

ISSN: 2281-7603

VOL. 7 / N. 14 (2020)

Ais/Design
Journal

Storia e Ricerche

**FOTOGRAFIA E DESIGN.
LA COSTRUZIONE DELL'IMMAGINE DEL PRODOTTO INDUSTRIALE**

A CURA DI PAOLA PROVERBIO E RAIMONDA RICCINI

RACCONTO VISIVO

Il "racconto visivo" di questo numero è costruito con pagine tratte dall'house organ dell'AFIP, *Quaderno di fotografia* (n. 3, 1979) fondato e diretto dal fotografo Italo Pozzi (si veda anche a p. 92). Si tratta di un numero monografico dedicato a *L'arredamento* e curato da Gabriele Basilico, Giovanna Calvenzi, Alfredo Cella e Paolo Lazzarin.



Fotografie di Aldo Ballo



Fotografia di

Fotografie di Aldo Ballo



17

Fotografie di Aldo Ballo
e Christopher Broadbent, da
Quaderno di fotografia, n. 3,
30 giugno 1979, pp. 16-17.

AIS/DESIGN JOURNAL
STORIA E RICERCHE

Rivista on line, a libero
accesso e peer-reviewed
dell'Associazione Italiana
degli Storici del Design
(AIS/Design)

VOL. 7 / N. 14
DICEMBRE 2020

FOTOGRAFIA E DESIGN.
LA COSTRUZIONE
DELL'IMMAGINE
DEL PRODOTTO INDUSTRIALE

A CURA DI PAOLA PROVERBIO
E RAIMONDA RICCINI

ISSN
2281-7603

PERIODICITÀ
Semestrale

INDIRIZZO
AIS/Design
c/o Fondazione ISEC
Villa Mylius
Largo Lamarmora
20099 Sesto San Giovanni
(Milano)

SEDE LEGALE
AIS/Design
via Cola di Rienzo, 34
20144 Milano

CONTATTI
caporedattore@aisdesign.org

WEB
www.aisdesign.org/ser/

Ais/Design
Journal

Storia e Ricerche

DIRETTORE Raimonda Riccini, Università Iuav di Venezia
direttore@aisdesign.org

COMITATO DI DIREZIONE Marinella Ferrara, Politecnico di Milano
Francesco E. Guida, Politecnico di Milano
Mario Piazza, Politecnico di Milano
Paola Proverbio, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano
editors@aisdesign.org

**COORDINAMENTO
REDAZIONALE** Chiara Lecce, Politecnico di Milano
caporedattore@aisdesign.org

COMITATO SCIENTIFICO Giovanni Anceschi
Helena Barbosa, Universidade de Aveiro
Alberto Bassi, Università Iuav di Venezia
Fiorella Bulegato, Università Iuav di Venezia
Giampiero Bosoni, Presidente AIS/design, Politecnico di Milano
Maddalena Dalla Mura, Università Iuav di Venezia
Elena Dellapiana, Politecnico di Torino
Grace Lees-Maffei, University of Hertfordshire
Kjetil Fallan, University of Oslo
Priscila Lena Farias, Universidade de São Paulo
Silvia Fernandez, Nodo Diseño América Latina
Jonathan Mekinda, University of Illinois at Chicago
Gabriele Monti, Università Iuav di Venezia
Vanni Pasca, past-president AIS/Design
Catharine Rossi, Kingston University
Susan Yelavich, Parsons The New School
Carlo Vinti, Università di Camerino

REDAZIONE Letizia Bollini, Libera Università di Bolzano
Rossana Carullo, Politecnico di Bari
Rosa Chiesa, Università Iuav di Venezia
Paola Cordera, Politecnico di Milano
Luciana Gunetti, Politecnico di Milano
Alfonso Morone, Università degli Studi di Napoli Federico II
Susanna Parlato, Sapienza Università di Roma
Monica Pastore, Università Iuav di Venezia
Isabella Patti, Università degli studi di Firenze
Teresita Scalco, Archivio Progetti, Università Iuav di Venezia
Eleonora Trivellin, Università degli studi di Firenze
Benedetta Terenzi, Università degli Studi di Perugia

ART DIRECTOR Francesco E. Guida, Politecnico di Milano
Daniele Savasta, Yasar Üniversitesi, İzmir

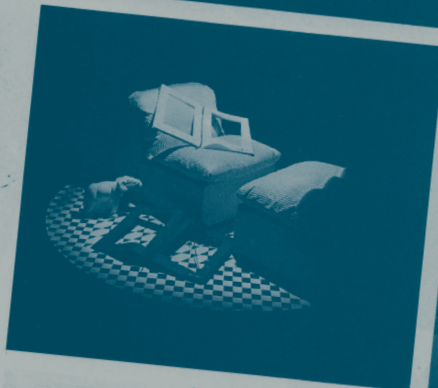
EDITORIALE	FOTOGRAFIA E DESIGN. LA COSTRUZIONE DELL'IMMAGINE DEL PRODOTTO INDUSTRIALE Paola Proverbio & Raimonda Riccini	9
<hr/>		
SAGGI	VERBINDLICHKEITEN. INTERDEPENDENZEN ZWISCHEN SACHFOTOGRAFIE UND GUTER FORM IN DER WERBUNG Gerda Breuer	21
	LIABILITIES. INTERDEPENDENCIES BETWEEN SACHFOTOGRAFIE AND GOOD DESIGN IN ADVERTISING Gerda Breuer	28
	IL LAVORO DEL DESIGN GRAFICO E TIPOGRAFICO PER LA FOTOGRAFIA. LA RIVISTA «ARTS ET MÉTIERS GRAPHIQUES», PARIGI, 1927-1939 Cristina De Vecchi	37
<hr/>		
RICERCHE	«PERCHÉ VOI NON LO SAPETE COME SCEGLIE UNA CUCINA LA GENTE VERA». LA FOTOGRAFIA TRA GRAFICA E ART DIRECTION NEL MADE IN ITALY Michele Galluzzo	61
	LA FOTOGRAFIA DI DESIGN AUTORIALE ITALIANA TRA GLI ANNI SETTANTA E OTTANTA. DAI MAESTRI ALLE NUOVE GENERAZIONI Paola Proverbio & Noemi Ceriani	91
<hr/>		
RILETTURE	FOTOGRAFIA E DESIGN: UN RAPPORTO NON ANCILLARE Raimonda Riccini	117
	FOTOGRAFIA E INDUSTRIA / IL DESIGN Antonio Arcari	124
	LO STATO DELL'ARTE DELLA FOTOGRAFIA DI ARREDAMENTO SUL FINIRE DEGLI ANNI SETTANTA Paola Proverbio & Noemi Ceriani	133
	LE FOTO DI ARREDAMENTO Giovanna Calvenzi & Paolo Lazzarin	136
	GIORGIO CASALI E LA FOTOGRAFIA DEL MADE IN ITALY Angelo Maggi	147
<hr/>		
RECENSIONI	OLIVETTI. FORMES ET RECHERCHE. UNA MOSTRA ITINERANTE (1969-1971) Pier Paolo Peruccio	161

RACCONTO VISIVO

Fotografie di Franco Marconcini e Leo Torri, da *Quaderno di fotografia*, n. 3, 30 giugno 1979, pp. 10-11.



