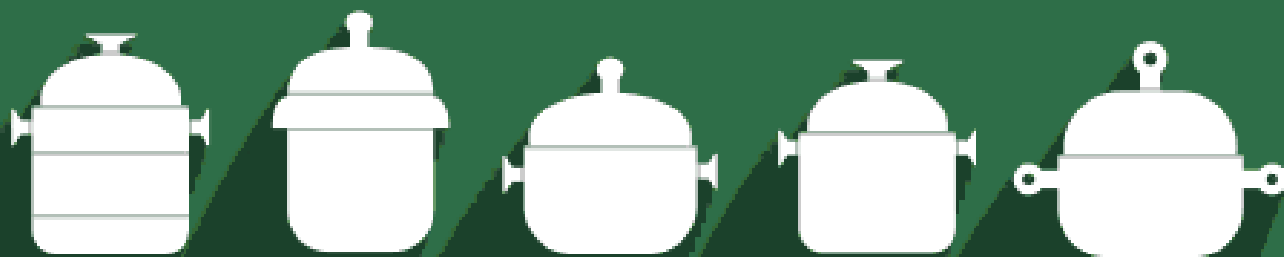
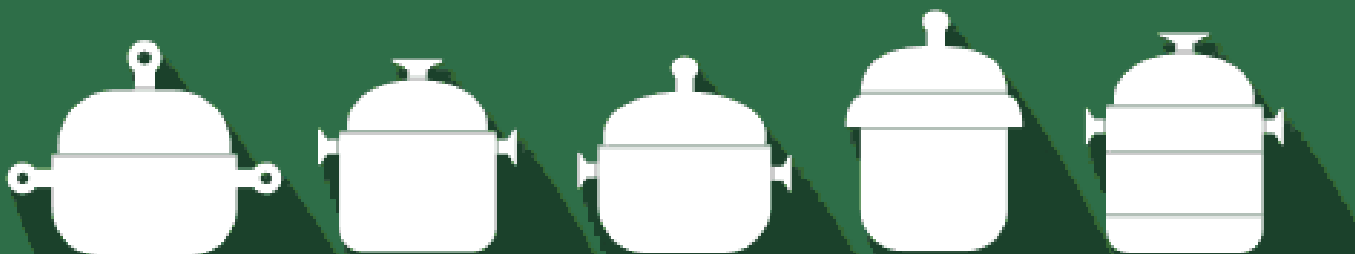
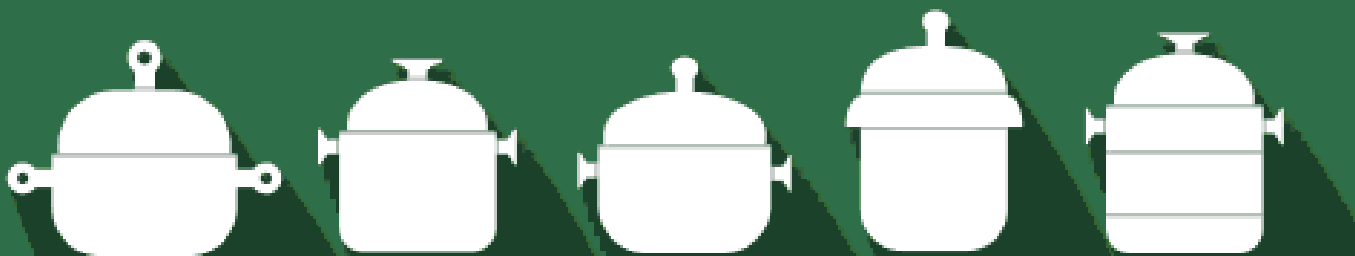


