

cultura

www.nordesteuropacultura.it Mensile - Poste Italiane S.p.A. - Spedizione in abbonamento postale - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n.46) art. 1, comma 1, CNS PD

VENEZIO TOWER

Dalla città diffusa ai capannoni; dai campanili alla metropoli. Le città crescono in altezza e s'immaginano verticali. Molti i progetti di ricerca della nuova identità: dai centri storici alle periferie commerciali si rincorrono esempi di innovazione. Sulla scena i più grandi progettisti mondiali. Ma servono pianificazione, consapevolezza, responsabilità e cultura del paesaggio



VIRATA TRENTINA
PARLA L'ASSESSORE PANIZZA:
«PIÙ CORI E BANDE, MENO TEATRO»

MURANO, IL VETRO IN PEZZI
ARCHIVI D'IMPRESA
LA MODA INNOVA GRAZIE AL PASSATO

“I valori che sottostanno al modello di società imprenditoriale sono la libertà d'impresa e la competizione. Che riguarda tutti, dagli studenti alle imprese, fino al settore pubblico”

dalla presentazione di Riccardo Illy
Presidente Gruppo Illy Spa



www.marsilioeditori.it

Marsilio

La Copertina ARCHITETTURA ESCLAMATIVA di Fiorella Girardo	4
La Copertina TUTTI IN PIAZZA di Francesca Bolletta	6
La Copertina «CATTEDRALI» SENZA REGOLE di Mattea Guantieri	8
tamburino di Elena Lorenzetto	10
Cultura&Territorio QUI TRENTO, FIATO ALLE BANDE di Alessandra Saletti	12
mutatis mutandis IL RACCONTO DI UN NORDEST SENZA REQUIE di Cesare De Michelis	14
Cultura&Territorio LA STANZA DELLE MERAVIGLIE di Eleonora Vallin	15
Cultura&Territorio MURANO IN COCCI di Anna Bassano	16
la pochette a righe e pois IL «NO» CREATIVO di Cristiano Segnanfreddo	18

Foto di copertina:
Rendering della Torre Aquileia - Jesolo (VE)

NORDESTEUROPA CULTURA
nordesteuropa editore srl
via dei Borromeo 16 - 35137 Padova
tel. 049 8757589 - redazione@nordesteuropa.it

DIRETTORE RESPONSABILE
Roberto Morelli

VICE DIRETTORE
Eleonora Vallin

Registrata presso il Registro Stampa del Tribunale di Padova,
n. 2145, il 28.07.2008

PUBBLICITÀ
nordesteuropa editore srl
tel. 049 8757589 - pubblicita@nordesteuropa.it

ABBONAMENTI
info@nordesteuropa.it

DIREZIONE CREATIVA E MARKETING
Saverio Sbalchiero

PROGETTO GRAFICO
Sbalchiero & Partners - www.sbalchieropartners.com
Impaginazione: Gabriele Cavedon

UFFICIO STAMPA E R.P.
Medialab, Vicenza - www.agenziamedialab.com

STAMPA
Artigiana Grafica snc
Via Zocco, 53/1 - 36047 Montegalda (VI)

DISTRIBUZIONE NAZIONALE
M-DIS Distribuzione Media spa
Via Cazzaniga, 2 - 20132 Milano

Nordesteuropa Cultura - n. 5, maggio 2009
Mensile - Poste Italiane S.p.A. - Spedizione in abbonamento postale
D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n.46) art. 1, comma 1, CNS PD

