for characterisation based on the environment, particularly in the case of less complex objects and when limited runs are envisaged. It facilitates the use of common features in various types of object, offering the possibility of creating families of products with a consistent image. It makes it possible to experiment new technologies in modern crafts techniques, for example by using renewable sources of energy.

As in the case of interior furnishings, outdoor furniture made by artisans often encourages industry to purchase the rights to make and sell it: it therefore acts as an initial prototype which, when properly engineered, can later form part of a trade catalogue.

Recourse to craftspeople, or rather to crafts communities, acquires economic and social significance when the furnishing produced uses local materials and production processes wholly or in part. The typical present-day craftsman thus becomes one of the leading actors in the dialectic between identity and territory.

Industrial production is commonly used for more complex objects, as we can see in the case of lighting

La **produzione industriale** è il riferimento per gli oggetti più complessi, come nel caso degli apparecchi di illuminazione o di quegli apparati tecnici che richiedono certificazioni e processi produttivi organizzati. Rimane anche il riferimento primo quando sono richiesti grandi volumi di pezzi, realizzabili con tecnologie avanzate a cui corrispondono macchinari di una certa importanza. Pertanto, possiede gli strumenti per l'innovazione nelle tecniche di lavorazione dei materiali tradizionali e per la sperimentazione di quelli innovativi. Nel tempo, l'industria dell'arredo urbano si è però convinta della necessità di un'offerta di prodotti ampia, coerente e integrabile nel paesaggio.

Per l'ampiezza è sufficiente guardare alla corposità di taluni cataloghi commerciali; sul piano della coerenza convince la concezione delle *famiglie* di arredi, cioè sistemi che radunano diverse tipologie e che oggi si presentano coordinati nei materiali, nelle soluzioni tecnologiche e nell'espressività.

Ma, riguardo all'integrazione, com'è possibile che l'industria della serie soddisfi tutte le esigenze di luoghi sconosciuti? Anche se in realtà non le soddisfa del tutto, e questo spiega il ricorso diffuso alla realizzazione artigianale, due sono le tendenze:

✓ la prima privilegia la *caratterizzazione* del prodotto in relazione all'ambiente attraverso un'ampia gamma di finiture superficiali e colori, componenti realizzabili in diverso materiale e modularità aperta, quindi non solo dimensionale ma anche nella combinazione dei componenti;

✓ la seconda privilegia invece la *neutralità espressiva* di forme, colori, materiali come condizione per l'adattamento dell'oggetto in contesti diversi e come garanzia che il decadimento espressivo non anticipi quello fisico: l'ambizione, pertanto, di creare oggetti senza tempo, disponibili al colloquio con il paesaggio del presente e di quello che verrà.

units or those technical installations that require certification and organised production processes. It is also the prime source when large volumes are required, and when the objects can be made with advanced technologies using complex machines. This means that industry has what is required for innovation in the processing of traditional materials and for experimenting in innovative ones.

Over the years, the street-furniture industry has however realised that there is a need for a wide range of products that is consistent with the townscape, and that can be incorporated into it. One need only look at the size of some trade catalogues to see the range now on offer. In terms of consistency, there is a convincing notion of "families" of furnishings, which are systems that consist of different types of unit and which are today coordinated in their materials, technological solutions and forms of expression.

But in terms of integration, how is it possible that the mass-production industry can satisfy all the needs of places it may not even know? Even though it does not satisfy them entirely - and this explains why crafts products are still widely resorted to - there are two main trends:

✓ the first emphasises the *characterisation* of the product with regard to the environment. It achieves this by using a wide range of finishes and colours, with components that can be made in various materials and with an open, modular design to create different sizes and combinations of elements;

✓ the second, on the other hand, favours the *neutrality of expression* in the shapes, colours, and materials, in order to adapt the object to different contexts and to make sure that the expressiveness of the object does not decline before the physical object itself: the aim is thus to create timeless objects that manage to interact with both the present and future townscape.

b) *La cultura della sostenibilità e della flessibilità contaminano il progetto dell'arredo.*

Il design per gli esterni contemporanei guarda non solo e non più allo spazio in cui è collocato, ma soprattutto all'utente cui si rivolge. Consapevoli delle esigenze di un'utenza differenziata, i nuovi prodotti presentano soluzioni *non discriminanti* (design per tutti) e dotate di un certo grado di *flessibilità*.

