

Cecilia Cecchini

SPAZI TEMPORANEI CONTEMPORANEI

10 anni

del Master in

Exhibit & Public Design

SilvanaEditoriale



Dipartimento di Pianificazione, Design
Tecnologia dell'Architettura

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Il libro è uno strumento teorico per la disciplina realizzato a partire dai dieci anni del Master in Exhibit & Public Design (2008-2018), istituito presso la “Sapienza” Università di Roma. Articolato come un magazine tematico, il volume è costituito da saggi critici che affrontano gli aspetti importanti della progettazione contemporanea dello spazio pubblico, seguiti da focus tematici brevi che indagano in modo puntuale singoli aspetti della disciplina.

Le immagini, organizzate per macro-temi, restituiscono una selezione dei progetti degli studenti che hanno partecipato a questa esperienza formativa a cavallo tra architettura, design, comunicazione visiva e multimediale.

Cecilia Cecchini

SPAZI TEMPORANEI CONTEMPORANEI

10 anni
del Master in
Exhibit & Public Design

SilvanaEditoriale



Dipartimento di Pianificazione, Design
Tecnologia dell'Architettura

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Coordinamento editoriale

Giulia Mura

Grafica

Daniele Ficociello

Consiglio Didattico Scientifico

Cecilia Cecchini

Direttore del Master in Exhibit e Public Design (2008-2018)

Orazio Carpenzano

Maria Claudia Clemente

Vincenzo Cristallo

Anna Giovannelli

Sabrina Lucibello

Luigi Prestinzenza Puglisi

Docenti

Matteo Antonelli

Emiliano Auriemma

Tommaso Avellino

Sara Berta

Marco Bevilacqua

Roberto Bianchi

Andrea Borzelli

Adriano Caputo

Orazio Carpenzano

Cecilia Cecchini

Maria Claudia Clemente

Matteo Clemente

Vincenzo Cristallo

Maurizio Di Puolo

Daniele Durante

Salvatore Iaconesi

Claudio Lazzarini

Sabrina Lucibello

Andrea Lupacchini

Roberto Malfatto

Andrea Miscoli

Paolo Mondini

Bianca Elena Patroni Griffi

Oriana Persico

Luigi Prestinzenza Puglisi

Enrico Quell

Luca Veresani

Renato Viviano

Tutor

Anna Baldini

Alessio Bonetti

Claudia Campone

Ivo Caruso

Gaia Maria Lombardo

Alessia Maggio

Paolo Marcoaldi

Vincenzo Maselli

Giulia Mura

Marco Pietrosanto

Sommario

Studente: Silvia Sanchietti | Docente: Orazio Carpenzano | 2016/17





Presentazione 8

Saggio
introduttivo 10

Saggi 24

Focus brevi 56

Progetti 70

Dati 120

Bibliografia 124

Saggi

**L'esperienza
dello spazio pubblico 26**

Maria Claudia Clemente

**Allestire
lo spazio del mostrare 32**

Vincenzo Cristallo

**La durata
del temporaneo 38**

Luigi Prestinenza Puglisi

**Nuove qualità del
progetto di allestimento urbano 46**

Orazio Carpenzano

**Materiali per
un'Architettura Sensoriale 50**

Sabrina Lucibello

Allestire lo spazio del mostrare

Allestire significa mettere in scena, esporre con l'intento dichiarato di provocare interesse, un clima evocativo, allusivo, intorno a quadri, sculture, prodotti, oggetti¹. Equivale anche a dare vita a uno spazio celebrativo alla ricerca di un equilibrio tra chi decide di mostrare, tra cosa è mostrato e l'autorialità di chi ha il compito di progettarne la transitorietà configurativa.

