

ARCHITETTURA INTERATTIVA DAAN ROOSEGAARDE

Sculture che sanno dialogare con l'uomo

Installazioni di design flessibili che giocano con i movimenti degli spettatori

Si può essere non ancora trentenni e aver già sedimentato tanto da concepire progetti che esplorano con grande coerenza gli equilibri tra arte, tecnologia e corpo umano? A dimostrarlo è Daan Roosegaarde, giovane olandese un po' scultore un po' designer che procede con grande determinazione, sviluppando un percorso che ha basi e obiettivi solidi. La componente umana e l'interazione con il pubblico sono gli aspetti entusiasmanti della sua ricerca. Più un progetto prende simbolicamente vita, più si avvicina al suo obiettivo. E da qui la connessione presente anche nei nomi di battesimo che utilizza per i progetti, riferendosi sempre a qualcosa di fisico, spesso la natura, e di virtuale, con l'upgrade.

La tecnologia è per lui una necessità. Collabora con ingegneri e tecnici che si occupano prettamente degli aspetti più tecnologici dei progetti. La sfida è progettare un nuovo linguaggio di comunicazione. Progettare per Roosegaarde è come ricercare gli ingredienti di un sapore. È l'esplorazione nella ricerca di nutre di lettura e di viaggi. Protagonista assoluto il processo creativo con tutte le sue dinamiche, dal disegno alla costruzione. E con esso la tecnologia e l'architettura, strettamente connesse agli aspetti generativi e sensibili della realtà. I progetti di

Roosegaarde contengono spesso una parte rigida, materica e decisamente più architettonica, e una parte flessibile: il software e il comportamento dell'uomo. L'istante in cui questi aspetti si incontrano rappresenta il punto di successo. 4D-Pixel è un'interfaccia uomo-macchina che reagisce al rumore, alla voce o alla musica come un display 4d. Un muro che modifica la propria superficie tramite pixel tridimensionali che reagiscono alle frequenze sonore, idealmente fondendo il corpo e la macchina. Un passo avanti verso un'architettura decisamente più emotiva. «La bellezza di 4D-Pixel risiede nella sua adattabile apparenza. Può essere aggressiva o sensuale, ma sempre in stretta relazione al comportamento del suo contesto».

Uno dei punti chiave del suo lavoro consiste nel differenziare i parametri per personalizzare lo spazio in base al pubblico. Nella capacità di sintonizzare le componenti in gioco, risiede la qualità. Wind 3.0 è un oggetto sensibile in cui dei ventilatori appesi a una parete reagiscono alla voce e al movimento, mettendo in moto centinaia di fibre che seguono il visitatore. Flow 5.0, esposto alla Triennale di Ljubljana, è una parete scultorea di venti metri composta da ventilatori che interagiscono con l'ambiente circostante. Un vero e proprio percorso sensoriale attraverso un corridoio di piccole ventole, quelle solitamente installate nei computer che, qui affiancate e azionate da sensori, si attivano a ogni piccolo movimento o suono. Il software inoltre riconosce il contrasto e la differenza tra l'interazione del singolo rispetto a quella di un gruppo, generando ambienti differenti per l'esplorazione umana. Flessibilità e utilità sono altri in-



Scuola olandese. Daan Roosegaarde, classe 1979, è un giovane scultore e architetto olandese (nella foto sopra davanti a Wind 3.0). Lo Studio Roosegaarde ha sede a Rotterdam ed è un laboratorio per la creazione di sculture e architetture interattive in cui la componente tecnologica è preponderante. Nelle foto alcune installazioni: in alto Dune 4.1, di fianco Flow 5.0 e a destra 22 beds

gredienti ricercati da Roosegaarde. Un'opera come Flow 5.0 potrebbe, nella sua concezione, essere perfettamente integrata in ambienti con problemi di alte temperature e di cattiva ventilazione e ad azionarla sarebbe proprio il movimento delle persone. Sottile la linea che separa la libertà di chi interagisce con l'opera e l'ordine tecnico di ciò che la scultura è programmata per fare. È ciò che accade nell'installazione Dune 4.0: un territorio interattivo, un paesaggio di fibre reattive e luminose attraverso cui camminare. Il lavoro reagisce al suono e al

movimento. In accordo con questi input, il software regola e innescando diversi atteggiamenti, muovendosi velocemente se lo farà il suo interlocutore e viceversa. Producendo una propria personale attività, il progetto seduce lo spettatore coinvolgendolo. Il visitatore diventa un performer essenziale per l'identità del lavoro. Le sue sculture sono come un secondo livello d'informazione che, sovrapponendosi all'architettura esistente, ne costituisce un'interfaccia dinamica. Gli spazi pubblici e la loro continua trasformazione: il contesto perfetto per opere come queste che reagiscono



GRAFICA ALLA TRIENNALE DI MILANO

Immaginari classici della pubblicità

Una mostra che sappia mettere insieme l'arte, la pubblicità e l'analisi sociologica nasconde un duplice rischio: quello di deludere perché i contenuti oggettuali non sono all'altezza di quelli concettuali - perché si parla di una cosa e non se ne vede nemmeno l'ombra - e quello di andare fuori tema, perché pre- ansia di compiacere si parla di tutto all'infuori di quello che dovrebbe essere essenziale. Nel caso di «Classico Manifesto», in mostra alla Triennale di Milano dal 12 febbraio al 24 marzo, si sono evitati entrambi i rischi. Si è invece dato vita a una manifestazione difficile nella concezione quanto riuscita negli esiti. La premessa teorica è esplicita: la pubblicità usa da sempre immagini riconducibili a un immaginario "classico" - dalla Gioconda al David, dal Laocoonte a Van Eyck - ma questo tipo di utilizzo, ben lungi dal rivelarsi dissacrante o irrispettoso, dà vita a un rapporto reciproco di arricchimento tra la pubblicità e l'immagine classica per definizione consente a chi si accosta al suo tocco benefico.

