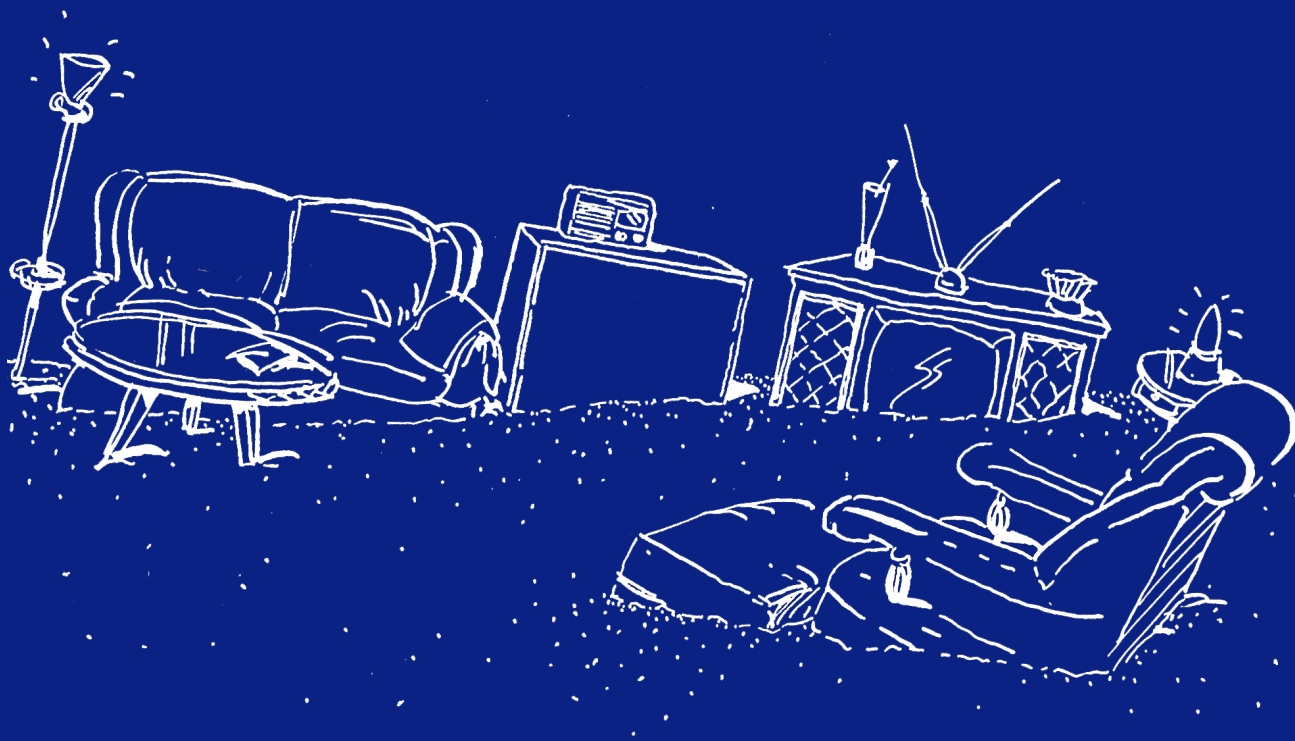


Ais/Design Journal

Storia e Ricerche



**DAL TELECOMANDO ALLA CITTÀ:
DESIGN E TELEVISIONE DALLE ORIGINI A OGGI**

AIS/DESIGN JOURNAL
STORIA E RICERCHE

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

VOL. 11 / N. 21
DICEMBRE 2024

**DAL TELECOMANDO ALLA CITTÀ:
DESIGN E TELEVISIONE DALLE
ORIGINI A OGGI**
**FROM THE REMOTE CONTROL
TO THE CITY: DESIGN AND
TELEVISION FROM ITS ORIGIN
TO THE PRESENT DAY**

a cura di Derrick de Kerckhove
e Gabriele Neri

ISSN

2281-7603

PERIODICITÀ

Semestrale

SEDE LEGALE

AIS/Design
Associazione Italiana
degli Storici del Design
via Candiani, 10
20158 Milano

CONTATTI

caporedattore@aisdesign.org



WEB

www.aisdesign.org/ser/

This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-
NonCommercial-NoDerivatives 4.0
International License.

Creative Commons NonCommercial-
NoDerivates 4.0 international License
(CC BY-NC-ND 4.0).

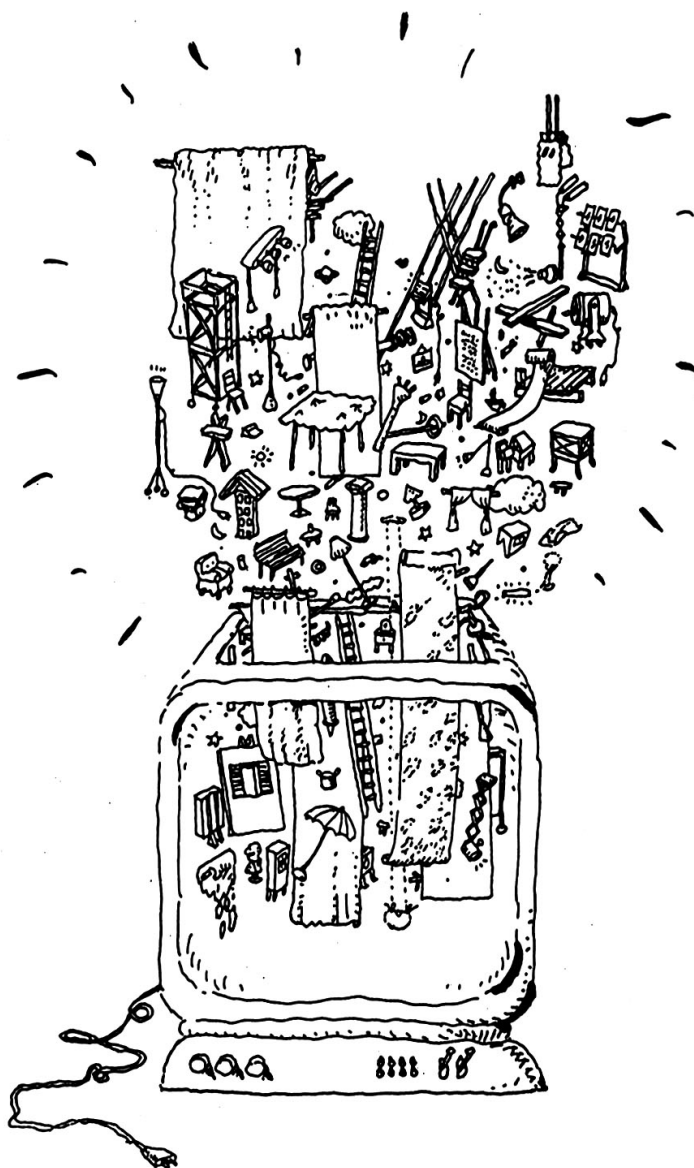
in copertina: Ugo La Pietra, *Design
italiano nelle sabbie mobili*, 1993

pagina successiva: Ugo La Pietra,
*Centrodestra. "Luminoso" design
televisivo*, 2000

quarta di copertina: Ugo La Pietra,
Casa Telematica, 1983

Ais/Design Journal

Storia e Ricerche



DIRETTORI

Giampiero Bosoni, Politecnico di Milano
Elena Dellapiana, Politecnico di Torino
Jeffrey Schnapp, Harvard University
direttore@aisdesign.org

COMITATO DI DIREZIONE

Imma Forino, Politecnico di Milano
Antonio Labalestra, Politecnico di Bari
Ramon Rispoli, Università degli Studi di Napoli Federico II
Marco Sironi, Università degli Studi di Sassari
Davide Turrini, Università degli Studi di Firenze
editors@aisdesign.org

COMITATO SCIENTIFICO

Giovanni Anceschi
Paola Antonelli, Dipartimento di Architettura e Design, MoMA, New York
Helena Barbosa, Universidade de Aveiro
Alberto Bassi, Università Iuav di Venezia
Giampiero Bosoni, Politecnico di Milano
Fiorella Bulegato, Università Iuav di Venezia
Maddalena Dalla Mura, Università Iuav di Venezia
Elena Dellapiana, Politecnico di Torino
Kjetil Fallan, University of Oslo
Silvia Fernandez, Nodo Diseño América Latina
Imma Forino, Politecnico di Milano
Antonio Labalestra, Politecnico di Bari
Grace Lees-Maffei, University of Hertfordshire
Priscila Lena Farias, Universidade de São Paulo
Fabio Mangone, Università Federico Secondo, Napoli
Jonathan Mekinda, University of Illinois at Chicago
Gabriele Monti, Università Iuav di Venezia
Ramon Rispoli, Università degli Studi di Napoli Federico II
Catharine Rossi, Kingston University
Susan Yelavich, Parsons The New School
Jeffrey Schnapp, Harvard University
Marco Sironi, Università degli Studi di Sassari
Davide Turrini, Università degli Studi di Ferrara
Carlo Vinti, Università di Camerino

GRAFICA

Francesco E. Guida, Politecnico di Milano
Marco Sironi, Università degli Studi di Sassari
Giacomo Girocchi, Politecnico di Torino
Sofia Cretaio, Politecnico di Torino

REVISORI

Giampiero Bosoni, Elena Dellapiana, Maria Teresa Feraboli, Ali Filippini,
Davide Fornari, Antonio Labalestra, Chiara Lecce, Sofia Nannini, Matteo
Pirola, Emanuele Quinz, Ramon Rispoli, Massimiliano Savorra

RINGRAZIAMENTI

Federico Brunetti

EDITORIALI	SALUTO DEL GRUPPO DI DIREZIONE	7
	DESIGN E TELEVISIONE, UN RAPPORTO DIALETTICO. DALLA FINESTRA AL MONDO, AL CUORE CULTURALE. Derrick de Kerckhove	9
	DAL TELECOMANDO ALLA CITTÀ: DESIGN E TELEVISIONE DALLE ORIGINI A OGGI Gabriele Neri	21
	DALLA CASA TELEMATICA AL NUOVO SPAZIO DOMESTICO Ugo La Pietra	28
<hr/>		
SAGGI	IL PROGETTO DELLA TELEVISIONE IN ITALIA Alberto Bassi, Marta Vitale	33
	TELEVISION VS INTERIORS Giampiero Bosoni	52
	THE GLASS HOUSE ON TV AND AS TV Beatriz Colomina	75
	INHABITING TELEVISION Mark Wigley	86
<hr/>		
RICERCHE	TOWARDS A BETTER TELEVISION. L'IMPATTO E IL RUOLO DELLA TV NEL DESIGN E NELLA CRITICA SOCIALE DI VICTOR PAPANEK, 1954-1970 Marco Manfra, Grazia Quercia	95
	L'INFLUENZA DEGLI AUDIOVISIVI SULL'IMMAGINE FEMMINILE. DAI CINEGIORNALI LUCE ALLE PUBBLICITÀ DI CAROSELLO (1930-1970) Federica Dal Falco, Raissa D'Uffizi	119
<hr/>		
MICROSTORIE	LA TV DA SFOGLIARE. IL TELEVIDEO COME APERTURA VERSO NUOVI SCENARI DIGITALI Ludovica Polo	145
	VIDEOGRAFICA TELEVISIVA DI SENSIBILIZZAZIONE SOCIALE. DAGLI ESORDI ALLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE RAI FERMATI: PENSACI UN MINUTO Vincenzo Maselli, Giulia Panadisi	162
	LE ANTENNE TELEVISIVE: OGGETTI TECNICI ALLA GRANDE SCALA Matteo Ocone	180
<hr/>		
ATLANTE	DESIGN IN TV: UN PRIMO ATLANTE DELLE TRASMISSIONI RAI (1956-2000) Federico O. Oppedisano, Sila Berruti	198
<hr/>		
BIOGRAFIE AUTORI		231

saggi

Il progetto della televisione in Italia

ALBERTO BASSI

Università Iuav di Venezia
bassi@iuav.it
Orcid ID: 0000-0002-6875-7937

MARTA VITALE

Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli"
Università Iuav di Venezia
marta.vitale@unicampania.it
Orcid ID: 0009-0008-2028-2937

La televisione è stata un artefatto centrale della modernità e il suo impatto socio-culturale si è riconosciuto anche nella nuova configurazione degli spazi abitati. In Italia, a partire dalle ricerche fra le guerre, l'apparecchio televisivo ha sviluppato una propria identità, consacrata negli anni Cinquanta e Sessanta, grazie alla eccellente collaborazione fra l'azienda Brionvega e l'architetto e designer Marco Zanuso.