Una provvisorietà talvolta certi-

moniale che assume connotazioni dimostrative, un esercizio di compressione formale e di tensione estetica che attraversa costantemente l'ambiguità che contiene il progetto dell'effimero. Effimero e temporaneo che sia, l'allestimento è tuttavia una disciplina solida. A differenza dell'architettura maestra, consente un trasferimento quasi immediato delle istanze del progetto in dinamiche esecutive, "mentre l'architettura spesso è condizionata da una serie di operazioni preliminari, di carattere funzionale, tecnologico, sociale che indeboliscono la natura prefi-

Vincenzo Cristallo

gurante del progetto, [...] l'allestimento permette al contenuto immaginario di tradursi direttamente nell'opera realizzata"² (Nocchi, 2003). Di qualificarsi, inoltre, nel carattere costante della sperimentazione progettuale tesaurizzata nel patrimonio storico che il tempo ci ha consegnato.

Se di storia parliamo quella italiana dell'allestimento si sviluppa nel dopoguerra ma proviene dall'intraprendenza e l'eccellenza pro-

gettuale delle triennali degli anni trenta che, accomunando soggetti e progettisti, percorre con un filo rosso i cinquanta e i sessanta, fino a quando negli allestimenti è il linguaggio della merce a mostrarsi con minori mediazioni. La straordinaria stagione dell'exhibit che si è avuta in Italia con le espo-

1/ La parola allestire deriva dal lemma di origine latina "lesto" e il suo uso risale al XVI secolo, epoca nella quale gli veniva attribuito il significato di "preparare". È un termine inoltre riconducibile anche alle parole francesi "alestir" o "lestir", che rimandano al verbo "lester", prendere un chargement, ovvero assumere un pesante carico su di sé. Sempre dal francese, la matrice "lest" viene fatta derivare da "leste" che designa un "sorte de vetement", vale a dire un tipo di abito (allestimento come addobbo/effimero). Cfr.: Pier Federico Caliari, *La forma dell'effimero*, Lybra Immagine, Milano 1997.

2/ M. Nocchi, *Allestimento come installazione* in "Abitare", n. 426, editore Abitare Segesta, Milano, marzo 2003, p. 123.

sizioni razionaliste milanesi dal 1933 al 1939, a cui si è fatto cenno, ha visto generazioni di giovani architetti formarsi sui temi dello spazio del mostrare³, indagando la professione con la suggestione esaltante del controllo di ciò che si realizzava attraverso la scala 1:1. Vale per Giuseppe Pagano e Marcello Nizzoli che dall'esperienza in questo campo, distante solo apparentemente dal centro del dibattito architettonico, hanno contribuito al rinnovamento dell'architettura moderna italiana. E poi, tra i tanti, Carlo Scarpa, Luciano Baldessari e soprattutto i fratelli Castiglioni, Achille e Pier Giacomo⁴, e Franco Albini.

Albini, in particolare, è colui che “raccolgendo il testimone

dell'eccellenza da Giuseppe Terragni, mantenendolo saldo mentre a Torino Carlo Mollino in solitaria sperimentava piaceri e passioni, e cedendo poi al Carlo Scarpa degli episodi siciliani e poi ancora all'astro nascente Vittoriano Viganò, [...] era riuscito a scrivere (leggi disegnare) alcune delle pagine più nitide dell'architettura degli interni, degli allestimenti e della museografia contemporanei [...] tutti costruiti su ‘fantasie di precisioni’ (Gio Ponti), tutti progetti diventati, con naturalezza, nuovi capostipiti”⁵ (Finessi, 2005). Nella lezione per l'inaugurazione dell'anno accademico 1954-55 dell'Istituto Universitario di Architettura di Venezia, Albini fa una distinzione fra museo e mostra – che giunge quasi inalterata fino a oggi – circa il metodo da adottare nei due casi. Egli afferma che “‘la mostra ha affinità con lo spettacolo [...]’; e come lo spettacolo necessita di un tema