Un'opera di pregio della mostra - curata da Lorenzo Bonoldi, Katia Mazzucco, Federica Pellati, Valentina Rachiele e Fausto Colombo - consiste propriamente nel suo risultare assolutamente non invasiva pur essendo piazzata nel bel mezzo del passaggio che, al piano terra della Triennale, conduce al bar e alla parte aperta sul parco. Senza indurre o suggerire famigerati "percorsi tematici" il fruitore è libero di attraversare tutta o una parte dell'installazione soffermandosi su tutti o solo su alcuni dei video che mostrano in loop le immagini delle pubblicità oggetto della ricerca iconografica. Il piccolo labirinto attira e non respinge e i calchi in gesso conferiscono un'aura di metafisicità all'atrio già metafisico della Triennale consentendo al contempo la giusta visibilità ai manifesti pubblicitari esposti.

Come è intuibile dal pedigree dei curatori il protagonista "celato", nel senso più pieno del termine, dell'intera manifestazione è Aby Warburg. La mostra non parla soltanto di Warburg ma è essa stessa warburghiana con i suoi pannelli - sempre chiari ma allusivi alla maniera di Warburg -, i suoi contrasti iconografici e le sue acutezze concettuali. Una mostra esplicitamente "a tesi" - come oggi sem-

Una mostra tra arte e analisi sociologica

pre più mostre si trovano a essere senza quasi mai aver il coraggio dell'esplicito - che evidenzia in fondo come l'immaginario della cultura di massa sia imprugnato di simbologie eterne, di "forme emotive" ricorrenti, che nelle circostanze più commerciali non solo non si obliano ma si riaffermano con forza. In effetti l'operazione avviene spesso con successo - tutti ricordiamo una Monna Lisa «liscia» o «gasata» - anche se nel repertorio dei colpi bassi dei pubblicitari

Diana, e la ricerca delle tracce classiche che non può fare a meno di immergersi nelle profondità superficiali della produzione commerciale e pubblicitaria. Ciò basta a conferire alla pubblicità lo status di «arte»? È una delle provocazioni avanzate da «Classico Manifesto» - il cui bel titolo ne contiene numerose di allusioni e provocazioni - che nel suo essere una mostra basata su concetti non cede mai alla tentazione concettualista del mostrare l'infortunio del linguaggio - come potrebbero dei warburghiani? - ma rimane fedele al proprio "manifesto" proponendo con misura allo spettatore delle ipotesi di interpretazione. La mostra, prodotta dalla Fondazione Triennale di Milano, è



Classici manifesti. Alcune pubblicità che citano l'arte "classica" in mostra alla Triennale di Milano, fino al 24 marzo

l'immagine artistica classica arriva almeno terza dopo il nudo femminile e i cuccioli. Il grande tema della riemersione del classico all'interno delle forme dell'arte e della comunicazione di massa è stato affrontato, nel corso del Novecento, da vari autori e da vari punti di vista. Lo stesso Warhol ha riflettuto sull'immagine seriale nei suoi rapporti con la fruizione di massa creando una mitologia del consumo alternativa a una mitologia più o meno classica e ciò che più affascina è questa sorta di incrocio tra le due strade opposte: la negazione dell'immagine classica che ricerca le dinamiche della mitologia accordando a Marilyn o a Liz Taylor lo status di Venere o di

un buon esempio di come una solida premessa concettuale, una scelta intelligente dei temi e un allestimento misurato e funzionale (Alberto Ferlenga) possano ottenere il risultato di far funzionare un'operazione sulla carta molto insidiosa, che si eleva dall'ordinario grazie al colpo d'ala della levità warburghiana. Ha ragione Fausto Colombo, uomo di Triennale attivamente all'interno del progetto, nel dire che un'idea di questo tipo meriterebbe una prosecuzione, forse proprio nei termini warburghiani dell'iconologia. Forse proprio perché dire «società dell'immagine» non è sempre e soltanto una squalifica. MATTEO G. BREGA matteo.brega@iulm.it

A buon imprenditor poche parole

Conosciamo i tuoi gusti in fatto di organizzazione aziendale e i processi. Scopiamo che ti piace l'innovazione. E la collaborazione tra persone, tra team, tra aziende. Con quello che ti diamo, vogliamo aiutarti a immaginarlo, ma soprattutto a farlo. Molte idee, ma chiare.

Cisco Expo 2008: l'innovazione allo stato dell'arte.
www.ciscoexpo.it

Milano, 26 - 27 febbraio
ATA Hotel Quark - Via Lampedusa 11/a

Il partner tecnologico

Gruppo

La cultura dei fatti.