La ricerca predilige non solo *l'integrazione di funzioni* (sostare e illuminare, illuminare e comunicare, ecc.), primo passo verso l'ottimizzazione delle risorse e il contenimento dell'inquinamento da segno, ma soprattutto soluzioni non convenzionali disponibili a soddisfare i diversi comportamenti dell'uomo. Una seduta con posti al sole o all'ombra, una fontanella dove si beve e si gioca, una struttura informativa con messaggio posizionabile ad altezze diverse, sono esempi delle proposte di un design giovane che fa tendenza nelle riviste specializzate e nei concorsi di progetto.

Oggetti paradigma della libertà, lontani dall'omologazione dell'arredo del passato: che cercano di familiarizzare con l'utente, come quelli a cui il design ci ha abituato nell'ambiente domestico. Oggetti aperti all'interpretazione dell'utente, funzionale e semantica, che fanno parte di quel mondo fluido di cui il design di successo ci parla diffusamente.

Tuttavia, a fronte di un meta-progetto etico le realizzazioni non sono sempre convincenti. Proposte concettualmente originali ma tecnicamente ingenua segnalano un impiego poco consapevole e insostenibile di materiali e processi, scarsa attenzione verso il vandalismo o ai problemi di gestione e manutenzione, più che gravosi per l'arredo pubblico in esterno. Visioni lungimiranti pertanto, ma non ancora sostenute da altrettanto confortanti proposte, strumenti e prodotti: quella condizione, come dice Ezio Manzini, in cui il design più che della soluzione è ancora parte del problema.

b) *The Concepts of Sustainability and Flexibility are Introduced into furnishing Projects.*

The design of contemporary exteriors no longer looks simply at their environment, but especially at their users. Fully aware of the needs of different people, these new products provide *non-discriminatory* solutions (design for everyone) and have a certain degree of *flexibility*.

This study favours not only *the integration of functions* (seating and lighting, lighting and communication, etc.), which is the first step towards optimising resources and reducing sign pollution, but especially unconventional solutions that can accommodate the various ways people behave. A seating unit with places in the sun and in the shade, a drinking fountain where children can also play, information systems where the message can be placed at different heights - these are all the ideas of a form of young design that is fashionable in trade magazines and design contests.

These objects set new standards of freedom and are far removed from the standardisation of the past, and they aim to familiarise the user in the way that designer objects do in the home. They are open to functional and semantic interpretation by the user, making them part of a flexible world in which successful design relates to us all the time.

And yet when faced with an ethical meta-project, the solutions are not always convincing. Ideas that are original in terms of concept may be technically ingenuous, revealing a use of processes and materials that lacks awareness and is not sustainable, with few precautions against vandalism and the problems of maintenance - which can be very serious in the case of outdoor furnishings for the public. They may be visionary, but they still lack suitable ideas, instruments and products: as Ezio Manzini says, this is a situation where design is more part of the problem than the solution.

Questo rivaluta anche la competenza professionale in un settore, quello del design pubblico, dove l'improvvisazione può produrre danni irreversibili, visto che l'oggetto pubblico non si compra ma, in sostanza, si subisce.

La conquista più importante è probabilmente la rivalutazione della componente sociale nel design delle attrezzature pubbliche. Abbiamo vissuto a lungo in una dimensione di città cieca e sorda nei confronti dell'esigenza di socializzazione e dell'idea che il progetto dello spazio pubblico potesse evocare, oltre alla valorizzazione della presenza della natura (ancora oggi il più frequente sogno degli abitanti), spontaneità delle relazioni, densità delle interazioni e della comunicazione, multiculturalità, contaminazioni con l'arte.

Intuizioni da spendersi non tanto in nuovi prodotti, quanto nella narrazione di possibili nuove organizzazioni delle funzioni, dove il progetto e il prodotto possono essere ri-orientati da nuovi concetti di design del servizio.