Attenti, non saturiamo le città

Il Veneto che cresce, nonostante la crisi, s'immagina come metropoli verticale. Già da qualche anno il profilo delle nostre città sta cambiando fortemente e un po' tutte, da Venezia a Rovigo, hanno investito in qualche modo in architettura e progetti urbani. Il Net Center di Galfetti a Padova, così come le torri di Portoghesi a Bassano e i progetti di architettura verticale per una Jesolo che si vuole sempre più europea, sono solo alcuni degli esempi di una metropoli inconsapevole che ha deciso di guadagnare la propria consapevolezza con una svolta architettonica esclamativa. È una scelta che opta per l'innovazione, il cambiamento, il confronto con le realtà metropolitane internazionali. Tuttavia, poiché lo spazio non è il contenitore neutro disponibile a ogni possibilità, ma una dimensione fortemente caratterizzata socialmente, è necessario farsi qualche domanda su che tipo di innovazione stiamo rincorrendo, se si tratta ancora di un modello da sposare o se non serva provare a immaginare soluzioni diverse. Qualche tempo fa Rem Koolhaas aveva dichiarato che la forma tipologica del grattacielo poteva essere considerata un'espressione del passato. In certe situazioni, però, la costruzione verticale diventa una scelta inevitabile, non ci sono altre opzioni. I limiti dello sprawl urbano, della città che si diffonde orizzontalmente, emergono di fronte agli indici di incremento demografico e dell'inurbamento della popolazione. Il modello di crescita urbana che abbiamo il dovere di pensare per il futuro prossimo, quindi, non può più esprimersi nell'opposizione «orizzontale (tradizione) verso verticale (innovazione)» ma va interpretato in un quadro più complesso in cui la verticalità dovrà diventare funzione dell'orizzontalità e viceversa.

Dal punto di vista della percezione, è chiara la complicazione generata dall'inserimento di un elemento di così grande impatto nel contesto metropolitano: è la verticalità in sé che genera inquietudine per la sua innaturalità, e ciò va al di là della sua funzione e della sua foggia estetica. La grande sfida è allora quella di gestire al meglio la comunicazione tra gli spazi verticali e quelli orizzontali, tentando di ridurre al minimo l'instaurazione delle inevitabili gerarchie. Quando il grattacielo non nasce per volontà di potenza, ma si inserisce in un sistema di relazioni e di informazioni che in qualche modo lo anticipa e lo richiede come elemento organico al contesto, la sua esistenza è fuori discussione e non può essere oggetto di contrattazioni pubbliche e compromessi. Sono allo studio, o già declinati, alcuni dei progetti più importanti della new wave metropolitana veneta che non comprende solo edifici verticali: uno scorcio su Belluno che punta sul turismo, su Padova votata al connubio tra ricerca scientifica e architettura, su Rovigo che si doterà di una grande piattaforma per spazi logistici, sulla riqualificazione degli spazi industriali e sulla costruzione di nuove torri a Verona, sulla ridefinizione del waterfront veneziano con il Nuovo Palazzo del Cinema e dei Congressi, e altro ancora. Si tratta certamente di una grande mutazione: ma per il Veneto che vuole investire sul futuro della sua identità metropolitana, la questione non è tanto decidere se costruire in orizzontale in verticale, se riqualificare i centri storici, le aree pre-periferiche oppure pianificare la città policentrica, bensì capire quale modello di sviluppo si ha in mente. Quando diciamo che un grattacielo libera spazio per la città pubblica o che una piastra commerciale diventa una nuova piazza urbana, stiamo affermando uno sviluppo metropolitano basato sullo sfruttamento di spazi vuoti più che sull'efficacia e la ridefinizione di quelli già occupati. In un progetto urbano veramente innovativo, il primo pericolo da scongiurare sarebbe invece proprio la saturazione dello spazio, sia in orizzontale che in verticale. Quando Derrida già a metà degli anni '80 parlava di assoma dell'incompletezza e di de-programmazione del progetto urbano, aveva in mente soprattutto l'idea che ciò che si costruisce oggi è un'eredità duratura che si consegna al domani, e di cui si risponderà alle generazioni future: oggi l'idea di città postindustriale non può evitare di confrontarsi seriamente con il tema dell'eredità responsabile. Non sarà il caso allora di ripensare l'architettura come un gesto di de-programmazione dello spazio, come un'azione che lascia libere le potenzialità avendo cura di non esaurirle occupandole?