Nella fase cruciale dell'avvio della globalizzazione, che coincide, non a caso, con l'approdo al potere del "signore delle televisioni" Silvio Berlusconi, il capitale e l'impresa hanno privilegiato la rendita rispetto al rischio di investimento sulla ricerca, con determinanti conseguenze per il Made in Italy, che hanno portato pure ad un omologato nuovo millennio "senza design". In questo contesto, la mostra "La Casa Telematica" del 1983 allestita da Ugo La Pietra alla Fiera di Milano rappresenta emblematicamente il design della televisione in Italia e, al contempo, ne dichiara la fine.

Television has been a central artefact of modernity and its socio-cultural impact has also been recognised in the new configuration of living spaces. In Italy, starting with the inter-war research, the television set developed its own identity, which was consecrated in the 1950s and 1960s thanks to the excellent collaboration between the Brionvega company and the architect and designer Marco Zanuso.

In the crucial phase of the onset of globalisation, which coincides, not by chance, with the coming to power of the 'lord of television' Silvio Berlusconi, capital and enterprise have privileged income over the risk of investing in research, with decisive consequences for Made in Italy, which have also led to a homologated new millennium 'without design'. In this context, the 1983 exhibition 'The Telematic House' by Ugo La Pietra at the Milan Trade Fair emblematically represents the design of television in Italy and, at the same time, declares its end.

PAROLE CHIAVE

product design, impresa, Brionvega, interior design, Ugo La Pietra.

KEYWORDS

product design, company, Brionvega, interior design, Ugo La Pietra.

“A meno di un miracolo, fra non molti anni, — ha scritto il filosofo Maurizio Ferraris nel 2008 — i televisori, questi oggetti che hanno accompagnato, in Italia, più di mezzo secolo di storia, oggetti tanto importanti che nel parlare comune “televisione” indicava non solo la funzione, ma anche la scatola in cui si esercita, non ci saranno più, mangiati dai computer e dai telefonini, incorporati in altre scatole più potenti, più sottili, più piccole, più grandi” (Ferraris, 2008 p. 212).

La televisione è stata un artefatto centrale della modernità, sia dal punto di vista dell’architettura tecnico-formale-funzionale-semiotica, sia per il suo impatto socio-culturale, riconoscibile anche in una nuova configurazione degli spazi, dall’abitare alla città.

In Italia, in particolare, a partire dalle ricerche fra le guerre, l’apparecchio ha sviluppato una propria identità morfologica, consacrata negli anni Cinquanta e Sessanta, grazie, fra l’altro, alla eccellente collaborazione fra l’azienda Brionvega e l’architetto e designer Marco Zanuso e alla transizione verso un modello scultoreo-portatile da *plastic age post-transistor*, che si avvia oggi verso un declino significativo, che non riguarda solo il totem-icona televisione, ma, più in generale, sembra rappresentare la crisi del dialogo progettuale fra l’oggetto tecnico e la cultura del design.

I “bruni” fra le guerre: impresa e cultura del progetto

La radio e il televisore sono stati classificati *elettrodomestici bruni* per aver adottato, al principio della loro storia industriale — come estetica e possibilità realizzativa economica-industrializzata di carrozzeria — la marrone o scura bakelite, allo scopo di rendere praticabile l’inedita configurazione *free-standing* e conferire all’oggetto tecnico dignità morfologica d’arredo, uscendo dai cabinet in legno che, per lungo tempo, li avevano ospitati.

La storia degli strumenti per la riproduzione del suono e dell’immagine poi, come pure la ricerca di una forma utile e necessaria per la realizzazione standardizzata, ha un percorso originale e innovativo in Italia, che si esplicita, già negli anni fra le guerre mondiali, con aziende come Radiomarelli, Ducati o Phonola; emblematica la *radio 5 valvole* di Luigi Caccia Dominioni, Livio e Piergiacomo Castiglioni del 1939, antesignana di possibilità seriali, produttive, industriali e di design che passeranno al settore televisivo. Naturalmente è un dato storico la relazione fra lo sviluppo degli apparecchi e la rilevanza della comunicazione e della propaganda del Regime Fascista, nonché il conseguente sostegno alle industrie produttrici.

Con l’Italia ormai prossima alla guerra, la VII Triennale di Milano del 1940 vede — oltre alla prima fondativa *Mostra della produzione in serie*, curata da Giuseppe Pagano — una serie di esposizioni sul design, dalla comunicazione

Fig. 1 – Maioli Mario e Spadolini Pierluigi, televisore a gettoni Radiomarelli [prototipo eseguito da Giovanni Sacchi], in Triennale di Milano (1964). Tredicesima Triennale di Milano: Tempo libero: Esposizione internazionale delle arti decorative e industriali moderne e dell'architettura moderna: Palazzo dell'Arte al Parco, Milano, 12 giugno-27 settembre 1964. Milano: Arti Grafiche Crespi.

Fig. 2 – Pierluigi Spadolini, televisore Movision RV 126, Radiomarelli, 1956. Università Iuav di Venezia - Archivio Progetti, Fondo Giorgio Casali.

visiva all'apparecchio radio, dove gli architetti del 5 valvole richiamano l'attenzione su innovative ricerche tecniche e formali (Bassi, 2014, p. 72). Alla Radiomarelli di Sesto San Giovanni, *la città delle fabbriche* al confine con Milano, nascente cuore propulsore produttivo, distributivo, commerciale e comunicativo del sistema manifatturiero italiano (Bassi, 2000), già prima della Seconda guerra mondiale si sviluppano ricerche sugli apparecchi televisivi¹, la cui produzione in serie riceverà un impulso decisivo nel 1954 con l'avvio delle trasmissioni della RAI-Radiotelevisione Italiana.

In relazione a differenti possibili declinazioni commerciali — oltre l'uso privato che si realizzerà compiutamente in seguito — proprio Radiomarelli sperimenta, al principio degli anni Cinquanta, una destinazione pubblica con uno scultoreo-organico televisore su colonna, disegnato da Pierluigi Spadolini, che in quegli anni, assieme a Mario Maioli, collabora con l'industria sestese, e il cui modello a scala reale fu realizzato da Giovanni Sacchi, "modellista per l'architettura e il design", destinato a lavorare con i maggiori progettisti italiani (Figg. 1-2). Pensato per un uso pubblico, come per i juke-box, era previsto un utilizzo previo inserimento di una moneta o di un gettone².



I televisori del boom economico

Nel secondo dopoguerra trovano concretezza le premesse gettate precedentemente sul ruolo e sulla pratica del disegno industriale in Italia e gli anni Cinquanta rappresentano il momento della piena consapevolezza, teorica e pratica, della diffusione e dell'affermazione qualitativa e quantitativa: la società, la cultura, l'economia e la produzione riprendono progressivamente vigore e un nuovo mercato si presenta di fronte all'industria, che sente la necessità di riprogettare o progettare ex-novo diverse tipologie di artefatti e di comunicarle adeguatamente.

Nascono allora nuove imprese, in relazione alla trasformazione della società e dei suoi consumi e alle possibilità offerte dal boom economico. Le aziende — sia quelle storiche (in particolare, quelle legate alla metallurgia e alla meccanica, anche di precisione) che quelle di nuova costituzione (ad esempio, molte nel settore dell'arredamento, dell'illuminazione o del casalingo) — assecondando un'attitudine alla ricerca e all'innovazione, costruiscono nuovi mercati dei consumi con rinnovati prodotti, con cui intendono raccontare una concezione moderna del vivere, di frequente segnata anche da una tensione etica e democratica di concreto intervento e miglioramento dentro la società.

All'interno o a fianco della maggior parte delle imprese, assieme ai fondamentali uffici tecnici di ricerca o stile, opera la generazione, formatasi fra le guerre, di designer, architetti, ingegneri o artisti, che vedono la possibilità di introdurre migliorie e cambiamenti nella vita delle persone progettando oggetti d'uso quotidiano, siano essi di produzione seriale, pezzi unici o a tiratura limitata. La pluralità dei percorsi realizzativi, oltre che progettuali, comunicativi e distributivi, ha caratterizzato il modello italiano nei decenni e ancora oggi incoraggia designer da tutto il mondo a cercare in Italia la miglior *traduzione* produttiva per i propri progetti.

Per quanto riguarda l'apparecchio televisivo, questi anni vedono l'affermarsi di un filone più commerciale di produzione e progetto, legato in modo esplicito ai modelli americani e tedeschi, ma anche l'avviarsi — reso possibile dall'organizzazione produttiva di piccola serie peculiare del Made in Italy — di ricerche originali per soluzioni funzionalmente e linguisticamente sperimentali, ispirate alle morfologie organiche, di cui resta esemplare il modello *Phonola - FIMI 2118* (1956) degli architetti Sergio Berizzi, Cesare Buttè e Dario Montagni (Figg. 3-4). Su un carrello in metallo a quattro gambe con rotelle, sono montati separatamente cinescopio a transistor e un parallelepipedo in legno per i comandi, in una soluzione che distingue la visualizzazione dell'immagine e la "parte tecnica".

Nello specifico, nel campo degli apparecchi di riproduzione del suono o dell'immagine, oltre a Pierluigi Spadolini per Radiomarelli, ha operato con

Figg. 3-4 – Sergio Berizzi, Cesare Buttè e Dario Montagni, televisore Phonola- FIMI 2118 , 1956.



continuità Rodolfo Bonetto per Voxon, con televisori dalle forme organiche e materiali plastici. Entrambi i designer lavoravano attivamente anche nel settore dei mezzi pubblici e di trasporto. Dentro il Gruppo Zanussi, già Gino Valle lavorava per Rex, ma dal 1965, Gastone Zanello conferisce una forte identità al nuovo marchio Seleo, in una direzione proseguita poi, dagli anni Ottanta, da Roberto Pezzetta.

Designer per l'artefatto tecnico-meccanico

La fase di ricerca di forme *fifties* ha lasciato, dunque, presto il passo ad una più matura e strutturata, aprendosi a una nuova generazione di progettisti e imprese, che — nella consapevolezza dei limiti di questa sintesi — forniscono riscontro alla dicotomia dei percorsi storici fra progettisti, che si sono distinti fra designer che si sono occupati esclusivamente d'arredo e designer che hanno progettato sia oggetti tecnico-meccanici, sia per il settore del mobile. Tale semplificato distinguo merita di essere introdotto per provare ad aprire il dibattito disciplinare attorno a direzioni di ricerca e pratica più articolate e plurali sul design italiano, troppo spesso ricondotto soprattutto all'arredo o alle arti decorative, sebbene esista una largamente inesplorata varietà di declinazioni e culture del progetto, i cui percorsi ed esiti attendono indagine storico-critica e valorizzazione. La riflessione si collega con la questione di

una visione degli storici della storia del design, nella quale è difficile immaginare di approdare a letture ampie e interdisciplinari, per quanto riguarda ambiti e strumenti di conoscenza, in assenza di percorsi di formazione specifici e aperti che considerino assieme all'autore, o meglio al team work (ma già qui si aprirebbero delle problematiche argomentazioni), le condizioni culturali, tecniche, sociologiche, imprenditoriali, produttive, distributive, comunicative etc. In questa direzione è fondamentale guardare a metodologie di ricerca e pratiche di *design histories*, aperte a interdisciplinarietà, lettura contestuale e integrale-integrata, senza mutuare impostazioni, legittime in altri ambiti disciplinari, ma in questo caso parziali e fuorvianti³.

Dentro il design italiano si sono sviluppati storicamente vari filoni di cultura progettuale, legati a differenti figure professionali, quali imprenditori-progettisti, ingegneri, artisti, tecnici attivi all'interno degli uffici stile o ricerca e sviluppo delle aziende, architetti e giovani designer, formati in una scuola d'arte o tecnica e più di recente, dentro lo specifico percorso universitario. Per quanto riguarda i designer si possono identificare alcune loro modalità prevalenti di occuparsi di artefatti. Per molti, l'intervento si inserisce dentro un approccio "totale" e unitario, che storicamente è stato collegato all'architettura, dentro cui si declina anche il disegno di arredi o oggetti d'uso, perlopiù domestici. Anche quando non esiste un legame diretto con l'architettura, in modo assolutamente legittimo, tende a prevalere una logica "compositiva" o "espressiva" che pone estrema attenzione alla qualità estetica, al disegno e al dettaglio esecutivo, mentre si riserva minor interesse al confronto — *lato sensu* — "economico" con la produzione, con le questioni tecnico-funzionali-fruibili oppure relative al ciclo di vita del prodotto.

