

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

Nessuna rivista di settore ha fotografi direttamente alle proprie dipendenze. Può esservi il caso di un fotografo dipendente da un grosso editore che collabora ad una rivista di arredamento dello stesso editore, ma il più delle volte si avvalgono della collaborazione continuativa e a volte esclusiva di numerosi professionisti, ad ognuno dei quali viene chiesta una diversa specializzazione: foto tecniche di oggetti, mobili ambientati, still-life, reportage su argomenti esotici, architettura. Difficilmente vi sono possibilità di osmosi tra un settore e l'altro e chi ha iniziato con lo still-life con tutta probabilità con quello dovrà proseguire il suo rapporto con il giornale.

Di stretti tempi di lavorazione, poca dispersione per gli investimenti che potrebbero dimostrarsi rischi economici e l'abitudine alla collaborazione in un certo fotografo limitano enormemente le possibilità di sperimentazione e il ricambio dei collaboratori. Considerato poi che le riviste hanno cicli stagionali che ripropongono ogni anno (cucine, bagni, le case al mare, il salone del mobile, ecc.) e che chi è chiamato a fotografare sono più o meno sempre gli stessi, risultano evidenti i pericoli di stitichezza e di mancanza di novità nelle pro-



Fotografie di Mauro Masera



Fotografie di Mauro Masera, da *Quaderno di fotografia*, n. 3, 30 giugno 1979, pp. 18-19.



poste fotografiche. Tutte le riviste si dicono però disposte a sperimentare nuovi collaboratori, ma pochi sono nomi nuovi che compaiono sulle riviste.

La qualità del lavoro richiesta al fotografo varia ovviamente da rivista a rivista, così come variano il grado di testata, in cui è tenuto, il grado di collaborazione che gli viene richiesto e i margini di intervento che gli vengono lasciati. Per il fotografo il rapporto con il giornale può essere frustrante: spesso è solo l'esecutore un'idea già completamente organizzata e risolta, ma è senz'altro un veicolo promozionale importantissimo. I giornali di moda e quelli d'arredamento, infatti, sono stati fra i primi a firmare le fotografie contribuendo in questo modo alla conoscenza del nome del fotografo. Si assiste per contro, e piuttosto spesso, al fenomeno di proporre compensi economicamente quasi promozionali in virtù di un possibile allargamento professionale.

Quasi tutte le riviste sono tuttavia disposte ad accettare proposte di servizio che vengano direttamente dai fotografi, purché il lavoro sia già completamente organizzato, rientri nello spirito redazionale e costi poco. I fotografi collaboratori abituali i

Fotografie di Mauro Masera



Ricerche

La fotografia di design autoriale italiana tra gli anni settanta e ottanta

Dai maestri alle nuove generazioni

PAOLA PROVERBIO

Università Cattolica del Sacro
Cuore, Milano

Orcid ID: 0000-0001-6742-4412

NOEMI CERIANI

Fondazione Achille Castiglioni,
Milano

Orcid ID: 0000-0001-9006-1787

Il presente articolo intende tratteggiare il panorama che è andato delineandosi nel settore della fotografia di design sul finire degli anni settanta e con il decennio ottanta.

È il risultato di un lavoro che nasce da una ricerca basata sulla raccolta di testimonianze dirette, attraverso una serie di interviste delle autrici a un gruppo di fotografi autoriali che hanno iniziato ad operare all'epoca e che sono attivi ancora oggi. Le loro personali esperienze e i punti di vista hanno consentito così di comprendere lo scenario e le dinamiche che hanno segnato tale specifico ambito della comunicazione del design, colmando la pressoché totale assenza di letteratura in merito.

Attraverso questo saggio viene messo in luce, in particolare, il legame fra la generazione di coloro che sono considerati tra i pionieri e i maestri della fotografia di design e un accreditato insieme di autori che hanno segnato le due successive generazioni, a volte in continuità con il linguaggio dei predecessori (come in una sorta di "passaggio di testimone"), in altri introducendo decisi cambiamenti che hanno aperto nuovi scenari per l'immagine e immaginario del design, in sintonia con l'avvento del Postmoderno.

PAROLE CHIAVE

Fotografi del design
Fotografia di design
Fotografia autoriale
Fotografo artigiano
Fotografo autodidatta
Interviste
Anni settanta e ottanta

1. Premessa

Il presente articolo intende tratteggiare lo sfaccettato scenario che è andato delineandosi nel settore specializzato della fotografia di design tra gli anni settanta e la prima metà degli ottanta. Momento in cui alla prima generazione di pionieri e *maestri* di questo genere fotografico (Giorgio Casali, Aldo Ballo, Mauro Masera, Toni Nicolini, Italo Pozzi, Alfredo Pratelli, Davide Clari, Giancolombo, Gianni Della Valle, Fedele Toscani, Luciano Ferri, Gian Greguoli, Mario Dainesi, Roberto Zabban, Edoardo Mari, Gian Sinigaglia, Cesare Colombo, Falchi & Salvador, ecc.)¹ si sono unite due nuove generazioni di figure autoriali. Questi ultimi, sulla base dell'insegnamento dei precursori, hanno iniziato a introdurre necessari cambiamenti legati all'evolvere del contesto storico, ma nel contempo a mantenere aspetti di continuità nel cercare

di *sentire* l'oggetto, di restituirlo non meramente dal punto di vista descrittivo e informativo, ma di interpretarlo anche nei suoi più alti aspetti qualitativi, distintivi, di unicità: di sublimarlo, traducendo nel linguaggio fotografico quanto era nelle intenzioni dei designer e delle aziende.

La pressoché totale mancanza di letteratura su questo argomento, ci ha spinte a condurre una ricerca direttamente sul campo, raccogliendo da un gruppo di diretti interessati un'ampia serie di testimonianze orali. È stato così possibile, attraverso il racconto delle personali esperienze e del punto di vista sul mondo del design di Fabrizio Bergamo, Santi Caleca, Fabio Cirifino (Studio Azzurro), Giancarlo Maiocchi (Occhiomagico), Leo Torri, Emilio Tremolada, Tom Vack, Gionata Xerra e Miro Zagnoli (operanti ancora oggi, tranne pochissime eccezioni)² capire gli sviluppi e il contributo della fotografia per il design nell'arco temporale considerato, fin quasi a lambire gli ulteriori cambiamenti di scenario, con l'ingresso preponderante del digitale anche nel medium fotografico, che ha segnato la conclusione della lunghissima era dominata dall'analogico.

Benché questa ricerca non si possa considerare esaustiva, intende essere comunque un primo approccio alla luce degli accadimenti reali. Rappresenta inoltre un punto di osservazione diverso dal consueto sul mondo del design, che ne arricchisce la conoscenza in termini storici per quanto attiene in particolare l'aspetto della comunicazione.

2. Introduzione

Quando Italo Pozzi, tra i fondatori dell'AFIP (Associazione Fotografi Italiani Professionisti)³ in un'intervista del 1979 con il collega Mauro Masera, dichiarava:

Quello che cerco di capire è come mai il fotografo oggi è così poco imprenditore rispetto al mercato. È ancora fermo all'arcaica considerazione d'essere un servizio. [...] Nonostante oggi la qualità produttiva sia abbastanza elevata e soddisfa, dunque, le esigenze del mercato. Il tutto con una situazione di sovrabbondanza di fotografi. [...] A questo punto non bisogna più porsi sul mercato in atteggiamento passivo ma con una forza attiva: non basta più aspettare il cliente ma si tratta di stimolare verso la fotografia quella committenza che non ne conosce tutte le possibilità. (Rebuzzi, 1979, pp. 58-61)

per la fotografia di design era già in corso un cambiamento decisivo che di lì a poco sarebbe chiaramente emerso, grazie alla giovane generazione di fotografi che si stava affacciando sulla scena. La significativa evoluzione di questo genere fotografico coincide con la fase delle avanguardie italiane del



Fig. 1 — Copertina di *Quaderno di fotografia*, n. 3, 1979, rivista dell'Afip.

design, partite con la stagione del *radical* e del *pop* e approdate tra il 1976 e il 1981 ai fenomeni di Alchimia e Memphis. Con gli anni ottanta consacrati dal Postmoderno le industrie italiane, attraverso nuove strategie, si lanciano alla conquista dei mercati, sulla base di un'innovativa cultura dell'immagine e della comunicazione. L'imprenditore stesso è ora interessato all'attestazione della propria immagine (Pasca, 2019).

Il clima Postmoderno in cui l'esuberanza va sostituendosi alla sobrietà, l'irregolarità alla strutturazione geometrica, i colori e la decorazione all'ascetismo, la destrutturazione alla composizione (Pasca, 2001), trova corrispondenza con quanto si manifesta nel linguaggio di molti nuovi fotografi, che vanno assumendo, a loro volta, un ruolo sempre più determinante.