Fotografie di Leo Torri



Fotografia di Franco Marconcini



Riletture

Le foto di arredamento

«Il fotografo. Mensile di tecnica e immagine fotografica», vol. II, n. 13, gennaio 1978

GIOVANNA CALVENZI
PAOLO LAZZARIN

Mensile di tecnica
e immagine fotografica

13

Anno II - Gennaio 1978

Il FOTOGRAFO

In copertina, un'immagine di Angelo Cozzi, dal servizio "Piccole donne".
Nella foto: Lara Wendel, attrice già affermata a soli 12 anni, è una delle modelle preferite di Cozzi e sarà la protagonista del suo prossimo libro.



6 Lettere	16 Libri	20 Nikon FM 	26 A scuola di ritratto	34 I decentrabili a confronto 
10 Notizie				
40 L'occhio su Milano			48 Angelo Cozzi: piccole donne	54 Viva il Messico
				62 Ektachrome per tutti
68 Lartigue e l'album di famiglia	88 Le foto di arredamento		FOTOGRAFO Direttore responsabile Franco Nencini Coordinatore Sergio Dahò Redattore Capo Giorgio Coppin Grafico Paolo Tavan Segretaria di redazione Anna Scotti Consulente artistico Italo Lupi Hanno collaborato: Fabio Anselmi, Aldo Bello, Gabriele Be- silico, Dario Bizzotto, Marino Cecchi, Gu- stavo Colonna, Giuseppe Cusi-Balducci, Cesare Colombo, Carlo Cosenzi, Maria Vittoria Corradi, Angelo Cuzzi, Mario Donelli, Carlo De Benedetti, Pappano Gio- vanna, Pompeo Grossi, Paolo Lazzarini, Bino Le Bux, Francesco Marone, Le- onardo Martignoli, Mauro Mazza, Walter Mori, Ballicianese, Luigi Sellitto e Ro- bertino Sellitto.	
76 L'impianto del mese	99 Il mercato: i proiettori sonori			

REDAZIONE E AMMINISTRAZIONE: Corso Monforte 15 - 20122 Milano, tel. 784307 - 784186. CONCESSIONARIA ESCLUSIVA PER LA PUBBLICITÀ: Giuliano Rio & C. S.p.A. - Via Fontana 18 - 20122 Milano, tel. 788831. Agenti: Pianomonte/Viale d'Assisi, Riccardo Tosi, Via Torino 6 - 20143 Torino, tel. 011-935685. Emilia: Stefano Federici, Via della Cava 4 - 40141 Bologna, tel. 051-479224 - Toscana: Rodolfo Fedi, Via Copergano 25 - 57100 Livorno, tel. 0586-24666. Lazio/Campagna/Abruzzo: Eurimedia - Via dei Coronari 44 - 00186 Roma, tel. 06-6544448/6547685. © General Promotion S.p.A. (Gruppo Mondadori) - Corso Monforte 15 - Milano. Tutti i diritti di proprietà letteraria e artistica riservati. Manoscritti e foto anche se non pubblicati non si restituiscono. SERVIZIO ABBONAMENTI tel. 7542.2864/7542.2865. Abbonamento Annuo in Italia: L. 15.000 (11 numeri) - Estero: L. 17.000 - Numeri arretrati: L. 3.000 la copia. Per cambio indirizzo, informarci almeno 20 giorni prima del trasferimento, allegando l'etichetta con la quale arriva la rivista. Non inviare francobolli, né denaro: il servizio è gratuito. Gli abbonamenti possono avere inizio in qualsiasi periodo dell'anno. Inviare l'importo ad Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. - Uff. Abbonamenti - servendosi preferibilmente dal C.C.P. n. 3/34552. Gli abbonamenti si possono fare anche presso gli Agenti Mondadori nelle principali città e presso i negozi «Mondadori per Voi». Pubblicazione mensile registrata al Tribunale di Milano n. 265 del 4 agosto 1976 - Stampa: AGV - ARI Grafiche delle Venezie - (Gruppo Mondadori) - Viale Sant'Agostino, 152 - Vicenza - Spedizione in abbon. postale gr. 3/70. - EDITORE: General Promotion S.p.A. (Gruppo Mondadori) - Corso Monforte 15 - 20122 Milano.

AIS/DESIGN JOURNAL / STORIA E RICERCHE / VOL. 7 / N. 14 (2020)

136





La prima cosa che ci ha detto Aldo Ballo quando ci siamo incontrati è stata: «Sono stufo». Mauro Maserà vorrebbe tornare ad essere un dilettante; Maria Vittoria Corradi cerca di fare fotografie di altro genere; Carla De Benedetti resiste per sei-sette mesi all'anno e poi fa un altro lavoro. Ma non è tutto: due infarti, un collasso, una mezza paralisi, un'ernia: queste sono solo una parte delle malattie professionali che hanno colpito alcuni dei fotografi intervistati. Una prima impressione non molto confortante, quindi, ma soprattutto faticosa e stressante. Ci sono i guadagni, che risolvono un po' il morale, la possibilità forse di essere creativi, ma fino a che punto?



