

PORDENONE (*si*) LEGGE

Andata e ritorno per l'identità della città

In occasione della XII
edizione della 'Festa
del Libro con gli Autori'
che si terrà a
Pordenone dal 14 al 18
settembre

grab group

presenta:

CRISI DELL'IDENTITÀ

Unità di Crisi

**RIDEFINIZIONE
DELL'IDENTITÀ
DEL TERRITORIO**

Accurat
Salottobuono

MICRO UNITÀ CREATIVE

Prodezze Fuori Area
La Collezione
di Carrozzeria Margot

venerdì **16 SETTEMBRE 2011 ore 17:30**

PARCO 1

Galleria D'arte Moderna e Contemporanea
PORDENONE

PORDENONE (si) LEGGE come catalizzatore culturale urbano per la ridefinizione creativa del territorio. Una riflessione e un confronto tra giovani dinamiche progettuali che allungano lo sguardo al 2019: Nord-est Capitale della cultura.



PORDENONE (*si*) LEGGE

Andata e ritorno per l'identità della città

UNITÀ DI CRISI (Brescia)

Unità di crisi è un collettivo composto da grafici, teorici della comunicazione visiva, architetti, docenti. Il collettivo nasce da una riflessione comune sul concetto di crisi, (definita come “una discontinuità improvvisa che costringe ad azioni di adattamento alla nuova situazione”) e dalla percezione che oggi la successione delle discontinuità ha raggiunto una frequenza tale da non consentire agli individui il tempo necessario per l'adattamento. Ciò porta il collettivo a parlare di Crisi globale e permanente.

All'interno di questo scenario la figura del designer, inteso come colui che dà forma alle cose, materiali e immateriali, perché acquistino un senso, ricopre un ruolo sempre più decisivo. Da qui l'idea di Unità di crisi, una struttura organizzativa che si attiva al rivelarsi di una specifica emergenza e che, con gli strumenti della comunicazione visiva e dei linguaggi, cerca di individuarne natura e confini, proponendo soluzioni transitorie.

A questo scopo si è deciso di adottare la metafora del ponte, come strumento in grado di restituire continuità ad un territorio disconnesso, favorendo lo sviluppo di nuovi percorsi e quindi nuovi significati. Si cercherà quindi di alimentare un dibattito multidisciplinare e trasversale ai diversi saperi, in merito all'emergenza di volta in volta trattata; dibattito portato avanti tramite progetti di ricerca, eventi e la pubblicazione di *Krisis*, rivista-archivio formata da contributi, progetti, interviste, ricerche che sviluppandosi intorno ad un'emergenza cerca di offrirne nuove prospettive e possibilità di lettura.

Il primo numero, *Krisis | Identities*, pubblicato nell'ottobre 2010, è dedicato all'emergenza dell'identità, o meglio alla crisi delle modalità di rappresentazione dell'identità, e vede la partecipazione, tra gli altri, di: Experimental Jetset, Metahaven, Wu Ming, Evert Ypma, Jonmar Van Vlijmen, Yana Milev, Stewart Home, Brave New Alps, Nicolò Degiorgis, Collectif_fact, Sosaku Myiazaki. Il prossimo numero, *Krisis | Orientation*, si occuperà della crisi dei paradigmi d'orientamento e al crescente senso di disorientamento.

www.krisismagazine.com

ACCURAT (Milano)

/ |||| / | è un'agenzia di design.

Partendo dalla costante osservazione delle dinamiche sociali, da una approfondita conoscenza del mondo della progettazione, e da un continuo studio dei linguaggi contemporanei e delle tecnologie in continua evoluzione, / |||| / | progetta e realizza gli strumenti, le piattaforme e le esperienze che rendono possibile un'efficace interazione fra persone, informazione e contesti.

Definire ciò che è appropriato sembra difficile, contemporaneamente è sempre più importante.

In questo contesto il design ha nuovi obiettivi: metodi, competenze e logiche progettuali possono trasformare il modo in cui prodotti, servizi, processi e strategie vengono sviluppati.

L'informazione è al centro di questo cambiamento e sta trasformando le esperienze della nostra vita quotidiana:

- le attività (studio, lavoro, relazioni), - i luoghi (casa, ufficio, città...)
- le infrastrutture, di cui l'utente è per la prima volta partecipe attivamente.

Mettere a fuoco e capire come l'informazione cambia le reti, la cultura, la società, le relazioni civiche, i comportamenti e le conseguenti interazioni tra le persone e i contesti significa intercettare il futuro, e dimostrare che è possibile progettarlo.

/ |||| / | è: giorgia lupi, gabriele rossi, simone quadri con davide ciuffi e paolo patelli

www accurat.it

PORDENONE (*si*) LEGGE

Andata e ritorno per l'identità della città

SALOTTOBUONO (Milano)

E' uno studio di progettazione con sede a Milano.

Nasce nel 2005 come collettore di diverse esperienze di ricerca e produzione progettuale. Indaga lo spazio urbano alla ricerca di dispositivi in grado di innescare strategie di trasformazione: temi e programmi diventano l'occasione per analisi diagrammatiche o per l'elaborazione di visioni paradossali. L'attività di Salottobuono si articola in concorsi, workshop, progetti editoriali e incarichi di progettazione.