L'affermarsi in tutto il mondo e anche in Italia, a partire dagli anni fra le guerre, della teoria e della pratica specifica dell'*industrial design* e dell'esecuzione in relazione alle differenti possibilità delle produzioni in serie (grande, media, piccola), ha spinto alcuni progettisti ad operare in modo differente: da una parte con un'attenzione al design come modalità di intervento globale (dall'idea alle esigenze dell'utente, alla gestione complessiva del prodotto), dall'altra con uno sguardo ampio alle tipologie, affiancando all'arredamento ambiti differenti, dall'oggetto tecnologico ai mezzi di trasporto. Questa seconda direzione in Italia è stata praticata fra i primi da Giuseppe Pagano, architetto, direttore di Casabella, progettista dell'elettrotreno *ETR200* (Breda, 1936) e curatore della *Mostra della produzione di serie* (Triennale di Milano, 1940), la prima esposizione dedicata all'*industrial design* e proseguita nel dopoguerra — solo per fare alcuni esempi — da progettisti come Gino Valle, che ha collaborato con aziende di elettrodomestici, come Rex dentro il gruppo Zanussi, di tecnologie per la comunicazione, come

Solari, o di arredi per comunità a elevato grado di industrializzazione realizzativa, come Fantoni; oppure Joe Colombo, attento alle tecnologie e alla produzione seriale dell'oggetto o i fratelli Pier Giacomo e Achille Castiglioni, designer dell'arredo e dell'illuminazione ma anche per Brionvega.

E poi ancora, oltre ai citati Spadolini, Bonetto, Pezzetta, in un elenco parziale ancora tutto compiutamente da scrivere, merita di essere menzionato Mario Bellini, designer di macchine da calcolo e computer per Olivetti, di automobili e televisori per Brionvega, un'azienda che nel tempo ha costituito un riferimento costante nel settore.

Un caso paradigmatico: Marco Zanuso e Brionvega

Nel 1945 a Milano Giuseppe Brion aveva fondato la ditta BPM per la produzione di componenti elettrici, orientandosi ben presto agli apparecchi radiofonici. I primi prodotti finiti risalgono all'inizio degli anni Cinquanta. La famiglia Brion, con Rina Brion che cura la parte commerciale e il figlio Ennio attivo fin dal decennio degli anni Sessanta, accosta fin da principio l'interesse per il design allo sviluppo delle tecnologie produttive, con la volontà di affrancarsi dalle tipologie tipiche della cultura tedesca e americana, allora dominanti. I primi contributi sono quelli di Rodolfo Bonetto (*Tv Cristallo*, 1960) e di Marco Zanuso; altri provengono, in quegli anni, da Franco Albini, Achille e Piergiacomo Castiglioni. Intorno al 1970 inizia la lunga collaborazione con Mario Bellini e i suoi apparecchi, disegnati nell'arco di trent'anni, ricercano l'espressività da scultura: da *Aster 20* (1970) a *Monitor 15* (1978) a *Best e Quadro* (1990) fino a *Glass Cube* (1993) dalle pareti a specchio.

La figura di Marco Zanuso⁴ rappresenta quella di un designer compiutamente industriale. Il suo intervento progettuale si configura in un *unicum*, che spazia dalla prefabbricazione e industrializzazione edilizia, sviluppata in un rapporto dialettico con la pratica dell'architettura, dall'arredamento all'elettrodomestico, dall'oggetto casalingo alle attrezzature urbane e ai mezzi di trasporto, con prodotti di grande diffusione. Sono da ricordare la poltrona *Lady* (Arflex, 1951), il telefono *Grillo* (Siemens, 1966), la radio *TS 502* (Brionvega, 1965) e il televisore *Doney* (Brionvega, 1962), primo portatile a transistor — premiato con il Compasso d'Oro — ripensato con la distribuzione dei componenti in blocchi secondo le funzioni, per facilitare il processo di smontaggio e riparazioni; l'introduzione della miniaturizzazione dei circuiti ha consentito la trasformazione dell'apparecchio televisivo in oggetto portatile (Dorfles, 1971; Bassi, & Tedeschi, 2013).

Elemento innovativo e peculiare del progetto del televisore *Doney I* (1962) è lo schermo tondeggiante e inclinato (Fig. 5). Gli altri componenti, quali transistor, manopole, altoparlanti e trasformatori, si susseguono lungo il tubo

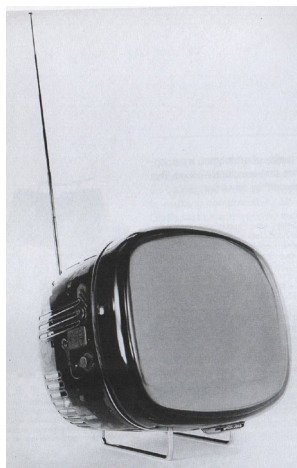


Fig. 5 - Marco Zanuso e Richard Sapper, televisore Doney 14, Brionvega, 1962, photo Oliviero Toscani, Milano (Archivio del Moderno - Fondo Marco Zanuso, Accademia di architettura, Mendrisio)

Fig. 6 - Marco Zanuso e Richard Sapper, visione esplosa delle componenti a circuiti integrati del televisore Doney 14, Brionvega, 1962. photo Mario Perotti (Archivio del Moderno - Fondo Marco Zanuso, Accademia di architettura, Mendrisio)

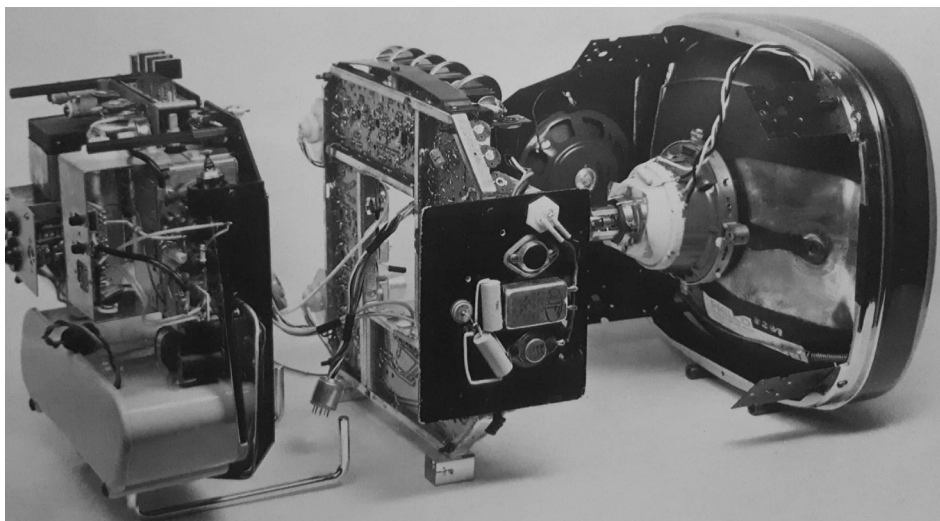


Fig. 7 - Marco Zanuso e Richard Sapper, televisore Algol 11, Brionvega, 1964. Università luav di Venezia - Archivio Progetti, Fondo Giorgio Casali.



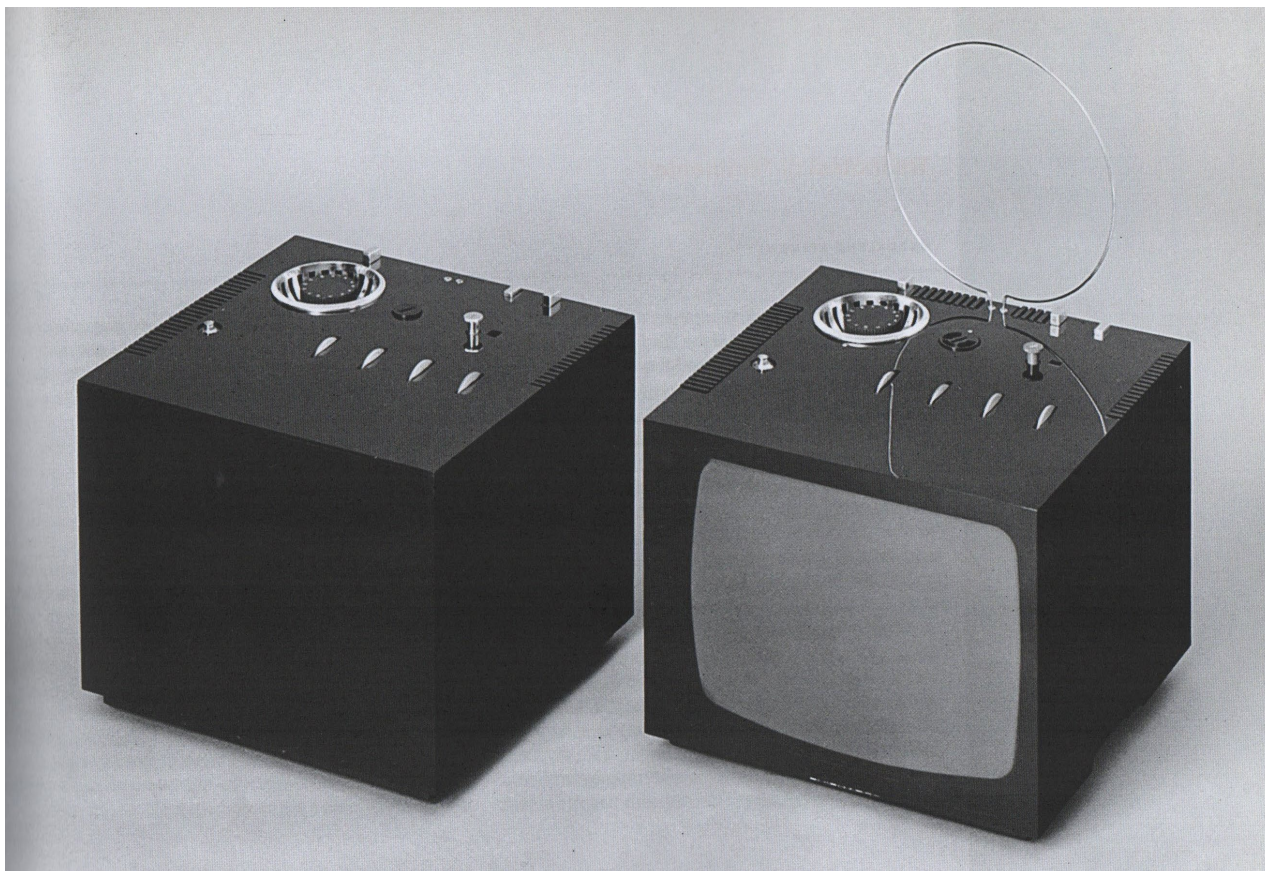
catodico rendendo la forma molto compatta (Fig. 6). La sua base — costituita da due pattini rialzati anteriormente e traslati verso il centro, che richiamano alla mente l'immagine di una slitta — direziona lo schermo verso lo spettatore; quest'ultimo domina la forma, superando la classica cornice tipica dei televisori dell'epoca. Algol non presenta dei supporti d'appoggio e si adagia morbidamente sulla superficie; per ragioni ergonomiche, l'angolo di inclinazione dello schermo è maggiore rispetto a quello di *Doney I* (Fig.7). Doney e Algol sono entrambi televisori portatili e pertanto sono dotati di un manico che ne consente la trasportabilità sia dentro che fuori casa. Il modello successivo, *Black*, risalente al 1969, rappresenta una rottura radicale con il passato (Fig. 8). Tutte le sue componenti sono disposte all'interno di un involucro

Fig. 8 - Marco Zanuso e Richard Sapper, televisore Black, Brionvega, 1969. Photo Aldo Ballo (Archivio del Moderno - Fondo Marco Zanuso, Accademia di architettura, Mendrisio)

di plastica nero, perfettamente cubico e dagli angoli spigolosi. L'oggetto esplicita la propria funzione solo al momento dell'accensione, poiché gli elementi tecnici non sono resi manifesti e il tubo catodico, che in Doney e Algol è perfino l'elemento che definisce la forma, qui scompare. Black, rispetto ai precedenti, non è stato progettato per essere spostato, bensì come oggetto di arredamento stabile e fisso all'interno dello spazio abitativo (Sumi, 2013, pp. 54-59).