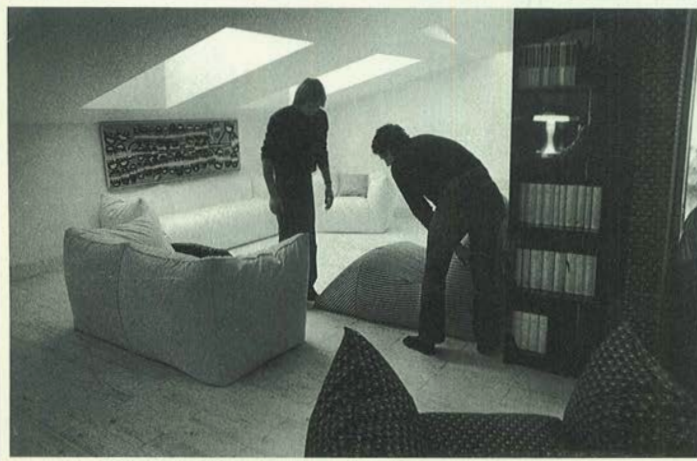
PROFESSIONE

«Fare una fotografia di arredamento vuol dire preoccuparsi di tutta una serie di elementi, quali il pavimento ben posato, la tappezzeria che non faccia grinze, gli oggetti che leghino bene (e non siano della concorrenza), i colori, le luci; solo da ultimo viene lo scatto della fotografia. Coordinare tutte queste cose è stressante e a lungo andare logora. Avrei già abbandonato questo tipo di lavoro se non avessi da far quadrare un bilancio familiare piuttosto pesante. Dopo vent'anni di questo mestiere mi sento condizionato, non riesco più a fare delle fotografie "per me", ad avere gli entusiasmi di un dilettante»: Mauro Masera, uno tra i più attrezzati e quotati fotografi milanesi, ha sulle spalle una grossa organizza-

Nella doppia pagina precedente, una fotografia della cooperativa Multicamera, tratta da un servizio redazionale pubblicato da Casa Vogue. La ricerca di luoghi inconsueti per presentare la produzione del design (in questo caso uno zatterone sul lago di Como) è l'elemento su cui spesso puntano le riviste specializzate.

In questa pagina e in quella a fronte, la sequenza delle varie fasi di costruzione di un ambiente nello studio di Aldo Ballo: la discussione del progetto, la realizzazione delle pareti, la disposizione delle luci, lo stesso Ballo che misura l'esposizione e il controllo finale dei dettagli. Il reportage è di Duilio Bitetto. Nella pagina seguente, l'immagine realizzata da Ballo: la luce è curata in modo da suggerire un'illuminazione naturale. Questo tipo di allestimento richiede una sala di posa di vaste dimensioni e la presenza in studio di montatori e di falegnami, oltre ai vari assistenti. Il costo giornaliero di questo tipo di struttura è molto alto e inevitabilmente incide poi sui prezzi che il fotografo deve chiedere ai clienti. Non solo la responsabilità di coordinare tutte le fasi dell'allestimento cade inevitabilmente sul fotografo, ma, in molti casi, anche quella di studiare la disposizione dei mobili e degli oggetti.





zione da far funzionare e questo potrebbe, oltre che giustificare le sue osservazioni, farne un caso particolare. Ma anche Maria Vittoria Corradi, che ha un piccolo studio e nessun assistente, fa considerazioni analoghe: «Fisicamente l'arredamento è una cosa pesante, però quello che mi pesa di più è il modo di lavorare: qualsiasi cosa si faccia sembra ogni volta di fare dei banali cataloghi. Ho sempre cercato di impostare un discorso sull'immagine, sull'ambientazione in cui poi inserire i pezzi da fotografare. Ma nell'arredamento si deve vedere il particolare, la gambetta o lo spigolino, e tutta la tua ricerca non interessa a nessuno. Forse per questo piano piano faccio sempre meno foto di arredamento».

Uno dei pochi a non lamentarsi è Nino Lo Duca, che lavora soprattutto per le riviste, ma che alterna all'arredamento la fotografia d'arte, cioè degli artisti e delle loro opere. «Dopo vent'anni a Milano, torna probabilmente fuori il mio spirito napoletano, fantasioso e bizzarro, che mi porta a cambiare spesso, a cercare esperienze nuove. L'arredamento e l'architettura mi sono sempre piaciute, soprattutto se diventano un lavoro di indagine e di ricerca, ma non mi sembra giusto che diventino la mia unica attività. Quello che non riesco a sopportare è di essere legato a uno studio e di dover lavorare per mantenerlo, in particolare oggi che la situazione non è più quella di alcuni anni fa».

La situazione del mercato

L'industria del mobile infatti, che per molti anni è stata una delle punte di diamante dell'industria italiana (intere zone, soprattutto in Lombardia, in Veneto e in Emilia, vivono quasi esclusivamente sul mobile) attraversa da qualche tempo un periodo di recessione, che va di pari passo con la più generale crisi economica. Nonostante questo, il mercato fotografico non pare risentirne molto: quantitativamente la richiesta di fotografie forse è diminuita, ma aumenta la domanda per le immagini più qualificate, che diano prestigio al prodotto pubblicizzato. In secondo luogo il mobile si vende quasi esclusivamente attraverso la fotografia, sia con le immagini pubblicitarie sui giornali, sia con le immagini dei cataloghi che una rete capillare di distributori porta in giro per l'Italia e all'estero. Sono state proprio queste esigenze di vendita a modificare negli anni anche il lavoro dei fotografi: un tempo le industrie utilizzavano per i loro cataloghi fotografie dei singoli pezzi su fondo continuo e con una luce morbida che mettesse in risalto tutti i particolari del mobile. Quando le riviste invece, per esigenze redazionali (legate ovviamente alla pubblicità), cominciarono a pubblicare immagini più complesse, con i mobili inseriti in arredamenti ricostruiti, modificarono il gusto del pubblico, e anche le industrie dovettero adeguarsi: il cliente tro-