La differenza tra un approccio tecnocratico (sbrigativo) basato sulla ricerca di competenze tecniche disciplinari specifiche per risolvere un problema e un approccio umanistico interdisciplinare (riflessivo) è grande. Come è importante pensare non solo a ciò che gli utenti vogliono ma che potrebbero volere²⁵.

La nuova concezione che ri-formula il prodotto in servizio può portare infatti ad artefatti, architettonici o di design, del tutto differenti da quelli consueti²⁶.

I nuovi modelli di comportamento incideranno pertanto sulla struttura funzionale e di immagine della città, guidati da manifestazioni autonome o con il sostegno del governo pubblico. E alcune città in Europa cominciano a capire l'importanza della percezione dei segnali di trasformazione sociale da tradurre in *brief* di progetto.

Torino, ad esempio: ieri città solo industriale, oggi cit-

This also reassesses professional skills in a sector / that of design for public spaces / in which improvisation can produce irreversible damage, since public objects are not bought but rather endured.

The most important success is probably the reassessment of the social aspects involved in the design of public equipment. We have long lived in cities that are both blind and deaf to the needs for socialisation and to the idea that the design of public spaces might not only promote the presence of nature (which is still today the most frequent dream of inhabitants), but also spontaneous relationships, intense interaction and communication, multiculturalism, and contaminations with art.

These intuitions do not call so much for new products as for possible new ways to organise functions, in which design and product can be redirected by new concepts of service design. There is a huge difference between a hurried technocratic approach based on a search for particular technical skills and disciplines to solve a problem and an interdisciplinary humanistic approach based on meditation. Just as it is important to consider not just what users want, but what they might want.²⁵

The new vision that in a sense reformulates products being used can in fact lead to architectural or design objects that are completely different from normal ones.²⁶

New models of behaviour will thus influence the functional structure and image of the city, and will be helped along by independent events or by support from the public administration. Some European cities are beginning to understand the importance of grasping the signs of social change and turning them into planning briefs.

Turin is one such example: not so long ago an industrial city, it is now one of art and culture, but also one where special programmes involve social and cultural

tà dell'arte e della cultura, ma anche dei programmi che legano la trasformazione del territorio alle iniziative sociali e di cultura²⁷. Tra queste, Geodesign²⁸, concorso di progetto per la definizione di oggetti interculturali, apre la strada alla condivisione dell'esperienza attraverso il design. Gruppi di designer lavorano come catalizzatori di pratiche in collaborazione con comunità non consolidate (immigrati, giovani, soggetti deboli), realizzando oggetti in grado di assolvere ad esigenze di vita e di lavoro non soddisfabili dagli utensili comuni presenti sul mercato, perché inesistenti o troppo costosi. Contemporaneamente, si ipotizzano nuove forme di imprenditorialità, si coinvolge il sistema produttivo locale delle piccole e medie imprese e si sperimentano processi produttivi e di commercio alternativi a quelli selettivi attuali.

7. ARTE PUBBLICA CONTEMPORANEA

Con il mutare dei processi di costruzione e riqualificazione dello spazio pubblico urbano, in cui architettura e design sono impegnati nel conferire qualità e trasformazione, *l'arte pubblica* diviene strumento di mediazione tra la cultura della rappresentazione e la cultura del luogo.

Non ha solo più funzione commemorativa e/o rappresentativa, ma diventa generatrice di nuova sensibilità: nei confronti del *paesaggio*, attraverso opere che mettono in valore l'espressività fisica del luogo; nei confronti dell'*uomo*, attraverso opere che introducono dimensioni di lettura diverse dalla fisicità, orientate alla socializzazione, alla dimensione culturale e politica del contesto.

Se queste condizioni si realizzeranno, la presenza dell'arte potrebbe diventare parte integrante della *scena urbana* della città stessa e questo non solo per permettere la sua fruizione in esterni ma per la sua capacità di dialogare quotidianamente con gli abitanti.

initiatives in the transformation of its territory.²⁷ These include Geodesign,²⁸ a design contest to create intercultural objects that help towards sharing experiences through design. Groups of designers work as catalysts for processes of cooperation with communities that are not consolidated (such as immigrants, young people, or the disadvantaged), creating objects that can satisfy everyday and work needs that do not presently have solutions, either because they do not exist or because they are too expensive. At the same time, new forms of entrepreneurship are suggested, involving the local system of small and medium-sized manufacturers, and experimenting production and sales processes that are different from the selective ones we find today.