Il lavoro di Zanuso è particolarmente rilevante, oltre che per gli esiti, per il metodo adottato, teso ad un approccio *globale*, sia dal punto di vista delle componenti progettuali prese in esame, sia degli elementi contestuali considerati, a cominciare dal ruolo attribuito agli aspetti produttivi e tecnologici. Tutto questo è reso possibile anche dal costante e propositivo dialogo con le imprese e con il complessivo sistema economico-sociale.

Proprio la possibilità di estensione appropriata a vasti ambiti di operatività, il necessario confronto con i contesti specifici, il ruolo strategico e ispiratore da giocare rispetto al sistema delle imprese, delle istituzioni e più in generale della società, meritano di tornare ad essere temi centrali del dibattito contemporaneo del design.



Anche in relazione alla potenzialità metaforica e simbolica insita nelle cose, va letto, inoltre, il significativo e anticipatorio contributo di Zanuso al serrato dialogo che la cultura del progetto può avviare con la ricerca scientifica e la tecnologia. I suoi oggetti tecnici si presentano come una straordinaria sintesi di possibilità e condizioni, a cominciare naturalmente da quelle di costruibilità.

A proposito dei vincoli culturali posti dal modello tecnico-scientifico dentro la società, l'economia e la cultura, la sua posizione è chiara: "il problema non è quello di rifiutare coscientemente o agnosticamente lo sviluppo tecnologico e scientifico, al quale peraltro non esistono alternative radicali credibili, quanto quello di riappropriarsi delle capacità di controllo a livello culturale e sociale delle tecnologie e delle scienze" (Zanuso, cit. in Grignolo, 2013, p. 274). Egli sostiene piuttosto la necessità di sostituire il concetto di cultura tecnocratica con quello di tecnologia colta, di passare "dalla visione meccanicistica a quella organicistica", cioè "di uscire dalla dimensione cartesiana per introdurre un sistema di rapporti più complesso, più difficile, più problematico ma forse anche più avventuroso", perché — sempre con le sue parole — "il vizio vero è la tecnologia dimezzata, cioè non portata alle sue conseguenze finali, che sono poi quelle liberatorie di ritorno alla natura e all'umanità" (Zanuso, 1988, pp. 17-20). La questione del rapporto fra artificio e natura, letto alla luce delle rinnovate potenzialità degli strumenti progettuali, a fianco e in relazione alla concreta prassi del design, configura un significativo lascito teorico: "l'unica possibilità di dare salvezza alla natura, quale garanzia della sopravvivenza del globo terrestre e dell'umanità, è quella di portare l'artificio alle sue conseguenze estreme" (pp. 17-20).

La crisi di un sistema progettuale, culturale e socio-tecnico

La direzione di sviluppo identificata del design italiano, a partire dal decennio degli anni Sessanta, è stata messa in discussione dal punto di vista ideologico e operativo, a causa di una lunga trasformazione, di un limitato rinnovo e di una progressiva difficoltà nel campo della manifattura e del progetto nel nostro Paese, almeno nelle modalità con cui si erano positivamente affermati⁵ e come esito di numerose altre condizioni.

Gli anni Sessanta sono stati segnati dal Pop design, cioè in sostanza, dopo il pulito e razionale *good design* forma-funzione, dalla ricerca di un nuovo linguaggio colorato e artificiale, innovativo nei materiali e nelle morfologie, in corrispondenza alle trasformazioni culturali e socio-tecniche.

Una parte minoritaria della cultura del design, come risultato del momento temporalmente esiguo del cosiddetto *Radical Design*, ha, invece, sostenuto — in relazione alla fase di intense e drammatiche lotte socio-culturali e

politiche — una direzione antagonista e antisistema, pienamente valorizzata da alcuni strumenti comunicativi, fra cui le riviste specializzate. Questa interpretazione e lettura della transizione storica degli anni Sessanta, ha incoraggiato una controversa via autoriale e/o decorativa, di progressivo disimpegno, negazione e fuga piuttosto che di praticabile confronto, obbligatoriamente riformistico e critico, rispetto alle dinamiche reali dell'evolversi delle espressioni della cultura materiale, nonché delle logiche di ricerca e sperimentazione del design come innovazione⁶. Nei decenni successivi tale atteggiamento è transitato in una teoria-pratica “debole e diffusa” e nella sostanziale assenza di una dimensione operativa di progetto critico, in particolare, nei confronti delle dinamiche complesse collegate alle evoluzioni tecnologiche. *Doney* e *Algol*, non diversamente dagli scooter, dalla *Cinquecento* di Dante Giacosa o dalle sportive Alfa Romeo dei car designer Pininfarina o Bertone, hanno costruito l'immaginario ampio e democratico di un *Italian way of life* che affermava, con un linguaggio identitario, una nuova società e generazione di consumatori.

Alla fine degli anni Settanta, a chiusura degli “anni di piombo” caratterizzati da una esasperata conflittualità socio-politica, il *design d'immagine e/o di carta*, teorizzato e ideologicamente sostenuto in una velleitaria chiave antindustriale e anticapitalistica, si è reso manifesto attraverso la parentesi ludico-rassereneante di Alchimia e Memphis, passando per una rinunciataria posizione “debole” oppure di nostalgia decorativa, per evolvere nell'accomodante star-system funzionale al mercato negli anni della “Milano da bere”. Si tratta di un percorso in sostanza di auto-esclusione rispetto a una dialettica che riconosce al design un ruolo di indirizzo e regia, di costruzione di immaginari potenti ma anche di significati critici, rispetto alle trasformazioni del mondo, all'evoluzione del sistema del capitalismo finanziario e delle “ideologie” tecno-scientifiche.

Il sociologo Mauro Magatti ha argomentato in modo critico attorno alla libertà demagogico-immaginaria del capitalismo tecno-nichilista. Vale a dire che gli accadimenti legati a progetto e produzione, inteso in un'accezione ampia che va dall'oggetto tecnico all'*automotive*, dall'abitare alle differenti forme di declinazione della progettazione visiva, dai servizi al digitale e all'immateriale, hanno privilegiato, in modo particolare, le possibilità e gli strumenti delle cosiddette tecno-scienze, attive dentro logiche performative e di esibizione e modalità di *fare per fare*, in sostanza organiche e funzionali al sistema capitalistico-consumistico. Sono stati prioritari il consumo, il possesso, la performance e la velocità, anche come forme privilegiate di realizzazione del sé attraverso *l'agire e/o apparire per esistere*.

In particolare, nel nostro Paese sono venute a mancare le possibilità, per

designer e impresa, di spendere un ruolo rilevante nei settori a tecnologia avanzata che hanno caratterizzato la fine del vecchio millennio e l'avvio del nuovo e di identificare una vocazione specifica di progetto *human driven*, di cura delle persone e del pianeta.

All'interno delle numerose competenze che contribuiscono alla determinazione delle caratteristiche di un oggetto-sistema-servizio, si è affermata allora una parziale e limitante lettura del design, subordinata alle esigenze del mercato e all'impresa, con la scelta conseguente e obbligata del "nuovismo" a tutti i costi, in risposta alle presunte richieste del consumo, o dell'extravaganza, in funzione comunicativa-autocelebrativa per designer/impreses/brand.

A fronte di una riconosciuta centralità e accresciuta notorietà, per il design sembra essersi verificata un'equivoca sostituzione dei mezzi con i fini, combinata, inoltre, con l'erosione di spazi teorico-operativi, assorbiti frequentemente da altre forme del sapere: il disegno fatto coincidere con il design; il marketing divenuto *design thinking*; il "progetto per funzionare" dell'ingegnere confuso con il "progetto per usare" del designer, fino all'omnicomprensivo e neutralizzante "tutto è design" e tutti siamo designer⁷.

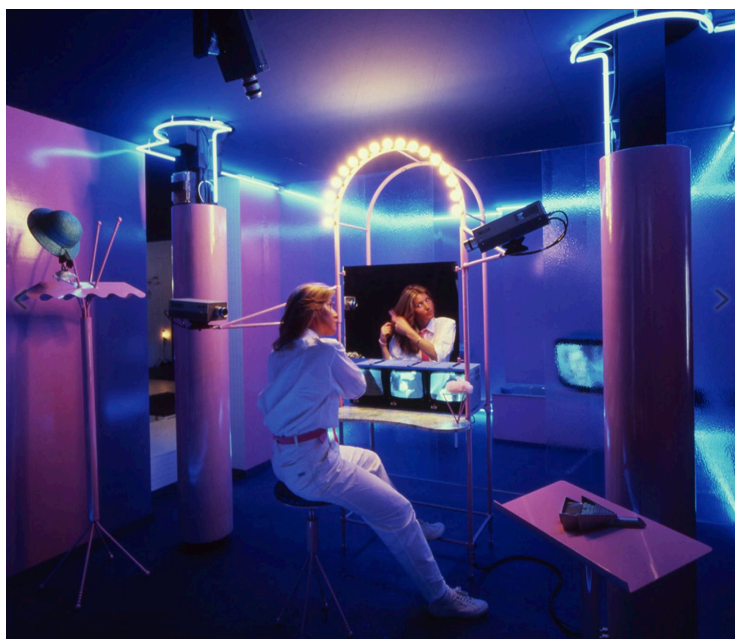
"Design diffuso" ha voluto dire — mischiando esperti e dilettanti — confondere il fare disciplinare e disciplinato del progetto, rispondente a un compito, con il libero, liberatorio e liberato, per quanto certo legittimo, *Do It Yourself*. Inoltre, il consolidarsi storico di un design (e pensiero) debole ha ridotto la capacità di resistenza e di intervento critico, in favore di una accomodante resilienza; tale passività e sudditanza rispetto ai sistemi economici e ideologici dominanti non ha riguardato solamente la cultura del progetto.

La Casa Telematica e la fine dell'oggetto icona

La mostra "La Casa Telematica" di Ugo La Pietra del 1983 alla Fiera di Milano è emblematica rispetto al tema della televisione in Italia e ne rappresenta, al contempo, la fine dal punto di vista del design, nonché metaforicamente della possibilità — come era successo in passato — di costruzione, attraverso il medium-televisione, di una identità linguistico-culturale che non fosse quella scomposta e ignorante dei decenni successivi (figg. 9-10).

La visionaria progettualità di La Pietra esaspera la centralità fisico-culturale acquisita dall'oggetto televisione facendone il riferimento dell'organizzazione spaziale domestica.

L'architetto milanese, peraltro — come pure altri designer, quali Bruno Munari — si è avvalso dello strumento cinematografico per indagare il campo dell'architettura e soprattutto del design, e ha espresso la sua riflessione critica e ironica sulla città e gli spazi destinati alla cultura, attraverso la sperimentazione filmica (Di Martino, 2011, pp. 69-72).



Figg. 9-10 - "La Casa Telematica", mostra a cura di Gianfranco Bettetini con la collaborazione di Aldo Grasso e Ugo La Pietra. Allestimento di Ugo La Pietra. Fiera di Milano, 1983. Toeletta e soggiorno. Courtesy Ugo La Pietra.

La costruzione dei luoghi dell'abitare, dallo stato dell'arte, risulta storicamente orientato, attorno all'oggetto-totem, che diveniva catalizzatore di attenzione, parole e significati e consentiva l'aggregazione e lo sviluppo di modelli relazionali *human centered*; col tempo l'individualità ha sostituito, suo malgrado, la collettività e il dialogo fra uomo e televisione è divenuto totalizzante replicandosi nel rapporto tra uomo-computer e uomo-smartphone. Mentre negli stessi anni ricerca, impresa e design nel mondo si orientavano audacemente nella direzione di dispositivi tecnici — prima meccanici ed elettronici, poi digitali — ad uso strettamente individuale, di cui l'antesignano *Walkman Sony*, prodotto in Giappone nel 1978 costituisce un celebre esempio, in Italia questo non avveniva a causa di una mancanza di competenze tecnologiche, di una superficiale attenzione nei confronti dell'innovazione tipologica da parte della nuova generazione di imprenditori e progettisti (basti pensare che nel 1978 Alessandro Mendini realizzava la pluripubblicata poltrona *Proust*), nonché di una grave assenza di strategia e politica industriale. L'evoluzione oggettuale-tecnologica dei decenni successivi vede, infatti, venir meno il ruolo della manifattura e del design italiano, esclusi dalla fase della rivoluzione tecnologica dell'elettronica, poi informatica e digitale. Per quanto riguarda il rapporto fra l'oggetto e l'evoluzione della televisione insieme agli spazi dell'abitare, meritano di essere segnalate almeno altre due tappe finali; la prima si lega al design di Antonio Citterio per *Metropolis*, Tisettanta (1984), una libreria multifunzione che integra, progettualmente e deliberatamente, dentro un componente d'arredo, la televisione, nascondendola

e recuperando una dimensione di interno senza l'oggetto attorno cui tutto deve ruotare e organizzarsi. Si tratta di una dimensione di presenza-assenza *obbligatoria*, fra l'altro in relazione all'evoluzione degli interni domestici verso il paradigma *open-space*, cucina-pranzo-soggiorno, che si andava affermando.