3/ “Le triennali del 1933 e del 1936 sono contrassegnate da una folta presenza di architetti razionalisti e gran parte degli allestimenti realizzati per la VI e VII edizione, sono caratterizzate dall'impiego di materiali nuovi, oppure di materiali tradizionali trattati in modo da ottenere effetti inusitati. In particolare il tubo di acciaio o di alluminio e il vetro assurgono quasi a simboli dello stile decorativo moderno, in contrapposizione ai legni pregiati degli arredi novecento. Per la mostra dell'abitazione alla V Triennale vengono realizzate 21 costruzioni sul tema della casa (villa per il lago, casette in legno per vacanze, casa del sabato, per sposi eccetera). Se si fa eccezione per l'arredamento del gruppo di case popolari di Bottoni e Griffini, l'impostazione progettuale degli altri ambienti è quasi esclusivamente volta alla formulazione di una nuova grammatica espressiva dei materiali cosiddetti “industriali”, valga per tutti l'esempio della villa studio per un'artista di Figini e Pollini”. A. Nulli, *Le Triennali Razionaliste*, in V. Gregotti (a cura di), *Il disegno del prodotto industriale. Italia 1960-1980*, Electa, Milano 1998.

4/ Cominciati nel 1947, con la XIV mostra nazionale della radio – con il fratello Pierluigi fino al 1968 – Achille Castiglioni progetterà, fino al 2000, 156 allestimenti. Particolarmente noti, sono, anche per la longevità del rapporto instaurato con la committenza, quelli realizzati per la Rai-Radiotelevisione Italiana. Per approfondire la conoscenza di Castiglioni si veda l'opera omnia a cura di Sergio Polano del 2001, edita da Electa.

5/ B. Finessi, *Trattenere il respiro. Franco Albini alla voce allestire* in “Abitare”, n. 452, 2005, p. 114.

chiaro, definito, concluso, e di ordinamento che ne proporzioni le parti, le congegni e le concluda, come la regia le azioni di una commedia' [...]. Viene così a precisarsi il compito dell'allestimento. 'Occorre – dice Albin – che l'invenzione espositiva attiri nel suo gioco il visitatore; occorre che suscitati attorno alle opere l'atmosfera più adatta a valorizzarla, senza tuttavia mai sopraffarle. L'architettura deve farsi mediatrice tra il pubblico e le cose esposte, deve dare valore all'ambiente come potente elemento di suggestione sul visitatore'. Ne consegue la definizione dei mezzi per realizzarlo: 'Per raggiungere questo risultato bisogna, secondo me, ricorrere a soluzioni spaziali piuttosto che a soluzioni plastiche [...]. È mia opinione che sono proprio i vuoti che occorre costruire, essendo aria e luce i materiali da costruzione. L'atmosfera non deve essere ferma, stagnante, ma vibrare, e il pubblico vi si deve trovare immerso e stimolato, senza che se accorga'''⁶ (Bucci, 2005).

Ed è proprio negli anni sessanta che, con l'avanzare di una progettazione degli spazi di vendita connessa al graduale affrancamento economico-culturale dei consumatori, nel progetto del mostrare, oltre l'oggetto, diventa protagonista lo spazio. Si introducono inediti relazioni combinate tra merce, contenuti e ambienti allestiti. In più, sull'onda di una economia dei consumi in cresci-

ta, favorita da una produzione industriale orientata dal design, i valori dei prodotti cominciano a essere trascritti nell'ordito complessivo dell'allestimento.

Da lì in poi, in una forbice molto ampia che inizia negli anni settanta, si sviluppa negli ottanta, si magnifica nei novanta, l'allestimento – dedicato a una mostra piuttosto che alla brevità di un evento – si caratterizza per il progressivo protagonismo delle tecnologie come codice compositivo e l'uso delle immagini come impiego di un nuovo lessico visivo. Il prodotto diviene un segno correlato ad altri e l'allestimento diventa un complessivo "oggetto merceologico", un unicum simultaneo tra spazio e materia, tra funzione e finzione⁷.

Superato oramai, a partire dagli anni Duemila, il tema dei codici stilistici per una lenta e inarrestabile polisemia postmodernista saldata ora alle scienze informatiche e all'avvento della realtà aumentata, l'area del progetto dell'exhibit è divenuta il luogo privilegiato della rappresentazione della contemporaneità; un **instant context** della cultura progettuale e del suo repertorio di simboli, materiali e modelli.

