

CAMPANHA FOTOGRÁFICA

Uma campanha fotográfica por Luca Campigotto, Claudio Gobbi, Francesco Mattuzzi e Valentina Vannicola complementa o itinerário da exposição.

Estes artistas responderam a um desafio para trabalhar sobre o espaço material e imaterial da Ivrea de Adriano Olivetti com diferentes perspetivas e linguagens. No entanto, estes projetos encontram-se unidos pela decisão dos fotógrafos de não retratar os espaços com objetividade estéril ou uma tentativa de completude. Olhando para além da superfície das coisas, os fotógrafos captaram o enigma da realidade que reside para além das representações estandardizadas destes lugares. Mesmo tendo abordagens específicas — documental, concetual, registos do quotidiano e até pura invenção narrativa — todos os trabalhos se baseiam numa dimensão “diferente”: um reino intemporal onde as imagens interagem com a dimensão metafísica (Campigotto), uma cadeia dialética de referências formais e culturais (Gobbi), um aspeto enigmático da realidade (Mattuzzi) e um universo paralelo imaginário (Vannicola). Os artistas evitam narrativas didáticas ou descritivas, em vez disso alavancando o seu próprio posicionamento. Eles procuraram perspetivas da cidade de Ivrea que possam novamente alimentar os nossos pensamentos e a nossa imaginação. A arte fotográfica faz muito mais do que descrever o modo como as coisas são: ela leva-nos muito mais longe.

Luca Campigotto é um dos expoentes da fotografia de arquitetura e paisagismo. Negando uma abordagem documental, o seu trabalho corporiza um sentido do tempo como estando dilatado ou suspenso. O potencial evocativo das Oficinas ICO é enfatizado pela decisão de fotografar à noite: tal como os interiores, a fachada oferece um extraordinário espaço teatral, uma cena metafísica que funciona como pano de fundo em que novas histórias e imaginários são projetados.

Claudio Gobbi testa os limites da fotografia documental rumo a uma abordagem conceptual, criando uma sequência em aberto baseada num sistema de relações que vai do visual ao cultural. Marcos e arcos, aberturas e coluna, janelas e balastradas criam uma gramática de símbolos arquitetónicos que permitem às imagens “falarem” entre si, espoletando um diálogo que leva o observador a refletir sobre a dimensão temporal dos lugares e da visão.

Interessado na ambiguidade da narrativa visual e sempre posicionado algures entre a realidade e a ficção, **Francesco Mattuzzi** explora a cidade como se esta fosse um corpo, investigando as suas fissuras, os seus órgãos e a vida que se move no seu interior. O quotidiano assume propriedades inescrutáveis: objetos abandonados oferecem visões alienantes, figuras evanescentes movem-se num espaço ambíguo e os interstícios entre edifícios proporcionam paisagens invulgares, trazendo um sentido de mistério a estes espaços modernos.

O ponto de partida para o projeto de **Valentina Vannicola** é a morte súbita de Adriano Olivetti a 27 de fevereiro de 1960, quando a tradicional “batalha das laranjas” foi suspensa pela primeira vez com exceção do período da guerra. Simbolicamente, a artista recolhe as laranjas que não foram utilizadas nessa ocasião e lança-as em alguns dos espaços mais representativos da cidade Olivetti: a fábrica, os serviços sociais, as oficinas, a região de Canavese. Vazios ou habitados por figuras “congeladas” no tempo, estes lugares tornaram-se “reservatórios de uma revolução” que continua ativa, ainda que silenciosa.

Universo Olivetti:
Comunidade como Utopia Concreta

Organização
maat
Istituto Italiano di Cultura

Curadoria
Pippo Ciorra
Francesca Limana
Matilde Trevisani

Comissão fotográfica com curadoria de
Simona Antonacci

Coordenação da exposição
Francesca Limana
Alessandra Spagnoli
Matilde Trevisani

Desenvolvimento de parcerias
Matilde Trevisani

Vídeo
Monica Pignatti Morano
Barbara Abruscato

Conservação
Serena Zuliani

Arranjo expositivo e coordenação técnica
PLA/studio

Design gráfico
Etaoin Shrdlu Studio

Montagem da exposição
Falegnameria Raponi

Suporte multimédia
Sound d Light

Produção gráfica
Digitall – Centertecnica

Transportes e manuseamento
Trasportiamo srl

Seguros
Willis Towers Watson

Produção das molduras
Martinelli cornici

Tradução
ENG: Translated
PT: Edição, Revisão e Tradução
Andreia Faria/ esad—idea, Investigação em Design e Arte

