

Zeitschrift: Schweizer Kunst = Art suisse = Arte svizzera = Swiss art
Herausgeber: Visarte Schweiz
Band: - (1985-1986)
Heft: 5

Artikel: Urbanisation mutation communication = Perspektive Mutation
Kommunikation = Urbanizzazione Mutazione Comunicazione
Autor: Giuliani, J.P.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-625932>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 29.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Urbanisation Mutation Communication

J.P. GIULIANI + TEAM 91

Cette trilogie constitue la plateforme de base pour élaborer un concept qui s'intègre aux propositions de CH 91:

AVANT-PROPOS

L'homme d'aujourd'hui est le témoin actif des découvertes et des inventions de la science et de la technique. Cependant son comportement repose sur des structures mentales acquises du passé. Il y a donc déphasage notoire entre notre culture issue du passé et l'évolution de notre monde moderne.

Constat: La technologie engendre la technoculture. Mais un nouvel humanisme émerge-t-il? Quelle est sa nature? Toute civilisation est régie par l'interaction combinée de systèmes réceptifs issus de l'organisation globale de notre société d'aujourd'hui et qui agissent comme des régulateurs visant à équilibrer les systèmes entre eux et par conséquent à établir un ordre interfonctionnel de forces diverses favorisant l'éclosion de groupes, (village, nation, etc.) chacun d'eux étant ponctué d'une identité propre.

Mais aujourd'hui un tel modèle est en perte de vitesse. La production illimitée associée à la performance chiffrée avec comme stimuli le progrès – la croissance – le développement – perturbent l'ordre traditionnel au profit de la seule efficacité: résultats rapides, moindres coûts, rentabilité accrue, large développement, expansion. Qualité se substitue à quantité. Toute valeur transcendante est donc écartée au profit de la performance immédiate; le totalitarisme est la finalité du modèle performant techno-économique. Les systèmes économique et technique ne sont déjà plus dans le champ de l'ordre traditionnel; les systèmes politique et social sont envahis, la valeur civique abdiquée face au pouvoir techno-économique.

Émerge encore le système culturel porteur d'un humanisme émiétté. De culture à art, le trait d'union est aisé à tracer; et qui dit art dit artiste. L'artiste contemporain est actuellement la seule «espèce» qui ré-

fute le modèle performant cause et moteur de la crise. Les artistes tentent d'instaurer un ordre sans pouvoir; ils détiennent les «clés culturelles» pour déverrouiller le blocage de l'ordre performant incompatible avec l'ordre humain.

A quoi servent alors l'art, les artistes et leurs œuvres? Ce ne doit être ni une affaire de prestige et encore moins de luxe. Si elle a une destination sociale, l'œuvre d'art porte en elle une signification et doit se manifester. Tout ce qui nous environne, de notre habitat à nos vêtements, de nos meubles aux emballages, des enseignes aux annonces, etc. que nous visualisons chaque jour constitue l'authentique lieu de la créativité sociale là où «les nouveaux artistes» doivent s'exprimer.

Nous naissons de plus en plus en milieu urbain. C'est donc là le champ de l'activité artistique par excellence: on y vit, on y travaille, on y circule, on s'y distrait. La ville est un lieu de culture composite: d'une part les bâtiments, les signalisations, les automobiles et autres moyens de transport. D'autre part les habitants. De prodigieux efforts, des moyens de transport à des vitesses toujours plus vertigineuses ont engendré des rapports et des nouvelles techniques de communication. Grâce à l'électronique, l'image produite par la télévision ou la vidéo est retransmise quasi instantanément dans le monde entier. Malgré la formidable emprise de la production de masse, la création artistique apparaît encore comme le seul garant de la liberté de l'individu échappant aux contraintes économiques, politiques. L'art donne la parole. Et l'activité artistique engendre une valeur esthétique qui seule peut préserver encore

PERSPECTIVE

Pour CH 91 formulons alors concrètement une idée. Considérons notre trilogie de base:

Purbanisme et son paramètre le plus accentué, la ville, véritable «machine à vivre» des populations, avec ses zones d'habitation surpeuplées, asphyxiantes, ses voies de circulation en fonction de l'automobile, ses structures commerciales, la publicité, sont autant de déterminants agissant sur notre comportement.