Afferma al proposito Emilio Tremolada (2017):

Sull'oggetto sono puntati i riflettori che lo teatralizzano grazie a una luce nuova, drammatica, che produce ombre lunghe e nette per disegnare gli oggetti, cercando di proporre in fotografia gli effetti cinematografici. Le fotografie sono contrastate, dure, sporche, sfuocate, contaminate e l'interpretazione dei mobili non è mai scontata o ripetitiva.

D'altra parte, si entra in una fase nella quale "le aziende e le riviste desiderano riflettere sull'identità dei prodotti, il cui valore è, ora, una stratificazione di significati e la fotografia è chiamata a fare da mediatrice" (Marra, 2003, p. 10). Il nuovo paradigma conseguente alla diffusione del movimento Postmoderno ha influenzato la cultura del progetto a tutte le scale, introducendo a una nuova visione estetizzante della vita quotidiana che coinvolge tutti gli aspetti che a questa appartengano a partire dai prodotti.

Il nuovo rapporto tra la fotografia e il prodotto di design, nato in seno alla nascente società votata alla comunicazione e al mercato, si caratterizza per un maggiore coinvolgimento del fotografo nel processo di costruzione dell'immagine all'insegna di una maggiore libertà operativa e progettuale, che riguarda la rappresentazione del prodotto ma anche del suo immaginario.

Questa condizione che sta vivendo il design e che vede i giovani designer assumere l'arte come riferimento, liberandosi progressivamente da necessità pratiche, per il fotografo significa l'intensificarsi dei rapporti con i consueti committenti e interlocutori (o con nuove figure come gli *art buyer*), traducendo tutto ciò in una più diffusa consapevolezza del proprio ruolo professionale. Se sono, infatti, ancora molti coloro che lavorano sulla *quantità*, sulle foto realizzate in serie per abbattere i costi di produzione (in particolare quando si tratta di cataloghi aziendali), cominciano ad apparire personalità che lavorando sulla *qualità* si distinguono in modo inequivocabile.

Contestualmente le foto pubblicate su cataloghi e riviste sempre più di frequente riportano la firma dell'autore degli scatti, a conferma che la società della comunicazione ha fagocitato il mondo del design in via definitiva. Ed è questa circolazione di immagini *firmate* che diventa il migliore canale dei fotografi per farsi conoscere e ricevere nuovi incarichi, perché sono sempre più in grado di "suggerire e di immettere un clima attorno ai prodotti" (Piazza, 2013)⁴ anche grazie all'uso di strumenti più sofisticati che consentono nuove modalità di rappresentazione.

Quanto illustrato fin qui sembra far apparire notevole la distanza tra le due generazioni di fotografi, la prima delle quali si è impegnata fin dall'inizio degli anni cinquanta, e per almeno un ventennio, nel gettare le basi dello specifico genere fotografico. Sebbene sia innegabile il confine rappresentato dagli anni ottanta, l'introduzione di nuovi linguaggi espressivi che attingono in modo più visibile ad altri ambiti - la moda *in primis* - e le tecniche artistiche, non cancella per i *nuovi fotografi* (almeno per coloro che sono stati presi in considerazione in questa sede) i punti di riferimento e le continuità con chi ha avviato questo lavoro.

Ciò che rimane in comune con la generazione precedente, e che rende chiaro il rapporto che li lega, è anzitutto la particolarità della formazione o dei generi fotografici di provenienza. Una eterogeneità che si è rivelata costantemente un punto di forza per la foto di design italiana e che sembra ricalcare l'anomalia stessa del *modello* del nostro design (come del resto era stato legittimato nel 1972 dalla mostra *Italy: The New Domestic Landscape*, allestita al Moma di New York).

3. Formazione, provenienze e linguaggi espressivi

È difficile raccontare la provenienza e/o la formazione della seconda generazione di fotografi se non ponendola in relazione alla precedente, poiché nella maggior parte dei casi si è trattato di una sorta di "passaggio di testimone". Va considerato infatti che la storica mancanza in Italia di scuole di fotografia fino agli anni novanta ha segnato senza dubbio il settore (incidendo non poco anche sulla cultura stessa della fotografia come campo disciplinare) (Calvenzi, 2004).⁵ Questa condizione con le sue dinamiche è andata definendo un "modello" che si è perpetrato a lungo⁶ stabilendo una tradizione che ha coinvolto anche coloro che hanno iniziato l'attività autonomamente (tra costoro anche i protagonisti della nostra ricerca) a partire dalla seconda metà degli anni settanta.⁷

Fin dal dopoguerra il fotografo, in qualsiasi ambito fosse impegnato - dall'industria ai periodici, dalle agenzie alla moda -, era considerato un *artigiano*, il

più delle volte con una formazione da *autodidatta*. "La fotografia era un mestiere e, come tale, si imparava andando a bottega". Tale funzione era svolta "prevalentemente da alcune agenzie fotografiche, da pochissime realtà più o meno istituzionali e soprattutto dai fotografi stessi" (Calvenzi, 2004).⁸

Ne dà conferma Italo Pozzi, il quale spiega inoltre che "per alcuni fotografi si era trattato di un unico praticantato e poi era iniziato il lavoro autonomo. Per altri la strada era stata più lunga, perché avevano lavorato all'inizio presso diversi studi" (Pozzi, 2017).

3.1. La scuola *bottega*

Quello descritto fin qui sembra essere il ritratto del percorso professionale di Giorgio Casali (1913-1995), che iniziò, prima della guerra, come garzone presso lo studio fotografico Rambaldi per diventare poi apprendista. Solo dal 1948 Casali avviò il proprio studio fotografico, pochi anni prima di stabilire la trentennale collaborazione con la *Domus* di Gio Ponti.

Nel paradigma della *scuola bottega* rientra anche il caso di Aldo Ballo (1928-1994). Nonostante la laurea in architettura al Politecnico di Milano, l'incontro con Marirosa Toscani divenne l'occasione per lavorare per circa due anni come fotoreporter (il genere più diffuso nel dopoguerra, grazie al moltiplicarsi delle testate di informazione), presso l'agenzia Rotofoto di Fedele Toscani, fino a quando nel 1953 con Marirosa decisero di aprire un proprio studio per dedicarsi da subito alla foto dei prodotti del nascente design.

Sono i Ballo, insieme a Casali, a determinare la figura *autoriale* del fotografo specializzato nel design. Ruolo che non c'era mai stato in precedenza, neppure nel caso di personaggi di assoluto rilievo come Federico Patellani. Ciò che fin dal principio ha distinto i maestri di questo genere, a partire da Casali e dai Ballo, è stata la piena consapevolezza di svolgere un preciso ruolo professionale. Ne sono conferma da un lato i loro archivi, creati e gestiti con puntigliosità – i Ballo avevano sempre realizzato due scatti di tutte le riprese effettuate per i diversi committenti: la prima da consegnare e una seconda, in rigoroso b/n, da conservare per il loro archivio –, dall'altro l'importanza della firma, con il nome dello Studio che doveva sempre apparire e rendere identificabile la paternità dell'immagine.

Contribuisce a gettare le basi della tradizione del fotografo autoriale, nello stesso periodo, Mauro Masera (1934 - 1992), seppure con un iter un po' diverso dai colleghi. Conclusi gli studi in campo ottico nel 1955, Masera prosegue inizialmente nello stesso settore, trasferendosi in Svizzera per lavorare alla società di attrezzature ottiche Wild Heerbrugg. Qui sperimenta la meccanica di precisione, passando poi a un laboratorio di ricerca microscopica e infine al laboratorio di fotografia. Ma non soddisfatto di quel percorso lavora-

vo torna a Milano e dal 1957 avvia il proprio studio. Il lavoro crescente nel tempo porta Masera a partire dall'autunno del 1975, e per circa dieci anni, a condividere con il collega Italo Pozzi un grande spazio industriale impiegato come sala di posa.

Questi soli quattro ma indicativi esempi riescono a dare l'idea di quanto il paradigma italiano fosse agli antipodi rispetto alla situazione tedesca, che vanta una lunga tradizione in questo senso.⁹ A partire almeno dagli anni tra le due guerre, quando la fotografia del prodotto industriale e in particolare per il design cominciò ad assumere una specifica identità, nel momento in cui la cultura del Movimento Moderno e la fotografia d'avanguardia si conciliarono in un rapporto pressoché simbiotico; in un rapporto stretto tra la dimensione estetica e quella commerciale. Epicentro dello sviluppo della fotografia di design fu senza dubbio la Bauhaus (Proverbio, 2013). Nel dopoguerra anche la Scuola di Ulm si era impegnata a costruire la propria immagine basandosi sulla fotografia di prodotto (Koenig, Koetzle & Wachsmann, 1991, pp. 76-87), stabilendo criteri espressivi improntati alla sobrietà e alla riduzione della grammatica visiva, dei quali il lavoro per la Braun resta emblematico. Tuttavia la specificità del modello italiano con la sua diversificazione delle provenienze e personalità - approcci e capacità di tradurre in linguaggio fotografico il pensiero progettuale alla base dei prodotti e degli interni - diventa una significativa chiave di lettura, da un lato per la ricchezza dei linguaggi espressivi che hanno permeato i diversi canali della comunicazione del design, dall'altro lato spiega il perché questa categoria di fotografi si frequentassero in fondo molto poco tra loro, o addirittura non si conoscessero, a differenza di quanto ha caratterizzato per lo più l'ambiente di designer e architetti.

