

press@domusacademy.it / www.domusacademy.it

monthly newsletter

PRESS DIARY. GIUGNO / JUNE

05 2007



∩ WHAT'S HAPPENED

23 05 2007

LA LUCE SOPRATTUTTO

Un' iniziativa di Domus Academy in collaborazione con Comune di Milano e Rotonda della Besana, in occasione della mostra "Chiara Dynys - Luce negli occhi"

ABSTRACT

Mercoledì 23 maggio si è tenuta, alla Rotonda della Besana la tavola rotonda: "La luce. Soprattutto". Per una riflessione sulle radici del progetto italiano, sono intervenuti: **Liletta Fornasari**, storica dell'Arte e docente di Storia dell'Arte all'Università di Firenze e all'Università di Siena. Partendo dal concetto della luce come forma d'espressio-

ne primaria della cultura figurativa italiana, la Fornasari ha compiuto un breve ma denso excursus sulla storia dell'illuminazione partendo dal Quattrocento e in particolare dalla "pittura di luce" inventata a Firenze alla metà degli anni Trenta del XV secolo per arrivare sino alla cultura lombarda di fine Cinquecento, a Caravaggio e al Tiepolo nel Settecento.

Flavio Albanese, progettista e direttore della rivista Domus. *"Quando l'architetto riesce a dominare la luce, ad ingannare il sole perforando lo spazio, crea un incantesimo. La luce incide in modo pregnante nella nostra capacità di vivere il luogo. La luce influenza il nostro stato d'animo, l'umore, l'intensità di risposta agli stimoli esterni"*. Partendo da questi presupposti, Albanese ha parlato della luce, ma soprattutto del buio nella sua emersione del vero.

Stefano Moriggi, filosofo della Scienza all'Università degli Studi di Milano e Docente di Metodologia



della Ricerca e delle Scienze Sociali presso l'Università di Parma.

"La luce è anche energia, Movimento e Fenomeno".

Moriggi ha spiegato perché la Luna di Leopardi non risponde più al poeta e ai suoi ansiosi interrogativi. Le ragioni di quel silenzio sono state svelate proprio dalla luce, come il poeta di Recanati ben sapeva. All'inizio del Seicento Galileo - complice il tubo ottico e le sue conoscenze circa le "leggi di formazione delle ombre" apprese all'Accademia del Disegno - osservò che la superficie del nostro satellite non era liscia e levigata così come la fisica aristotelica avrebbe voluto. I monti e gli avvallamenti che Galileo seppe intuire mettendo in relazione la direzione delle ombre con quella della luce del sole, ridefinivano non solo il "volto della Luna", ma anche la fisica e la struttura dello stesso Sistema solare. La Luna era solo "un'altra Terra", corruttibile come tutto il mondo cosiddetto "sublunare". Non c'era bisogno di un'altra fisica e dunque le leggi che valevano sul nostro pianeta dovevano valere anche per il nostro satellite e oltre. La luna di Galileo in Leopardi diventa così immagine e simbolo di una natura la cui indifferenza è solo una delle conseguenze della sua riscrittura in termini fisico-matematici. Un po' di luce e due lenti e un intero mondo fatto di corrispondenze e influenze

viene archiviato.

La luna svela il suo volto e con esso spiega il suo silenzio. L'uomo, a questo punto, non può che ripensare al suo modo di abitare il mondo.

Michele De Lucchi, Designer.

Il design italiano è assoluto protagonista internazionale nella sua capacità di anticipare e interpretare quello che le persone si aspettano dalla luce e di offrire soluzioni in cui bellezza e funzionalità si fondono in performance uniche.

De Lucchi racconta la sua forte passione di designer di luce e spiega come la luce sia una componente emotiva fondamentale della nostra percezione estetica.

Maurizio Sciacaluga, curatore e Critico d'Arte Contemporanea.

Parlando di performance analizza lo stretto rapporto che oggi c'è tra luce e arte contemporanea, tra arte e architettura. Gli artisti con la loro sensibilità si mettono al servizio del progetto, dell'architettura, e la luce da oggetto etereo oggi è diventata oggetto d'arte e di mercato.

Chiara Dynys, artista.

L'artista racconta del suo rapporto con la luce che usa come "materiale" capace di "smaterializzare" gli oggetti creando giochi di trasparenze". Commentando alcune delle opere esposte nella sua mostra "Luce negli occhi" alla Rotonda della Besana, ha voluto sottolineare come il colore della luce determini grande importanza espressiva.



▷ WHAT'S HAPPENED

WORKSHOP E AZIENDE

DIDATTICA

Domus Academy
Via Watt, 27, / Milano

Nel corso di 25 anni di attività didattica, Domus Academy ha attivato una serie di contatti di collaborazione con le più prestigiose aziende italiane ed internazionali, permettendo così ai propri studenti di acquisire abilità operative indispensabili e consapevolezza metodologica attraverso il contatto diretto con il mondo del lavoro. Da gennaio a luglio l'attività didattica di ogni corso di Master prevede 5 o 6 seminari di progetto organizzati in collaborazione con aziende. La presenza di protagonisti affermati ed emergenti del design accompagna gli studenti nell'esplorazione delle poetiche, dei linguaggi, e delle tendenze di progetto più significative.

Tra le aziende che collaborano con Domus Academy quest'anno: **Deborah Group**, nel seminario *The Fashion Object - From material culture to fashion sensitivity*.