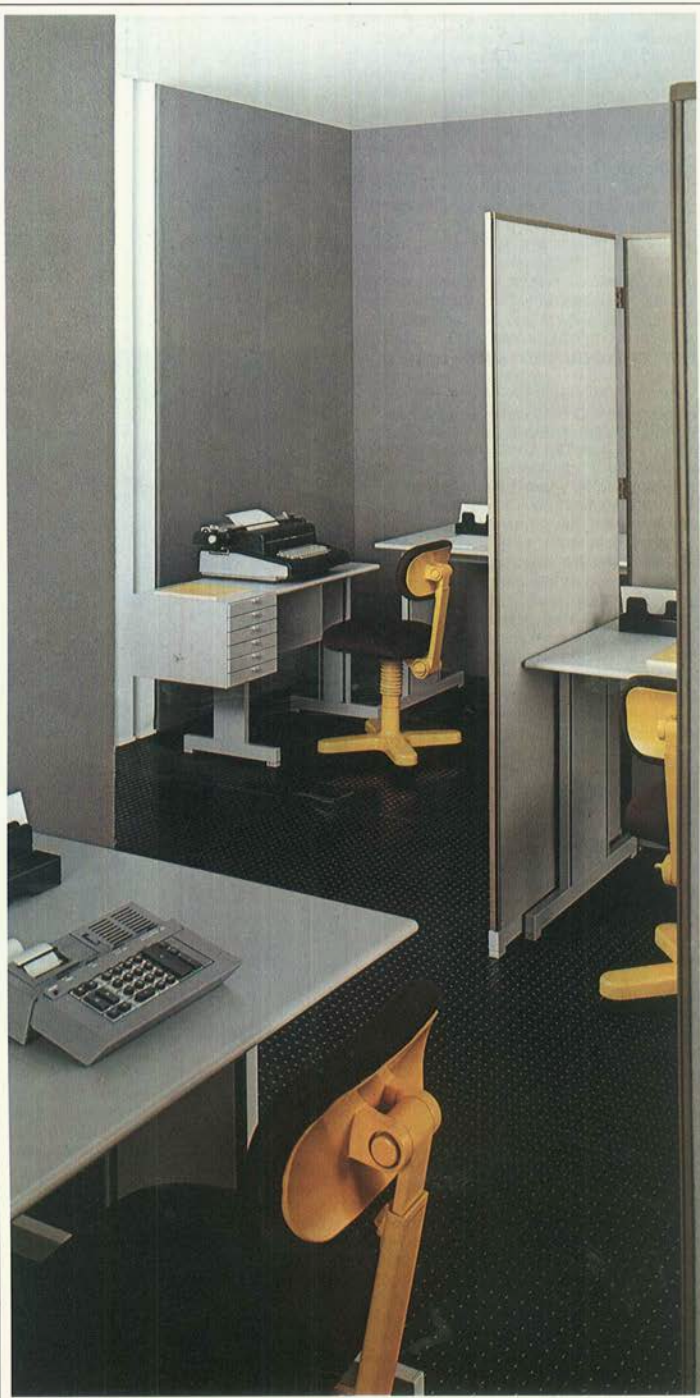
PROFESSIONE

vava nella fotografia, oltre al pezzo singolo pubblicizzato, anche i suggerimenti per l'accostamento dei colori e la disposizione dei mobili.

«Solo recentemente, e solo per i mobili di maggior prestigio, si sta ritornando al pezzo singolo su fondo continuo. Per esempio, io ho cominciato col fondo continuo, oggetti astratti e senza ombre, poi mi son messo a creare ambienti con pareti e luci che sembrassero naturali. Adesso la tendenza è di utilizzare arredamenti reali già esistenti in cui ambientare i pezzi, oppure si punta all'idealizzazione del mobile di ottimo design che non ha bisogno di nessun commento esplicativo»: Aldo Ballo, uno dei caposcuola della fotografia di arredamento, può permettersi di scegliere i clienti e la qualità degli oggetti con cui lavorare; «C'è gente che da un giorno all'altro vorrebbe una fotografia bellissima di una poltrona magari brutta e possibilmente spendendo poco. Per me queste sono cose impossibili: prima di fare una fotografia ho bisogno di pensarci, di fare delle prove e scatto solo quando mi viene l'idea che mi sembra giusta. Lavorare "per poco", poi, è impossibile e a priori preventivi non se ne possono fare, perché ogni immagine ha dei costi e dei tempi di realizzazione che non sempre è facile prevedere. Del resto se le nostre fatture hanno spesso prezzi molto alti, è anche vero che i nostri costi di realizzazione sono altissimi».



Nella foto qui a destra, una ricostruzione in sala di posa di un ambiente per uffici. L'immagine è di Mauro Masera. La tendenza è sempre quella di suggerire l'atmosfera di un luogo reale. I fotografi preferiscono quasi sempre lavorare nella propria sala di posa per poter curare con maggiore attenzione l'illuminazione e i dettagli.



PROFESSIONE

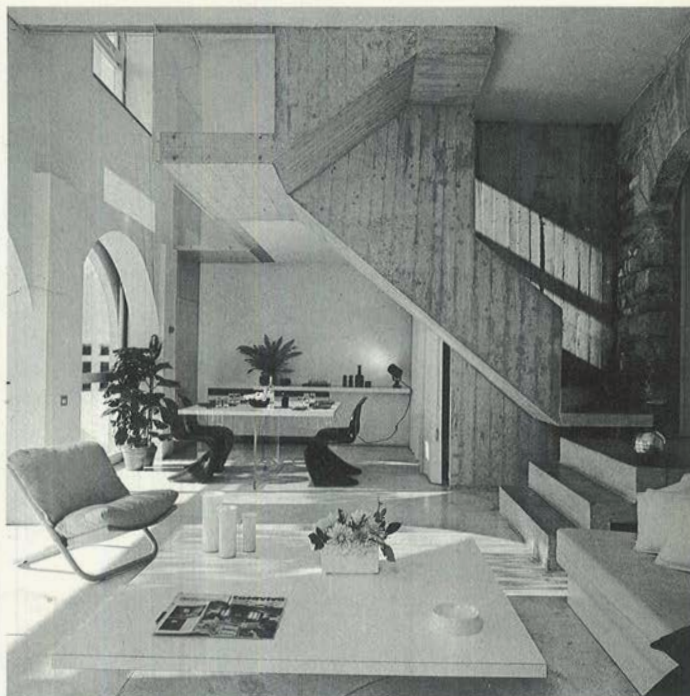
Un milione per uno scatto?

In realtà può capitare che il costo di una fotografia di arredamento di carattere pubblicitario superi ampiamente il milione, tra scatto e spese, ma capita spesso anche che il costo di un'immagine non superi le quarantamila lire, spese incluse. Non esistono, come sempre, regole precise per stabilire i compensi del lavoro del fotografo; ci si basa sulla consuetudine e sulla notorietà e in linea di massima le modalità vengono stabilite o a immagine o a giornata. La seconda formula, cioè il compenso a giornata lavorativa che comprende anche i diritti di utilizzazione, è forse la formula più diffusa: il fotografo può avere quotazioni che vanno dalle 150 alle 350.000 lire al giorno, escluse le spese di materiale ed escluse soprattutto le spese di sala di posa e di allestimento. Questa cifra generalmente comprende solo il lavoro di sistemazione delle luci e di "scatto" e la cessione dei diritti per l'utilizzo dell'immagine, mentre tutto il lavoro di ricerca degli oggetti e degli arredi nonché l'organizzazione (a meno che non vi sia un *art-director*, ma capita di rado) ricadono gratuitamente sul fotografo. Per il resto ognuno si regola secondo le proprie esigenze professionali. Mauro Maserà, per esempio, preferisce il compenso a giornata: «Con questo sistema i clienti sono costretti a essere precisi, a rispettare i miei tempi se non vogliono uscire dal preventivo. Mi è capitato addirittura che certi si presentassero in studio al mattino alle 8 e mezza per verificare se lavoravo effettivamente tutto il tempo per cui mi pagavano».

