

IL GIORNALE ■ DEL Design



IL GIORNALE DELL'ARCHITETTURA

- **Inchiesta Design Center ■ Formazione Scuole a Hong Kong**
- **Professioni Design Miami e la crisi delle aste**
- **Musei Il nuovo allestimento del Museo della Scienza e della Tecnologia a Milano**
- **Mostre Enzo Mari, Bruno Munari, Eternal Platinum**

Mettere il design al centro

In molte parti del mondo, laddove esiste la coscienza della centralità dell'economia trainata dalla creatività e dal design, si sta lavorando all'idea di dare vita ai design center. In molte altre località si è già fatto il passo e si riflette sul consolidamento o addirittura sul rilancio d'iniziative di questo tipo.

Dare casa al design dentro a un territorio è un gesto simbolico: si decide arbitrariamente di mettere il design al centro dell'attenzione. Ogni società ha celebrato ciò che nel proprio tempo rappresentava un punto di riferimento per la propria cultura, dagli stadi romani alle cattedrali gotiche, dai lazzaretti trecenteschi alle caserme ottocentesche, dalle università moderne ai centri della multimedialità post-moderni. Tuttavia, per trasformare il gesto simbolico in un fatto reale occorre riempire il contenitore di azioni efficaci, reperire risorse umane adeguate, formarle e gestirle, sviluppare consenso e produrre esiti. Occorre quindi avere in mente un modello di design center, uno in particolare tra i tanti che si possono far nascere.

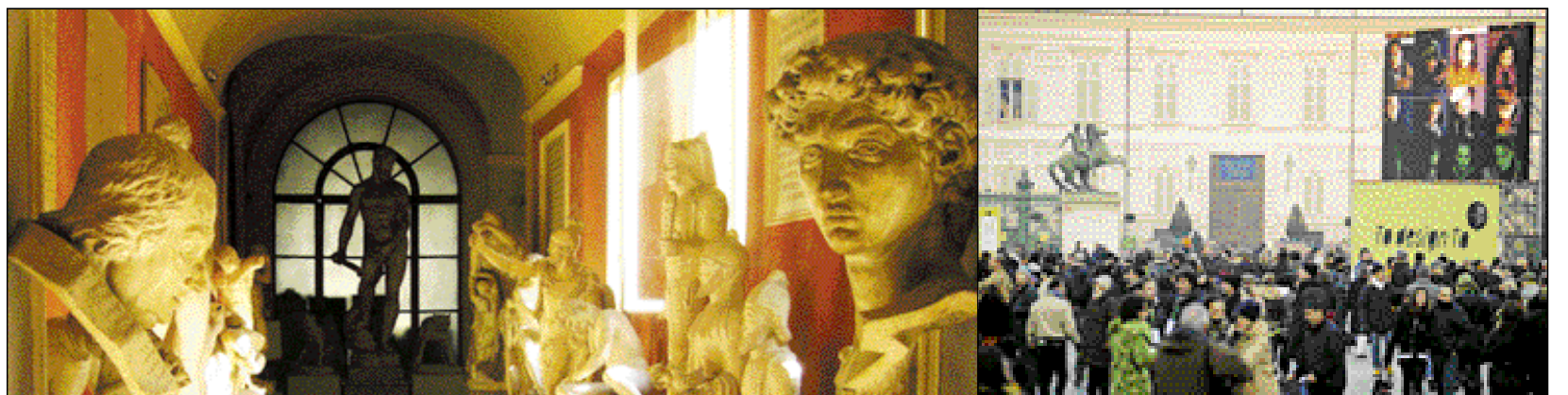
□ **Flaviano Celaschi**
CONTINUA A PAG. 24

Verso il post-design center

L'economia post-industriale apre nuovi spazi economici e soprattutto dà una nuova centralità al settore dei servizi, che perde i connotati di attività ancillare alla produzione e diventa fattore centrale dello sviluppo. L'idea vincente per competere nel XXI secolo è infatti quella di combinare tra loro i fattori di forza dell'industria tradizionale con la nuova economia del terziario.

Infatti, una parte importante delle opportunità che si aprono nell'economia post-industriale nasce dalla combinazione di valore simbolico e interazione digitale con le più sofisticate capacità manifatturiere.