Nella dinamica italiana¹⁰ imperniata sulla *bottega* ritroviamo anche i fotografi delle due successive generazioni che hanno ampliato la tradizione delineando nuove soluzioni progettuali fotografiche in cui gli strumenti consueti - luci, sfondi, angolazioni, regole e soluzioni compositive, inquadrature, ecc. - vanno assumendo un peso maggiore e si contaminano vieppiù con altri ambiti fotografici come moda¹¹ e architettura (nel caso dei nostri intervistati vale in particolare per Xerra e Torri) e tecniche artistiche come il fotomontaggio (per Occhiomagico e Tremolada) o il videotape (per Zagnoli) o ancora tecniche d'illuminazione cinematografiche che evidenziano le *texture* (per Vack). Tant'è vero che dalla figura dell'artigiano (come si era sempre definito Aldo Ballo) si passa a questo punto a quella dell'*artista fotografo* o del *designer photographer*, come si autodefinisce Tom Vack (2017).



Fig. 2 — Studio Azzurro, installazione "Luci d'inganni", realizzata in occasione della presentazione del gruppo Memphis alla Design Gallery, Milano, 1982.
© Studio Azzurro.

Esempio noto di provenienza da una *scuola bottega* per antonomasia e di ampliamento della tradizione è dato dal collettivo Studio Azzurro. Ex assistenti dei Ballo, Fabio Cirifino, Walter Grazzani, Armando Bertacchi, Gianni Basso, Massimo Sangiorgi e Maurizio Fabbri si costituiscono inizialmente come gruppo artistico di video-arte nel luglio del 1978 (solo dal 1981 adotteranno il nome di Studio Azzurro). Cirifino racconta che per casualità è diventato fotografo perché da ragazzo non voleva andare a scuola:

Ero andato dall'Aldo Ballo nel 1970 ed ero il suo terzo assistente (il primo era stato mio zio). A quattordici anni sono diventato fattorino di Aldo per circa sette anni, perché il suo studio era una sorta di scuola dove imparavi il mestiere di fotografo. (Cirifino, 2017)

Dopo l'esperienza formativa, Cirifino entra a far parte di uno studio di comunicazione militante in Corso Garibaldi a Milano dove realizza ritratti di artisti per il settimanale *ABC*: "riuscivo così a guadagnare un po' di soldi; dagli artisti meno, ma in cambio mi davano i loro oggetti, ad esempio la sedia di Michele De Lucchi e la libreria Carlton di Memphis" (Cirifino, 2017).

La consacrazione del gruppo avviene nel 1981 quando cura l'inaugurazione della mostra di Memphis alla Design Gallery in Corso Europa:

Memphis è stato un cambio piacevole nel mondo del design. In quel periodo a Milano si è creata una contrapposizione, perché da un lato c'era il gruppo di Memphis con Sottsass, De Lucchi, Thun, Cidic, Bedin, Sowden, Du Pasquier e dall'altra il gruppo Alchimia con Mendini e Guerriero. Erano due mondi distinti. Memphis è stato aiutato ad emergere grazie a un nostro vecchio amico che ha partecipato allo studio in Corso Garibaldi, Mario Godani. Godani, insieme a Gismondi e Sottsass, aveva uno showroom in Corso Europa. Lì ci siamo legati al gruppo Memphis e abbiamo iniziato a fotografare come Studio Azzurro. Ci eravamo confrontati con i loro oggetti attraverso delle installazioni multimediali: dalla teiera di Marco Zanini, ad esempio, avevamo fatto uscire una goccia dal monitor e un'altra dal bicchiere. Questa esposizione ha avuto un grosso successo ed è stata la prima volta che si mettevano a confronto i prodotti con oggetti non concreti riprodotti attraverso i video. (Cirifino, 2017)

Comincia così la contaminazione tra fotografia e video, perché lo scopo di Studio Azzurro è creare un'interazione tra immagine reale e virtuale, e dare movimento alle immagini fisse. Nell'ambito del design cerca di mantenere l'identità dell'oggetto e di limitare il proprio intervento sull'immagine, sulla scia della lezione di Aldo Ballo. Cirifino, infatti, racconta che durante la permanenza nella bottega dei Ballo aveva imparato "semplici e basilari regole: la luce e l'inquadratura!" (2017). La forma e la funzione dell'oggetto subiscono quindi un'evoluzione nell'estetica di Studio Azzurro, perché vengono assecondate le metamorfosi dei processi tecnologici che portano avanti la sostituzione della realtà con l'illusione, l'immagine fissa con quella mobile: gli oggetti sono l'origine per sviluppare delle *micro narrazioni*.

Legato seppur non direttamente allo studio Ballo ma pur sempre uscito da una "bottega" è anche Gionata Xerra. Durante gli studi di architettura presso il Politecnico di Milano (come era stato nel caso di Ballo e Gabriele Basilico) ha occasione, nella prima metà degli anni ottanta, di fare un'esperienza in un mondo che ancora non conosceva, diventando assistente nello studio fotografico di Stefano Ferragni:

Era un caro amico di Aldo Ballo, insieme avevano lavorato in Publifoto. Stefano era una figura minore, ma mi ha collegato in maniera involontaria a Ballo senza che io facessi la gavetta da lui. Ho comunque assimilato la lezione di Aldo tramite le modalità lavorative di Stefano, perché lavorava con le luci molto pu-



Fig. 3 — Gionata Xerra, foto per la rivista *Gran Bazaar*, 1985.
© Gionata Xerra.

lite, con il *bank* e una luce continua. Stefano fotografava oggetti in modo molto nitido, portando avanti in parallelo l'approccio di Ballo seppur in termini minori. (Xerra, 2017)

Fig. 4 — Nella pagina seguente, Fabrizio Bergamo, foto per la rivista *Grazia Casa*, seconda metà degli anni ottanta.
© Fabrizio Bergamo.

A partire da questo insegnamento il linguaggio di Xerra evolve progressivamente tendendo a farsi più articolato, in particolare grazie alla collaborazione, durata un paio d'anni, con la testata *Gran Bazaar*¹². Un'esperienza che permette a Xerra di trovare il contesto adatto per sperimentare, per esprimersi anche attraverso uno stile un po' 'impreciso' e a raccontare qualcosa in più dei prodotti e del mondo che ruota attorno ad essi. Partecipa in tutto ciò il lavoro che in parallelo porta avanti attraverso generi diversi, come quello per la moda o l'iter di ricerca personale orientato alla documentazione della fisicità umana.





Fig. 5 — Nella pagina precedente, Leo Torri, foto per Barovier & Toso, 1987. © Leo Torri.

Fabrizio Bergamo e Leo Torri sono invece accomunati dal tirocinio professionale svolto nello studio di Mauro Masera. Prima di arrivare da quest'ultimo, il percorso formativo di Bergamo era stato piuttosto lungo, a conferma di quanto sostenuto da Pozzi a proposito del praticantato presso diversi studi prima di iniziare in autonomia la professione (Pozzi, 2017).

Ancora molto giovane, Bergamo studia fotografia seguendo i corsi serali all'Università, mentre di giorno lavora come assistente. Trova un primo impiego, tra il 1966 e il 1967, nel negozio di fototessere Ottica Petraroli, che oltre ai ritratti si occupava di fotografia industriale e delle prove industriali di laboratorio degli studenti del Politecnico di Milano.

Tramite un amico, che lavora nel noto laboratorio milanese di stampa *Colorzenith*, Bergamo cambia completamente genere interessandosi alla fotografia di moda. Decide per questo di presentarsi nello studio di Alberto Dell'Orto: "sono rimasto da Dell'Orto tre anni mentre frequentavo la scuola. Aveva la camera oscura e sviluppavamo il colore. Devo dire grazie a lui se ho imparato molto" (Bergamo, 2017).