6/ F. Bucci, *Spazi atmosferici. L'architettura delle mostre*, in F. Bucci, A. Rossari (a cura), *I musei e gli allestimenti di Franco Albini*, Electa, Milano, 2005, pp. 21-23-24. Si veda anche: A. Rossari, *Franco Albini: l'arte del porgere* in "Casabella" n. 730, 2005.

7/ V. Cristallo, *Orientamenti e pratiche dell'exhibit design per il prodotto fiore*, in P. Gambaro (a cura di), *Design, Ricerca, Azione. Strategie e comunicazione per il sistema floricolo del ponente ligure*, Alinea editrice, Firenze 2003, pp. 47-52.

Una sorta di teatralità iperrealista dei tempi in corso, nella quale l'immagine manifesta corrisponde a un registro di ritualità che si identifica con più generi di consumatori. Non solo il prodotto è in vendita ma lo è 'tutto', retoricamente, 'dallo spazio alla merce'. Spazio e merce si fondono, ciononostante – e sono le parole di Pier Luigi Cerri, devono ugualmente 'intercettare il Monstrum', vale a dire "quel particolare stacco individuato nell'organizzazione sistemica del sapere, o l'anomalia che si fa notare attraverso un lieve spostamento di senso, o perché si cristallizza in una forma, una apparizione, che altrimenti non si potrebbe visualizzare, un artificio approntato per decifrare i criteri scientifici dell'espone dentro il viaggio labirintico, il racconto allusivo. L'invenzione". Una ragione d'essere che Cerri ritrova senza fatica nei padiglioni di Depero, nelle geometrie ortogonali degli allestimenti di Albin e nelle "Wunderkammern della chimi-

ca dei Castiglioni", ambienti nei quali "l'interesse emotivo [...] trascende l'oggetto mostrato per privilegiare l'artificio che consente di mostrarlo, di metterlo in luce, di sollecitare l'attenzione. La struttura espositiva introduce al racconto, comunica attraverso la rappresentazione. Illude con la costruzione di nuove prospettive". Un quadro, conclude Cerri, che definisce l'esercizio dell'allestimento come "modello in scala al vero (che, ndr.) consente di percepire l'architettura dello spazio in tutta la sua effimera costituzione, e, per questo è territorio di esperienze che nessun cantiere consente, opportunità di manipolazione inusitate, sia che si tratti di operare in magnificanti spazi storici, sia che si debbano costruire nuovi gusci [...]"⁸ (Cerri, 2000).

Ecco perché, ieri come oggi, con declinazioni necessariamente differenti, il progetto dell'allestimento – nel quale comunque sopravvivono installazioni tipo che individuano utenti tipo in disposizioni tipo – si può definire come un "totale progetto dell'esperienza". Ovvero un luogo nel quale gli stimoli fisici e sensoriali influenzano la sfera emozionale dell'individuo aumentandone il desiderio e la capacità di interagire (acquistare, se all'interno di un luogo di vendita). Per quanto rarefatta possa

apparire, si tratta di progettare l'atmosfera dando la possibilità ai sensi di avere connessioni nella costruzione della conoscenza all'interno di una narrazione concepita come uno storytelling in movimento: la vista attraverso il colore, l'illuminazione, le texture, i volumi, i display; l'udito attraverso la musica, il volume e i toni, il rumore di fondo; il tatto con la temperatura, i materiali; l'olfatto tramite gli odori delle merci, degli arredi e dei profumi aggiunti; il gusto, nell'eventualità di assaggiare prodotti e suoi derivati.

Non c'è comunque esperienza senza il tema del servizio. E viceversa. Vale a dire che l'exhibit richiede la mediazione del servizio. Ricodurre il processo fruitivo del mostrare a una dinamica di interazione tra luogo (spazio del servizio) e le risorse umane e materiali che connotano il servizio (spazi, personale, utenti, materiali esposti, prodotti associati al servizio principale offerto).

Se il servizio si realizza come la messa in scena di una relazione spazio-temporale, progettarne uno vuol dire organizzare un processo percettivo adeguato per ciò che viene "servito", agendo

sul sistema della comunicazione, dell'ambientazione, sulle prestazioni offerte, sul bagaglio di informazioni messe in gioco. Un processo che, è noto, concorre a far crescere il valore dell'offerta.