□ **Andrea Granelli**
CONTINUA A PAG. 25



Design center



In alto a sinistra, l'Accademia di Belle Arti di Bologna, sede del nuovo design center; a destra, l'inaugurazione dell'anno del design a Torino; al centro e sopra a sinistra, il progetto di Isolarchitetti per il design center di Torino; sopra a destra, l'Institut Français de la Mode di Parigi

MUSEI E MEDIA

Dalla pila di Volta alla casa telematica

Il riallestimento del museo leonardesco di Milano

MILANO. Esporre la storia delle telecomunicazioni attuando una riorganizzazione della collezione proiettata nella contemporaneità è il nodo cruciale del recente progetto di ampliamento e riallestimento di una sezione

del Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci a Milano (MNST), inaugurata il 24 settembre. La «Sezione telecomunicazioni, dalla pila di Volta a internet» si configura come un

percorso ibrido dove si alternano aree di esposizione lineare, con un allestimento degli apparecchi telematici secondo linee sequenziali cronologiche, □ **Cristina Fiordimela**
CONTINUA A PAG. 29

DESIGN EDUCATION IN HONG KONG

Il binomio arte e tecnica

L'offerta formativa pubblica e privata

HONG KONG. Città internazionale e cosmopolita, crocevia culturale tra Oriente e Occidente, ribalta internazionale dell'economia cinese, Hong Kong rappresenta una piazza di eccellenza per la formazione

in design, sia per qualità che per quantità di offerta. Il panorama include scuole pubbliche e private, che offrono formazione di livello universitario □ **Eleonora Lupo**
CONTINUA A PAG. 28

CONTINUA DA PAG. 23

Esistono infatti centri votati alla «promozione» della cultura della creatività e del progetto, vere e proprie agenzie di comunicazione destinate alla valorizzazione degli asset creativi e degli operatori che in un certo territorio rappresentano questa cultura e questa economia. È questo il modello francese, portato avanti, ad esempio, dalla regione Rhône-Alpes.

Esistono centri che invece nascono intorno a uno o più laboratori e che sulla «sperimentazione» incentrano la loro attenzione attirando a sé operatori e imprese con l'idea di condividere importanti investimenti in attrezzature e impianti difficilmente saturabili da un unico operatore, così come ha messo in atto la Facoltà di Design del Politecnico di Milano nel quartiere della Bovisa.

Esistono poi centri che nascono intorno alla parola chiave «formazione», luoghi deputati a diventare meta di pellegrinaggio di giovani in prima formazione e adulti in aggiornamento continuo. Più che di centri, si tratta spesso di vere e proprie scuole che attivano, intorno all'insegnamento, mostre, eventi, spettacoli, seminari, fiere, ecc. È questo il format del gruppo Isti-

Mettere il design al centro



Una mostra dei risultati dei corsi di Type design della Facoltà di Design di Milano e del consorzio poli.design. Il Triennale Design Museum, un design center della messa in scena

tuto Europeo di Design attivo oggi in molte sedi in Italia e nel mondo.

Ci sono luoghi della «messa in scena», come la Triennale di Milano dove, intorno e grazie alla produzione di eventi, si attrae e si consolida l'attenzione del pubblico. Ma il fenomeno che più c'interessa è quello in cui nel

«fare design center» si legge l'intenzione di dare vita a un luogo per lo sviluppo della cultura del design e per il sostegno degli operatori che di questa cultura sono artefici.

La società occidentale all'inizio del secolo scorso metteva l'industria al centro del proprio sviluppo e dava vita alle Camere

del lavoro, ai quartieri e alle case per gli operai, alle mense dei lavoratori, ai sindacati, alle Società di mutuo soccorso, insomma costruiva i punti cardinali della relazione sociale dentro alla «città fabbrica». La società occidentale contemporanea, con altrettanta lucida determinazione, prende le distanze

da tale modello per svilupparne di nuovi, non più «lavoro-centrici» e non più affidati a una sola e unica «metanarrazione lyotardiana». Nella metropoli multipolare di oggi deve prendere forma un tessuto di relazioni che vivono di creatività e design e che, come agli esordi dell'economia industriale, ri-

chiedono nuove e adeguate forme organizzate e storicamente determinate ad accogliere queste funzioni. Sono i luoghi e le forme dell'economia della creatività e del design e, nel design center deve trovar spazio la dimensione istituzionale che regola e sviluppa questa cultura. Processi e attività che nessun sindacato odierno porta avanti, che le Camere di commercio ignorano, a cui le amministrazioni pubbliche non danno as-