Il lavoro svolto con gli studenti del corso di Master in Fashion Design e in Business Design è stato focalizzato sull'estensione del marchio Deborah, dalla cosmetica ad altre categorie merceologiche.

Il progetto ha voluto, attraverso la formazione di gruppi di lavoro interdisciplinari e interculturali, capaci

di attingere alle culture di riferimento dei singoli partecipanti (il genius loci di ciascun paese), progettare un oggetto moda, che potesse vivere indistintamente sul corpo o in prossimità ad esso.

Sanfab, azienda internazionale fondata da Sanchita Ajjampur, Fashion Designer formatasi in Francia e in Italia studentessa di Domus Academy, ha investigato insieme agli studenti di Fashion e di Accessories Design la relazione fra ricamo, inteso nella sua accezione più ampia, e innovazione anche nella tridimensionalità.

Napapijri con il seminario *From Tales of travellers to Tales of Future* ha chiesto agli studenti di Fashion Design di produrre una visione personale ed originale che si potesse traslare sul concept del prodotto Napapijri.

Particolarmente interessante sono stati i risultati del lavoro che gli studenti di tre Master riuniti (Interior & Living design, Urban Management e Business) hanno svolto in collaborazione con **Hines e Coima Images** nel seminario *The "Best" Living*



Trend. L'obiettivo si è focalizzato nella ricerca e nella definizione di modelli abitativi in grado di ridefinire e ridisegnare gli spazi, i materiali, le componenti tecnologiche, i servizi complementari e accessori, i target, per contraddistinguere progetti di alta qualità destinati a fasce di reddito alto o con particolari esigenze.

Tiny Love, azienda leader nel campo dei giochi per bambini, insieme agli studenti del Master in Design e in Interactive Design, ha progettato un nuovo design e una nuova tecnologia di prodotto per stimolare e motivare i neonati sulla base delle variabili chiave per ogni età e per i diversi ambienti e condizioni in cui vivono i bambini piccoli al giorno d'oggi.

Piquadro, con il seminario *Personal Travelling*, ha spronato gli studenti del corso di Master in Business Design a definire strategie di utilizzo della rete di vendita dei propri prodotti al fine della fidelizzazione del cliente e della personalizzazione della relazione con il prodotto/servizio.

IB Rubinetterie, con il seminario *Design for Water*, ha chiesto agli studenti di progettare elementi diffusori e/o distributori d'acqua in un contesto di architettura dove il risultato sia il benessere tanto dello spirito quanto del corpo. I risultati di questo seminario sono stati esposti nella mostra "Design for Water" durante la passata edizione del Salone del Mobile.

Sono anche in programma nel mese di giugno due seminari in collaborazione con **Swarovski**, **Sunstar** e con **Versace**. Il lavoro sui seminari di progetto avrà termine a metà luglio ed entro la fine di luglio verranno già definiti i temi sui quali gli studenti svilupperanno le loro tesi finali di Master. Anche le tesi di Master potranno essere sviluppate in collaborazione con aziende specifiche.



∩ DARC

OBIETTIVO CINA

PROGETTO DI RICERCA

.....

Domus Academy

Via Watt, 27, / Milano

Nell'ambito del progetto **Obiettivo Cina** (Progetto Territoriale e di Filiera, Convenzione Artigianato 2003-2005 co-finanziato da Union-Camere e Regione Lombardia e coordinato da Clac) **Domus Academy Research & Consulting (DARC)** ha sviluppato una ricerca sulla cultura dell'abitare in Cina, finalizzata a fornire informazioni utili alle aziende italiane dell'arredo che volessero esportare i propri mobili in Cina. Il gruppo di ricerca, dopo aver studiato gli interni cinesi attraverso immagini tratte da fonti secondarie come riviste, siti web, pubblicazioni e progetti di architetti e designer ita-

liani e cinesi, e dopo aver organizzato una serie di focus group con designer cinesi, ha compiuto una vera e propria survey in loco in alcune città campione (Tianjin, Shanghai, Guangzhou, Hong Kong) con interviste e servizi fotografici all'interno delle unità abitative, documentando in modo diretto stili e modelli di vita e di abitare.

I risultati della ricerca sono contenuti in una pubblicazione complessiva del progetto che contiene anche un'analisi quantitativa del mercato cinese e che verrà presentata durante una conferenza alla conclusione del progetto.

La Cina si presenta come un insieme socio-culturale-economico eterogeneo in grande fermento e rapida evoluzione, dove le abitudini tradizionali hanno rapidamente lasciato il posto ad una progressiva occidentalizzazione degli stili di vita.

Ciò si riflette anche sulle caratteristiche delle nuove abitazioni, rivolte soprattutto alla crescente classe media cinese formata da giovani imprenditori, professionisti e manager, che investono nell'abitare una gran parte del proprio reddito, e per i quali l'arredo diviene mezzo di espressione del raggiunto status sociale. E se il gusto sembra occidentalizzarsi, il passaggio da oriente a occidente è in uno stato ancora embrionale e genera una mescolanza di linguaggi che, assieme alla velocità dell'evoluzione estetico-culturale, fa sì che non si possa ragionevolmente parlare di "categorie del gusto", né di tendenze, ma che sia più utile e corretto limitarsi ad identificare e descrivere alcuni fenomeni maggiori: la casa "working class", l'international style contemporaneo, il gusto pseudo-europeo, l'influenza del modern design, e infine la presenza importante del mobile tradizionale cinese, autentico o in stile.



Domus Academy / Via Watt 27 / 20143 Milano / Italia

press@domusacademy.it / www.domusacademy.it