

Com'è grande il mondo alla luce delle lampade, e come è piccolo agli occhi del ricordo. *Charles Baudelaire*

LIGHT ARCHITECTURE PROGETTI VOLONTARIAMENTE SPETTACOLARI

Paesaggi urbani da mille e una notte

DI FRANCESCO SACCO

La luce è magia. La sua natura è ancora incerta per i fisici ma la sua presenza è potente. Per averne la prova basta un esercizio di fantasia. Immaginiamo di essere in un luogo assolutamente buio: intorno il paesaggio ha la profondità dei rumori che ci arrivano. Eliminiamo ogni suono: la sensazione è di essere al chiuso in uno spazio angusto. Accendiamo una luce, compare un paesaggio: un grande edificio e una via. Con la luce, all'improvviso svanisce la percezione di uno spazio angusto. Il paesaggio è esattamente quel che vediamo. Se la luce è fredda, incerta, ci sembra triste, vagamente pericoloso. Se la luce è calda, netta, sembra più rassicurante, accogliente. Se la luce è colorata, diventa più scenografico. Se, infine, sull'intera parete dell'edificio davanti proiettiamo un bello scorcio di campagna, la percezione del paesaggio cambia di nuovo: non è più la luce o il reale che domina, ma l'immagine.

La vista è l'80% della nostra percezione e della nostra memoria, il più potente dei nostri sensi. Per i greci la vista era un dono di Afrodite, la dea dell'amore, perché era la porta del cuore, come molti poeti hanno raccontato. Ma è anche la più immediata dimensione intellettuale: vedere per credere. Le due affermazioni insieme formano una contraddizione ma forse spiegano perché la nostra è una civiltà visuale in cui tutte le arti si sono "visualizzate". Non solo le arti visive, sempre più popolate di forme immaginifiche, ma anche le performing art, che ormai dan-

Le città si trasformano con effetti speciali e proiezioni e l'architettura riflette sempre più il nostro mondo interattivo e tecnologico

no alla scenografia una rilevanza quasi uguale alla rappresentazione. Tra tutte, però, l'architettura è quella che meno si è evoluta in questa direzione. Eppure questa era la sua natura profonda.

Originariamente l'architettura era allo stesso tempo immagine e messaggio. Era vero per le piramidi e ancor di più per le cattedrali che nel Medioevo erano un mezzo di comunicazione di massa. Le sue vetrate, le sculture, i mosaici, trasmettevano alla popolazione, largamente analfabeta, un modo di interpretare il mondo e la loro posizione in quel mondo. Ma era un'informazione fissa, statica, perenne, che non si rinnovava. Era cristallizzata anche perché la cristallizzazione era parte del messaggio che conteneva. Oggi, invece, viviamo in un'epoca di continuo cambiamento, in cui l'informazione è attiva e interattiva, in cui, come dice Paul Virilio, la velocità con la quale le cose cambiano cambia l'essenza delle cose. L'elettricità ha cambiato il codice genetico dell'architettura, soprattutto per l'illuminazione

che ha trasformato le costruzioni da buie in luminose e ha prolungato il tempo di vita delle città, che vivono 24/7, mutando flussi e composizione dal giorno alla notte. La pubblicità ha operato un'ulteriore trasformazione dando alle città un carattere che talvolta è brutto, ma è riconoscibile, come a Times Square, Piccadilly Circus, Shanghai o Tokyo.

La pubblicità, la cinghia di trazione del cambiamento imprenditoriale, ha cambiato il paesaggio urbano che per natura è statico. Le brutture dei palazzi a balconcino degli anni 60 al centro delle nostre città non possono essere abbattute anche se le esigenze e il gusto contemporaneo lo giustificherebbero. Ma la pubblicità ha cominciato a trasformarle. Le sue mille luci sono diventate il paesaggio, spostando in secondo piano le costruzioni che le reggono. Si tratta, però, di una sorta di esternalità, un effetto secondario non del tutto pianificato e non del tutto positivo. Per questo l'architettura ha cominciato a concepire nuovi modi per incorporare la visualità e il dinamismo della contemporaneità utilizzando la luce e nuovi materiali per creare forme inusitate come hanno fatto Toyo Ito con la Mediateca di Sendai o Jean Nouvel con la Tour sans Fins a Parigi.

Da questo filone di ricerca è nata la LightArchitecture, un modo di concepire l'architettura per realizzare progetti architettonici intenzionalmente spettacolari. Utilizzando tutto ciò che le nuove tecnologie rendono possibile, l'informatica, le soluzioni per gli effetti speciali del cinema, l'ottica ma soprattutto la luce e le proiezioni, la LightArchitecture ha sviluppato realizzazioni che danno vita a elementi di

interazione con chi abita la città o le case. Il teorico della LightArchitecture è Gianni Ranaulo, architetto metà italiano e metà indiano che lavora tra Londra e Parigi. Per Ranaulo l'architettura deve essere "light" perché illumina la città e perché leggera. Possono essere nebulizzazioni di acqua che creano enormi schermi sospesi per proiettare immagini e messaggi, come nel caso di Tour Montparnasse a Parigi, oppure smisurate superfici vetrate su cui proiettare gigantesche immagini in movimento, come per il Reem Island Gate di Abu Dhabi o la Pittsburgh Tower. Ma anche ambienti stereo-reali come il Vip Club di Parigi.

Per la LightArchitecture la tecnologia è un elemento chiave per cambiare e migliorare i parametri del vivere urbano. Con vetri e pellicole riflettive le brutture delle città possono essere ricoperte e trasformate per mezzo di proiezioni. In questo modo il media diventa lo stesso edificio, non un elemento applicato in superficie ma un MediaBuilding. Ugualmente, doppie superfici vetrate possono essere usate per visualizzare enormi immagini in movimento e per creare una forma di condizionamento ecologico che sfruttando il naturale movimento dell'aria provocato dalla differenza di temperatura tra interno ed esterno, trattiene il calore d'inverno e rinfresca d'estate.

I tempi stanno cambiando e l'architettura con loro. Forse il suo futuro sarà come quello immaginato in Blade Runner o forse un altro. Ma molto probabilmente sarà sempre più uno specchio del nostro mondo interattivo e tecnologico.