mutation. Notre société soumise à l'innovation industrielle, catalyseur de l'économie et source de progrès pour une civilisation en changement accéléré est nourrie de technologie. Informatique, télématique, robotique, génétique appliquée et ingénieries multiples conditionnent et gouvernent notre existence; notre planète n'est plus qu'un artefact.

la communication, soit tous les médias au service de l'information (presse, radio, photo, télévision, etc.) s'est emparée de notre environnement. L'image s'impose: télévision, vidéo ne connaissent plus de frontières. Les moyens de transport sont en plein essor: le train, l'avion rivalisent de vitesse.

Il existe 700 gares en Suisse dont un petit nombre répond aux exigences du marché, aux intérêts de la clientèle; elles sont en effet un lieu de contacts, de rencontres par excellence. La gare doit symboliser l'archétype des activités humaines de notre siècle et devenir le microcosme culturel de la ville, il faut donner à la gare une structure plus conforme aux temps présents, en introduisant des facteurs dynamiques, influents sur la ville dont elle doit être un élément structurel fondamental propre à développer une culture mobile.

Une nomenclature des activités et des composantes de la «nouvelle gare» autorise aussi de déterminer les espaces et leur utilisation. Il faut néanmoins tenir compte de l'identité du lieu et des mentalités régionales. Enumérons quelques villes caractéristiques pour leur situation géographique à l'intérieur du pays et qui sont aussi des nœuds ferroviaires et de communication. En Suisse alémanique citons **Lucerne**, (pour deux raisons): la gare doit être reconstruite; la ville et sa région vont être investies d'un rôle primordial dans le cadre de l'exposition nationale; **Oltén**, comme «plaque tournante» de notre réseau ferroviaire; **Yverdon**, charnière industrielle du Nord-Vaudois; **Délémont**, ville du Jura en devenir; **Outre-Gothard** retenons Chiasso, ville frontière et gare de triage au trafic important; **Brigue**, à l'extrémité du Simplon, centre de liaison à travers les Alpes (ligne du Lötschberg et tunnel du Simplon); **Martigny**, carrefour international en relation avec trois pays. Soit 3 villes d'idiome alémanique, 2 d'expression romande et 1 d'appartenance italique (ce choix n'est pas exhaustif, mais il tient compte des particularismes régionaux). Ces villes sont hiérarchiquement représentatives de notre démographie urbaine.

EXEMPLE: MARTIGNY

Le plan d'aménagement de la région de Martigny indique une population de 40 000 habitants environ. La ville de Martigny regroupe près de 15 000 habitants. Elle est située dans une région qui s'internationalise et développe des relations aussi bien avec la France que l'Italie, tant sur le plan commercial qu'industriel, grâce à un réseau de communications de premier ordre par route et par chemin de fer. Martigny se trouve aujourd'hui sur l'important axe autoroutier Gênes - Rotterdam par Martigny - Berne - Bâle.

De nombreuses activités dans divers secteurs sont en pleine expansion: d'où un certain nombre de réalisations récentes tels le Centre d'Exposition Régionale de Martigny (CERM), le Centre commercial du Manoir (Migros), les caves et usine d'embouteillage Orsat, des magasins à «grande surface», la création d'un Port-Franc, pour lesquelles près de 100 000 000 de francs ont été investis durant la dernière décennie. Ce dynamisme a entraîné l'implantation de diverses industries allant de l'aluminium à l'électronique en passant par l'horlogerie, l'industrie pharmaceutique et la biochimie.

Martigny est en outre dotée d'une structure d'accueil, c'est aussi la porte de stations touristiques d'importance internationale équipée d'un imposant domaine skiable; cet aménagement est complété par des installations sportives et de tourisme médical; l'activité culturelle s'organise autour de musées présentant des expositions d'artistes renommés; la ville est en outre environnée d'un verger agricole et viticole florissant.