Carla De Benedetti è di parere opposto: «Lavorare a giornata è tremendo: mi sento obbligata a rispettare tempi non miei e finisce che si lavora male. Il compenso a fotografia mi consente di lavorare quando voglio, di scegliere la luce giusta (anche perché lavoro spesso con la luce naturale), e il tutto si traduce in risultati migliori».

«Credo che il problema dei prezzi in astratto non si possa porre – precisa Gabriele Basilico – ognuno stabilisce come farsi pagare a seconda del tipo di struttura che ha alle spalle e che gli consente o meno di fare i conti con precisione, ma anche a seconda del lavoro che deve fare e del cliente per cui lavora. Anche stabilendo un compenso a foto, per esempio, si

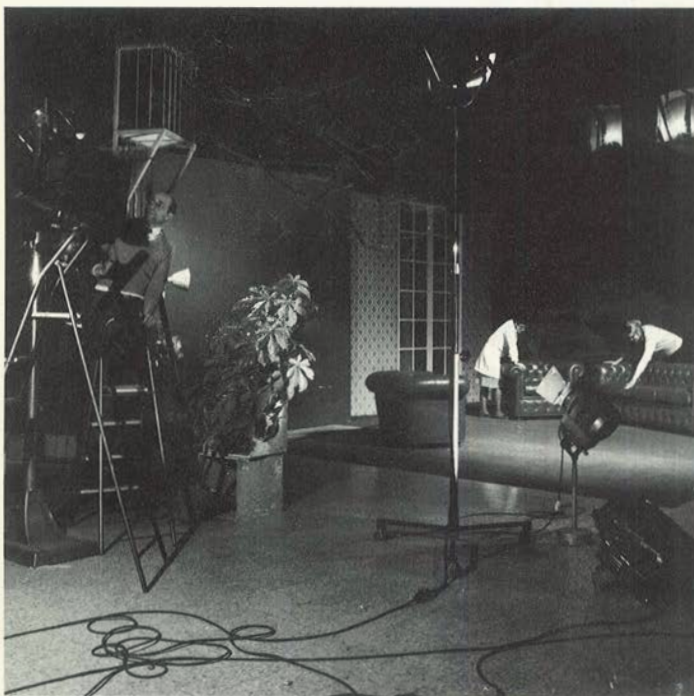
In questa pagina, un'immagine d'arredamento di Nino Lo Duca, realizzata con l'inserimento di pezzi di produzione per integrare un ambiente già esistente. L'illuminazione è mista, con luce naturale corretta con luce artificiale. Nella pagina a fronte, un allestimento per fotografie da catalogo nella sala di posa di Francesco Marcone.



fa sempre in modo di poter scattare durante la giornata quel numero di immagini che ripaghi il costo di una giornata di lavoro e che tiene conto delle spese generali di studio, di assistenti, di ammortamento delle attrezzature».

Queste considerazioni possono andare bene finché si riferiscono al fotografo che lavora da solo con una organizzazione di tipo artigianale; le cose cambiano quando la produzione di immagini diventa di "serie": capannoni enormi, impianti di illuminazione fissi, allestimenti che possono essere utilizzati per pezzi diversi. Queste strutture, di tipo quasi industriale, sono localizzate di solito vicino ai centri di produzione dei mobili, lavorano per i cata-

loghi e si occupano di tutto, dalla fotografia alla stampa tipografica, oppure alla stampa di copie a colori per i venditori. I prezzi di solito sono contenuti. «Per fare certe fotografie, se si è bene organizzati, ci vuole meno di un'ora»: Francesco Marcone dispone a Meda di due sale di posa di centinaia di metri quadri che lavorano a rotazione e si appoggia ad una tipografia praticamente di sua proprietà. Lavora per moltissimi mobili della Brianza, ma come lui nella zona (ma anche in Veneto e in Emilia) ce ne sono molti. Prezzi non alti, vicinanza agli stabilimenti, velocità di esecuzione del lavoro (anche se standardizzato, come documentazione va spesso bene): questo tipo di strutture sembra per il momento non



risentire minimamente della crisi del mobile.

Alcuni fotografi poi, d'accordo con i mobiliere, ricorrono ad un altro tipo di soluzione. Stabilito il preciso progetto dell'ambiente che si vuole realizzare, si costruisce tutto nello stesso posto in cui avviene la produzione del mobile, evitando così la spesa della sala di posa e nello stesso tempo col vantaggio di evitare i problemi del trasporto, con la disponibilità continua dei prodotti (importante soprattutto quando si verifica il caso di prototipi difettosi) e la presenza di falegnami e attrezzisti. L'unico problema serio può essere costituito dalla tecnica di illuminazione e dalla sua messa in opera se non si vuole lavorare ad un

livello standardizzato. Cassina, per esempio, aveva allestito una sala di posa a sola luce ambiente. Tuttavia non tutti i fotografi concordano su questa soluzione: spesso preferiscono ancora lavorare nella propria sala di posa, verificando di persona anche ogni fase dell'allestimento e curando l'illuminazione secondo le proprie abitudini e le proprie esigenze.

Cos'è la fotografia di arredamento

La struttura professionale di cui un fotografo dispone condiziona, o è condizionata, dal tipo di fotografia che si deve realizzare e

dalla sua destinazione finale. Diversa è evidentemente la documentazione per una rivista che pubblica interni di case già esistenti e arredate, dalla ricostruzione di interi ambienti, dal pavimento alle finestre, per un servizio redazionale, un'immagine pubblicitaria o un catalogo.

Sono, tutto sommato, considerazioni che si possono trarre anche in altri campi della fotografia, ma che si manifestano con maggior evidenza in questo settore, dove più nette sono le differenze tra un modo e l'altro di lavorare e di farsi pagare.

Il reportage di ambienti, per esempio, viene normalmente retribuito secondo l'utilizzo che ne fa la rivista (cioè il numero di pagine che occupa) e secondo il tipo di rivista che lo utilizza, ma non richiede al fotografo una particolare attrezzatura, né uno studio, né una ricerca difficile e costosa di accessori.

Uno studio professionale mediamente attrezzato, in grado cioè di risolvere la maggior parte dei problemi fotografici senza chiedere cifre astronomiche, è sufficiente per fare dello *still-life* di mobili di limitate dimensioni.

La ricostruzione di ambienti, invece, richiede spazi enormi, del personale, un'organizzazione complessa, efficiente e costosa.