Ais/Design Journal

Storia e Ricerche



JOE COLOMBO, ZUPPIERE IN CERAMICA, SALA RETTANGOLARE DELLA MOSTRA "LE PRODUZIONI", XIII TRIENNALE DI MILANO, 1964



AIS/DESIGN JOURNAL**STORIA E RICERCHE**

VOL. 2 / N. 3

MARZO 2014

**DESIGN ITALIANO:
STORIE DA MUSEI,
MOSTRE E ARCHIVI****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

CONTATTIjournal@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 Fiorella Bulegato, Università Iuav di Venezia
Maddalena Dalla Mura, Università Iuav di Venezia
Carlo Vinti, Università di Camerino
editors@aisdesign.org

**COORDINAMENTO
REDAZIONALE** Marinella Ferrara, Politecnico di Milano
caporedattore@aisdesign.org

COMITATO SCIENTIFICO Giovanni Anceschi
Jeremy Aynsley, University of Brighton
Alberto Bassi, Università Iuav di Venezia
Tevfik Balcioglu, Yasar Üniversitesi
Giampiero Bosoni, Politecnico di Milano
Bernhard E. Bürdek
François Burkhardt
Anna Calvera, Universitat de Barcelona
Esther Cleven, Klassik Stiftung Weimar
Elena Dellapiana, Politecnico di Torino
Clive Dilnot, Parsons The New School
Grace Lees-Maffei, University of Hertfordshire
Kjetil Fallan, University of Oslo
Silvia Fernandez, Nodo Diseño América Latina
Carma Gorman, University of Texas at Austin
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

REDAZIONE Letizia Bollini, Università degli Studi di Milano-Bicocca
Rossana Carullo, Politecnico di Bari
Rosa Chiesa, Università Iuav di Venezia
Giulia Ciliberto, Università Iuav di Venezia
Paola Cordera, Politecnico di Milano
Gianluca Grigatti, Università di Genova
Francesco E. Guida, Politecnico di Milano
Luciana Gunetti, Politecnico di Milano
Chiara Lecce, Politecnico di Milano
Chiara Mari, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano
Alfonso Morone, Università degli studi di Napoli Federico II
Susanna Parlato, Università degli studi di Napoli Federico II
Isabella Patti, Università degli Studi di Firenze
Paola Proverbio, Politecnico di Milano
Teresita Scalco, Università Iuav di Venezia

ART DIRECTOR Daniele Savasta, Yasar Üniversitesi, İzmir

EDITORIALE	DESIGN ITALIANO: STORIE DA MUSEI, MOSTRE E ARCHIVI Fiorella Bulegato, Maddalena Dalla Mura	6
SAGGI	EXHIBITION, ANTI-EXHIBITION: SU ALCUNE QUESTIONI ESPOSITIVE DEL POP E RADICAL DESIGN ITALIANO, 1966-1981 Dario Scodeller	10
RICERCHE	UN MUSEO PER IL DISEGNO INDUSTRIALE A MILANO, 1949-64 Fiorella Bulegato	30
	PROGETTI IN COMUNE: VERSO UN MUSEO DEL DESIGN ITALIANO A MILANO FRA ANNI OTTANTA E NOVANTA Maddalena Dalla Mura	52
MICROSTORIE	LA "MOSTRA INTERNAZIONALE DELLA PRODUZIONE IN SERIE" DI GIUSEPPE PAGANO (VII TRIENNALE, 1940): CONTESTO E PREPARAZIONE DELLA PRIMA ESPOSIZIONE DI DESIGN IN ITALIA Alberto Bassi	72
	LA LUNGA MARCIA DEL DESIGN: LA MOSTRA "COLORI E FORME NELLA CASA D'OGGI" A COMO, 1957 Elena Dellapiana	85
	DA MOSTRA A EXHIBIT: IL RAPPORTO TRA ELETTRONICA E DESIGN NEL CASO IBM ITALIA Raimonda Riccini	99
PALINSESTI	MODA E MUSEO: LA MOSTRA "ARE CLOTHES MODERN?" E IL COSTUME INSTITUTE Gabriele Monti	116
RILETTURE	L'ARTICOLO "THE STRAW DONKEY": RISCOPRIRE UNA MOSTRA Lisa Hockemeyer	136
	L'ASINO DI PAGLIA: KITSCH PER TURISTI O PROTO-DESIGN? ARTIGIANATO E DESIGN IN ITALIA, 1945-1960 Penny Sparke	139
RECENSIONI	TDM6: LA SINDROME DELL'INFLUENZA Gianluca Grigatti, Rosa Chiesa	161
	EXPO'SIZIONI: L'ECCELLENZA DELL'ARTE DI ESPORRE Giulia Ciliberto	172
	UNA GIORNATA MODERNA: MODA E STILI NELL'ITALIA FASCISTA Francesco Bergamo	175
	MUSEI EFFIMERI: ALLESTIMENTI DI MOSTRE IN ITALIA (1949-1963) Gabriele Toneguzzi	181