PROGRAMME POUR UNE MULTIGARE CHOIX COMME EXEMPLE

Le choix de Martigny s'explique pour les raisons suivantes: Martigny est le lieu de convergence de 3 lignes ferroviaires; CFF, Chemins de Fer Fédéraux; Martigny - Orsières; Martigny - Chamonix; de nombreuses lignes d'autocars postaux et autres sont organisées depuis la Gare CFF dont notamment la desserte Martigny - Aoste par le Grand St-Bernard. La structure de ces communications est discrète, sans activité, n'offrant que des prestations banales à la clientèle. La plupart des gares actuelles ne concilie guère les intérêts de l'utilisateur et d'un grand service public.

L'intervention proposée à Martigny doit être considérée comme «modélisation» d'entreprises plus importantes et à valeur d'expérimentation. Check-List des prestations pour une multigare: vente de billets (personnes + marchandises) - services bancaires (change, etc.) - service postal - buffet, café, restaurant, boutiques diverses - hôtel, salle de réunions - salles d'exposition, TV, cinéma, radio, vidéo, audio-visuel, diaporama - permanence sanitaire - gare routière (cars), service taxis - hélicopt.

Par corollaire, de nouveaux wagons (à 2 niveaux) permettront de développer la communication, les échanges par utilisation de technologies nouvelles (télévision, vidéo, audio-visuel, musique, informatique, etc.) en y installant des expositions itinérantes (arts, gastronomie, industrie, artisanat, information, formation, etc.); de même, des véhicules routiers appropriés seront équipés dans le même but des aérostats publicitaires sillonneront le ciel.

A l'heure des communications et des transports rivalisant avec la vitesse de la lumière, la mobilité sera le facteur majeur de cette manifestation.

FINANCEMENT

Il sera fait appel à des groupes d'intérêts, des promoteurs divers (Etats ou privés), aux établissements financiers, à diverses institutions, à tout regroupé en fondation.

CONCLUSION

Ce projet suggère des possibilités de renouvellement et d'amélioration (2)

Il modèlera notre avenir (4)

Il intègre le rythme de l'évolution qui s'accélère (5)

(2)(4)(5) selon dénominateurs communs de CH 91

Les êtres humains sont incomplets: ils cherchent signes et communications (VI)

Les êtres humains s'ennuient: ils cherchent jeux et réjouissances (IX)

Les êtres humains sont ignorants: ils cherchent savoir et découverte (VII)

(VI)(VII)(IX) Selon les grands thèmes de «structure thématique».

L'infrastructure de cette proposition tient compte de ne pas centraliser en un lieu une exposition nationale.

Par contre, elle n'a pas un caractère éphémère. Elle est utile, réaliste, progressiste, ouverte à l'imagination et aux thèmes proposés par CH 91.

En outre il confère aux arts visuels et aux artistes une revalorisation transcendante.

CH91

PROJEKT 7

Perspektive

Die **Urbanisation** und ihr wichtigster Parameter, die Stadt, eigentliche Lebensmaschine der Bevölkerung, mit überbevölkerten Zonen, Autoverkehr, Handelsstrukturen, sind bestimmend für unser Verhalten.

Mutation

Unsere Gesellschaft wird bestimmt durch die industrielle Erneuerung, durch Informatik, Telematik usw.; unser Planet ist zum Artefakt geworden.

Kommunikation

Die Informationsmedien haben von unserer Umwelt Besitz ergriffen. Fernsehen, Video kennen keine Grenzen. Die Transportmittel Zug, Flugzeug sind zu Rivalen der Geschwindigkeit geworden. In der Schweiz gibt es 700 Bahnhöfe, wovon ein kleiner Teil den Bedürfnissen des Handels, den Interessen der Kundschaft entspricht; sie sind in der Tat Orte der Begegnung. Der Bahnhof muss den Archetypus der menschlichen Aktivitäten unserer Zeit symbolisieren und zum kulturellen Mikrokosmos der Stadt werden; der Bahnhof muss eine Struktur erhalten, die den heutigen Zeiten besser entspricht, indem Einflussbereiche für die Stadt geschaffen werden.