Successivamente Bergamo entra nello studio di Alberto De Benedetti, fotografo pubblicitario, poi in quello di Carlo Facchini specializzato in *still life*; dal 1973 al 1975 lavora da Masera, prima di avviare il proprio studio:

Masera è stata una grande scuola. È stata una figura importante nella fotografia milanese. In quegli anni era uno dei migliori; era a livello del Ballo. Oltre a loro c'erano Casali, Pozzi, Nicolini, Falchi e Salvador, Zappalà, Clari... Con Masera ho imparato a fotografare l'arredamento e il design. Ero diventato il suo primo assistente, quindi mi occupavo di organizzare tutto il set prima dello scatto. Poi arrivava lui a dare l'ultimo "tocco". Devo dire però che lasciava molto spazio agli assistenti. Quando arrivavi a scattare in piena autonomia voleva dire che eri già pronto per essere un fotografo freelance. (Bergamo, 2017)

Diversamente da Bergamo, Leo Torri sin da giovanissimo coltiva una passione per la fotografia ed è affascinato dagli oggetti. Nella prima metà dei settanta coglie l'opportunità di entrare nello studio fotografico di Masera come fattorino: "in quel momento stavo cercando un impiego per guadagnare e per me è stata un'occasione importante per introdurmi nell'ambito fotografico. Non conoscevo il lavoro di Masera, ma è stato un primo passo per inserirmi in uno studio a Milano" (Torri, 2017).

Con Masera Torri svolge lavori sull'arredamento per i cataloghi di aziende come Arflex, Tecno o Zanotta e impara a riprendere i prodotti per le diverse

riviste con le quali Masera collaborava (Abitare, Ottagono, ecc.). Dopo l'esperienza da Masera, Torri tra il 1976 e il 1978 prende parte a una cooperativa di fotografi, tra i quali c'è Emilio Tremolada. "L'idea - dice Torri - era di riunire professionisti di settori diversi. C'era chi faceva *still life*, chi fotogiornalismo e così via. Il progetto è andato avanti un paio d'anni ma poi abbiamo preso strade diverse" (Torri, 2017).

Torri, ha una passione per la fotografia di *still life*; è affascinato dall'oggetto di design e secondo le occasioni è un testimone neutrale o un protagonista partecipe che registra i mutevoli aspetti della materia o costruisce una messa in scena narrativa. Il suo scopo è sempre stato quello di valorizzare il prodotto tramite l'inquadratura e "la luce che trasforma l'oggetto in qualcosa di diverso. Scatta un *feeling* con il designer perché riesco a interpretare il suo lavoro valorizzandolo e rendendolo, a volte, meglio di quello che è realmente" (Torri, 2017). Nel suo lavoro, rispetto agli altri autori della seconda generazione, è forse maggiormente percepibile la vicinanza alla tradizione del linguaggio dei maestri. Torri predilige infatti gli sfondi bianchi, o comunque neutri, così l'oggetto risalta attraverso un gioco di luci e ombre. Quando scatta con la macchina fotografica in pellicola usa il banco ottico perché gli consente di creare delle deformazioni e lavorare disallineato per evitare i riflessi. È forse per questo che Cesare Colombo ha definito la fotografia di Leo Torri una "sintesi grafica", perché riesce a descrivere gli oggetti e a coglierne le forme (Calvenzi & Colombo, 2016).

Giancarlo Maiocchi, alias Occhiomagico, impara il mestiere lavorando come assistente per due anni (1967-1968) nello studio di Carla De Benedetti.¹³ Capisce però che la sua vera aspirazione è diventare un artista perché è convinto che un solo linguaggio non sia sufficiente per esprimersi come vorrebbe. Per questo cerca fin dall'inizio della carriera di combinare l'immagine fisica, chimica e ottica (Tinterri, 2016). Conquistato fin da ragazzo dalle avanguardie artistiche, dal *collage* cubista a quello futurista, dai fotomontaggi dada e surrealisti dal mondo onirico fino alla metafisica, Maiocchi - che nel 1971 con Ambrogio Beretta fonda lo studio multidisciplinare Occhiomagico - si pone l'obiettivo di promuovere il connubio tra arte, design e moda. Ritiene infatti che la fotografia debba essere fortemente contaminata dalle arti, con la stessa attenzione con cui un regista combina immagine, musica e video. Il punto di vista di Maiocchi in piena sintonia con il clima progettuale del Postmoderno lo porta ad incontrare Alessandro Guerriero verso la fine degli anni settanta e a stabilire subito un'affinità elettiva con il Gruppo Alchimia, per il quale inizierà a fotografare mettendo in pratica il suo linguaggio

decisamente distintivo. Icastiche le ventiquattro copertine intrise di citazioni post moderne e surrealiste che Occhiomagico realizza tra il 1982 e il 1983 per la rivista *Domus* sotto la direzione di Mendini: un repertorio di immagini che inneggia al futuro e vuole suggerire mondi metafisici, colorati, virtuali, simbolici. Maiocchi spiega che si era trattato di un lavoro "sartoriale", un assemblaggio di scenografie artificiali ma evocative, impiegando gli strumenti della post produzione, come mascherine o pennelli per manipolare l'immagine, accostando oggetti e figure umane.

Unico straniero nel gruppo di intervistati di questa ricerca, Tom Vack (nato a Chicago e arrivato in Italia nel 1985) è in apparenza un caso lontano dai quelli italiani descritti fin qui. In realtà anche per Vack si possono rintracciare diversi punti di contatto, tanto da poter in fondo confermare la dinamica della 'bottega' e con alle spalle studi in campo progettuale. In questo caso, a differenza di Ballo, Basilico o Xerra, si è trattato di studi orientati al design oltre che all'architettura. Il suo percorso può essere letto come una raggiunta dialettica tra fotografia e design. Tant'è vero che Vack si autodefinisce un *photographer designer* (Vack, 2017).

Fig. 6 — Occhiomagico (Giancarlo Maiocchi e Ambrogio Beretta), foto per il gruppo Alchimia "La poltrona di Proust", 1979. © Occhiomagico.





Fig. 7 — Nella pagina precedente, Tom Vack, foto "Spring Collection" per Moroso, 1988.
© Tom Vack.

Inizia ad appassionarsi di fotografia a diciotto anni, poi sul finire degli anni sessanta si iscrive al New Bauhaus di Chicago, dove oltre a vari corsi di progettazione frequenta quelli di storia e fotografia: "ma in pratica si trattava più dello scattare fotografie con la mia Nikon e parlarne poi tutti insieme in classe..." (Vack, 2017). Dopo l'università, diventa assistente fotografo presso un fotografo lituano emigrato prima a Brasilia e poi a Chicago. In seguito lavora come fotografo presso l'agenzia Unimark International e incontra Massimo Vignelli; intraprende poi la carriera da freelance, fotografando soprattutto l'industria e il product design. A risultare decisive sono le immagini per un catalogo di un negozio di design di Chicago che vengono presentate in occasione del Salone del Mobile di Milano nel 1985. Il proprietario del negozio era anche l'agente di Memphis a Chicago, così Vack conosce Michele De Lucchi che gli offre il suo primo incarico in Italia: le cucine RB Rossana progettate dall'architetto:

Non avevo mai fotografato le cucine e non avevo un portfolio, ma essendo cresciuto con le discipline del Bauhaus per me non era importante il soggetto ma il processo. Avevo già fatto diverse cose in studio ma non sul set. Per me è stato un inizio e a Michele De Lucchi sono piaciute le mie foto. (Vack, 2017)

Durante gli anni ottanta diventa il fotografo di Philippe Starck, che Vack ha conosciuto a New York. Starck lo invita prima a Parigi per seguire alcuni progetti presso l'agenzia XO e poi in Italia per fotografare la prima collezione *Ubik* disegnata per Driade nel 1986. Da quel momento si crea una intensa e prolungata collaborazione con Adelaide Acerbi – incredibile figura di *art director* (e non solo per la sua Driade) che aveva imparato da Marirosa Ballo a comporre gli oggetti in eleganti still life¹⁴ (Proverbio, 2017) – che vede in Vack l'autore che può segnare un importante cambiamento d'immagine fotografica dell'azienda. Vack è apprezzato dai committenti perché nel corso della sua carriera è riuscito a creare un idioma visivo inconfondibile. L'oggetto assume un carattere che trascende la forma e incarna l'idea della bellezza, intesa come espressione del lavoro e della visione del progettista. Riesce a trasformare le idee e le esigenze dei progettisti grazie alle influenze della storia dell'arte, musica, moda, grafica e architettura. Lo scopo delle fotografie di Vack è ritrarre gli oggetti superando la raffigurazione oggettiva del prodotto per raccontare delle storie in modo personale, drammatico e poetico.