Definitivo e simbolico passaggio verso l'estinzione della forma specifica è stato il *Serif* (1998), disegnato dai fratelli Ronan e Erwan Bouroullec e che, più che una televisione, può considerarsi un oggetto d'arredo, in grado di riassumere la seguente comunicazione pubblicitaria: "elegante e dalle forme vintage, il TV è caratterizzato da un'unica cornice monocromatica, cui è possibile abbinare gambe aggiuntive per consentire un utilizzo stand-alone. Il nome, scelto dai due designer, deriva dal profilo che riprende la sagoma della grazia del carattere tipografico Serif". Dunque, sintetizza insieme un linguaggio retrò e riferimenti figurativi, secondo le modalità classiche del *design della memoria* che hanno caratterizzato le ricerche formalistiche degli ultimi decenni. L'evoluzione tecnologica della televisione è legata all'avvento degli schermi a cristalli liquidi, foriera di significative riduzioni dimensionali e di ingombri tecnologici, e allo stesso tempo, paradossalmente, alla massiccia diffusione di maxischermi, legati alla performatività qualitativa della riproduzione d'immagine nonché alla riproposizione di rinnovate forme di socialità e condivisione. Così oggi, nell'ambiente domestico, l'oggetto-televisione, che è stato traccia di una trasformazione del contesto sociale e temporale, si è oggi sostanzialmente estinto o è divenuto un cimelio da collezione. È la fase conclusiva di un oggetto-icona, comune anche ad altri artefatti storici, che ha portato, a causa dell'attuale mancata necessità della sua funzione, alla scomparsa della sua forma specifica, che è stata sostituita da *status-styles symbol* individuali, come computer e smartphone⁸. Come Marco Ferreri — regista e sceneggiatore milanese per il quale l'oggetto ha rivestito un ruolo fondamentale nel cinema — racconta nel suo film *Il seme dell'uomo* del 1969, oggetti come il famoso televisore Brionvega, diventano resti della civiltà umana, raccolti dentro un museo (Di Martino, 2011, pp. 146-147).

La fine del design dell'oggetto, sostituito dall'ostentazione performativa-accelerativa della tecnologia esibizionista, ha condotto, attraverso schermi piatti o iper-tech, al superamento della necessità artefattuale dedicata, verso l'inclusione del servizio, della funzione e del significato dentro altri dispositivi. La scatola televisiva — che delimitava la visione all'interno dello schermo — è stata sostituita da un'immagine espansa, facendo prevalere un differente concetto di spazialità" (p. 23).

Come oggetto ha finito per scontare il limite connesso ai modi dell'interazione, goffamente affrontato progettualmente in questi decenni con il ricorso a strumenti terzi o all'antiquato telecomando. Ma quella dei modi

dell'interazione con gli artefatti tecnici, superando la chiave puramente meccanica — “schiaccio un pulsante” — resta una questione centrale che fatica ad essere affrontata da un mercato conservatore, in sostanza “senza design”, almeno per quanto riguarda la possibilità di un confronto con le problematiche centrali del progetto contemporaneo (nuovi sistemi di valori e target, energia, circolarità, utenza ampliata, ecc.).

Assieme all'oggetto fisico è venuto poi a mancare il ruolo culturale e formativo della televisione a fronte della dimensione diffusa e moltiplicata delle forme della connessione digitale e delle informazioni, se non della conoscenza. La televisione ha perso, dunque, il ruolo di costruttore dell'opinione pubblica e di mediatore critico-divulgativo dei saperi.

Alla fine degli anni Ottanta, nella fase cruciale dell'avvio verso la globalizzazione, che coincide non a caso, in l'Italia, con l'approdo al potere del “signore delle televisioni” Silvio Berlusconi, il capitale e l'impresa — in evidente assenza di una politica industriale, se non nella chiave assistenzialista degli incentivi — hanno privilegiato la rendita rispetto al rischio d'iniziativa⁹ con decisive conseguenze per il Made in Italy, avviatosi in sostanza senza design, inteso come innovazione, responsabilità sociale, cura di ambiente, cose e persone dentro il nuovo millennio.

Il celeberrimo monologo televisivo berlusconiano contro la magistratura italiana, immortalato nel film *Aprile* (1998) di Nanni Moretti, a fronte di una silente-complice opposizione nonché in assenza di alcuna mediazione giornalistica, che il regista-attore, in qualità di spettatore, tenta disperatamente di contraddire, rappresenta perfettamente e simbolicamente il venire meno della dimensione democratica e della *funzionalità* stessa del mezzo (in particolare pubblico) che rinuncia alla dialettica conoscitiva e formativa a favore della propaganda politica, aziendale o personalistica.

Il mito del “quarto potere”, assieme al medium principe per almeno un cinquantennio della tivù, è naufragato dentro la bassa definizione dell'informazione e della conoscenza digitale, nell'interessato elogio diffuso del diletterismo piuttosto che delle competenze. *Infotainment* e *gaming* hanno surclassato l'oggetto-funzione televisione.

La cultura del progetto dovrebbe allora forse interrogarsi sul presente e il futuro della società dopo “il grande fratello della televisione” e cercar di comprendere cosa sono diventati e come possono ancora mutare i nostri spazi della vita quotidiana nell'era post-televisiva. Se questo medium costituiva un simulacro di socialità e potenzialità aggregante, il design, nella veste di costruttore di senso e nuovi valori, quali forme, strumenti e oggetti può progettare per una nuova convivialità, oltre il solipsismo individualistico della *personal technology* contemporanea?

Il ruolo possibile del design

Il design è stato fortemente segnato dalla diffusione di dematerializzazione, digitalizzazione e virtualizzazione, che hanno portato ad una mutazione genetica degli oggetti e dei servizi¹⁰, attraverso la miniaturizzazione delle componenti, l'integrazione delle funzioni, fino alla totale scomparsa di fisicità. Il suo panorama è caratterizzato, da un lato, dalla presenza di anonimi super-oggetti¹¹ o di non-cose¹², come i prodotti tecnologici (ad esempio gli *smartphone*), assieme potenti e impattanti, oppure dalla *forma* ineffabile delle informazioni, dall'altro dai servizi e modi dell'accesso (*internet* o *sharing*). Si tratta di un processo di costruzione valoriale che supera i criteri consolidati di riconoscibilità, come la firma di un autore, la costruzione di immaginario e la capacità di identificazione iconica, che avevano nel tempo caratterizzato il modello italiano.

Prodotti, merci e artefatti contemporanei sono piuttosto *opere aperte*, cioè contengono e generano contenuti non sempre definibili a priori. Allo stesso tempo sono *opachi*, senza più la riconoscibilità dei propri meccanismi di funzionamento e a *bassa definizione*¹³, con contenuti e identità visivo-formale imprecisa e ambigua; al contempo sono però densi, dunque in grado di ricoprirsi di una stratificazione di significati e valori.

Il tema dell'innovazione scientifica e del trasferimento tecnologico, come fattori primari e assoluti per affrontare e gestire la condizione attuale, risultano connotati in una modalità che non è improprio definire *ideologica*, resistente a qualunque dialettica e confronto. Si tratta di un approccio verticalizzato, iperspecialistico, univoco e lineare che prospetta soluzioni unicamente *sviluppiste*, tecno-salvifiche *chiuse* di fronte a problematiche aperte, complesse, fluide e imprevedibili necessitanti piuttosto di approcci integrati e integrali, forniti da più saperi, competenze e discipline.

A questo punto merita una riflessione — che apre alla dimensione, forse peculiare per il design, di costruzione collettiva di significati e relazioni umane, di ritualità e immaginari — la permanenza della televisione e/o del grande schermo nella dimensione dei riti collettivi, come quello di guardare in compagnia il Festival di Sanremo, una partita di calcio, un evento culturale, una ricorrenza religiosa o sociopolitica.

Per un lungo periodo la televisione — come oggetto e come medium — ha alimentato modalità relazionali familiari-amicali, che recuperavano ritualità collettive e condivise. In qualche modo, sembra riproporsi oggi una delle opportunità originarie del mezzo, e in generale, delle tecnologie, cioè quella di un uso comune e collettivo, oltre la privatizzazione nell'utilizzo individuale, realizzata nell'interesse dei sistemi economici e del *capitalismo della sorveglianza*. In realtà, la costruzione di significati comunitari e sociali e di strumentalità

compiutamente di servizio, sembrano essere la vera occasione, oltre la tirannia ideologica delle tecnoscienze e del mercato, perché il design possa spendere un ruolo identitario. Si tratta di un percorso ampiamente avviato con i paradigmi *open, crowd, sharing*, potenzialmente rivoluzionari per la dimensione individualista e della proprietà privata, ma in verità già largamente *neutralizzati* dalle *Big Tech* dell'informatica, del digitale e di internet. In queste condizioni e contesti, dopo la crisi dell'oggetto come icona — compreso lo strumento di riproduzione delle immagini un tempo chiamato televisione — il design ha la necessità di tornare a progettare nuovi significati, immaginari, simboli, desideri, anche in chiave politica, etica e sociale. Parafrasando il Moretti di *Aprile*: "Design reagisci, dà qualcosa; dà una cosa di sinistra; dà una cosa, anche non di sinistra, di civiltà, dà qualcosa; reagisci". Su maxischermo.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- ALESSI, C. (2018). *Le caffettiere dei miei bisnonni: La fine delle icone del design italiano*. Torino: UTET; Milano: DeA Planeta libri.
- BASSI, A. (2000). Sesto produce: Cultura del progetto nell'industria a Sesto San Giovanni. in RIGO, G. (a cura di). (2000). *ANNALI 5. STUDI E STRUMENTI DI STORIA CONTEMPORANEA*. Milano: Franco Angeli. pp. 97-137.
- BASSI, A. (2003). SUPERSTUDIO SUPER-DESIGN. *LUK*, pp. 23-28
- BASSI, A. & TEDESCHI, L. (a cura di). (2013). *MZ Progetto integrato: Marco Zanuso design, tecnica e industria*. Catalogo della mostra 9-30 aprile 2013. Cinisello Balsamo: Mendrisio Academy Press SilvanaEditoriale.
- BASSI, A. (a cura di). (2014). La "Mostra internazionale della produzione in serie" di Giuseppe Pagano (VII Triennale, 1940): Contesto e preparazione della prima esposizione di design in Italia". *AIS/Design. Storia e Ricerche*, 2 (3), pp. 72-84.
- BASSI, A. (2017). *Design contemporaneo: Istruzioni per l'uso*. Bologna: Il mulino.
- BASSI, A. (2018). Storia della cultura materiale, design histories, progetto "senza aggettivi". in Bulgarelli, M., De Rosa, A. & Marabello, C. (Cur.). (2018). *Utilità e danno della storia*. Venezia: DCP/IUAV; Milano; Udine: Mimesis.
- BASSI, A. (2019). Storici del design: memoria e destino. *Studi e ricerche di storia dell'architettura*, 3(5), pp. 84-85.
- BETTETINI, G., GRASSO, A. & LA PIETRA, U. (a cura di). (1983). *La casa telematica*. Milano: E.A. Fiera internazionale: Società editrice Kata.
- BODEI, R. (2010). *La vita delle cose*. (4. ed.). Roma; Bari: GLF editori Laterza.
- BOSCO, A. (2016). Giovanni Sacchi e il progetto partecipato. *AIS/Design. Storia e Ricerche*, 4 (7), pp. 77-90.
- CENTROKAPPA. (a cura di). (1980). *Il Design italiano degli anni '50: A cura del Centrokappa*. Milano: Editoriale Domus.
- DE GIORGI, M. (a cura di). (1999). *Marco Zanuso architetto*. Milano: Skira.
- DI MARINO, B. (2011). *Film oggetto design: La messa in scena delle cose*. Milano: Postmediabooks.
- DORFLES, G. (1971). *Marco Zanuso designer*. Roma: Editalia.
- FERRARIS, M. (2008). *Il tunnel delle multe: Ontologia degli oggetti quotidiani*. Torino: Einaudi.
- ZANUSO, M. (2013). Il dibattito architettonico in Italia nel primo dopoguerra, fra Modernismo e ricostruzione. in Grignolo, R. (a cura di). (2013). *Scritti sulle tecniche di produzione e di progetto: Marco Zanuso*. Cinisello Balsamo: SilvanaEditoriale; Mendrisio: Mendrisio academy press: Archivio del moderno, Accademia di architettura, Università della Svizzera italiana.
- FLUSSER, V. (2003). *Filosofia del design*. Milano: Bruno Mondadori.
- GALLINO, L. (2006). *La scomparsa dell'Italia industriale*. (5. ed.). Torino: Einaudi.
- HAN, B. (2022). *Le non cose. Come abbiamo smesso di vivere il reale*. Torino: Einaudi.
- ZANUSO, M. (1988, Gennaio). Marco Zanuso: Portare l'artificio alle sue conseguenze estreme, intervista con V. Magnano Lampugnani. *Domus*, 690, pp. 17-20.
- MAGATTI, M. (2009). *Libertà immaginaria: Le illusioni del capitalismo tecno-nichilista*. Milano: Feltrinelli
- MANTELLINI, M. (2018). *Bassa risoluzione*. Torino: Einaudi.
- MANZINI, E. (2015). *Design, when everybody designs: An introduction to design for social innovation*. Cambridge (Mass.); London: The MIT Press.
- PAPI, F. (2006). *Il lusso e la catastrofe*. Como-Pavia: Ibis.
- PERNIOLA, M. (2015). *L'arte espansa*. Torino: Einaudi.
- PIERANTONI, R. (1998). *Verità a bassissima definizione. Critica e percezione del quotidiano*. Torino: Einaudi.
- RICOLFI, L. (2019). *La società signorile di massa*. Milano: La nave di Teseo.
- SORESINI, F. (2003). *Le origini della televisione in Italia*. Milano: Associazione Italiana Radio d'Epoca.
- SUMI, C. (2013). Forma e percezione: i televisori Doney, Algot e Black per Brionvega. in Bassi, A. & Tedeschi, L. (a cura di). (2013). *MZ Progetto integrato: Marco Zanuso design, tecnica e industria*. Catalogo della mostra 9-30 aprile 2013. Cinisello Balsamo: Mendrisio Academy Press SilvanaEditoriale. pp. 54-65.
- VERDEGLIO, D. (2003). *La TV di Mussolini: Sperimentazioni televisive nel Ventennio fascista*. Roma: Cooper & Castelveccchi.
- ZURLO, F. (2012). *Le strategie del design: Disegnare il valore oltre il prodotto*. Milano: Libraccio.