7. CONTEMPORARY PUBLIC ART

With the changes taking place in the construction and redevelopment of public urban spaces, in which architecture and design aim to ensure quality and transformation, *public art* becomes a form of intermediation between the culture of representation and that of the place. It does not only have a commemorative and/or representative function, for it also generates new levels of sensitivity: towards the *landscape*, with works that highlight the physical expressiveness of the place, and towards *people*, with works that introduce levels of interpretation that go beyond purely physical aspects and explore the social, cultural and political dimension of the context.

If these conditions do indeed come about, the presence of art might become an integral part of the *urban scene* of the city itself, not only allowing it to be used out of doors, but also exploiting its ability to interact on an everyday basis with the inhabitants.

Contemporary urban art is a *redevelopment tool* that can be used against social degradation in urban districts, against the anonymity of the suburbs, and against the

L'arte urbana contemporanea è *strumento di riqualificazione*: nei confronti del degrado sociale di quartieri urbani, dell'anonimato delle periferie, dell'impatto di devastanti strutture e infrastrutture.

L'arte urbana contemporanea è *strumento di comunicazione*: quale espressione di cultura, può assumere valore didattico a sostegno di indirizzi che la città intende comunicare (ad esempio sicurezza, sostenibilità, aggregazione sociale, multiethnicità).

È possibile che l'intervento artistico, come per il design, risponda a esigenze e requisiti della triplice utenza con cui si confronta, *contesto, fruitore, committente*?

Forse sì, se si considera che nell'arte, più che i diversi prodotti sono da osservare e distinguere gli artisti. Alcune committenze, ad esempio, selezionano gli artisti per invito (come accade per gli architetti e i designer) in funzione dell'attitudine a confrontarsi con le problematiche in oggetto. Oppure si ricorre a concorsi interdisciplinari aperti a gruppi misti tra artisti, architetti, ingegneri, designer, quando l'opera è interessata da competenze trasversali.

Lo strumento del *programma*, e non il singolo episodio, è la prima forma di garanzia nell'approccio all'arte intesa come risorsa strategica per la trasformazione della città. E quanto più il programma promuove sia l'arte contemporanea, sia l'immagine della città, sia quella dell'istituzione, tanto più si configura come efficiente strumento per potenziare il mercato del *turismo culturale*. Ne sono esempio le «guide ai percorsi di arte urbana contemporanea», concepite e allestite per una facile divulgazione. La *materia* per le guide non manca, tanti sono oggi i temi, i contesti, gli spazi con cui l'arte può ibridarsi:

- ✓ i musei urbani all'aperto (percorsi, spazi verdi urbani o naturalistici)²⁹;
- ✓ l'allestimento di spazi e infrastrutture della mobilità (porte della città, metropolitane, rotatorie, ponti)³⁰;

impact of devastating structures and infrastructures.

Contemporary urban art is a *communication tool* since, as an expression of culture, it can have an educational impact in favour of the policies the city intends to communicate (such as safety, sustainability, social aggregation, or multiethnicity).

Can art, like design, respond to the needs and requirements of the three aspects it has to face: *context, users, and principals*? Perhaps it can, if one considers that in art what we need to observe and distinguish is not so much the actual products as the artists themselves. Some patrons, for example, select artists by invitation (as is the case with architects and designers), depending on their ability to deal with the issues at stake. Or they use interdisciplinary competitions which are open to groups of artists, architects, engineers, and designers, when the work requires a number of transversal skills.