Temi e autori

24-27 **Inchiesta**

Dare casa al design

Flaviano Celaschi

Nuovi spazi economici

per il terziario *Andrea Granelli*

L'Institut Français de la Mode

a Parigi *Chiara Molinari*

Design center a Mantova,

Bologna e Torino

28 **Formazione**

L'insegnamento del design

a Hong Kong *Eleonora Lupo*29 **Professioni**

I fratelli Humberto e Fernando

Campana *Marcus Field*30 **Musei**

Il nuovo allestimento del Museo

della Scienza e della Tecnologia

di Milano *Cristina Fiordimela*31-33 **Recensioni**Enzo Mari a Torino *Michela Rosso*Bruno Munari a Roma *Mattia Darò*

Eternal Platinum



Il Giornale del Design

Comitato di redazione

Alessandro Allemandi

Alba Cappellieri

Flaviano Celaschi

Alessandro Colombo

Rita D'Attorre (redattore)

Angela De Marco

Donatella Ferrari

Elena Formia (redattore)

Pier Paolo Peruccio (redattore)

Collaboratori

Giorgio Casoni, Imma Forino,

Ubaldo Spina, Eduardo Staszowski,

Paolo Tamborini

«Il Giornale del Design» è abbinato

a «Il Giornale dell'Architettura»

■ Direttore scientifico: Carlo Olmo

■ Direttore responsabile: Umberto

Allemandi ■ Caporedattore: Luca

Gibello ■ Impaginazione: Elisa Bussi

■ Stampa: IL TE, Moncalieri (To)

«Il Giornale del Design»

e Il Giornale dell'Architettura sono

testate editate dalla Società editrice

Umberto Allemandi & C.

8 via Mancini, 10131 Torino,

tel. 011.81.99.111 - fax 011.81.93.090

e-mail: redazionearchitettura@

allemandi.com



Serie FOG Duemilaquattro H 354 | Design **Frank O. Gehry**

Per la più attuale versione Frank O. Gehry, che vede la natura come fonte di suggestione da fondere nei suoi progetti in un continuo movimento espressivo, sceglie il contrasto.

Innuitata la sezione variabile di ogni elemento della collezione che costruisce l'immagine di uno dei temi scultorei più cari a Gehry: il pesce; nuova forma per la rosetta che si trasforma e diventa quadrata, creando così un affascinante contrasto tra forma squadrata e forma curva e sinuosa.



An ASSA ABLOY Group brand

Vitolo Vitoli srl
20095 Ravenna (RA) Italy

www.vitolo.com

Ufficio Commerciale Italia
Italian Business Office
T +39 0542 822771
F +39 0542 822235
v.italia@vitolo.com

Ufficio Commerciale Estero
Export Business Office
T +39 0542 822277
F +39 0542 824495
export@vitolo.com



«Dare casa al design è un gesto simbolico, ma per trasformarlo in realtà occorre riempire il contenitore di azioni efficaci, reperire risorse umane adeguate, sviluppare consenso e produrre esiti»

sensorati (tranne che la città di Firenze con la moda), che le associazioni industriali temono, che le università frenate dagli attriti interni e dal ridimensionamento finanziario non fanno, che le imprese gelose privatizzano. Processi e attività difficili da concretizzare in uno spazio architettonico fino a quando non saranno codificabili, ma che, per definizione, quando saranno codificati saranno ormai defunti. Processi e attività che, contrariamente al passato industriale, non sono più richiudibili in una sola macchina e in un solo recinto «foucaultiano».

Forse ci vuole il coraggio di dare all'architettura, nella città, una funzione strutturante e fare in modo che la materializzazione in spazio delle relazioni diventi occasione di sviluppo di un modello di design center innovativo e adeguato a dare forza e centralità alla sfida del transito da «cultura» della creatività e del design a «economia» della creatività e del design.

□ **Flaviano Celaschi**

Errata corrige

Sul numero 66 de «Il Giornale del Design» la fotografia in basso di pag. 29 è di Stefano Frattini.

ASSA ABLOY