Catálogo
Edizioni di Comunità

Parceiro técnico
Associazione Archivio Storico Olivetti

maat – Museu de Arte, Arquitetura e Tecnologia

Programação
João Pinharanda

Gestão de produção
Rosa Goy

Apoio técnico e montagem
Versátil Partilha

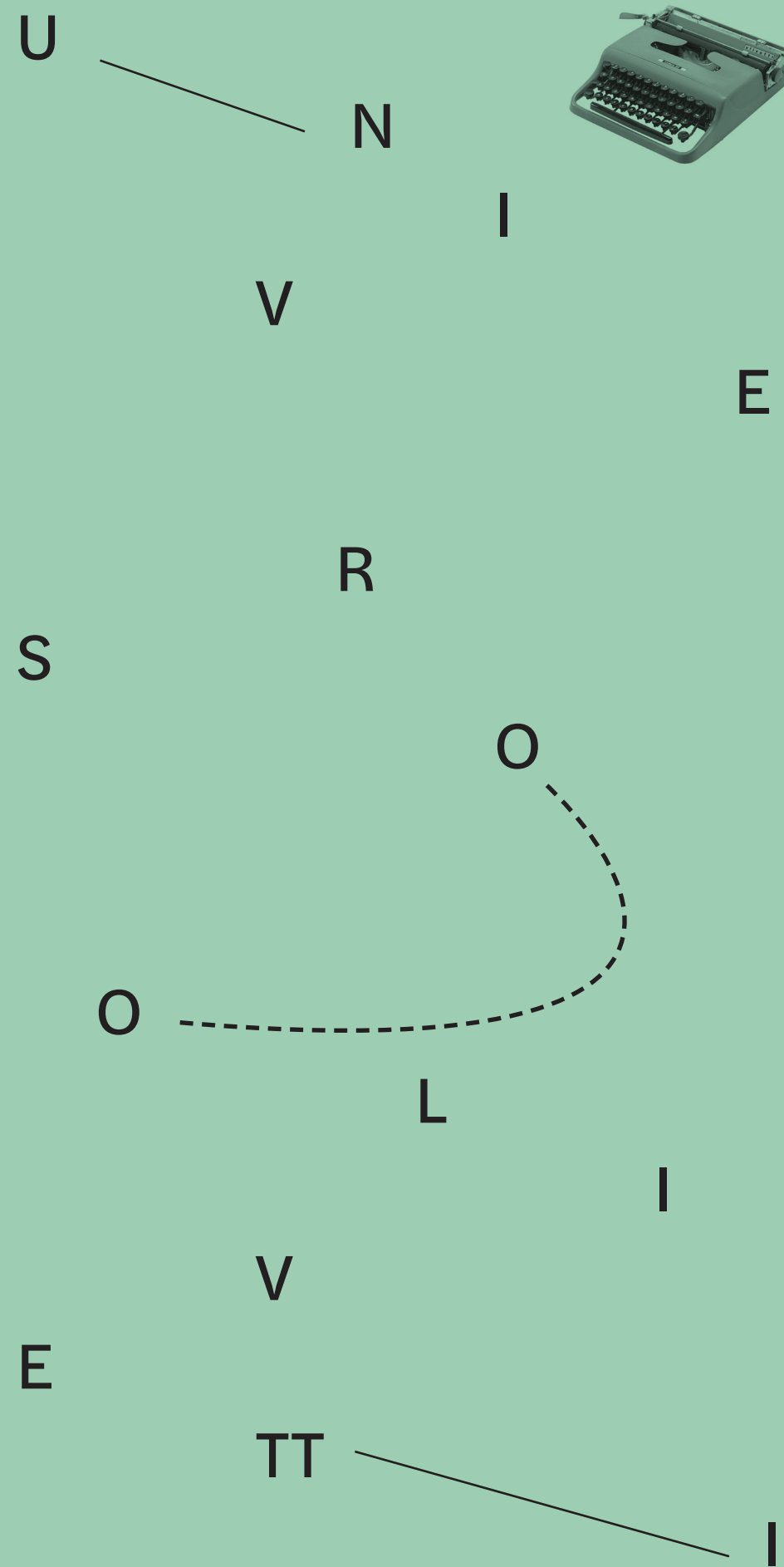
Design gráfico
Lisa H. Moura
Beatriz Severes

Revisão e tradução
Kennis Translations

Produção gráfica
Logotexto

Impressão
LouresGráfica

A exposição é produzida pelo Ministério dos Negócios Estrangeiros e Cooperação Internacional de Itália em colaboração com a Fondazione MAXXI – MAXXI Architettura e a Fondazione Adriano Olivetti.