In quanto fotografo straniero, Vack non rappresenta tuttavia un caso unico per l'Italia. Il legame del nostro Paese con fotografi di design stranieri ci consente di risalire ancora una volta alla prima generazione. Almeno da quando si trasferiscono a Milano Serge Libisiwzki (nel 1956) e Klaus Zaugg (dalla

fine degli anni sessanta), provenienti entrambi da specifici studi di fotografia sugli oggetti, compiuti presso la Kunstgewerbeschule di Zurigo (la stessa che avrebbe frequentato molti anni più tardi Oliviero Toscani).¹⁵

3.2. La formazione da *autodidatta*

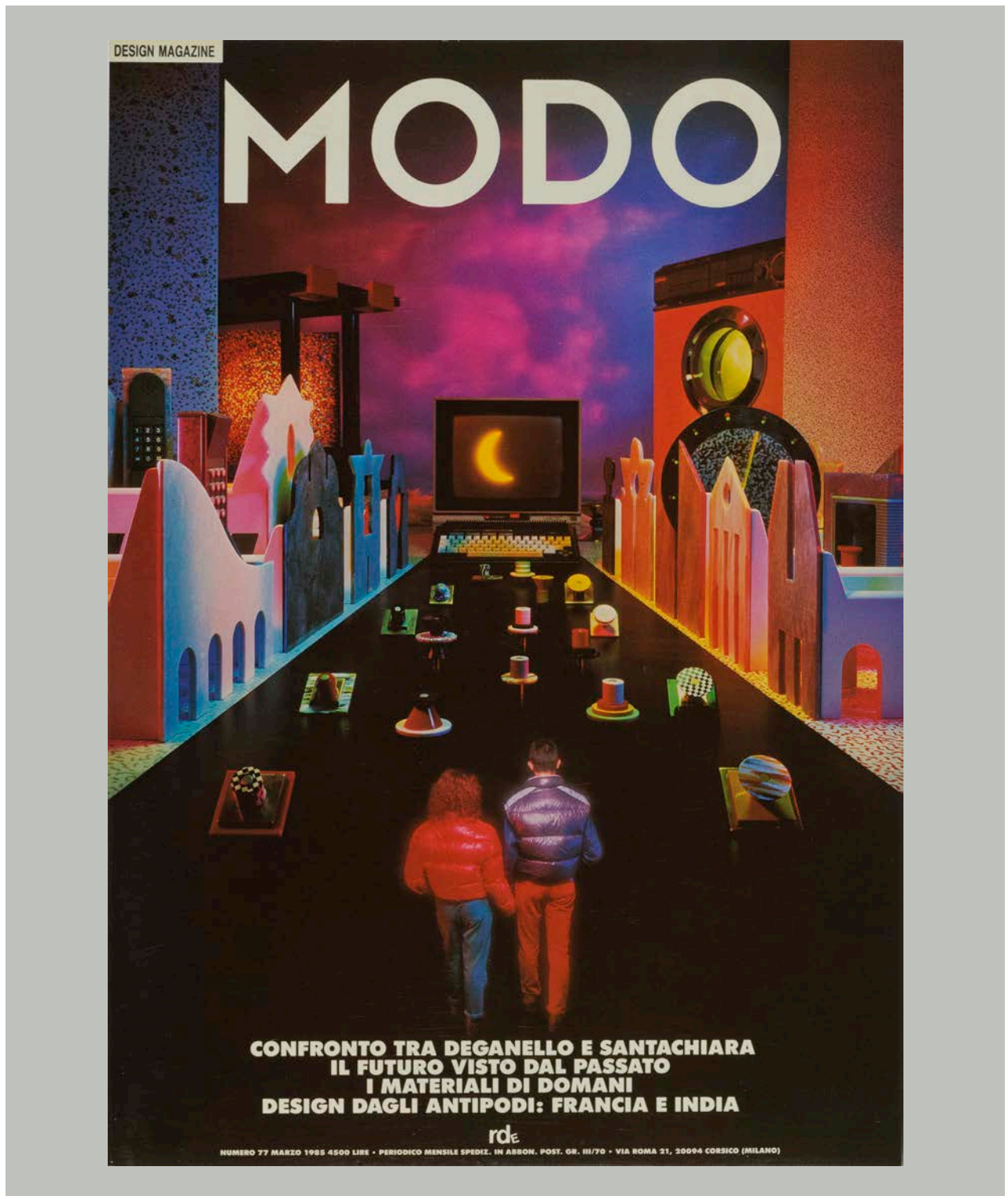
Tornando alla considerazione iniziale sui fotografi italiani nel dopoguerra, Giovanna Calvenzi sottolineava non solo il loro status di *artigiano* ma insieme la diffusa condizione da *autodidatta*. Rientrano in questa casistica molte figure che sono arrivate a praticare la fotografia ad alti o altissimi livelli. Così è stato per Ugo Mulas e Paolo Monti, che ci sono arrivati casualmente o, per meglio dire, fatalmente sulla spinta di una intensa passione, ma a partire da un *background* di studi in giurisprudenza, che curiosamente li aveva accomunati. In particolare, il contributo di Monti e Mulas alla costruzione dell'immagine del mondo del design è stato riguardevole, sebbene sia ancora quasi tutto da approfondire.¹⁶

Ed è stato un approdo alla fotografia di design altrettanto casuale quello di Santi Caleca, Emilio Tremolada e Miro Zagnoli.

Caleca inizia attorno al 1967. I primi lavori fotografici sono per un'agenzia pubblicitaria di Palermo, a cui seguono una serie di esperienze nel campo del fotoreportage per quotidiani nazionali, tra cui *L'ora*. All'inizio degli anni settanta si trasferisce a Milano insieme a Letizia Battaglia, alla quale rimane legato sentimentalmente per qualche anno, con l'intenzione di proseguire a lavorare con lo stesso genere. Ma già verso la fine del decennio, inizia la crisi per diverse testate: alcune sono in via di chiusura (*L'Europeo*), oppure si riducono (*L'Espresso*). Caleca crea allora un'agenzia fotografica insieme ad altri colleghi, tra i quali Uliano Lucas e Lelli&Masotti.¹⁷ L'iniziativa non riscuote successo e nel 1977 Caleca viene presentato alla direttrice di Casa Vogue, Isa Vercelloni, che gli affida il suo primo redazionale. Ed è grazie a un successivo servizio per Casa Vogue che Caleca ha l'opportunità di conoscere Ettore Sottsass. Nasce da quel momento una vera affinità elettiva tra loro che porta Caleca a fotografare per l'amico Ettore sia i lavori di design sia di architettura. Altrettanto vocato alla fotografia, Sottsass spiegava a Caleca come ritrarre il design:¹⁸

Mi chiedeva spesso delle fotografie con ombre lunghe. Ettore, prima di essere un designer e architetto era un artista e un fotografo. Amava i grandangolari e mi ha influenzato molto. Mi diceva di prendere le cose in obliquo e di non rappresentarle frontalmente, anzitutto perché c'era un modo di gestire la luce diverso e poi perché si crea una maggior profondità e prospettiva. Ho seguito i suoi consigli e applicandoli nel mio lavoro. (Caleca, 2017)

Fig. 8 — Nella pagina seguente, Emilio Tremolada, fotomontaggio per la copertina della rivista *Modo*, n. 77, marzo 1985.
© Emilio Tremolada.



Emilio Tremolada si appassiona di fotografia nei primi anni settanta e frequenta circoli di fotoamatori mentre lavora presso un tipografo. È questa esperienza in campo grafico che gli ha consentito di crearsi un background e un'impostazione professionale che, come egli stesso ha dichiarato, hanno segnato il suo percorso e gli sono utili ancora adesso.

Dalla seconda metà dei settanta abbandona la tipografia per dedicarsi completamente al fotoreportage. Fortemente appassionato a temi politico-sociali, inizia a lavorare per il giornale della sinistra extra parlamentare *Quotidiano dei lavoratori* e contemporaneamente collabora con le agenzie fotografiche - compresa l'Agenzia Grazia Neri - che nascevano in quel periodo.

Tra il 1976 e il 1978 partecipa inoltre all'attività della già citata cooperativa di cui fa parte anche Leo Torri e i cui membri operano in diversi ambiti. Qui Tremolada si avvicina alla fotografia *in studio*, decidendo di abbandonare il reportage per sperimentare nuovi generi: ritratto, *still life*, interni, prodotto industriale, illustrazione fotografica:

Era un momento difficile. La situazione era cambiata e non corrispondeva più a quello che avevo in mente quando avevo iniziato a fare reportage. Non volevo più fotografare persone, quindi mi sono dedicato alla fotografia creativa, soggettiva. Usavo molto il fotomontaggio e facevo lavori concettuali che avevano séguito nell'illustrazione fotografica, in particolare, per l'editoria. (Tremolada, 2017)

Il suo linguaggio si rivela infatti in sorprendente risonanza con le idee e le intenzioni che Andrea Branzi e Cristina Morozzi stavano attuando attraverso la direzione della rivista *Modo*. Inizia a collaborare con loro dal 1985. Da quel momento Tremolada entra nell'ambiente del design, ampliando progressivamente l'impegno con riviste e aziende. In particolare dalla fine degli anni ottanta e fino al 2002 lavora per la Driade - dopo l'esperienza dell'azienda con Tom Vack - in stretta cooperazione con Adelaide Acerbi. La stessa sintonia unisce Tremolada all'art director di Edra, Massimo Morozzi (collaborazione durata fino al 2014). In entrambi i casi aziendali Tremolada, così come per altri fotografi che sono in grado di rispondere a quanto il design andava cercando in quel momento per la sua immagine, trova con riviste e aziende terreno fertile per la sperimentazione e la ricerca di nuove modalità di racconto degli oggetti e l'implicito potenziale di emozioni.