NOTE

- ¹ Ne è un esempio il Magneti Marelli RV 175 del 1938 di Francesco Vecchiacci. In Italia la nuova tecnologia fu sviluppata a partire da metà degli anni Trenta da tre grandi aziende nazionali: la Magneti Marelli (sistema RCA), la Allocchio Bacchini (sistema Telefunken) e la Safar (sistema derivato dalla Telefunken e telepantoscopia). Si vedano Soresini (2003) e Verdegiglio, (2003).
- ² Si vedano Bosco (2016) e Centrokappa (1980).
- ³ Si vedano Bassi (2019) e Bassi (2018).
- ⁴ Rilevante, nello sviluppo di attitudini di intervento ad ampio raggio nel progetto degli oggetti, è stata la collaborazione che lo ha legato, dal 1956 al 1971, al designer Richard Sapper. Si vedano Dorfler (1971), De Giorgi (1999) e Bassi & Tedeschi (2013).
- ⁵ Si veda Gallino (2006).
- ⁶ Si vedano Bassi (2017) e Bassi (2003).
- ⁷ Si vedano Perniola (2015) e Manzini (2015).
- ⁸ Si vedano Alessi (2018) e Zurlo (2012).
- ⁹ Si veda Ricolfi (2019).
- ¹⁰ “L’ordine digitale derealizza il mondo informatizzandolo [...] ha messo la parola fine al paradigma oggettuale [...] sottomette le cose alle informazioni” in Han, B. (2022). *Le non cose. Come abbiamo smesso di vivere il reale*, Torino: Einaudi. pp. 6-8.
- ¹¹ Fulvio Papi parla di “protesi micro-tecnologiche del quotidiano [...] che si incorporano nella vita stessa nei suoi aspetti comunicativi dove alterano le relazioni spazio-temporali, il che ha effetti su tutto l’arco della percezione dell’alterità” in Papi, F. (2006). *Il lusso e la catastrofe*. Como-Pavia: Ibis. p.74; Byung-Chul Han parla di “oggetti autistici [attraverso i quali] si percepisce soprattutto se stessi” in Han, B. (2022). *Le non cose. Come abbiamo smesso di vivere il reale*, Torino: Einaudi. pp.38-39.
- ¹² Sulle non-cose si veda Flusser, V. (2003). *Filosofia del design*. Milano: Bruno Mondadori. p. 91; sulla possibile distinzione fra oggetti e cose (“a differenza della cosa, l’oggetto è privo di aura, della percezione dell’apparire in una forma unica di una lontananza”, p. 48) si veda Bodei, R. (2010). *La vita delle cose*. (4. ed.). Roma; Bari: GLF editori Laterza.
- ¹³ Si veda Pierantoni (1998).

biografie degli autori

Derrick de Kerckhove

Sociologo, accademico e direttore scientifico di Media Duemila, ha diretto dal 1983 al 2008 il McLuhan Program in Culture & Technology dell'Università di Toronto. È autore di *La pelle della cultura e dell'intelligenza connessa* (*The Skin of Culture and Connected Intelligence*) e Professore Universitario nel Dipartimento di lingua francese all'Università di Toronto. Già docente presso il Dipartimento di Scienze Sociali dell'Università degli Studi di Napoli Federico II, dove è stato titolare degli insegnamenti di Sociologia della cultura digitale e di Marketing e nuovi media. È supervisor di ricerca presso il PhD Planetary Collegium T-Node. Nel 2021 è stato docente del corso di Metodologia della ricerca nella società digitale presso la Facoltà di Economia (Corso di Laurea Comunicazione e Multimedialità) presso l'Universitas Mercatorum, Ateneo delle Camere di Commercio. Attualmente è visiting professor al Politecnico di Milano.

Sociologist, academic and scientific director of Media Duemila, he directed from 1983 to 2008 the McLuhan Program in Culture & Technology at the University of Toronto. He is the author of La pelle della cultura e dell'intelligenza connessa (The Skin of Culture and Connected Intelligence) and University Professor in the French Language Department at the University of Toronto. Former lecturer at the Department of Social Sciences of the University of Naples Federico II, where he was holder of the teaching of Sociology of digital culture and Marketing and new media. He is a research supervisor at the PhD Planetary Collegium T-Node. In 2021 he taught a course on research methodology in the digital society at the Faculty of Economics (Communication and Multimedia) at the Universitas Mercatorum, University of the Chambers of Commerce. Currently, he is a visiting professor at the Politecnico di Milano.

Gabriele Neri

Storico dell'architettura e del design, architetto e curatore, insegna al Politecnico di Torino (DAD) dal 2022. È stato Weinberg Fellow della Italian Academy for Advanced Studies in America, Columbia University, NY (Spring 2022); *Maitre d'enseignement et de recherche* all'Accademia di architettura di Mendrisio (2019-2022), dove tuttora è docente invitato; e professore a contratto al Politecnico di Milano (2011-2022). Fa parte del Comitato scientifico della Fondazione MAXXI (Museo delle Arti del XXI secolo, Roma) e della Fondazione Vico Magistretti, Milano. È stato membro del Consiglio d'Amministrazione della Fondazione Museo del Design - Triennale Milano (2018-2021). Negli ultimi anni ha pubblicato monografie e curato mostre e cataloghi su Pier Luigi Nervi, Louis Kahn, Umberto Riva, Vico Magistretti, Pietro Lingeri e Riccardo Dalisi in diversi musei, tra cui MAXXI Roma; Triennale Milano; Teatro dell'architettura, Mendrisio; Istituto italiano di Cultura, Montréal; Fondazione Vico Magistretti, Milano; ecc. Dal 2012 scrive di architettura su "Domenica" de "Il Sole 24 ore" e su "Archi. Rivista svizzera di architettura, ingegneria e urbanistica".

Architecture and design historian, architect and curator, he has been teaching at the Politecnico di Torino (DAD) since 2022. He was a Weinberg Fellow of the Italian Academy for Advanced Studies in America, Columbia University, NY (Spring 2022); Maître d'enseignement et de recherche at the Academy of Architecture of Mendrisio (2019-2022), where he is still an invited lecturer; Professor at the Politecnico di Milano (2011-2022). He is a member of the Scientific Committee of the MAXXI Foundation (Museo delle Arti del XXI secolo, Rome) and of the Vico Magistretti Foundation, Milan. He was a member of the Board of Directors of the Fondazione Museo del Design - Triennale Milano (2018-2021). He has published monographs and curated exhibitions and catalogues on Pier Luigi Nervi, Louis Kahn, Umberto Riva, Vico Magistretti, Pietro Lingeri and Riccardo Dalisi in several museums, including MAXXI Rome; Triennale Milano; Teatro dell'architettura, Mendrisio; Italian Institute of Culture, Montreal; Vico Magistretti Foundation, Milan; etc. Since 2012 he has been writing about architecture in "Domenica" of "Il Sole 24 ore" and in "Archi. Rivista svizzera di architettura, ingegneria e urbanistica".

Ugo La Pietra

Vive e lavora a Milano. Si è sempre dichiarato "ricercatore" nelle arti visive e nella comunicazione. Ha comunicato le sue ricerche attraverso molte mostre in Italia e all'estero. Ha curato diverse esposizioni alla Triennale di Milano, Biennale di Venezia, Museo d'Arte Contemporanea di Lione, Museo FRAC di Orléans, Museo delle Ceramiche di Faenza, Fondazione Ragghianti di Lucca. Ha vinto il Compasso d'Oro per la Ricerca nel 1979 e il Compasso d'Oro per la Carriera nel 2016. Le sue esperienze di ricerca nell'arte, nell'architettura e nel design lo hanno portato a sviluppare temi come "La Casa Telematica" (MoMA di New York, 1972 - Fiera di Milano, 1983), "Rapporto tra Spazio reale e Spazio virtuale" (Triennale di Milano 1979, 1992), "La Casa Neoclettica" (Abitare il Tempo, 1990), "Cultura Balneare" (Centro Culturale Cattolica, 1985/95).

Ha sempre sostenuto con opere, ricerche, scritti e didattica un progetto carico di significati, per un "design territoriale" contro il design internazionalista. www.ugolapietra.com

Ugo La Pietra lives and works in Milan. He has always described himself as a "researcher" of visual arts and communication. He has presented his research through many exhibitions both in Italy and abroad. He has curated a number of exhibitions at the Triennale di Milano, the Venice Biennale, the Museum of Contemporary Art in Lyon, the FRAC Museum in Orléans, the Ceramics Museum in Faenza, and the Ragghianti Foundation in Lucca.

He was awarded the Compasso d'Oro for The Research in 1979 and Compasso d'Oro for his Career in 2016. His research experience in art, architecture and design led him to develop such themes as "La Casa Telematica" (MoMA, New York, 1972 - Fiera di Milano, 1983), "Rapporto tra Spazio reale e Spazio virtuale" (Triennale di Milano, 1979, 1992), "Cultura Balneare" (Cattolica Cultural Centre, 1985, 1995). Through his works, research, writing and teaching, he has always supported design that is full of meaning, for design that is "territorial" rather than internationalist. www.ugolapietra.com

Alberto Bassi

Alberto Bassi si occupa di storia e critica del design ed è professore ordinario all'Università Iuav di Venezia e delegato del Rettore alla Comunicazione. Coordina il corso di laurea magistrale in Product, visual e interior design. Fa parte del Comitato Scientifico dell'Archivio Progetti Iuav, nonché di collane di volumi e riviste scientifiche di design. Ha collaborato con riviste di settore e quotidiani; ha scritto *La luce italiana* (Electa, 2004), *Design anonimo* in Italia. Oggetti comuni e progetto incognito (Electa, 2007); *Food design* in Italia. Il progetto del prodotto alimentare (Electa, 2015), premiato con il Compasso d'oro ADI nel 2018; *Design contemporaneo*. Istruzioni per l'uso (Il Mulino, 2017). È Presidente del cluster tecnologico nazionale Made in Italy. Coordina la presenza dell'ambito di design Iuav dentro l'ecosistema dell'innovazione Inest-PNRR.