Comunidade
como Utopia
Concreta



08/04 > 30/05/2022

Organizado por:



Em colaboração com:



Sob a égide de:



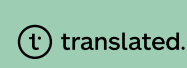
Produzido por:



Patrocinador principal:



Patrocinador:



Entre as décadas de 1930 e 1960, graças à fábrica de Ivrea (comuna italiana da região do Piemonte, província de Turim) e à iniciativa política e cultural do Movimento Comunità por si fundado, Adriano Olivetti alcançou o ideal de uma paisagem visionária em que a modernização industrial e técnica eram apoiadas por uma inovadora reorganização do espaço social e regional. Ivrea e a região de Canavese tornaram-se assim um laboratório para um modelo único e inovador de interação entre as empresas e a sociedade. Ainda hoje tido como exemplar, este modelo integrou a cultura e a investigação tecnológica, o design, a arquitetura e a sustentabilidade.

A importância do legado de Olivetti, bem como a recente inclusão de Ivrea, cidade industrial do século XX e os seus mais relevantes aspetos arquitetónicos na lista de Património da Humanidade da UNESCO, formam as bases de *Universo Olivetti: Comunidade como Utopia Concreta*, uma exposição concebida para narrar esta experiência através de palavras e imagens.

As quatro secções temáticas (Cidade e Política; Fábrica; Cultura e Imagem; Sociedade) traçam a história de uma empresa italiana que se estendeu ao longo de quase um século, condensando as grandes questões do século XX e expressando o melhor do “made in Italy”. A inovação, a qualidade do produto e o desenvolvimento da empresa nos mercados internacionais combinam-se com a excelência da arquitetura e do design industrial. Tudo isto contribui para uma incansável projetualidade aplicada aos problemas sociais colocados pelo trabalho e pela relação entre o negócio e a área local, que acabam por se traduzir num projeto abrangente que engloba a política e o planeamento urbano.

No universo da Olivetti, a fábrica era a força motriz do projeto de reforma de Adriano Olivetti, simultaneamente empreendedor, político, cultural e social. Adriano construiu a sua “Comunidade” rodeando-se das mentes mais brilhantes da Itália do pós-guerra: arquitetos, filósofos, designers, intelectuais e engenheiros. Em meados dos anos 1950, eles levaram a empresa a definir um “estilo” Olivetti, por um lado, e a dar passos pioneiros no desenvolvimento da eletrónica e das ciências computacionais, com o primeiro computador pessoal. Entre os primeiros a compreender o potencial deste computador estavam os cientistas da NASA, que o utilizaram para compilar mapas lunares e planear a trajetória da missão Apollo 11, que levou o Homem a aterrar na lua em 1969.

Nos anos do pós-guerra, o trabalho de Adriano Olivetti contribuiu para a ideia de um novo mundo baseado no conceito de Humana Civilitas. Após 20 anos de obscurantismo fascista, uma geração inteira mobilizou-se para criar antídotos aos males da sociedade contemporânea. Olivetti acreditava que a “Comunidade” era a única saída: “um espaço geográfico determinado pela natureza e pela história” capaz de resolver conflitos e unir as pessoas, alavancando um interesse superior partilhado, ético e material. Um dos pilares da filosofia Olivetti era o planeamento urbano, que Adriano identificava como sendo o ponto central de todas as outras disciplinas (sociologia, arquitetura, demografia e ciências ambientais), de certo modo antecipando a natureza participativa e o desenvolvimento comunitário da idade moderna.

Outro aspeto essencial do “Olivettismo” era a função social da empresa. No caso de Ivrea, isto materializou-se no desenvolvimento harmonioso de serviços sociais ao redor da fábrica. Estas instalações sempre juntaram as necessidades da comunidade em termos do crescimento social — tais como serviços de saúde, cantinas e residências — com o crescimento civil e cultural proporcionado por escolas, bibliotecas, laboratórios de ciências sociais e a presença constante de intelectuais que davam apoio aos gestores da Olivetti.