DA MOSTRA A EXHIBIT: IL RAPPORTO TRA ELETTRONICA E DESIGN NEL CASO IBM ITALIA

Raimonda Riccini, Università Iuav di Venezia

Orcid id 0000-0002-2490-9732

PAROLE CHIAVE

Exhibition design, IBM Italia, Renzo Piano, Roberto Lanterio

Diversamente da quanto accaduto per arte, musica, mass media, il contatto storico fra tecnologie elettroniche e design, stabilito almeno dagli anni cinquanta del Novecento, non è stato ancora indagato in profondo. In mancanza di letteratura specifica sull'argomento e partendo da fonti d'archivio, il testo fornisce la prima traccia di una vicenda poco documentata nei suoi esordi e poco nota nei suoi sviluppi, svelando un tassello di questo incontro. Attraverso la lettura dell'azione espositiva di IBM Italia -dalla Mostra sul calcolo automatico al Museo della scienza e della tecnica di Milano del 1959 all'*Exhibit Tour* del 1984 per presentare il personal computer - si avanza l'ipotesi che la politica della *corporate* americana, in gran parte vocata all'innovazione tecnologica e guidata da logiche in prevalenza commerciali, abbia trovato in Italia per oltre due decenni una fisionomia più spiccatamente culturale e *design oriented*, anche grazie all'attività museale e di comunicazione.

Nella storia delle tecnologie elettroniche e della loro accettazione nella vita quotidiana, il design ha svolto un ruolo importante. In Italia questo rapporto non è stato ancora indagato in profondità e tanto meno si conosce quale peso abbia avuto in questo processo - se ne ha avuto - l'attività espositiva e museale, a eccezione forse del caso Olivetti, sia per la sua precoce ricerca tecnologica e di design sui grandi elaboratori, sia per le strategie culturali, di comunicazione ed espositiva, i cui esiti ne hanno fatto un vero e proprio modello (De Giorgi & Morteo, 2008). Molto su questo tema è stato scritto negli ultimi anni. Va rilevato però che anche quegli studi che se ne sono occupati in maniera non agiografica (Mori, 2013; Riccini, 2014), finiscono per raccontare lo sviluppo dell'elettronica italiana in maniera ancora troppo circoscritta. Come per un'urgenza inconscia di difendere un primato nazionale, tranne pochi casi (Gemelli, 2013), in molti studi mancano puntuali e approfonditi rimandi a ciò che stava avvenendo nel mondo nello stesso ambito produttivo. Pur senza essere fautori a oltranza di una storia comparata, non si possono avanzare giudizi attendibili se non si hanno davanti agli occhi i risultati nella ricerca e nella produzione di un'antagonista come l'americana IBM (International Business Machines), che già dagli inizi del secolo si era posta, anche in Italia, come uno dei pilastri dello sviluppo delle macchine da calcolo a schede perforate, prima, e degli elaboratori elettronici poi.

A partire da questa constatazione, mi è sembrato utile cercare di ricostruire almeno a grandi linee una vicenda che possa far emergere l'impegno di IBM in attività museali e di comunicazione in Italia, in un arco temporale dal 1956 al 1984, alcune relativamente note, altre decisamente meno. Le propongo qui in sequenza, come una prima traccia documentale, che a mio parere sarebbe interessante sviluppare.