The *programme*, rather than just an individual case, is the first form of guarantee in an approach that uses art as a strategic resource for transforming the city. And the more the programme promotes contemporary art and the image of the city and that of the institution, the more it becomes efficient as a tool for promoting the local *cultural tourism market*. Examples of this include tour guides of contemporary urban art, designed for easy comprehension and enjoyment. There is no lack of subject matter for these guides, for there are so many themes, contexts, and places where art can hybridise:

- ✓ open-air urban museums (itineraries, green spaces in the city or reserves);²⁹
- ✓ mobility infrastructures and spaces (city gates, Metro systems, roundabouts, and bridges);³⁰
- ✓ by mitigating the impact of architectural elements and infrastructures;³¹
- ✓ through integration with elements of street furnishings (lighting, paving, signage, information systems, and various types of equipment);³²

✓ la mitigazione dell'impatto di elementi e infrastrutture architettoniche³¹;

✓ l'integrazione con elementi dell'arredo urbano (illuminazione, pavimentazioni, segnaletica, supporti informazione, attrezzature varie)³²;

✓ la valorizzazione di centri commerciali naturali e vie commerciali;

✓ le installazioni effimere per le festività (addobbi, luminarie)³³;

✓ le installazioni effimere per la comunicazione della cultura materiale e artigianale (legno, pietra, ceramica, vetro, ecc.)³⁴;

✓ le installazioni tematiche promozionali alla conoscenza di giovani artisti.

✓ by promoting natural trade centres and shopping streets;

✓ temporary installations for holidays (decorations and lights);³³

✓ temporary installations for communicating material and crafts culture (wood, stone, ceramics, glass, etc.);³⁴

✓ theme-based installations to promote young artists.

¹ E. HÉNARD, "The Cities of the Future", in ROYAL INSTITUTE OF BRITISH ARCHITECTS, *Transactions, Town Planning Conference London, 10-15 October 1910*, Londra 1911, pp. 345-367. Hénard (1849-1923) spent much of his time studying the problems of mobility in Paris, suggesting circulation in the form of concentric rings. In the vision he presented at the conference in London, Hénard shows himself to be a designer of a possible future, fascinated by technology and by the use of aeroplanes as a means of urban transport.

² G. CULLEN, *Townscape*, Reinhold, New York 1976. In this work, the term "art of environment" refers to environmental urban planning, and thus control over the appearance of architecture and public spaces.

³ K. LYNCH, *L'immagine della città*, Marsilio, Venice 2006, Ed. Paolo Ceccarelli (original title: *The Image of the City*, Cambridge Technology Press, 1960).

⁴ P. CECCARELLI, Introduction to LYNCH, *L'immagine della città* cit., p. 12: "The city is not just the object of perception (and possibly of pleasure) for millions of people who are profoundly different in terms of character and social class, but also the product of countless professionals who, for particular reasons, constantly change its structure. Even though the dominant characteristics may remain unaltered for some time, the details change constantly. The checks that may affect its growth and strength are only partial. There is no final result, but just a constant succession of phases."

⁵ C. NORBERG-SCHULZ, *Genius Loci. Paesaggio Ambiente Architettura*, Electa, Milan 1979.

⁶ On the subject of *woonerven* (streets where pedestrians and cyclists have right of way), see: J. GEHL, *Vita in città*, Maggioli, Rimini 1991, and C. GERMAK, "Scena urbana e mobilità", in G. DE FERRARI, V. JACOMUSSI, C. GERMAK and O. LAURINI (Eds), *Il Piano Arredo Urbano. Problematiche e aspetti metodologici*, NIS - Carocci, Rome 1994, pp. 47-60.

⁷ In a famous essay of 2001, Jodi Borja points to public places as incubators of culture and socialising, of communication systems, sources of democracy, and centres of civic commitment.

The Catalan intellectual Manuel Castells adds that public space is key to interconnecting experiences: a place of socialising, as opposed to non-places like shopping malls.

⁸ M. AUGÉ, *Non-places: introduction to an anthropology of supermodernity*, Verso, London-New York 1995.

⁹ A. BONOMI, *Il distretto del piacere*, Bollati Boringhieri, Turin 2000.

¹⁰ www.superluoghi.it

¹¹ "I find that many airports that use the aesthetic qualities of aeroplanes as their architectural references are very boring. In Seville airport I wanted to express something - something I believe still has meaning, since this is a small city but one with a very strong personality. Seville is the only airport where you leave your car in an orange grove and, when you enter, you find yourself in an atmos-

mento-chiave di connessione delle esperienze: luogo di socialità contrapposto ai non-luoghi, come i centri commerciali.