Alberto Bassi deals with design history and criticism and is a full professor at the University Iuav of Venice and the Rector's delegate for Communication. He coordinates the degree program MA in Product, visual and interior design. He is a member of the Scientific Committee of the Archivio Iuav Projects, as well as series of books and scientific journals on design. He has collaborated with trade magazines and newspapers; has written La luce italiana (Electa, 2004), Design anonimo in Italia. Common objects and design incognito (Electa, 2007); Food design in Italy. Il progetto del prodotto alimentare (Electa, 2015), awarded the Compasso d'oro ADI in 2018; Contemporary Design. Instructions for use (Il Mulino, 2017). He is chairman of the Scientific Committee of the national technology cluster MinIt-Made in Italy and is founder and scientific coordinator of the Veneto Regional Innovative Network Face-Design. He coordinates the presence of the Iuav design field within the Inest-PNRR innovation ecosystem.

Marta Vitale

Dottoranda in "Design per il Made in Italy: Identità, Innovazione e Sostenibilità" presso l'Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli, in inter-ateneo con l'Università Iuav di Venezia. La sua ricerca si concentra sul potenziale offerto dagli archivi nel contesto della regione Veneto, per focalizzare, attraverso uno studio dei contenuti fotografici, le vicende del design meritevoli di essere approfondite. Il recupero di questi preziosi materiali è consubstanziale a una riflessione sulle possibili modalità di utilizzo della fotografia in ambito museale, per immaginare forme contemporanee di archivio-museo, volte alla valorizzazione del patrimonio culturale locale e ad innestare una rete di condivisione fra musei e archivi del territorio. Nel 2020 ha conseguito, con lode, la laurea magistrale in Design del prodotto e della comunicazione visiva presso l'Università Iuav con la tesi: "Malfaraggi. Progetto di un atlante fotografico delle tonnarie siciliane".

PhD student in "Design for Made in Italy: Identity, Innovation and Sustainability" at the Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli, in inter-university with the Università Iuav di Venezia. His research focuses on the potential offered by the archives in the context of the Veneto region, in order to focus, through a study of the photographic contents, on design events worthy of further investigation. The recovery of these precious materials is consubstantial to a reflection on the possible ways of using photography in the museum context, in order to imagine contemporary forms of archive-museum, aimed at enhancing the local cultural heritage and triggering a network of sharing between museums and archives in the territory. In 2020, he graduated, cum laude, with a master's degree in Product Design and Visual Communication at the Iuav University with the thesis: "Malfaraggi. Project for a photographic atlas of Sicilian tuna nets".

Giampiero Bosoni

Professore ordinario di Storia del design e Architettura degli interni al Politecnico di Milano. Ha collaborato con Figini e Pollini, Vittorio Gregotti ed Enzo Mari, con i quali ha sviluppato l'interesse per la teoria e la storia del progetto d'architettura e di design. Ha scritto e curato circa venti libri e pubblicato oltre trecento articoli. Su incarico del MoMA di New York ha realizzato il volume *Italian Design* (2009) dedicato alla sezione italiana della loro collezione. Presidente di AIS/Design (2018-2021), dal 2022 è direttore di AIS/Design: Storia e ricerche (con E. Dellapiana e J. Schnapp).

Full professor of History of Design and Interior Architecture at the Milan Polytechnic. He has collaborated with Figini and Pollini, Vittorio Gregotti and Enzo Mari, with whom he developed an interest in the theory and history of architectural and design projects. He has written and edited about twenty books and published over three hundred articles. On behalf of the MoMA in New York he created the book Italian Design (2009) dedicated to the Italian section of their collection. President of AIS/Design (2018-2021), from 2022 he is director of AIS/Design: History and Research (with E. Dellapiana and J. Schnapp)

Beatriz Colomina

Beatriz Colomina è Professoressa ordinaria e titolare della cattedra Howard Crosby Butler in Storia dell'Architettura presso la Princeton University, nonché fondatrice e direttrice del programma "Media and Modernity" presso la stessa istituzione. Scrive e cura ricerche nei campi del design, dell'arte, della sessualità e dei media. Ha pubblicato oltre 100 articoli e il suo lavoro è stato tradotto in più di 25 lingue. Tra i suoi libri figurano: *Sexuality and Space* (Princeton Architectural Press, 1992), *Privacy and Publicity: Modern Architecture as Mass Media* (MIT Press, 1994), *Domesticity at War* (MIT Press e Actar, 2007), *Clip/Stamp/Fold: The Radical Architecture of Little Magazines 196X-197X* (Actar, 2010) con Craig Buckley, *Manifesto Architecture: The Ghost of Mies* (Sternberg, 2014), *The Century of the Bed* (Verlag für Moderne Kunst, 2015), *Are We Human? Notes on an Archaeology of Design* (Lars Müller, 2016) con Mark Wigley, *X-Ray Architecture* (Lars Müller, 2019) e *Radical Pedagogies* (MIT Press, 2022). Ha curato diverse mostre, tra cui: "Clip/Stamp/Fold" (2006-2013), "Playboy Architecture" (2012-2016), "Radical Pedagogies" (2014-2015), "Liquid La Habana" (2018), "The 24/7 Bed" (2018) e "Sick Architecture" (2022). Nel 2016 è stata Chief Curator, insieme a Mark Wigley, della 3rd Istanbul Design Biennial. Nel 2018 ha ricevuto un dottorato honoris causa dal KTH Royal Institute of Technology di Stoccolma e, nel 2020, ha ottenuto l'Ada Louise Huxtable Prize per il suo contributo al campo dell'architettura.

Beatriz Colomina is a full professor holding the Howard Crosby Butler Chair in the History of Architecture at Princeton University and the founder and director of the Media and Modernity program at the same institution. She writes and curates in the fields of design, art, sexuality, and media. She has published over 100 articles, and her work has been translated into more than 25 languages. Among her books are: Sexuality and Space (Princeton Architectural Press, 1992), Privacy and Publicity: Modern Architecture as Mass Media (MIT Press, 1994), Domesticity at War (MIT Press and Actar, 2007), Clip/Stamp/Fold: The Radical Architecture of Little Magazines 196X-197X (Actar, 2010) with Craig Buckley, Manifesto Architecture: The Ghost of Mies (Sternberg, 2014), The Century of the Bed (Verlag für Moderne Kunst, 2015), Are We Human? Notes on an Archaeology of Design (Lars Müller, 2016) with Mark Wigley, X-Ray Architecture (Lars Müller, 2019), and Radical Pedagogies (MIT Press, 2022). She has curated several exhibitions, including: Clip/Stamp/Fold (2006-2013), Playboy Architecture (2012-2016), Radical Pedagogies (2014-2015), Liquid La Habana (2018), The 24/7 Bed (2018), and Sick Architecture (2022). In 2016, she was the Chief Curator, along with Mark Wigley, of the 3rd Istanbul Design Biennial. In 2018, she was awarded an honorary doctorate by the KTH Royal Institute of Technology in Stockholm, and in 2020, she received the Ada Louise Huxtable Prize for her contributions to the field of architecture.

Mark Wigley

Mark Wigley è *Professor of Architecture and Dean Emeritus* della Graduate School of Architecture, Planning and Preservation (GSAPP) presso la Columbia University. Storico, teorico e critico, esplora l'intersezione tra architettura, arte, filosofia, cultura e tecnologia. Ha conseguito sia la laurea in Architettura (1979) sia il dottorato di ricerca (1987) presso l'Università di Auckland, in Nuova Zelanda. Tra i suoi libri figurano *Konrad Wachsmann's Television: Post-Architectural Transmissions* (Sternberg Press, 2020), *Passing Through Architecture: The 10 Years of Gordon Matta-Clark* (Power Station of Art, 2019), *Cutting Matta-Clark: The Anarchitecture Investigation* (Lars Müller, 2018), *Are We Human? Notes on an Archaeology of Design* (con Beatriz Colomina; Lars Müller, 2016), *Buckminster Fuller Inc.: Architecture in the Age of Radio* (Lars Müller, 2015), *Casa da Música / Porto* (con Rem Koolhaas; Fundação

Casa da Música, 2008), Constant's New Babylon: The Hyper-Architecture of Desire (010 Publishers, 1998), *White Walls, Designer Dresses: The Fashioning of Modern Architecture* (MIT Press, 1995), *Derrida's Haunt: The Architecture of Deconstruction* (MIT Press, 1993) e *Deconstructivist Architecture* (con Philip Johnson; MoMA, 1988). Ha curato mostre presso il Museum of Modern Art, The Drawing Center, la Columbia University, il Witte de With Center for Contemporary Art, Het Nieuwe Instituut, il Canadian Centre for Architecture e la Power Station of Art. È stato co-curatore della 3rd Istanbul Design Biennial nel 2016 con Beatriz Colomina, curatore di "The Human Insect: Antennas 1886-2017" presso Het Nieuwe Instituut a Rotterdam nel 2018 e, più recentemente, di "Passing Through Architecture: The 10 Years of Gordon Matta-Clark" presso la Power Station of Art di Shanghai (2019-20).

Mark Wigley is Professor of Architecture and Dean Emeritus of the Graduate School of Architecture, Planning and Preservation (GSAPP) at Columbia University. He is a historian, theorist, and critic who explores the intersection of architecture, art, philosophy, culture, and technology. He received both his Bachelor of Architecture (1979) and his Ph.D. (1987) from the University of Auckland, New Zealand.

His books include Konrad Wachsmann's Television: Post-Architectural Transmissions (Sternberg Press, 2020), Passing Through Architecture: The 10 Years of Gordon Matta-Clark (Power Station of Art, 2019), Cutting Matta-Clark: The Anarchitecture Investigation (Lars Müller, 2018), Are We Human? Notes on an Archaeology of Design (with Beatriz Colomina; Lars Müller, 2016), Buckminster Fuller Inc.: Architecture in the Age of Radio (Lars Müller, 2015), Casa da Música / Porto (with Rem Koolhaas; Fundação Casa da Música, 2008), Constant's New Babylon: The Hyper-Architecture of Desire (010 Publishers, 1998), White Walls, Designer Dresses: The Fashioning of Modern Architecture (MIT Press, 1995), Derrida's Haunt: The Architecture of Deconstruction (MIT Press, 1993), and Deconstructivist Architecture (with Philip Johnson; MoMA, 1988).

He has curated exhibitions at the Museum of Modern Art, The Drawing Center, Columbia University, Witte de With Center for Contemporary Art, Het Nieuwe Instituut, the Canadian Centre for Architecture, and the Power Station of Art. He was the co-curator of the 3rd Istanbul Design Biennial in 2016 with Beatriz Colomina, the curator of "The Human Insect: Antennas 1886-2017" at Het Nieuw Instituut, Rotterdam in 2018 and most recently "Passing Through Architecture: The 10 Years of Gordon Matta-Clark" at the Power Station of Art, Shanghai (2019-20).

Marco Manfra

Marco Manfra, designer sistemico, laureato magistrale presso il Politecnico di Torino, svolge attività di ricerca prevalentemente su temi di ambito teorico-critico relativi alla cultura del progetto e sul design per la sostenibilità sociale e ambientale. Già cultore della materia e borsista di ricerca presso l'Università degli Studi di Ferrara, attualmente è PhD candidate in "Architecture, Design, Planning" presso l'Università di Camerino. È stato Visiting PhD(c) presso la "Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa" (Portogallo). Dal 2022 è docente del corso "Processi del design per l'Impresa sostenibile" nel Master di I e II livello in "Design della Comunicazione per l'Impresa" dell'Università degli Studi di Ferrara. Tiene con continuità lezioni, seminari e insegnamenti in varie istituzioni pubbliche e private. È autore di numerosi saggi scientifici, pubblicati su riviste d'area e in atti di convegno nazionali e internazionali.