IBM aveva cominciato a operare in Italia già dal 1927.[1] L'azienda, secondo una regola di comunicazione applicata a tutti i paesi in cui era presente, aveva assunto il nome di SIMC (Società Internazionale Macchine Commerciali), che rispondeva più o meno alla traduzione italiana di International Business Machines. La scelta rivela una politica d'immagine non ancora sviluppata, all'interno della quale neppure il marchio era vissuto come un elemento davvero identitario. [2] A dispetto di ciò, la penetrazione commerciale fu tanto rapida ed efficace che già nel 1934 a Milano l'azienda comincia ad assemblare macchine per il mercato italiano a partire dalle componenti inviate dagli Stati Uniti. Nel dopoguerra, lo sviluppo in Europa raggiunse dimensioni cospicue e nel nostro paese furono aperte sedi in diverse città. Nel 1947 l'azienda era presente alla Fiera Campionaria di Milano con il nome International Business Machines of Italy, in uno spazio quasi casuale, privo di qualunque forma di allestimento. Nello stesso anno, inaugurato con la comparsa sulla testata del primo numero della rivista *Business Machines*, il nuovo logo con le tre lettere iniziali maiuscole fu adottato anche nel nostro paese, dove finalmente divenne IBM Italia. [3]



Esposizione delle macchine IBM alla Fiera Campionaria di Milano, aprile 1947.

A partire dagli anni cinquanta IBM Italia si fa più attiva anche sul piano delle relazioni culturali, in particolare con la partecipazione ad alcuni importanti eventi espositivi: la *Mostra Ravizziana* nel 1956 e la mostra *Il calcolo automatico nella storia* nell'ottobre 1959 al Museo della Scienza e della Tecnica di Milano; l'allestimento della sezione Informatica presso lo stesso museo nel 1974; infine l'esposizione itinerante *Exhibit Tour*, nel 1984, per presentare il personal computer in Europa.

Sappiamo ormai bene che gli anni fra il 1954 e la fine del decennio sono stati per il disegno industriale in Italia una stagione ricca di eventi, alcuni dei quali avevano avuto luogo proprio al Museo della Scienza e Tecnica di Milano.[4] Il Museo aveva inoltre promosso in quel periodo diverse iniziative sulla storia del calcolo, dei suoi protagonisti e dei suoi strumenti, in ragione del fatto che le tecnologie elettroniche cominciavano a essere viste da più parti come un elemento essenziale nel perseguire l'innovazione nella pubblica amministrazione, nella produzione e gestione dei servizi, ma anche nella vita quotidiana. Come prima tappa di questo impegno, nel 1956 fu allestita la *Mostra Ravizziana*, in occasione del centenario del brevetto per il Cembalo scrivano (uno dei diretti precursori della macchina per scrivere) rilasciato a Giuseppe Ravizza a Torino. IBM Italia partecipò all'evento con un finanziamento di "Lire 363.000 quale quota a carico della nostra Società per l'allestimento della Mostra del centenario della macchina per scrivere" e la fornitura del prototipo di una macchina per scrivere elettrica.[5] L'impegno delle aziende si fermava a questi due – seppur importantissimi – elementi. Dai documenti non trapela nessuna particolare riflessione attorno all'allestimento, alla grafica e alla comunicazione, che sono delegate a ditte specializzate esterne.[6]