⁸ M. AUGÉ, *Non luoghi: introduzione a una antropologia della surmodernità*, Eleuthera Editrice, Milano 1993.

⁹ A. BONOMI, *Il distretto del piacere*, Bollati Boringhieri, Torino 2000.

¹⁰ www.superluoghi.it.

¹¹ «Trovo che molti aeroporti che sfruttano l'estetica dell'aereo quale riferimento architettonico siano molto noiosi. Nell'aeroporto di Siviglia io volevo dire qualcosa, qualcosa che credo abbia ancora un senso, trattandosi di una città piccola ma con un carattere molto forte. Siviglia è l'unico aeroporto dove si lascia la macchina in un giardino di arance ed entrando si avverte un'atmosfera non lontana da quella che avvolge la città stessa. Ecco perché l'arco, la colonna, la ceramica, non è tanto una classicità letta come tale, come cifra stilistica, quanto l'interpretazione di un carattere» (intervista di M. CASAMONTI a R. MONEO, in «Area», n. 67, marzo-aprile 2003).

¹² *Microrealities*, nella mostra «Metamorph», La Biennale di Venezia 2004, www.microrealities.org.

Si tratta di 4 progetti su Milano e Shanghai che riguardano riflessioni e idee sulla città in relazione all'uomo che la vive. 1. Le porte della città: nuovi simboli per nuovi confini; 2. Centro commerciale+spazi pubblici+: la possibilità di creare nuovi centri urbani; 3. La città degli orti: riappropriarsi delle stagioni; 4. Shanghai: 100 nuove stazioni del metro, un'occasione per produrre identità e senso di appartenenza nelle periferie.

¹³ R. GABETTI, S. GIRIODI e L. MAMINO, *Gli spazi in negativo nel tessuto urbano*, CLUT, Torino 1981.

¹⁴ U. LA PIETRA, *La riappropriazione della città*, in «Casabella», n. 386, febbraio 1974.

¹⁵ ID., *Modelli attivi di comportamento*, in «Casabella», n. 376, aprile 1973.

¹⁶ www.guerrillagardening.com; www.rebargroup.org/projects/parkingday; www.criticalmass.it; www.guerrilla-innovation.com; www.tolove.splinder.com/archive/2005/09.

¹⁷ DE FERRARI, JACOMUSSI, GERMAK e LAURINI, *Il Piano Arredo Urbano* cit., p. 13.

¹⁸ In Piemonte, ad esempio, la legge 3/4/1989 n. 20, sulla «Tutela dei beni culturali, ambientali e paesistici» introduce l'obbligo, per i Comuni con aree vincolate ai sensi della 1497/39, o la facoltà per gli altri, di dotarsi di Piani dell'Arredo e del Colore.

¹⁹ C. GERMAK (a cura di), *Strategie di immagine urbana per l'area metropolitana*, per «Torino Internazionale», Lybra Immagine, Milano 2003.

²⁰ Oltre all'ambito urbano, molte operazioni hanno come territorio e settore di attività altri contesti: balneare, collinare, montano, sportivo, ecc.

²¹ E. MANZINI e F. JÉGOU, *Quotidiano sostenibile. Scenari di vita urbana*, Edizioni Ambiente, Milano 2003.

²² A. BRANZI, *Dall'arredo alla scenografia urbana*, in *Capire il Design*, Giunti, Firenze 2007, p. 46.

²³ Il progetto della torre multifunzione a Copenhagen è dello studio danese BIG - Bjarke Ingels Group.

²⁴ M. R. BARONI, *Psicologia ambientale*, Il Mulino, Bologna 1998: «è difficile stabilire l'estensione semantica del concetto di ambiente nel senso che non si tratta solo di un luogo, con le sue connotazioni fisiche, e anche affettive e comportamentali: "ambiente" viene piuttosto inteso come contesto fisico e sociale in cui si sviluppano le personalità e il comportamento dell'individuo».

²⁵ A. MORELLO, *End of Trends?*, in «StileIndustria», anno III, n. 9, marzo 1997, p. 3.