Per evitare questi costi, alcuni produttori preferiscono accentrare anche la parte fotografica, assumendo uno o più fotografi fissi (come alla Salvarani di Parma) oppure ricorrere alle "catene di montaggio" (come all'Ars Italia, ad esempio, che ha filiali in diverse parti d'Italia) che sono in grado di soddisfare velocemente la maggior parte delle esigenze fotografiche.

È evidente allora come da un lato sia necessario fare una scelta precisa del tipo di immagine da realizzare e dall'altro, una volta che si disponga di un certo tipo di struttura, come sia necessario continuare a mantenerla praticando prezzi elevati per garantirne la sopravvivenza, e quindi lavorando con clienti disposti a pagare tali prezzi. Ma ci sono altri problemi, come osserva Gabriele Basilico: «Il grande studio fotografico, con segreteria, assistenti, sale di posa, è un impegno organizzativo ed economico notevole che, se in prospettiva può far guadagnare parecchio, in pratica, se il fotografo tende a fare un lavoro creativo e non di routine, ripaga malamente delle ingenti spese e occupa tutto il tempo disponibile. Inoltre dedicare tutto il tempo al lavoro pubblicitario, senza potersi concedere alternative, è una limitazione pericolosa che può portare a frustrazioni, crisi, incapacità di rinnovarsi, senza contare che portare avanti diversi canali serve mentalmente, e successivamente nella pratica, al confronto e alla ricerca di nuovi stimoli per l'ideazione e la produzione delle immagini».

In conclusione il panorama professionale della fotografia di arredamento si presenta pieno di complessità. I fotografi più giovani, che hanno cominciato da poco, cercano delle alternative: un gruppo di ex-



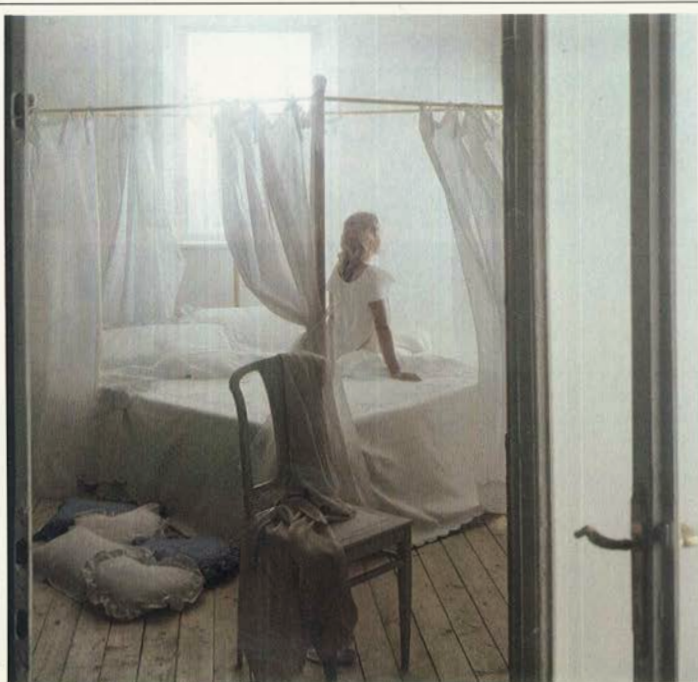
PROFESSIONE

assistenti di Aldo Ballo, ad esempio, si sta consociando in modo da avere le attrezzature in comune e ridurre così spese e costi. Un'altra iniziativa, sia pure sorta su obiettivi diversi, è quella della Multicamera, una cooperativa di sei fotografi che si è formata nel luglio di quest'anno. Roberto Lioia e Leo Torri, fotografi d'arredamento da alcuni anni, sono i promotori della cooperativa: «Abbiamo deciso di allargarci, di lavorare con altri colleghi specializzati in altri settori, perché restare sempre chiusi in sala posa a fotografare le stesse cose ci inaridiva. Adesso abbiamo la possibilità di operare su fronti diversi, dall'arredamento al reportage, alternandoci nel lavoro e rendendolo così più umano e meno stressante e monotono».

Giovanna Calvenzi
e Paolo Lazzarin

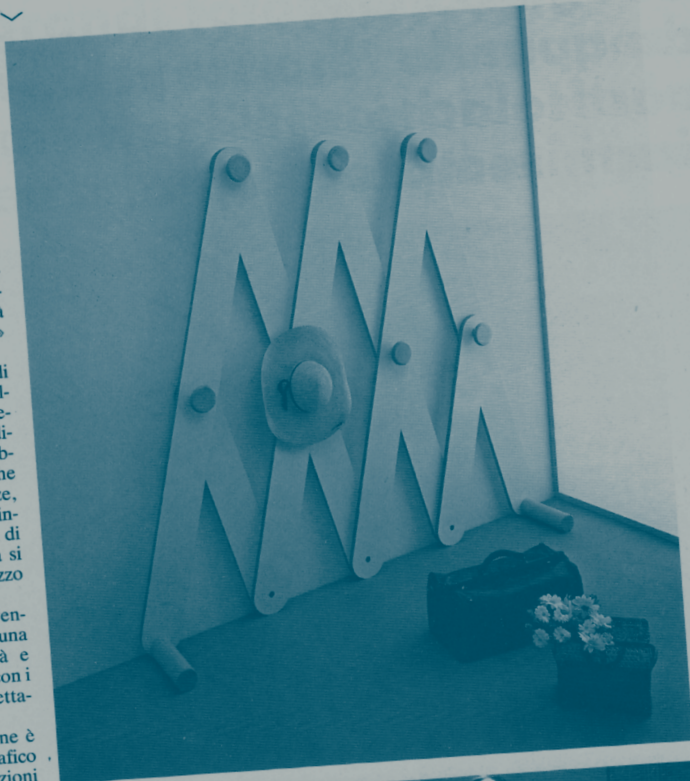


In questa pagina, due immagini pubblicitarie di Maria Vittoria Corradi, interamente realizzate in studio. Dopo anni di fotografia di arredamento, oggi Maria Vittoria Corradi si rivolge a un'altra committenza anche se il tipo di ricerca e di ambientazione non si discosta dal lavoro precedente. Le immagini qui pubblicate pubblicizzano lenzuola e tessuti, ma la ricostruzione è sempre di architettura. La tecnica del controluce e un'estrema raffinatezza nell'accostamento di oggetti e materiali contribuiscono a creare un'atmosfera raffinata e ovattata. Ogni immagine viene pensata e costruita dalla fotografa che spesso ricorre, per arricchire le ambientazioni, all'uso di scenari teatrali o, come in questo caso, a fondi dipinti per l'occasione. Nella pagina a fianco: sopra, un manifesto pubblicitario realizzato in studio da Gabriele Basilico per un produttore di cristalli. L'accurata composizione geometrica e il sapiente uso dell'illuminazione, hanno risolto i problemi della fotografia di uno dei materiali meno facili. Sotto, una fotografia di arredamento di interni di Carla De Benedetti. Lavorare alla documentazione di arredamenti già esistenti non richiede un'attrezzatura complessa, ma in compenso molta cura e sensibilità nell'intervenire per rendere fotogenico un ambiente già abitato.