Poi, dal 1959, le cose paiono cambiare. IBM Italia assunse l'impegno di organizzare presso il Museo milanese una mostra dedicata al *Calcolo automatico nella storia*, un ambizioso progetto che intendeva rendere pubblico un percorso storico dal passato remoto sino ai risultati piuttosto strabilianti raggiunti nella realizzazione di macchine per l'elaborazione dei dati. IBM aveva prodotto, a partire dal Modello 701 del 1952, una serie di elaboratori elettronici (ovvero macchine che non si basano più sull'uso delle schede perforate ma che contengono esse stesse le informazioni per funzionare), per arrivare al modello 1401 che inaugura nel 1959 l'era dei transistor nella linea dei loro prodotti.[7] Presso l'Archivio del Museo non sono riuscite a rintracciare notizie dirette sul progetto di allestimento, tuttavia sono presenti numerosi documenti e fotografie che possono orientarci a interpretare l'esposizione. Sviluppata negli ariosi spazi dell'antico Monastero Olivetano trasformato in Museo nel 1953, la mostra era tutta giocata sull'articolazione di asciutti pannelli che si snodavano in prevalenza lungo le pareti, alternando superfici grafiche e informative con testi e immagini a bacheche contenenti materiali storici o elementi tecnici. La struttura portante richiama, nel particolare dei montanti con piedini in metallo – stilema tipico del decennio –, le librerie e scaffalature connotate da una struttura leggera e modulare. L'illuminazione era affidata a lampade cilindriche, di piccole dimensioni, collocate a sospensione o a morsetto sui pannelli.

Sarebbe azzardato dedurre dalle immagini il criterio museografico alla base dell'esposizione. Tuttavia possiamo registrare con una certa sicurezza il prevalere della logica storico-narrativa su qualunque altra intenzione, espressiva o interpretativa, come già si era visto invece in altre occasioni, per esempio alle Triennali di quell'arco temporale.[8]

Più significativo appare il progetto grafico, con un grande manifesto in apertura che affiancava alla tipografia con il titolo sulla sinistra il disegno di una mano in funzione indicativa e insieme di richiamo agli elementi del calcolo (l'indice a schiacciare la T, che metaforizza il tasto di una tastiera). Più che inferire dalle immagini qualche possibile giudizio, è piuttosto l'osservazione del piccolo catalogo che ci consente di rilevare una matura attenzione alla qualità grafica. Sia nel catalogo sia nei pannelli in mostra sono ricorrenti stilemi presenti nella migliore grafica contemporanea, tanto da far supporre una consulenza esterna. Risulta infatti che il Servizio Informazioni dell'IBM Italia, a cui è attribuito il progetto, fosse allora unicamente dedicato agli aspetti informativi, commerciali e di relazione.



Il Calcolo automatico nella storia, copertina del catalogo della mostra al Museo della Scienza e della Tecnica di Milano, 1959.





Il Calcolo automatico nella storia, mostra al Museo della Scienza e della Tecnica di Milano, ottobre 1959. Fotografie: fotografo IBM. Nelle immagini: ingresso alla mostra con pannello grafico che riproduce il manifesto e il disegno della macchina di Poleni; dispositivi moderni del computer (memorie) su pannelli; dispositivi moderni del computer. Pannello grafico su come si istruiscono i calcolatori. Courtesy Museo della scienza e della tecnologia Leonardo da Vinci, Milano.