²⁶ Aldo Cibic in *Microrealities* (Biennale di Venezia del 2004, cit.), occupan-

phere that is not that different from what you find in the city itself. This is why the arches, columns, and ceramics are not so much classicism interpreted as such - as merely stylistic features - but as the interpretation of a character" (interview by M. CASAMONTI with R. MONEO, in *Area*, no. 67, March-April 2003).

¹² *Microrealities*, in the "Metamorph" exhibition, Venice Biennale, 2004, www.microrealities.org.

These are four projects for Milan and Shanghai with considerations and ideas about the city in relation to those who live in it. 1. The city gates: new symbols for new frontiers; 2. Shopping malls + public spaces +: the possibility of creating new urban centres; 3. The kitchen-garden city: regaining possession of the seasons; 4. Shanghai 100 new underground railway stations, an opportunity to create identity and a sense of belonging in the suburbs.

¹³ R. GABETTI, S. GIRIODI and L. MAMINO, *Gli spazi in negativo nel tessuto urbano*, CLUT, Turin 1981.

¹⁴ U. LA PIETRA, "La riappropriazione della città", in *Casabella*, no. 386, February 1974.

¹⁵ ID., "Modelli attivi di comportamento", in *Casabella*, no. 376, April 1973.

¹⁶ www.guerrillagardening.com; www.rebargroup.org/projects/parkingday; www.criticalmass.it; www.guerrilla-innovation.com; www.tolove.splinder.com/archive/2005/09.

¹⁷ DE FERRARI, JACOMUSSI, GERMAK and LAURINI, *Il Piano Arredo Urbano* cit., p. 13.

¹⁸ In Piedmont, for example, Law no. 20 of 3.4.1989 on the "conservation of cultural, environmental and scenic heritage", made it obligatory for municipalities covered by Law 1497/39, and facultative for the others, to adopt an "urban design and colour" plan.

¹⁹ C. GERMAK (Ed.), *Strategie di immagine urbana per l'area metropolitana*, for "Torino Internazionale", Lybra Immagine, Milan 2003.

²⁰ As well as in the urban environment, many operations take place at a territorial level and in the context of other activities: for the seaside, hills, mountains, sports, etc.

²¹ E. MANZINI and F. JÉGOU, *Quotidiano sostenibile. Scenari di vita urbana*, Edizioni Ambiente, Milan 2003.

²² A. BRANZI, "Dall'arredo alla scenografia urbana", in *Capire il Design*, Giunti, Florence 2007, p. 46.

²³ The multipurpose tower in Copenhagen was designed by the Danish firm BIG - Bjarke Ingels Group.

²⁴ M. R. BARONI, *Psicologia ambientale*, Il Mulino, Bologna 1998: "It is difficult to establish the semantic extent of the concept of environment in the sense that it is not just a place, with its physical features and its affective and behavioural characteristics: the 'environment' is rather seen as the physical and social context in which the personality and behaviour of the individual is developed".

²⁵ A. MORELLO, "End of Trends?", in *StileIndustria*, Anno III, no. 9, March 1997, p. 3.

²⁶ Examining the "city gates" in his *Microrealities* (Venice Biennale, 2004, cit.), Aldo Cibic creates original structures that move along a new path towards sustainability, interpreting present-day behaviour in big cities: car-sharing stations for sharing private vehicles rather than hiring them; "baby parking" centres for those who need to pop into the city centre; temporary offices, with a full range of office facilities, in comfortable surroundings and fitted with the latest technology.

²⁷ The *Torino The Gate. Porta Palazzo* project, which started up in 1996, is designed to improve living and working conditions in the Porta Palazzo - Borgo Dora district by involving a number of different public and private partners in actions that focus on a number of aspects of the environment: built-up areas,

dosi di «porte della città», concepisce originali strutture funzionali alle nuove direzioni di sostenibilità e interpreti degli attuali comportamenti metropolitani: stazioni *car sharing* in cui viene condiviso il mezzo privato e non quello in affitto; *baby parking* per chi deve svolgere rapide incursioni in città; *temporary office*, dove poter usufruire di servizi temporanei di ufficio, dotati di tutti i comfort e delle più avanzate tecnologie.