Fotografie di Giulio Tua

Fotografie di Fabio Emilio Simion



Fotografie di Fabio Emilio Simion e Giulio Tua, da *Quaderno di fotografia*, n. 3, 30 giugno 1979, pp. 4-5.



chiam
Sono i
gestio
lo slog
fidando
ne a pro
mente al
Le poche
riuscite a
laborazio
le incontra
cercano di
che vuole la
ta e tecnica
più: succed
pubblicitaria
re poi utilizza
zione del cata
riormente le p
cosa di formal
meno rigorosa

Utilizzazioni

Le immagini che
mento realizzano
solitamente dalle
tori. Le prime le
redazionali, per la
nale e pubblicazio
la pubblicità tabella
tipografici e fotogra
analizzare in dettagli
sti strumenti.

La pubblicità tabellare

Per pubblicità tabellare
le pagine di pubblicità
pubblicate sulle riviste
non, e sulla composizione
le redazioni non hanno
vedere. Nelle riviste di set
bilità tabellare può essere
ta un'informazione
viene consultata dagli addet
tore. E lo strumento indis
per far conoscere al pubbli
tenziali acquirenti, ai concor
scita di un nuovo pezzo ma,
tro, è quasi un obbligo per le d
hanno raggiunto un certo livel
duttivo. Infatti mentre per le a
minori la pubblicità sulle pagin
riviste di settore significa aver
giunto un certo standard di prod
ne, le ditte maggiori non hann
bisogno reale di ricorrere alla pu
cità. L'Anonima Castelli, ad es
pio, per ragioni interne di ristrutt
zione dei marchi per oltre un
non ha usato lo str
bilità

Biografie autori

Antonio Arcari (1923-1984)

È stato uno studioso e critico di fotografia, un attivo promotore di iniziative editoriali e culturali attorno alla fotografia e, non da ultimo, un docente di fotografia, a partire dai corsi serali di Storia della fotografia e di Estetica fotografica all'Umanitaria di Milano.

Gerda Breuer

Nata nel 1948. Ha studiato storia dell'arte, storia dell'architettura, filosofia e sociologia ad Aachen, Ann Arbor (Michigan, USA) e Amsterdam. 1974-1976 e 1978 soggiorno di ricerca negli USA. *Magister Artium* in Sociologia. Dottorato in storia dell'arte. Insegna ad Ann Arbor, Leida, Aquisgrana, Bielefeld e Colonia. Attività museale ed espositiva internazionale. Dal 1985 al 1995 è Direttore di tre musei: Cromford Industrial Museum, Ratingen; vice-responsabile dei musei industriali renani; vice-capo di Mathildenhöhe, Darmstadt. Direttore dell'Haus Deiters, Museo degli artisti di Darmstadt del XIX secolo. Dal 1995 professore di storia dell'arte e del design alla Bergische Universität Wuppertal. Presidente dell'Istituto di arti applicate e scienze visive. Responsabile della collezione di design locale. Dal 2005 al 2012 Presidente del Comitato consultivo scientifico della Fondazione Bauhaus Dessau. Numerose le pubblicazioni sulla storia dell'arte, della fotografia e del design tra ottocento e novecento. In pensione da marzo 2014. 2014-2016 Fellowship Foundation Bauhaus Dessau. Membro del Comitato accademico internazionale, Istituto Bauhaus, Accademia cinese, Hangzhou, Cina, 2015-2018. Membro del comitato consultivo editoriale del Bauhaus Institute Annual; Responsabile del progetto di ricerca presso l'Istituto Bauhaus.

Giovanna Calvenzi

Nel periodo universitario ha lavorato come assistente dei fotografi Federico Patellani, Cesare Colombo e Toni Nicolini. Nel 1973, dopo essersi laureata in Lettere all'Università Cattolica di Milano, ha iniziato a insegnare storia della fotografia e linguaggio fotografico presso l'Umanitaria, diventata in seguito Centro di Formazione Professionale della Regione Lombardia Riccardo Bauer. Nel 1977 ha iniziato a lavorare per l'editoria fotografica e in particolare con il mensile della Mondadori *Il Fotografo*, collaborazione ininterrotta fino alla chiusura del giornale nel 1984. Fino al 1985 ha collaborato a diversi periodici (tra cui *Domus*, *Interni e Linea Grafica*). Da allora è photo editor e consulente per numerose riviste e testate, continuando a svolgere una intensa attività di studio sulla fotografia contemporanea curando, tra l'altro, mostre e cataloghi.

Noemi Ceriani

Laureata in Storia dell'arte presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano con un tesi sulla Fotografia di design a Milano dagli anni '50 a oggi. Ha collaborato in qualità di tutor presso il Poli.design durante dei workshop organizzati in partnership con delle aziende straniere. Dal 2018 lavora presso la Fondazione Achille Castiglioni come archivistica e collabora all'organizzazione di visite guidate, mostre e conferenze.

Cristina De Vecchi

Studiosa di fenomenologia dell'immagine, dopo la laurea in Filosofia Teoretica con una tesi di fenomenologia dell'immaginazione sotto la direzione del prof. Giovanni Piana, si trasferisce a Parigi dove partecipa per tre anni ai seminari per il Dottorato di ricerca di Semiotica letteraria presso École Normale Supérieure di Parigi, sotto la direzione del prof. Tzvetan Todorov. In seguito, il suo interesse per la fenomenologia dell'immagine la porta a occuparsi principalmente di fotografia e a studiare gli archivi di alcuni fotografi italiani. Dopo aver collaborato per più di dieci anni all'archivio fotografico del Touring Club Italiano, pubblica un saggio sulla rappresentazione del paesaggio. A partire da 2003 sviluppa, assieme ai fotografi e ai collaboratori, il progetto Azibul (www.azibul.it): archivio fotografico virtuale e reale dedicato alla valorizzazione dell'immagine fotografica d'autore attraverso una serie di mostre, pubblicazioni, corsi di formazione e seminari.