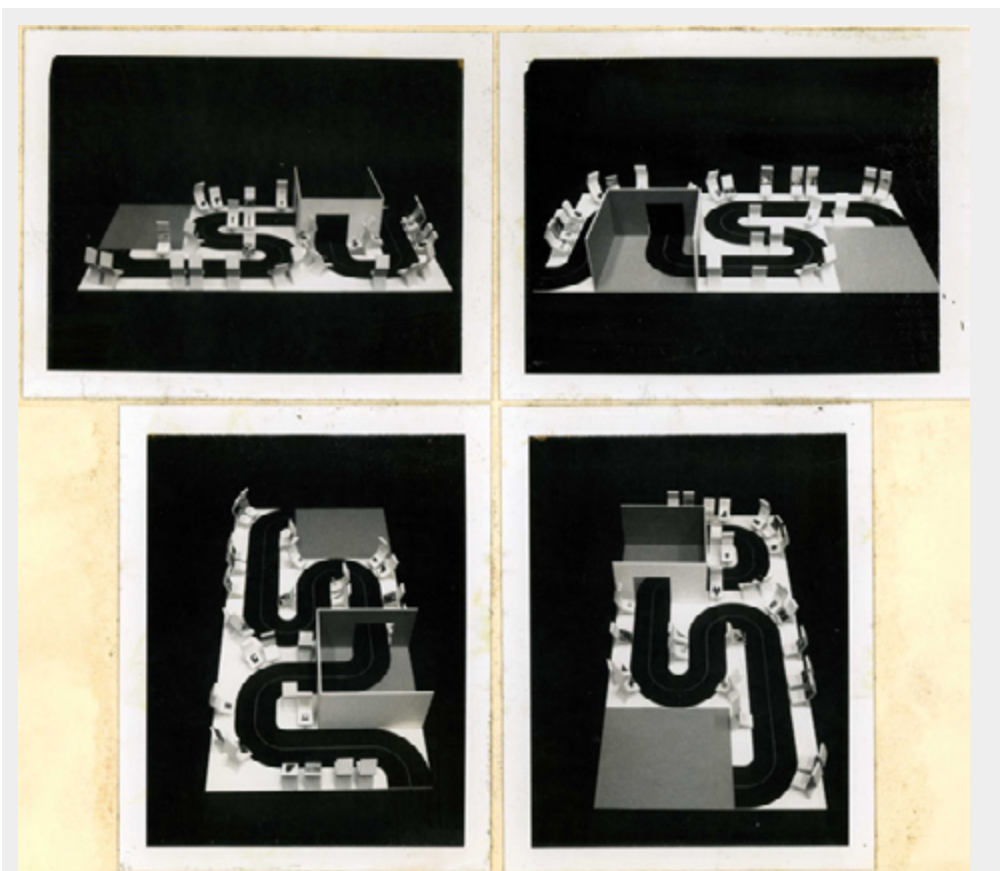
Quale che fosse allora il riconoscimento dell'importanza del progetto di comunicazione presso l'azienda, si tratta di avvisaglie di un imminente cambio di strategia. Nel 1966 la divisione europea di IBM ingaggia come consulente per il Design IBM, Josef Müller-Brockmann, che oltre a portare in IBM l'assoluta coerenza della grafica di scuola svizzera, organizza seminari periodici rivolti ai grafici e ai *professional* di comunicazione della Società. Questi incontri prevedevano il riesame e la discussione dei lavori realizzati, sotto il profilo della qualità grafica e di comunicazione. Il gruppo italiano comprendeva inizialmente Roberto Lanterio (selezionato dallo stesso Müller-Brockmann fra una rosa di candidati che avevano risposto a un'inserzione anonima su un quotidiano nel 1967) come grafico visualizer, coadiuvato dal grafico Ferruccio Dragoni. Da quel momento i due designer saranno continuamente in contatto con i loro omologhi degli altri paesi, soprattutto attraverso la partecipazione a workshop annuali ai quali, oltre a Müller-Brockman, presenziava Paul Rand, artefice del logo (nelle sue varie fasi, dal 1956 al definitivo del 1972) e responsabile indiscusso della strategia di comunicazione dell'azienda.

Un'impronta decisiva verso un orientamento più culturale della comunicazione venne da Gianluigi Trischitta, dal 1974 responsabile della comunicazione IBM Europe. Trischitta lavorava per aprire la comunicazione agli aspetti della cultura artistica e visuale, superando l'asciutta propensione commerciale che sembrava prevalere nei vertici aziendali del Vecchio continente. Radunò collaboratori esterni di valore, in particolare una squadra di fotografi di prim'ordine (Gianni Berengo Gardin, Cesare Colombo, Ugo Mulas, Gabriele Basilico, Toni Nicolini e molti altri) e costruì attorno alla figura di Lanterio, come art director, e di Iva Bergamini, come redattrice e poi direttrice, un team di qualità che poté operare per diversi anni, dedicandosi soprattutto alla *Rivista IBM poi IF* (1965-1993).