Emozioni e narrazione visiva rappresentano il filo rosso che lega Miro Zagnoli a Tremolada, Studio Azzurro e Occhiomagico: per l'approccio, il punto di vista e l'uso del mezzo fotografico contaminato con altre modalità artistiche, che hanno spinto la fotografia per il design sempre più lontana dal "rigore ideolo-

Fig. 9 — Nella pagina seguente, Miro Zagnoli, foto per la rivista *Interni*, 1986.
© Miro Zagnoli.



gico del design ortodosso fotografato bene, alla maniera dei maestri" (Zagnoli, 2017) e rendendo chiaro il profondo cambiamento generazionale rispetto a chi li aveva preceduti. Nel suo itinerario da autodidatta, Zagnoli prende a modello le avanguardie storiche, da Man Ray ai fotografi di moda degli anni sessanta, come Irving Penn (autore di riferimento anche per i Ballo), David Bailey e Richard Avedon. Nei primi anni settanta ha occasione di fotografare le *performance* artistiche del gruppo *Fluxus* a New York. Prosegue poi nel campo dell'arte portando avanti una ricerca personale. I suoi primi lavori sono un'esplorazione intorno all'immagine, ne crea di ibride contaminate da altri *media* come la stampa o la televisione.¹⁹ Riflettendo sul concetto di *media* e messaggio, arriva ad utilizzare il *videotape*:

Facevo le riprese e poi fotografavo le immagini direttamente dal televisore per mostrare i *pixel* dello schermo perché mi ero ispirato alla *pop art* e agli ingrandimenti delle stampe in fotolito che mostravano il retino dello schermo. Ho voluto fare lo stesso con il televisore perché a metà degli anni settanta era l'equivalente. (Zagnoli, 2017)

Il suo interesse si orienta poi sugli stati artificiali della realtà che traspone nelle fotografie per il catalogo della mostra curata da Denis Santachiara²⁰ alla Triennale di Milano nel 1985, *La Neomercé: il design dell'invenzione e dell'estasi artificiale*:

Erano oggetti con una componente di design. Il concetto non era l'estetica bensì la sceneggiatura della *performance* tecnologica che in quegli anni si stava sviluppando. Avevo sotterrato in parte gli oggetti e li avevo fotografati come se fossero ritrovati in un futuro prossimo, come dei reperti di un futuro che deve ancora venire. (Zagnoli, 2017)

Zagnoli inizia così a coltivare un rapporto disinvolto e poco ortodosso con la macchina fotografica e il design. Tende a considerare gli oggetti come fossero elementi autonomi rispetto al designer che li ha progettati, perché il suo scopo è interpretare il design e il modo in cui questi oggetti "vivono" nella quotidianità. Il design è inteso come un'occasione per fotografare e creare un proprio linguaggio e, di conseguenza, il risultato è un'immagine ricca di suggestioni concettuali. Sono immagini che vogliono raccontare una storia, che trascende la semplice descrizione commerciale dell'oggetto. La distanza che separa il linguaggio di Zagnoli dalla tradizione, dal rigore e dall'impostazione data dai maestri, lascia intendere il motivo principale per il quale Aldo Ballo di fronte a una serie di immagini di Zagnoli dei primi anni ottanta realizzate per Artemi-

de aveva affermato: "queste non sono foto, sono cinema!" (Zagnoli, 2017). È lo stesso Zagnoli, tuttavia, a spiegare che Ballo aveva ragione nel giudicarle in tal senso, perché erano il risultato di una lettura dell'oggetto diversa dal consueto o comunque lontana dai criteri consolidati del mondo del progetto:

Il presupposto di Ballo stava nell'espressione progettuale dell'oggetto e ne dava una sintesi perfetta, mentre io partivo da un altro punto di vista. Vedevo l'oggetto dal fronte del potenziale espressivo della tipologia e non del suo significato anzitutto funzionale. Il mio era un approccio opposto al suo. (Zagnoli, 2017)

4. Conclusioni

Benchè lo spartiacque rappresentato dal passaggio tra la prima generazione e le due successive risulti evidente da diverse angolazioni, anche solo pensando alle contaminazioni sempre più cercate e rese palesi dal decennio ottanta in avanti - come risulta chiaro anche solamente dall'ultimo caso preso in considerazione di Miro Zagnoli -, non nasconde l'esistenza di una *tradizione* nella fotografia di design italiana che è andata definendosi nonostante la mancanza di un indirizzo comune di formazione e provenienze. Come già sottolineato, si tratta di una diversificazione che si è tradotta alla fine in una risorsa, in una spiccata ricchezza espressiva che non solo riflette la specificità stessa del modello del nostro design, ma di quest'ultimo ne ha efficacemente accreditato il successo. In questo panorama generale, il lavoro dello Studio Ballo resta per tutti come punto di partenza o comunque di confronto imprescindibile, nonostante gli inevitabili cambiamenti. Per le nuove generazioni si rafforzano le influenze dal mondo della moda²¹ e/o del cinema. I fotografi acquistano maggiore libertà di movimento e si sentono investiti di un ruolo che li ha portati progressivamente al centro delle dinamiche della comunicazione del design, costruendo una narrazione fotografica dell'oggetto che è tornata da un lato a mettere in campo espliciti richiami al fotomontaggio dall'altro ha fatto riferimento alla nascente espressione del digitale. Si legittima probabilmente così l'autodefinizione di *photographer designer* coniata da Tom Vack. Risalta inoltre come sia andata formandosi una categoria di professionisti fotografi del design non a partire da presupposti discendenti in modo diretto dalla cultura del progetto, ma abbia prevalso l'apporto di altri saperi ed esperienze: da quelle dell'arte fino al fotoreportage sociale e politico. E solo in parte ha contato la tradizione del genere fotografico dell'industria. È vero però che sul fronte italiano, rispetto alla Germania e alla Svizzera, c'è ancora un enorme lavoro di scavo da fare che potrebbe portare in superficie e rendere chiari ulteriori tributi della fotografia che si sono, a nostro avviso, in ogni caso perfettamente conciliati con i valori del campo del design.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- ARCARI, A. (1975). Fotografia e industria / Il design. *Rivista IBM*, 3(XI), pp. 6-13.
- BALLO TOSCANI, M. (2017). Comunicazione personale (8 giugno 2017, Milano).
- BERGAMO, F. (2017). Comunicazione personale (5 maggio 2017, Milano).
- BINDER, W. (2009). Con Serge Libiszewski al corso di fotografia a Zurigo 1948 - 1952. In N. Cavadini & A. Bianda (a cura di), *Serge Libiszewski. Fotografo a Milano / Fotograf in Mailand 1956-1995* (pp.13-19). Gabriele Capelli Editore.
- CALECA, S. (2017). Comunicazione personale (28 aprile 2017, Milano).
- CALVENZI, G. (2004). La geografia dei fotografi indipendenti. In U. Lucas, T. Agliani (a cura di), *Annali. L'immagine fotografica 1945-2000* (pp.649-666). Einaudi.
- CALVENZI, G. & COLOMBO, C. (2016). L'Occhio Come Mestiere. *AFIP International*. <https://www.youtube.com/watch?v=CxnnkAlrtxx>.
- CERIANI, N. (2016). *La fotografia di design a Milano dagli anni cinquanta a oggi. Una lettura attraverso le esperienze dei suoi autori* [Tesi di laurea non pubblicata] Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano.
- CIRIFINO, F. (2017). Comunicazione personale (20 aprile 2017, Milano).
- DARDI, D. & PASCA, V. (2019). *Manuale di storia del design*. Silvana Editoriale.
- DEL GRANDE, R. (2012). Paolo Monti, volume 76. *DBI Dizionario Biografico degli Italiani*. [https://www.treccani.it/enciclopedia/paolo-monti_\(Dizionario-Biografico\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/paolo-monti_(Dizionario-Biografico)/).
- KOETZLE, M. (1991). In leichter Aufsicht und sehr oft frontal. Sachfotografie an der HfG. In T. Koenig, M. Koetzle & C. Wachsmann, *Objekt + Objektiv = Objektivität? Fotografie an der HfG Ulm 1953-1968* (pp. 76-87). Ulmer Museum.
- LIBISZEWSKI, S. & LIBISZEWSKI, N. (2017). Comunicazione personale (10 maggio 2017, Agazzano, PC).
- MAGGI, A. & ZANNIER, I. (2013). *Giorgio Casali. Photographer. Domus 1951-1983. Architecture, design and art in Italy*. Silvana Editoriale.
- MAIOCCHI, G. (2017). Comunicazione personale (5 aprile 2017, Milano).
- MARRA, C. (2003). La S-definizione della fotografia. In G. Orlandi (a cura di), *Miro Zagnoli: fotografie*. Abitare Segesta.
- MASERA, C. (2017). Comunicazione personale (23 maggio 2017, Milano).
- ORLANDI, G. (2003), a cura di *Miro Zagnoli: fotografie*, Milano: Abitare Segesta.
- PASCA, V. & TRAPANI, V. (a cura di) (2001). *Scenari del giovane design. Idee e progetti dall'Europa e dal mondo*. Lupetti.
- PIAZZA, M. (2013). La grafica per il Made in Italy. *Ais/Design. Storia e Ricerche Journal*, 1(1).
- POZZI, I. *Comunicazione personale* (20 settembre 2017, Milano).
- PROVERBIO, P. (2013). Lucia Moholy, fotografa del Moderno. *Ais/Design. Storia e Ricerche Journal*, 1(1).
- PROVERBIO, P. (2014). *Fotografia di design: la rappresentazione del prodotto industriale fra documentazione e comunicazione* [Tesi di Dottorato non pubblicata]. Università Iuav di Venezia.
- PROVERBIO, P. (2017). Come Angelica e Bradamante. Antonia Astori e Adelaide Acerbi, le donne della Driade. In R. Riccini (a cura di), *Angelica e Bradamante: le Donne del Design* (pp. 145-161). Il Poligrafo.
- PROVERBIO, P. (2013). Aldo Ballo fotografo di design, in *Marirosa Toscani Ballo - Ballo+Ballo AFIP International*. https://www.youtube.com/watch?v=vu-xLO98q4k&t=12s&ab_channel=AFIPInternational.
- REBUZZINI, M. (1979). Incontri con i professionisti. Italo Pozzi e Mauro Masera. *Fotopatica*, 130, pp. 58-61.
- TINTERRI, A. (2016). Occhiomagico. *AI magazine*, 74, 10-11. <https://issuu.com/gretaedizioni/docs/aimagazine-fall2016>.
- TORRI, L. (2017). *Comunicazione personale* (23 marzo 2017, Milano).
- TREMOLADA, E. (2017). *Comunicazione personale* (1 aprile 2017, Milano).
- VACK, T. (2017). *Comunicazione personale* (15 maggio 2017, Milano).
- XERRA, G. (2017). *Comunicazione personale* (31 marzo 2017, Milano).
- ZAGNOLI, M. (2017). *Comunicazione personale* (13 aprile 2017, Milano).