Marco Manfra, systemic designer, holds a master's degree from the Polytechnic University of Turin. His research activities focus on theoretical and critical issues related to project culture and design for social and environmental sustainability. Formerly a scholar at the University of Ferrara, he is currently PhD candidate in "Architecture, Design, Planning" at the University of Camerino. He was Visiting PhD(c) at the "Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa" (Portugal). Since 2022, he has been teacher of the course "Design Processes for Sustainable Enterprise" in the 1st and 2nd Level Master's Degree Course in "Communication Design for Enterprise" at the University of Ferrara. He regularly gives lectures, seminars and teaches at various public and private institutions. Additionally, he is the author of an extensive body of scholarly work, including essays published in peer-reviewed journals and conference proceedings.

Grazia Quercia

Grazia Quercia è dottoressa di ricerca in Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing con indirizzo Comunicazione. I suoi interessi di ricerca si rivolgono ai media studies, le industrie culturali e creative, l'ecologia dei media, il design transmediale, la cultura partecipativa, la narrazione seriale e gli studi di genere. Per Sapienza è stata collaboratrice di ricerca per il progetto "The Social Effects of Fake News", oltre ad aver ricevuto incarichi di ricerca sociale da enti privati. Attualmente è Professoressa a contratto del "Laboratorio di Design Transmediale" nell'ambito del Corso di laurea in Scienze della Comunicazione e Media Digitali presso l'Università Guglielmo Marconi.

È membro del comitato editoriale della collana "Transmedia" di Armando Editore. Tiene lezioni tematiche e seminari presso vari atenei, oltre a partecipare a convegni di settore nazionali e internazionali. È autrice di saggi e capitoli di libri in area sociologica dei processi culturali e comunicativi.

Grazia Quercia has a PhD in Communication, Social Research and Marketing with a focus on Communication. Her research focuses on media studies, cultural and creative industries, media ecology, transmedia design, participatory culture, serial narratives and gender studies. She has carried out social research for private institutions and was a researcher for Sapienza on the project "The Social Effects of Fake News". She is currently an adjunct professor of the Transmedia Design Laboratory, part of the Communication Sciences and Digital Media degree course at Guglielmo Marconi University. She is a member of the editorial board of Armando Editore's "Transmedia" series. She gives thematic lectures and seminars at various universities and participates in national and international conferences. She is the author of essays and book chapters in the sociological field of cultural and communication processes.

Federica Dal Falco

Architetto e PhD in Tecnologie dell'architettura, è professore ordinario di Design presso Sapienza Università di Roma e Direttore del Master Exhibit Design "Cecilia Cecchini". Le principali linee di ricerca sviluppate nell'arco della sua attività scientifica riguardano studi sull'architettura e il design del Novecento, sull'evoluzione degli artefatti, sul design per lo spazio pubblico, sulla comunicazione multimediale del Cultural Heritage. Guest Investigator CIEBA FBAUL (Faculdade de Belas Artes Universidade de Lisboa), è accademico della National Academy of Design (Federazione Russa). Dal 1992, ha pubblicato più di cento lavori tra libri, articoli su riviste in classe A, saggi e curatele. Due volumi e un documentario sono stati selezionati per l'ADI Design Index (2013, 2014, 2022) ricevendo il Premio Eccellenze Design del Lazio con diritto di partecipazione al Premio Compasso d'oro.

Architect and PhD in Architectural Technologies, she is a full professor of Design at the Sapienza University of Rome and Director of the Master Exhibit Design "Cecilia Cecchini". The main lines of research developed during her scientific activity are studies on the architecture and design of the twentieth century, the evolution of artefacts, the design for public space, on multimedia communication of cultural heritage. Guest Investigator CIEBA FBAUL (Faculdade de Belas Artes Universidade de Lisboa) is an academic of the National Academy of Design (Russian Federation). Since 1992, he has published over a hundred works, including books, articles in A-class journals, essays and curatorships. Two volumes and a documentary were selected for the ADI Design Index (2013, 2014, 2022.) receiving the Premio Eccellenze Design del Lazio with participation right to the Compasso d'oro Award.

Raissa D'Uffizi

PhD in Design e docente a contratto dei corsi "Teoria e Storia del Design" e "History of Visual Communication Design" presso l'Università di Roma "La Sapienza". È impegnata in progetti di ricerca su temi della storia del design e della comunicazione visiva italiana, mettendo a fuoco il ruolo della grafica nei processi di promozione pubblicitaria e divulgazione culturale; tra le pubblicazioni più recenti: "La mediazione degli oggetti di design per la casa nelle riviste di progetto. Linguaggi e strategie visive nella comunicazione dei nuovi prodotti industriali (1949-1972)" (2023); "From Italy, with love and splendor". Il design italiano e le riviste di progetto americane tra gli anni Cinquanta e Settanta" (2023), "Dentro l'oggetto". Aldo Ballo per il catalogo di Italy: The New Domestic Landscape (2023) e Memories of Italian Graphic Design History (2023).

PhD in Design and contract lecturer on the courses "Theory and History of Design" and "History of Visual Communication Design" at the University of Rome "La Sapienza". She is engaged in research projects on the history of design and Italian visual communication, focusing on the role of graphics in advertising promotion and cultural dissemination; among the most recent publications: "The mediation of design objects for the home in project magazines. Visual languages and strategies in the communication of new industrial products (1949-1972)" (2023); "From Italy, with love and splendor". Italian design and the American design magazines between the fifties and seventies" (2023), "Inside the object". Aldo Ballo for the catalogue of Italy: The New Domestic Landscape (2023) and Memories of Italian Graphic Design History (2023).

Ludovica Polo

Dottoranda in Scienze del Design all'Università Iuav di Venezia, con una ricerca sui materiali promozionali prodotti dalle fonderie tipografiche europee dal dopoguerra a fine anni '70. Si è laureata in Design della comunicazione al Politecnico di Milano ottenendo anche una doppia laurea con il Politecnico di Torino grazie a un progetto di ricerca sulle font variabili. I suoi principali interessi di ricerca riguardano la storia delle comunicazioni visive, la tipografia e le intersezioni fra arte, progettazione e tecnologia. Parallelamente alle attività didattiche e di ricerca, lavora come visual designer, con un focus sulla grafica per la cultura.

PhD student in Design Sciences at the Iuav University of Venice, with a research on the promotional materials produced by European printing foundries from the post-war period to the end of the 1970s. She graduated in Communication Design at the Politecnico di Milano and also obtained a double degree at the Politecnico di Torino thanks to a research project on variable fonts. Her main research interests are in the history of visual communications, Typography and the intersections between art, design and technology. In parallel to his teaching and research activities, she works as a visual designer, with a focus on graphics for culture.

Vincenzo Maselli

PhD in Design, Vincenzo Maselli è motion designer e ricercatore in Design della comunicazione visiva e multimediale presso l'Università di Roma Sapienza. La sua ricerca indaga i linguaggi del motion design e le qualità materiche dei puppets animati in stop-motion. Ha esplorato questi temi in varie pubblicazioni, tra cui le monografie Design Moving Images (2023), Anatomy of a puppet. Design driven categories for animated puppets' skin (2020), e l'articolo Performance of Puppets' Skin Material: The Metadiegetic Narrative Level of Animated Puppets' Material Surface (2019), vincitore del Norman McLaren-Evelyn Lambart Award 2020 for "Best Scholarly Article on Animation". Nel 2021 è risultato tra i vincitori del BE-FOR-ERC starting grant per il Progetto di ricerca "CCODE - Design, material experiences and stop-motion animation as didactic tools for developing creative thinking and cooperative learning".

Motion designer and PhD, Vincenzo Maselli is a Research in visual communication design Fellow at the Sapienza - University of Rome. His research focuses on animation and motion design languages and materiality in stop motion animation. On these topics he has authored several publications, among which the books Design Moving Images (Bordeaux, 2023) and Anatomy of a Puppet: Design Driven Categories for Animated Puppets' Skin (FrancoAngeli, 2020) and the article Performance of puppets' skin material: The metadiegetic narrative level of animated puppets' material surface (2019), which received the Norman McLaren-Evelyn Lambart Award in 2020. In 2021 he won the BE-FOR-ERC starting grant for the interdisciplinary research project "CCODE - Design, material experiences and stop-motion animation as didactic tools for developing creative thinking and cooperative learning".

Giulia Panadisi

Giulia Panadisi è motion designer e assegnista di ricerca presso l'Università Sapienza di Roma. Ha conseguito un dottorato di ricerca in design nel 2022 sul tema del design della comunicazione animata per l'inclusione sociale. È docente di design della comunicazione e motion design presso l'Università Sapienza di Roma e "G. D'Annunzio" di Chieti-Pescara. La sua ricerca indaga la relazione tra design della comunicazione, inclusione sociale e formazione. Parallelamente al suo lavoro di ricerca e insegnamento presso l'Università, è impegnata nella professione; art-director e motion designer freelance, lavora su progetti nell'ambito della comunicazione di pubblica utilità.

Giulia Panadisi is a motion designer and a research fellow at Sapienza University of Rome. She obtained a PhD in design in 2022 on the topic of animated communication design for social inclusion. She is a professor of communication design and motion design at the Sapienza University of Rome and "G. D'Annunzio" of Chieti-Pescara. Her research investigates the relationship between communication design, social inclusion and education. In parallel with her research and teaching work at the University, she is engaged in the profession; freelance art-director and motion designer, she works on communication projects in the field of public utility communication.

Matteo Ocone

Dopo la laurea al Politecnico di Milano si abilita per la professione da ingegnere e architetto. Attualmente dottorando presso l'Università degli studi di Roma "Tor Vergata" indaga le affinità tra ingegneria, architettura e design in Italia nel Novecento. Collabora con l'Università telematica e-Campus, con il Politecnico di Milano e con alcune riviste in qualità di giornalista pubblicitaria.

After graduating from the Politecnico di Milano he qualified for the profession of engineer and architect. Currently PhD student at the University of Rome "Tor Vergata", he investigates the affinities between engineering, architecture and design in Italy in the twentieth century. He collaborates with the e-Campus telematic university, the Politecnico di Milano and some magazines as a journalist.

Federico O. Oppedisano

Professore Associato in Disegno Industriale presso la Scuola di Ateneo di Architettura e Design "Eduardo Vittoria" dell'Università di Camerino, dove svolge attività didattica e di ricerca. I suoi interessi si concentrano in diversi ambiti del design per la comunicazione: identità visiva istituzionale, comunicazione sociale, comunicazione audiovisiva e multimediale e valorizzazione del territorio. È attualmente impegnato in progetti PNRR e PRIN riguardanti ambienti di apprendimento in Realtà Virtuale Immersiva e strumenti digitali per la valorizzazione del patrimonio culturale.

Associate Professor in Industrial Design at the School of Architecture and Design "Eduardo Vittoria" of the University of Camerino, where he conducts teaching and research activities. His interests are concentrated in different areas of communication design: institutional visual identity, social communication, audiovisual and multimedia communication and valorization of the territory. Currently engaged in PNRR and PRIN projects concerning Immersive Virtual Reality learning environments and digital tools for the valorization of cultural heritage.

Sila Berruti

Lavora a RaiCom alla gestione del patrimonio audiovisivo. Insegna storia e critica del cinema e Analisi del prodotto televisivo presso l'Università di Roma Tor Vergata di Roma e Legislazione dei Media presso Università degli Studi di Udine. Il suo campo di ricerca si concentra sullo studio degli archivi manicomiali, militari e televisivi con un focus sull'uso della cinematografia a scopo didattico. In campo professionale ha lavorato alla ricerca di archivio per diversi registi quali Luca Guadagnino e Marco Bellocchio.

She Works at RaiCom on the management of audiovisual heritage. She teaches history and criticism of cinema and analysis of television products at the University of Rome Tor Vergata in Rome and Media Legislation at the University of Udine. Her research focuses on the study of psychiatric, military and television archives with a focus on the use of cinematography for educational purposes. In the professional field she has worked on the search for archives for several directors such as Luca Guadagnino and Marco Bellocchio.

AIS/DESIGN JOURNAL
STORIA E RICERCHE

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

VOL. 11 / N. 21
DICEMBRE 2024

DAL TELECOMANDO ALLA
CITTÀ: DESIGN E TELEVISIONE
DALLE ORIGINI A OGGI
FROM THE REMOTE CONTROL
TO THE CITY: DESIGN AND
TELEVISION FROM ITS ORIGIN
TO THE PRESENT DAY

a cura di Derrick de Kerckhove
e Gabriele Neri

ISSN
2281-7603

