



"Il nostro universo non è mai amorfo; è piuttosto un'architettura, o almeno una struttura, nella quale però le principali linee di forza, sono ancora piegate e forgiate dalle nostre esistenze biologiche e psicologiche, anche se queste esigenze sembrano coperte da uno spesso strato di cultura."

Ernst. H. Gombrich, *A cavallo di un manico di scopa. Saggi di teoria dell'arte* (1963), Torino, Einaudi, 1971.

Rappresentare l'innovazione

Representing innovation

Marcello Balzani

Nel mondo le immagini acquistano sempre più capacità *seduttive*. Sembrano seguire una "vertigine della perfezione" governata dall'individuazione di una *fedeltà* al reale ostinatamente tecnica. Oppure anche il suo esatto contrario con un processo di totale *deviazione*, pronto a ripristinare un *nuovo immaginario*, immerso troppo spesso in tessuti di sottoculture.

In questo contesto sta attecchendo, con altrettanta attenzione e ricerca meno rivolta agli effetti di consumo, una *rappresentazione dell'innovazione*. È un percorso che utilizza i potenziali tecnologici della digitalizzazione, tuttavia sempre più criticamente sviluppati con protocolli e analisi qualitative, per affrontare quel *contesto* (storico, ambientale, architettonico, urbano, sociale) che, come scriveva oltre cinquant'anni fa il Gombrich, non è mai *amorfo*. Lo sforzo di definire una struttura di *rappresentazione selettiva* ha condotto, negli ultimi due decenni, a delle coerenze di informazione assolutamente non banali, ora è il momento di operare per intersezione e interdisciplinarietà. Difendersi dai *persuasori occulti* (citando il fortunato saggio di Vance Packard del 1958 oggi quanto mai attuale) nell'ambito del progetto e della sua comunicazione, richiederà sempre maggiore *coscienza* e *validità* dell'informazione. I *percorsi comodi* si stanno già tracciando e saranno (ahimè) alla portata di molti.

Lo sforzo, che in questo numero di *Paesaggio Urbano* cerchiamo di proporre, riguarda invece alcune proposte che mettono in evidenza come la *rappresentazione dell'innovazione* possa essere un modello ricco di interesse per far emergere quelle "principali linee di forza", mai sopite, di cui il progetto ha bisogno.

Forme uniche della continuità nello spazio, Umberto Boccioni, 1913, Museum of Contemporary Art, University of São Paulo

Unique Forms of Continuity in Space, Umberto Boccioni, 1913, Museum of Contemporary Art, University of São Paulo

Everywhere, images acquire more and more *seductive* abilities. They seem to follow a "vertigo of perfection" governed by the identification of an obstinately technical *adhesion* to the reality. Or even its exactly contrary through a process of total *deviation*, ready to restore a *new imaginary*, immersed too often in subcultures. In this framework, a *representation of innovation* is taking root, with the same attention and research less directed towards the effects of consumption. It is a way that uses the technological potentials of digitization,

however increasingly critically developed by protocols and qualitative analyses to address that *context* (historical, environmental, architectural, urban, social) which, as the Gombrich wrote more than fifty years ago, is never *amorphous*. The effort to define a structure of *selective* representation has led, over the last two decades, to information coherences that are absolutely non-trivial. Now it is time to operate by intersection and interdisciplinary. Defending oneself from the *hidden persuaders* (citing the 1958 successful essay by Vance

Packard today as never before) in the context of the project and its communication, will always require greater *awareness* and *validity* of information. The *comfortable routes* are already tracing and will be (unfortunately) within the reach of many. The effort, which in this edition of *Urban Landscape* we are trying to propose, concerns some proposals that show how the *representation of innovation* can be a model rich in interest to highlight those "main lines of force", never deadened, of which the project needs.