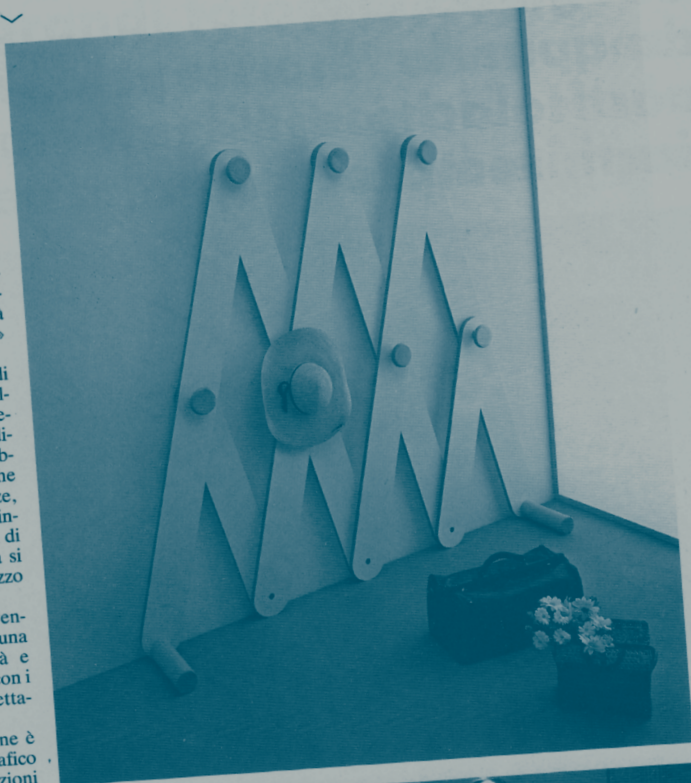
NOTE

- ¹ In una ricerca curata nel 1976 dalla rivista *Il Diaframma. Fotografia italiana* (n.211, gennaio/febbraio) veniva pubblicata una tabella che metteva in relazione ventiquattro generi fotografici (tra i quali architettura, grafica, fotografia industriale, interni, moda, reportage, still life, cucina, arredamento, mobili, pubblicità in genere) con quarantotto fotografi professionisti operativi in quel periodo nei diversi ambiti. Considerando anche solo i generi che qui ci interessano (interni, still life, arredamento e mobili) risultavano i nomi di Francesco Balladore, Umberto Calabrò, Flaviano B. Carliotto, Tani Capacchione, Giac Casale, Attilio Del Comune, Sergio Druetto, Rodolfo Facchini, Renato Milani Garbelli, Alfredo Pratelli, Serge Libiszewski, Edoardo Mari, Mauro Masera, Enzo Mininno, Italo Pozzi, Roberto Zabban, Franco Ziglioli. Senza volere indagare i criteri che avevano guidato la selezione, appare immediatamente evidente che ne mancassero diversi altri, da Giorgio Casali a Cesare Colombo, piuttosto che Klaus Zaugg o Carla De Benedetti; spicca su tutti, senza dubbio, l'assenza di Aldo e Marirosa Ballo.
- ² La parte più cospicua del lavoro di raccolta delle interviste si è svolto tra la primavera e l'autunno 2017 in occasione della redazione della tesi di laurea: Ceriani, N. (2016). *La fotografia di design a Milano dagli anni Cinquanta a oggi. Una lettura attraverso le esperienze dei suoi autori*, relatrice Paola Proverbio, Facoltà di Lettere e Filosofia, tesi di laurea in Archeologia e Storia dell'arte, Università Cattolica del Sacro Cuore. In questa sede riportiamo solo una parte di quelle testimonianze. Tra coloro che sono stati intervistati hanno interrotto l'attività di fotografo per il design Emilio Tremolada, che si occupa attualmente della realizzazione di video sul tema del design, e Giancarlo Maiocchi (Occhiomagico) che dal 1996 si dedica esclusivamente alla ricerca in campo artistico.
- ³ L'AFIP nasce nel 1960 dalla volontà degli stessi innumerevoli fotografi attivi nei settori industriale, pubblicitario, della moda e dell'editoria: <http://afiponline.blogspot.com/2012/07/linizio-1960.html>.
- ⁴ Mario Piazza ne parla in relazione "all'apporto della grafica al successo del 'Made in Italy'" (Piazza, 2013), riferito in particolare ai decenni dai cinquanta ai settanta. Tuttavia la sua considerazione è altrettanto calzante per quanto riguarda il contributo dei fotografi - dagli anni cinquanta in avanti - al sistema operativo di alta complessità del design che vede, nella molteplicità di figure e istituzioni coinvolte, ancora una volta Milano come suo fulcro. Nonostante in questa sede non venga affrontata la questione del rapporto simbiotico, e talvolta conflittuale, tra fotografi e grafici impegnati nella creazione della pagina stampata di riviste e cataloghi, resta certamente un aspetto implicito e caratterizzante della vicenda della fotografia di design che andrebbe approfondito.
- ⁵ Specifica Giovanna Calvenzi: "Fino agli anni novanta la recriminazione ricorrente di quanti si occupavano di fotografia era per l'assenza di scuole e per il disinteresse delle istituzioni. Scuole e istituzioni, ossia organismi ufficiali che garantissero la formazione, la promozione, la conservazione e la diffusione della fotografia" (Calvenzi, 2004, p. 649).