Eine Ausstellung der Aktivitäten und Komponenten des neuen Bahnhofs «ermöglicht» zudem eine Auflistung der Räumlichkeiten und deren Verwendung. Zu berücksichtigen sind Identität des Ortes und regionale Mentalität. Zählen wir einige für ihre zentrale Lage charakteristische Städte auf, die gleichzeitig Eisenbahnknotenpunkte und Kommunikationsorte sind:

CH91

PROGETTO 7

Urbanizzazione – Mutazione – Comunicazione

Questa trilogia costituisce la piattaforma di base per elaborare un concetto che si integri alle posizioni 5 e 6 dei «Denominatori comuni di CH91»: proposte del CH91:

PREFAZIONE

L'uomo del giorno d'oggi è testimone attivo delle scoperte e delle invenzioni della scienza e della tecnica. Il suo comportamento tuttavia resta ancorato a delle strutture mentali acquisite dal passato. Da qui deriva il notorio disorientamento dell'uomo d'oggi, tra l'evoluzione del mondo moderno e la cultura nata dal nostro passato.

PROSPETTIVA

Per il CH91 allora fomuliamo un'idea concretamente. Consideriamo la nostra trilogia di base:

L'urbanizzazione e il suo parametro più accentuato, la città, vera «macchina da vivere» delle popolazioni, con le sue zone sovraffollate, asfissianti, con le sue vie di traffico in funzione dell'automobile, le sue strutture commerciali, la pubblicità agiscono in modo determinante sul nostro comportamento.

Mutazione. La nostra società, subordinata ormai all'innovazione industriale, catalizzatore dell'economia e fonte di progresso per una civilizzazione in continuo e incalzante progresso, è nutrita di tecnologia. Informatica, telematica, robotica, genetica applicata e ingegneria varie condizionano e governano la nostra esistenza: il nostro pianeta è più che un artefatto.

La comunicazione: ovvero tutti i mass-media dell'informazione (stampa, radio, televisione, fotografia, ecc.) si sono impadroniti del nostro ambiente. L'immagine s'impone: televisione, video non conoscono limiti. I mezzi di trasporto sono sviluppo: il treno, l'aereo si contendono il massimo di velocità. In Svizzera esistono 700 stazioni, di cui solo un piccolo numero corri-

sponde alle esigenze del mercato, agli interessi della clientela; sono in effetti un luogo di contatti, di incontri per eccellenza. La stazione deve simboleggiare l'archetipo delle attività umane del nostro secolo e divenire il microcosmo culturale della città; bisogna conferire alla città una struttura più conforme ai tempi presenti, introducendo dei fattori, che con la loro dinamicità influiscano sulla città, di cui essa deve essere un elemento strutturale fondamentale, adatto a sviluppare una cultura mobile.

Una nomenclatura delle attività e delle componenti della «nuova stazione» d'altronde autorizza a determinare gli spazi e la loro utilizzazione. Cionondimeno bisogna tener conto dell'identità del luogo e della mentalità della gente del posto. Citiamo alcune città caratteristiche per la loro posizione geografica all'interno del paese e che sono anche dei nodi ferroviari e di comunicazione. Nella Svizzera tedesca citiamo **Lucerna** per due ragioni: la stazione deve essere ricostruita; la città e i dintorni saranno investite di un ruolo di fondamentale importanza nella cornice dell'esposizione nazionale; **Olten** nel suo ruolo di «piattaforma girevole» della nostra rete ferroviaria; **Yverdon**, cardine industriale della regione valdese del Nord; **Delémont**, città del Giura in via di sviluppo; oltre il Gottardo riteniamo **Chiasso** città di frontiera e stazione di smistamento del traffico importante; **Briga** all'estremità del Sempione, centro di collegamento attraverso le Alpi (linea del Lötschberg e galleria del Sempione); **Martigny**, crocevia internazionale in relazione con tre regioni, cioè con tre città di lingua tedesca, due di espressione romanda e una di appartenenza italiana (questa scelta non è esauriente, ma tiene conto dei particolarismi regionali). Queste città sono gerarchicamente rappresentative della nostra demografia urbana.

Adresse:

GSMBA – Arbeitsgruppe CH91

Postfach

6000 Luzern 6