

PERDERSI E RITROVARSI NELLE MAPPE DEL NUOVO NUMERO DI URBANO, IL MAGAZINE DI BORIO MANGIAROTTI

Una mappa vuota, dove l'unica certezza sono i quattro punti cardinali: è la copertina del terzo numero di Urbano, il semestrale nato dalla collaborazione fra Borio Mangiarotti, società di sviluppo immobiliare fondata nel 1920, e MoSt, agenzia creativa specializzata in progetti editoriali, con l'obiettivo di diffondere la cultura dei temi legati all'urbanistica e all'architettura attraverso un linguaggio immediato e fruibile da tutti.

In un momento storico in cui la pandemia ha cancellato molti punti fermi, costringendoci a rimettere tutto in discussione per ritrovare la nostra bussola interiore ed esteriore, il nuovo numero del magazine trova nelle mappe il suo filo conduttore, lungo il quale si dipanano storie che invitano a perdersi per poi ritrovarsi.

Urbano esplora le carte geografiche come riproduzione del mondo, le città ludiche delle mappe dell'Internazionale Situazionista, le grandi planimetrie di progetti urbani del Novecento che hanno segnato la storia dell'urbanistica (Parigi e Barcellona, dove ha avuto inizio la moderna città occidentale; Brasilia, tipico caso di città di fondazione; Lignano Sabbiadoro, esempio di un nuovo insediamento destinato ad ospitare le vacanze di massa); racconta le mappe politiche e attiviste attraverso la ricerca che Forensic Architecture sta conducendo sulla Death Alley in Louisiana, una delle regioni più povere e inquinate degli USA; guida il lettore nei labirinti dell'odonomastica, dei milioni di chilometri di cavi sotto il mare attraverso i quali passano le telecomunicazioni, dei sistemi di navigazione satellitare, come GPS e BeiDou, che hanno cambiato le relazioni con lo spazio circostante e reso pressoché tecnicamente impeccabile la capacità di orientarsi.

Grazie al cultural mapping, il magazine propone inoltre itinerari inesplorati di metropoli di cui si pensa sia già stato mappato tutto: cartine che disegnano nuovi punti di vista per indagare le città, da una Palermo costiera e periferica a una New York divisa invece in base ai prezzi stellari dei suoi affitti, da una Milano declinata al femminile fino a una Tokyo che si illumina grazie alla condivisione delle foto di coloro che vi transitano.

Urbano regala infine ai propri lettori un racconto di Federico Baccomo, *Sto arrivando, amore mio!*: la storia di un amore a distanza e di un viaggio nella Milano di agosto, tra corse in taxi, fermate di metro, autobus, tram, molte pedalate e la mobilità elettrica di un monopattino.

Con gli editoriali di Luca Molinari, docente di Progettazione architettonica all'Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli", di Sergio Nava, Director of Education Istituto Marangoni e dell'architetto Matilde Cassani, il nuovo numero di Urbano è disponibile in edicole e librerie selezionate, oltre che online su www.urbanomagazine.it.

Borio Mangiarotti SpA

Fondata nel 1920, Borio Mangiarotti è una società di sviluppo immobiliare che opera negli ultimi anni come developer e general contractor. L'azienda vanta una lunga tradizione e oltre 100 anni di attività nel settore, avendo contribuito allo sviluppo di oltre 500 edifici. Grazie alla sua consolidata esperienza, Borio Mangiarotti è diventato uno dei protagonisti principali del panorama immobiliare milanese, sviluppando importanti relazioni e collaborazioni con aziende italiane e internazionali di primo piano.

MoSt

MoSt è l'agenzia creativa specializzata in progetti editoriali interna a Studio Editoriale, editore di "Rivista Studio" e "Undici" dal 2011.