Michele Galluzzo

È un graphic designer e ricercatore. Dopo una laurea in Scienze della comunicazione presso l'Università del Salento e un master presso l'ISIA di Urbino, nel 2018 ha completato il dottorato in Scienze del Design presso l'Università Iuav di Venezia. Dal 2014 al 2017 è stato assistente di ricerca e graphic designer presso l'Archivio Storico del Progetto Grafico AIAP di Milano. Dal 2018 è parte della redazione della rivista internazionale di grafica *Progetto Grafico*. Dall'autunno 2019 cura la pagina Instagram @logo_irl e nel 2020 ha fondato - insieme a Franziska Weitgruber - il duo di design / ricerca Fantasia Type. Da ottobre 2020 è RTD presso l'UniBZ di Bolzano / Bozen.

Paolo Lazzarin

Vive e lavora a Milano, svolgendo attività di pubblicista e fotografo. Ha pubblicato articoli di vario genere, su temi legati a turismo, sport, tempo libero, collaborando con importanti testate italiane e straniere. È autore o coautore di numerosi manuali.

Angelo Maggi

Nato a Hitchin (Gran Bretagna) nel 1968, si laurea all'Università Iuav di Venezia nel 1997. Nel 2002 ha conseguito il titolo di dottore di ricerca (Ph.D.) presso la Heriot-Watt University di Edimburgo. Ha maturato esperienze a livello internazionale nell'ideazione e organizzazione di mostre, stringendo rapporti di collaborazione con gli Istituti Italiani di Cultura in Gran Bretagna, con le National Galleries of Scotland di Edimburgo, con Alinari 24Ore, con l'Archivio del Moderno di Mendrisio, con il Centro Internazionale di Architettura Andrea Palladio di Vicenza, con il Sir John Soane's Museum di Londra e con l'Architekturmuseum di Basilea. Negli ultimi anni, orientato agli studi della fotografia contemporanea, ha approfondito temi relativi alla rappresentazione intesa come strumento di indagine storiografica. Dal 2002 insegna Storia della Fotografia presso il claSA (Iuav - Corso di Laurea in Scienza dell'Architettura) e nello stesso corso di Laurea tiene il corso di Storia della Rappresentazione fotografica dell'Architettura. Insegna inoltre presso la Facoltà di Lettere e Filosofia delle Università di Trento e di Ca' Foscari e tiene corsi di Storia dell'Arte contemporanea e del Design grafico presso il corso di Laurea triennale in Scienze e Tecniche della Comunicazione grafica e multimediale (ISRE-SISF sedi di Mestre e Verona).

Pier Paolo Peruccio

Storico del design, è professore associato in design presso il Politecnico di Torino dove insegna Teoria e storia del design sistemico. È vice coordinatore del Collegio di Design, direttore del Master professionalizzante di II livello in Design for Arts al Politecnico di Torino e responsabile del Centro Sydere presso l'università ECAM di Lione. Svolge ricerca nell'ambito della storia del design, della sostenibilità ambientale e della cultura d'impresa. Co-direttore di collane di libri per gli editori Electa e Allemandi, è stato responsabile della sezione "Design" del mensile *Giornale dell'Architettura* dal 2002 al 2012 (dal 2004 con Elena Formia) ed è attualmente nel comitato di redazione di numerose riviste di critica del progetto. Membro per molti anni della Commissione per la selezione di libri e scritti teorici, storici e critici relativi al design dell'Osservatorio dell'ADI Design Index, ha curato l'edizione italiana di *In the Bubble* di John Thackara (2008) e il volume *Storia Hic et nunc. La formazione dello storico del design in Italia e all'estero* (con Dario Russo, 2015). È autore del volume *La ricostruzione domestica* (2005) e *Storie e cronache del design* (con Elena Formia, 2012).

Paola Proverbio

Laureata in architettura (Politecnico di Milano) e dottore di ricerca in Scienze del design (Università Iuav di Venezia), insegna teoria e storia del design e dell'architettura contemporanea presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore e l'Istituto Europeo di Design. Si occupa in particolare dell'evoluzione del design degli apparecchi d'illuminazione italiani e di arti decorative contemporanee. Dal 2010 si occupa inoltre del rapporto tra design di prodotto e fotografia ed è stata consulente scientifico per la creazione di archivi aziendali digitali (Arteluce, Danese, Flos) e consulente per l'archivio iconografico della rivista *Domus*. Ha collaborato con il CASVA (Centro di Alti Studi sulle Arti Visive del Comune di Milano) per lo studio e la catalogazione di archivi di design e architettura. Dal 2019 è nel comitato di direzione di *AIS/Design. Storia e Ricerche*.

Raimonda Riccini

È professore ordinario al Dipartimento di Culture del progetto all'Università Iuav di Venezia. Responsabile di Scienze del design al dottorato in Architettura Città Design, è vicedirettrice della Scuola di dottorato per la quale ha ideato e cura il Laboratorio di scrittura e FRID-Fare ricerca in design, il Forum nazionale dei dottorati in design. Dal 2013 dirige *AIS/Design. Storia e Ricerche* dell'Associazione Italiana degli Storici del Design, di cui è co-fondatore e past-president (2014-2018). Attiva nella ricerca storica e nella divulgazione del design, ha curato numerose mostre, fra cui (con altri) l'XI edizione del Triennale Design Museum (2018-19). Fra le ultime pubblicazioni: *Gli oggetti della letteratura. Il design fra racconto e immagine*, La Scuola-Morcelliana, 2017; a cura di e in collaborazione, *Angelica e Bradamante. Le donne del design*, il Poligrafo, 2017; "Exhibit, allestimenti e design: dal sogno modernista alle vetrine cinetiche", in *La Rinascenza. 100 anni di creatività d'impresa attraverso la grafica*, a cura di A. Ossanna Cavadini e M. Piazza, Skira, 2017; "Il 'tribocchetto di Durkheim'. Storia del design e filosofia dell'educazione", in *La didattica del design in Italia*, a cura di G. Furlanis, Gangemi, 2018.

AIS/DESIGN JOURNAL
STORIA E RICERCHE

Rivista on line, a libero
accesso e peer-reviewed
dell'Associazione Italiana
degli Storici del Design
(AIS/Design)

VOL. 7 / N. 14
DICEMBRE 2020

FOTOGRAFIA E DESIGN.
LA COSTRUZIONE
DELL'IMMAGINE
DEL PRODOTTO INDUSTRIALE

A CURA DI PAOLA PROVERBIO
E RAIMONDA RICCINI

ISSN
2281-7603