L'allestimento è allora un luogo di scambio di valori, un'interfaccia globale, e di conseguenza un complessivo artefatto comunicativo⁹; "uno strumento elettivo d'intermediazione il cui soggetto principale non è [...] l'oggetto d'esposizione, o ancor meno la sua struttura espositiva, ma la totalità dell'esperienza conoscitiva che è capace di generare, frutto del dinamico rapporto tra i diversi attori coinvolti"¹⁰ (Migliore; Servetto, 2003). Una disciplina progettuale che ha pertanto superato ogni distinzione tra chi la vuole esclusiva dell'architettura e chi viceversa l'assevera all'ideazione di un oggetto complesso di design, ma che invece si ricompone nella profondità di un naturale **good design**.

9/ Cfr.: F. Carmagnola, M. Ferraresi, *Merci di culto, Castelvechi*, Roma 1999; V. Codeluppi, *Lo spettacolo della merce*, Bompiani, Milano 2000.

10/ I. Migliore, M. Servetto, *Sull'architettura degli allestimenti* in "Abitare" n. 426, 2003, p. 124.



Silvana Editoriale

Direzione editoriale

Dario Cimorelli

Art Director

Giacomo Merli

Coordinamento editoriale

Sergio Di Stefano

Redazione

Lorena Ansani

Coordinamento di produzione

Antonio Micelli

Segreteria di redazione

Ondina Granato

Ufficio iconografico

Alessandra Olivari, Silvia Sala

Ufficio stampa

Lidia Masolini, press@silvanaeditoriale.it

Diritti di riproduzione e traduzione

riservati per tutti i paesi

© 2019 Silvana Editoriale S.p.A.,

Cinisello Balsamo, Milano

© 2019 “Sapienza” Università di Roma

© 2019 Per le immagini: gli autori

ISBN: 9788836641376

A norma della legge sul diritto d'autore e del codice civile, è vietata la riproduzione, totale o parziale, di questo volume in qualsiasi forma, originale o derivata, e con qualsiasi mezzo a stampa, elettronico, digitale, meccanico per mezzo di fotocopie, microfilm, film o altro, senza il permesso scritto dell'editore.

Cecilia Cecchini

Architetto, PhD, Professore di Disegno Industriale presso la "Sapienza" Università di Roma, Facoltà di Architettura.

Ha fondato e diretto (2007-2018) il Master in Exhibit & Public Design; ha coordinato il Corso di Laurea in Disegno Industriale (2008-2012). Fin dalla sua istituzione è curatore scientifico del centro di ricerca museale Fondazione Plart di Napoli.

Svolge attività di ricerca presso il Dipartimento di Pianificazione, Design, Tecnologia dell'Architettura nel campo degli spazi pubblici e dei materiali innovativi.

Tra i volumi recenti pubblicati:

Le parole del design. 150 lemmi tecnici liberamente scelti (*List Lab, 2012 selezionato ADI Design Index 2013*); **Plastic objects in Italian design** (*Rdesignpress, 2015*); **Plastic Days. Materials & Design** (*SilvanaEditoriale, 2015*).

*Silvana Editoriale S.p.A.
via dei Lavoratori, 78
20092 Cinisello Balsamo, Milano
tel. 02 453 951 01
fax 02 453 951 51
www.silvanaeditoriale.it*

*Le riproduzioni, la stampa e la rilegatura sono state eseguite in Italia
Stampato da Grafiche Aurora, Verona
Finito di stampare
nel mese di ottobre 2019*

SPA
TEMPORAN
CONTEMPORAN
PAZI CONTEMPORAN
RAZI CONTEMPORAN
RNEI CONTEMPORAN
RNEI CONTEMPORAN
RNEI CONTEMPORAN
RNEI CONTEMPORAN
RNEI CONTEMPORAN
RNEI CONTEMPORAN
RNEI CONTEMPORAN
RNEI CONTEMPORAN
RNEI