Da settembre 2007 ad aprile 2011 Salottobuono è stato editor della rubrica "Istruzioni per l'uso" nella rivista *Abitare*. Attraverso l'analisi e l'elaborazione di disegni e diagrammi originali si è dotato il lettore di un efficace strumento di comprensione dei progetti pubblicati.

Nel 2008 lo studio ha partecipato alla Biennale di Architettura di Venezia nella sezione "L'Italia cerca casa - Housing Italy", Padiglione Italiano. Nel 2010 Salottobuono ha pubblicato "Manual of Decolonization", un vero e proprio manuale per la trasformazione degli insediamenti israeliani nella West Bank. Nel 2010 lo studio è stato incaricato, in collaborazione con Francesco Librizzi, della progettazione dell'allestimento del Padiglione Italiano per la XII Biennale di Architettura di Venezia.

A partire da Aprile 2011, Salottobuono è il direttore creativo della rivista *Domus*.

Il lavoro di Salottobuono è stato presentato in occasione di conferenze tenute presso l'università IUAV di Venezia, il Politecnico di Milano, UC Berkeley, UrbanLab - Lussemburgo, Festarch - Cagliari, Universität der Künste - Berlino, Biennale - Hong Kong / Shenzhen, Cornell University - Roma, Universidad Javeriana - Bogotá.

Ludovico Centis, Marco Ferrari, Matteo Ghidoni, Fabio Gigone, Michele Marchetti, Giovanni Piovene.

www.salottobuono.net

LA COLLEZIONE DI CARROZZERIA MARGOT (Milano)

La Collezione di Carrozzeria Margot è una casa di produzione d'arte contemporanea. Invita gli artisti a relazionarsi con la complessità del contesto socio-politico in cui agisce e le opere che entrano a far parte della Collezione sono i risultati di questo dialogo. La Collezione è interessata ad analizzare lo storico rapporto tra artista e collezionista, cercando innovative forme di coinvolgimento di potenziali mecenati, indagando la possibilità di un nuovo mercato dell'arte, ripensando al ruolo sociale dell'opera e del suo autore nei confronti della collettività.

Direttore artistico: Francesco Bertelé

Contributo storico-critico e curatrice altalenante : Francesca Chiacchio

Consulente artistico-tecnico e trainer di scimmie spaziali: Jacopo Addini

Consulente artistico-organizzativa, libere traduzioni, cucina collettiva: Camilla Pietrabissa

www.carrozzeriamargot.tk

PORDENONE (*si*) LEGGE

Andata e ritorno per l'identità della città

PRODEZZE FUORI AREA (Roma)

“Il nome Prodezze Fuori Area racchiude in sé il senso primo di questa esperienza, compiere una “prodezza”, cioè fare un gesto che colpisce, e farlo da “fuori area”, lontano dai luoghi e dai modi canonici in cui si svolgerebbe usualmente. Come un gran tiro dalla distanza che si infila all’incrocio dei pali, sotto il sette.

Nasce dall’esigenza di vivere la musica, sia per chi la crea, sia per chi ne fruisce, in maniera diversa, rovesciando gli schemi tipici dell’organizzazione di un evento dal vivo. Realizzare un concerto in cui non c’è né la necessità di avere un ritorno economico, né tantomeno quella di “fare gente”.

Dietro questo acronimo si nascondono Sporco Impossibile e Kick Agency, due realtà attive nell’ambito della promozione e della produzione culturale a Roma.

Di base Prodezze Fuori Area non fa altro che applicare le specifiche professionalità interne alle strutture. Si va dal videomaker, all’addetto stampa, dal tour manager, al marketer e via dicendo, ma è senz’altro attraverso la sperimentazione di strategie virali per il web e lavorando su progetti di comunicazione e promozione sul territorio che le due realtà si mettono in gioco quotidianamente.

La scelta dell’immaginario calcistico è un tributo ad un mondo ed ad alcune icone ad esso collegate che non esistono più. Un’innocenza che, con l’avvento del calcio moderno, è andata perduta. Anche la scelta della Domenica come giorno degli eventi non è casuale. Era la giornata in cui tutto si fermava, scandita da una serie di rituali legati allo stare insieme. Il pranzo in famiglia, lo stadio (non dimentichiamo che questo era l’unico giorno in cui si giocavano le partite), commentare con gli amici le azioni salienti davanti a 90° Minuto. Fortunatamente ancora non esistevano le piazze fittizie dei centri commerciali.

Sempre tornando al discorso dell’immaginario, questo è anche un pretesto per utilizzare simboli legati a doppio filo all’universo calcistico (schedina, figurina, subbuteo, giusto per fare degli esempi) che vengono ripensati per promuovere un evento culturale di altra natura.

L’intenzione è sfruttare appieno le nuove tecnologie – soprattutto il web – riuscendo però a far emergere il lato più umano e semplice dell’arte e della cultura promosse. Il risultato è un costruttivo equilibrio tra preparazione tecnologica e passione artigianale: dall’artista che si esibisce in un contesto intimo e confidenziale, la cui performance viene poi riversata in rete tramite video – alla “misteriosa” promozione degli stessi eventi fatta in parallelo sia sui vari Social network sia tramite suggestivi poster, santini e figurine che rimandano ai bei semplici tempi che furono.

Prodezze Fuori Area si sente fedele al situazionismo, confonde le acque, mistifica, gioca a rendere difficile la vita a chi vuole capire cosa succede durante le sue serate.”

Daniele Babbo, Christian Briziobello

www.prodezze fuori area.com