²⁷ Il progetto *Torino. The Gate. Porta Palazzo*, nato nel 1996, è volto a migliorare le condizioni di vita e di lavoro nel quartiere di Porta Palazzo - Borgo Dora, attraverso il coinvolgimento di diversi partner pubblici e privati in azioni che hanno come direzione diversi aspetti dell'ambiente: costruito, sostenibile, sociale, economico, culturale (www.comune.torino.it/portapalazzo/The gate).

²⁸ www.torinoworlddesigncapital.it.

²⁹ Nel «Parco d'Arte Vivente», nato in un'area industriale dismessa di Torino, è centrale il riferimento alla natura, natura dei luoghi (suolo, sottosuolo, acque e clima) e natura dei materiali costruttivi naturali utilizzati dalle tecniche proprie della bioedilizia che implicano un basso impatto ambientale in fase di costruzione-gestione-demolizione, dismissione dei manufatti e ripristino dei luoghi (www.parcoartevivente.it).

³⁰ Arte in metropolitana: le più famose stazioni del mondo (http://micro.com/metro/metroart.html).

³¹ Numerose le iniziative in materia. Tra queste, «Pareti ad Arte» (2001), concorso bandito dall'Associazione Artissima di Torino e SIAT - Società degli Ingegneri e degli Architetti in Torino, per realizzazioni di artisti internazionali a mitigazione di pareti cieche individuate in diversi contesti (centrali e periferici) della città.

³² GERMAK (a cura di), *Strategie di immagine urbana* cit. Lo studio individua per i viali urbani di memoria francese (ad esempio corso Galileo Ferraris) un riassetto della sezione viabile in cui viene dato spazio a un percorso di «arte pedonale» integrata agli elementi dell'arredo urbano e del verde.

³³ Significativi esempi di manifestazioni periodiche: «Luci d'artista» a Torino (www.comune.torino.it/artecultura/luciantista); «Festa delle Luci» a Lione (www.lumieres.lyon.fr); «Luminarie» a Palermo (www.palermodesign.it).

³⁴ «Art in the Forest», rassegna annuale edita dal Comune di Sauze d'Oulx (Torino), propone di anno in anno tematiche diverse da interpretare con il legno (www.sauzeultura.it).

sustainability, and social, economic and cultural aspects (www.comune.torino.it/portapalazzo/The gate).

²⁸ www.torinoworlddesigncapital.it.

²⁹ In the "Parco d'Arte Vivente", which has been set up in a disused industrial area of Turin, references to nature are key. They concern the nature of the place (the land, underground, water and climate) and the natural construction materials commonly used in low-environmental-impact bio-building, when building, running and demolishing, and in the disuse and restoration of sites (www.parcoartevivente.it).

³⁰ Art in the Metro system: the most famous stations in the world (http://micro.com/metro/metroart.html).

³¹ Many initiatives take up this thread. These include "Pareti ad Arte" (2001), a contest announced by Associazione Artissima in Turin and SIAT - Società degli Ingegneri e degli Architetti in Torino - for international artists to mitigate the impact of blank walls in various areas of the city (in the centre and suburbs).

³² GERMAK (Ed.), *Strategie di immagine urbana* cit. The study examines French-style avenues, such as Corso Galileo Ferraris, rearranging the road section to include a "pedestrian art" route among the green areas and street furniture.

³³ There are some significant examples of regular events: "Luci d'artista" in Turin (www.comune.torino.it/artecultura/luciantista), the "Festival of Lights" in Lyon (www.lumieres.lyon.fr), and "Luminarie" in Palermo (www.palermodesign.it).

³⁴ "Art in the Forest", an annual festival organised by the municipality of Sauze d'Oulx (Turin), each year puts on different themes to be interpreted using wood (www.sauzeultura.it).

© 2008 UMBERTO ALLEMANDI & C., TORINO

COORDINAMENTO REDAZIONALE LINA OCARINO
REDAZIONE NDR SERVIZI REDAZIONALI
VIDEOIMPAGINAZIONE CARLO NEPOTE
FOTOLITO FOTOMEC, TORINO
FINITO DI STAMPARE NEL MESE DI LUGLIO 2008
PRESSO CAST, MONCALIERI (TORINO)

DISTRIBUTORE ESCLUSIVO ALLE LIBRERIE
MESSAGGERIE LIBRI