- ⁶ Sempre Giovanna Calvenzi chiarisce: "All'inizio del nuovo millennio segnali importanti di sensibilizzazione istituzionale nei confronti dell'immagine cominciano ad avvertirsi. Diverse Sono le Accademie e i corsi universitari che prevedono, a Lettere e Filosofia o ad Architettura, l'insegnamento della fotografia. Non siamo ancora a livello degli Stati Uniti o di alcune nazioni europee, ma qualcosa si sta muovendo" (Calvenzi, 2004, p. 649).
- ⁷ Per una panoramica sul primo periodo della fotografia di design in Italia - in particolare per i decenni sessanta e settanta - si rimanda all'articolo "Le foto di arredamento" presente nella sezione Riletture di questo numero.
- ⁸ Tra le agenzie fotografiche impegnate di fatto in tutti i generi fotografici, si distinguevano: Publifoto di Vincenzo Carrese, Giancolombo di Gian Battista Colombo, Rotofoto di Fedele Toscani, Farabola di Giuseppe Farabola (e del figlio Tullio), Crimella e Aragazzini.
- ⁹ Si veda il testo di Gerda Breuer in questo numero.
- ¹⁰ Sulla storica assenza in Italia di scuole di fotografia in senso stretto - sebbene non vada dimenticato il ruolo fondativo del corso presso l'Umanitaria a Milano - va fatta un'ulteriore significativa considerazione. L'intensa attività dei fotografi di design nel contesto milanese già durante i decenni sessanta e settanta (contesto che, come ricorda Calvenzi nell'articolo che abbiamo ripubblicato nella sezione Riletture di questo numero, si era andata sviluppando in modo esponenziale) aveva portato a un vero e proprio turnover di operatori professionisti in quegli stessi luoghi in cui andava crescendo la cultura e la produzione fattiva del design, vale a dire: le aziende (a partire come noto dalle maggiori, Olivetti e Pirelli, e a seguire le altre medie e piccole che si stavano affacciando sul mercato o che già c'erano e si stavano espandendo); le redazioni delle riviste e gli house organ; un ruolo non secondario era stato svolto anche dai "luoghi d'elezione" del design: da La Rinascente, a La Triennale di Milano, al Salone del Mobile fino alla Fiera Campionaria. Tale "geografia del design" aveva portato come conseguenza naturale il fatto che fossero proprio questi stessi contesti a fungere se non da scuole almeno da palestre (compensando così l'assenza delle prime) per il folto gruppo di fotografi che in quei luoghi avevano portato il loro contributo.
- ¹¹ In innumerevoli casi la fotografia di design ha guardato a quella della moda nel corso della storia: si pensi anche solo alla sequenza di affascinanti immagini di Tullio Farabola per la poltrona Lady, disegnata da Marco Zanuso, presentata alla Triennale di Milano nel 1951. Ma è dagli anni ottanta del XX secolo che la contaminazione diventa palese, al punto di coinvolgere in prima persona fotografi di moda (da Oliviero Toscani a J.B. Mondino da Giovanni Gastel a Paolo Roversi, ecc.) nel processo di creazione dell'iconografia dei prodotti del design. Anche questo aspetto della relazione della foto di design con quella della moda andrebbe approfondito meglio in altra sede.
- ¹² Le riviste *Gran Bazaar* e *Casa Vogue* si sono distinte in quel periodo per essere state favorevoli terreni di sperimentazione di innovativi linguaggi fotografici da parte di *nuovi* autori, e non solo *nuovi*, dal momento che *Casa Vogue* fin dalla sua comparsa alla fine del 1968 è rimasta saldamente legata al contributo dello Studio Ballo per almeno vent'anni.
- ¹³ Attiva come fotografa d'interni dagli anni sessanta, Carla De Benedetti si era laureata in architettura al Politecnico di Milano e aveva avuto tra i suoi insegnanti Ernesto N. Rogers. In particolare si legge dal sito a lei dedicato: "Carla De Benedetti comincia il suo apprendistato di fotografa, forte anche di un corso di specializzazione per allievi modello alla Kunstgewerbeschule di Zurigo, dove acquisisce la tecnica mentre raffina lo sguardo, studiando e fotografando l'architettura del novecento. L'inizio del suo lavoro di fotografa è dedicato al ritratto di architettura, alla documentazione puntuale dei migliori progetti del momento, guardati più con occhi da architetto che da reporter e per questo molto amati dagli autori veri del progetto. Ma quando la voglia di abitazioni sempre più razionali e personalizzate comincia a coinvolgere architetti e committenti in una ricerca sempre più accurata di progetti a effetto", cfr.: <https://www.cdstudio.com/p/critics-it>.
- ¹⁴ Per molti anni lo Studio Ballo aveva realizzato immagini per i cataloghi della Driade. La collaborazione era stata allo stesso tempo per Adelaide l'occasione per acquisire da Marirosa una particolare sensibilità compositiva di prodotti e oggetti.
- ¹⁵ La Svizzera, come già visto per la Germania, da decenni aveva istituito corsi espressamente dedicati alla fotografia degli oggetti. Nella scuola zurigese si distingueva quello tenuto da Hans Finsler (sull'importanza della figura di Finsler si veda in questo numero il testo di Gerda Breuer). Il celebre "asse Zurigo-Milano" della "scuola grafica svizzera" (portato all'attenzione più volte dalla letteratura del settore della comunicazione del design), comprende in realtà anche la fotografia. Era stato infatti in parallelo al mondo dei grafici che fotografi come Libiszewski (chiamato, una volta stabilitosi a Milano, semplicemente Libis) si erano trasferiti definitivamente nel capoluogo milanese. Libis aveva inizialmente lavorato con La Rinascente, poi con molte aziende e designer italiani, tra i quali soprattutto Roberto Sambonet e Richard Sapper, per il quale fotografa più volte e in modo distintivo la lampada Tizio. Dalla stessa scuola era uscito Klaus Zaugg che a Milano iniziò un'intensa attività di fotografo commerciale, collaborando con architetti e designer, in particolare con Gaetano Pesce, per il quale Zaugg fu l'ideatore di quell'incredibile servizio fotografico dal sapore futuristico per la presentazione della serie UP nel 1969. Aggiungiamo a questo breve elenco di fotografi che hanno studiato presso la Kunstgewerbeschule di Zurigo anche Carla De Benedetti (come già evidenziato nella nota 12).
- ¹⁶ Nonostante qualche studio sia già stato compiuto, non è ancora emerso in modo esaustivo come tra gli anni cinquanta e sessanta entrambi abbiano lavorato con le più importanti industrie (immacabili Pirelli e Olivetti), le piccole e medie aziende (Danese, Ideal Standard, Tecno, ecc.), le riviste e gli *house organ* (come Domus, Stile Industria, Ottagono o rivista Pirelli), La Rinascente e la Triennale di Milano. Senza dimenticare la partecipazione attiva di Monti a fianco di Cesare Colombo al congresso di Sesto San Giovanni del 1959 in difesa della fotografia pubblicitaria, oltre alla sua incisiva e prolungata collaborazione con Albe Steiner; o ancora nel 1960 l'immediata adesione di Monti all'AFIP come membro attivo, non solo per difendere la foto professionale ma per spingere ad innalzarne il livello qualitativo stesso della professione.
- ¹⁷ Rinomati per il lavoro presso il Teatro alla Scala di Milano dal 1979, Silvia Lelli e Roberto Masotti hanno operato esplorando le *performing arts* e le musiche e, soprattutto, organizzano esposizioni, installazioni e pubblicazioni. Si sono espressi in più occasioni anche tramite il video e il multidisciplinare.
- ¹⁸ L'affinità tra Caleca e Sottsass è durata per circa trent'anni fino alla scomparsa dell'architetto. Caleca ha raccontato durante l'intervista di diverse esperienze di vita personale in cui la fotografia ha permesso loro di intensificare l'amicizia: "Una volta abbiamo fatto un lavoro sulle città: Ettore si era recato in Canada e sud America, io invece ero partito dall'Egitto per arrivare fino alla Corea. Ci pensammo molto durante questo viaggio in solitudine, mentre cercavamo di dare vita a un racconto personale. Era bello sapere che in contemporanea dall'altra parte del mondo c'era qualcuno che stava facendo la stessa cosa. Al rientro ci confrontammo selezionando insieme le immagini. Questi viaggi-reportage avevano coinvolto altri fotografi, come *quest star* c'era stato Helmut Newton" (Caleca, 2017).
- ¹⁹ Giovanni Orlandi (a cura di) (2003), *Miro Zagnoli: fotografie*, Abitare Segesta, Milano, p. 112.
- ²⁰ L'interesse comune per le avanguardie artistiche e la relativa fenomenologia, aveva portato Zagnoli insieme a Santachiara e Rolando Gualerzi a fondare una rivista intitolata *Scade II*, evidenziando appunto la transitorietà dei fenomeni espressivi d'avanguardia tanto incisivi quanto di durata limitata.
- ²¹ Si rafforzano dal momento che l'AFIP riuniva già fotografi operanti nel campo della moda, oltre che dell'industria e della pubblicità.

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 incontr
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 tabella

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 aggi
viene consultata dagli add
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