FÁBRICA

Camillo Olivetti fundou a primeira fábrica italiana de máquinas de escrever em Ivrea em 1908. Durante quase um século, este negócio de família traçou caminhos de expansão e inovação que permitiram à pequena fábrica de tijolo vermelho conquistar o mundo e representar um papel fundamental na construção do mito do “made in Italy”.

A cultura industrial e democrática dos Estados Unidos da América tornou-se um ponto de referência constante tanto para Camillo como para o seu filho, Adriano. Eles interpretaram e adaptaram esta cultura utilizando métodos originais e técnicas organizacionais que se adequavam ao seu entorno e à comunidade. A Olivetti atravessou as duas Guerras Mundiais, com a empresa emergindo desses anos mais forte e com um maior foco na abordagem centrada nas pessoas. A conceção do projeto industrial de Adriano Olivetti ia muito para além da produção de bens: ele procurava um modelo de negócio universal que transformasse o lucro num benefício partilhado. Este ideal era corporizado na perfeição pelas instalações de produção que construiu em todo o mundo, cuidadosamente desenhadas pelos mais importantes e notáveis arquitetos da altura e harmoniosamente integradas no respetivo contexto através de ferramentas urbanísticas modernas. Seriam mais tarde definidas como “fábricas de bem” devido ao seu sistema de valor, que encapsulava o paradigma de uma empresa responsável.

Durante a gestão e presidência de Adriano Olivetti (entre 1938 e 1960), a empresa aumentou continuamente a quantidade e qualidade de produtos, receitas e lucros (tanto na Itália como no estrangeiro), o que resultou num aumento de funcionários e de fábricas. O sucesso comercial tinha por base diversos fatores. A imagem da Olivetti era um projeto complexo e global; mais do que meramente comunicada ao mundo exterior, a imagem emergia do seio da empresa. A fábrica e os seus produtos eram exaltados como uma representação integral do estilo pelo qual Itália vinha sendo longamente reconhecida e admirada em todo o mundo.

Adriano Olivetti acreditava firmemente no intercâmbio intelectual entre a cultura e os negócios, o que o levou a centrar-se tanto na forma como no conteúdo da mensagem cultural. Por um lado, grandes designers e arquitetos, com grafismos e comunicação de alta qualidade, eram considerados um veículo essencial da mensagem da empresa. Por outro lado, publicações, revistas e coleções de livros também assumiam um papel fundamental. A contribuição direta do próprio Adriano Olivetti foi fundamental, não só através dos seus escritos, mas também como diretor e editor de inúmeros livros e revistas publicados pela sua editora, a Edizioni di Comunità. Até aos dias de hoje a experiência Olivetti, um equilíbrio entre ética e estética, tem muitos seguidores, mas nenhum sucessor.

CIDADE E POLÍTICA

De acordo com a visão de Adriano Olivetti, Ivrea e a região de Canavese era a imagem tangível de uma utopia que rapidamente alastrou do âmbito local para o nacional. O que alimentava esta visão era a ideia de um urbanismo humanista, baseado no espaço e nas pessoas, e não nos números. As obras-primas de arquitetura, pequenas e de grande escala, que constavam dos projetos desenhados por Luigi Piccinato, primeiro, e por Ludovico Quaroni, depois, delineavam a “utopia possível” da Olivetti. As fábricas desenhadas por Figini e Pollini e os escritórios por Marcello Nizzoli e Annibale Focchi, com as instalações sociais essenciais (cantina, centro de saúde e creche), foram construídos em torno de Corso Jervis enquanto alternativa e complemento ao centro histórico de Ivrea. As instalações que não precisavam de estar tão perto da fábrica, outras escolas (L. Quaroni, M. Ridolfi) e casas (Gabetti e Isola, A. Focchi, M. Nizzoli) foram organizadas em volta do centro industrial. Havia também mais casas, fábricas e armazéns afastados, em áreas que noutros contextos seriam consideradas “subúrbios”.

Na prática, este modelo de planeamento urbano refletia um modelo social baseado em espaços desenhados para alimentar um sentido de comunidade e de atenção e cuidado por parte das classes intelectuais e dirigentes.