Nel pieno di questa cultura nuova che si diffondeva nelle pieghe organizzative dell'azienda, nel 1973 IBM Italia propone al Museo realizzare l'allestimento della costituenda Sezione Informatica. Il presidente del Museo Francesco Ogliari il 28 aprile 1973 scrive al direttore generale per le comunicazioni esterne di IBM Italia Aimone di Seyssel che il Consiglio direttivo ha espresso parere favorevole. Dai documenti presenti presso l'Archivio del Museo milanese emerge la volontà precisa da parte di IBM di utilizzare l'occasione per rimarcare la propria identità di protagonista degli sviluppi dell'informatica a livello internazionale. Il *Progetto di una sala Informatica - IBM Italia* viene rivendicato all'azienda che se ne assume la progettazione: "L'allestimento di ogni parte della sezione verrà realizzato dalla soc. IBM previa approvazione del Servizio Tecnico del Museo per quanto attiene al programma di realizzazione", secondo una "Idea base. Attraverso l'esposizione di alcune macchine, di loro parti, e di pannelli fotografici e descrittivi, lasciare nel visitatore il ricordo del calcolatore come di una macchina che risolve i problemi a vantaggio di tutti, dotata di eccezionali capacità operative che ne fanno un mezzo indispensabile nella vita di oggi e soprattutto in quella di domani".[9]



Sala Informatica IBM Italia al Museo della Scienza e della Tecnica di Milano, 1973. La parte storico-documentaria, con le diapositive luminose. I telefoni rossi, progettati appositamente da Alfonso Grassi, servivano per ascoltare i suoni degli elaboratori in funzione. Progetto di allestimento a cura dello studio MID Design comunicazioni visive, Milano. Courtesy Alberto Marangoni.



Sala Informatica IBM Italia al Museo della Scienza e della Tecnica di Milano, 1973. Maquette della sezione contemporanea. Progetto di allestimento a cura dello studio MID Design comunicazioni visive, Milano. Courtesy Museo della scienza e della tecnologia Leonardo da Vinci, Milano.



Sala Informatica IBM Italia al Museo della Scienza e della Tecnica di Milano, 1973.
La parte con il più recente elaboratore IBM. Progetto di allestimento a cura dello studio
MID Design comunicazioni visive, Milano. Courtesy Alberto Marangoni.

In effetti, fino ai successivi riallestimenti del Museo, la *Sala Informatica - Sala IBM Italia* avrebbe rispecchiato questa volontà didattica e didascalica. Come scriveva Orazio Curti, “La sala informatica è divisa in due parti in senso longitudinale. Su un lato, in vetrina, sono presentate piccole macchine, elementi caratteristici e parti di elaboratori antichi e moderni. Sopra sono esposte grandi diapositive con documenti e testimonianze di vita delle diverse epoche nelle quali si sono sviluppate le macchine per calcolare” (Curti, 1978, p. 92). Di fronte, su una pedana rialzata, scorrevano le macchine di maggiori dimensioni, fino all’unità centrale dell’Olivetti Elea 9000 a transistor del 1956 e quella del sistema 360 IBM a circuiti integrati. Gli apporti all’allestimento di strumenti tecnologici erano piuttosto limitati, ma era stato possibile portare in Italia attrezzature provenienti dalla casa madre.

Come risulta da una lettera indirizzata a Roberto De Mattei, segretario del Museo, queste consistevano in “alcuni pannelli luminosi che illustrano i principi su cui si basa il funzionamento del calcolatore”. [10] La progettazione dell’allestimento, alla quale sovrintendeva Lanterio, fu sviluppata dallo studio MID Design comunicazioni visive. [11] Per l’occasione lo Studio curò il progetto grafico della monografia su *Tre secoli di calcolo automatico*, che otterrà nel 1979 il Premio Compasso d’Oro (De Prà, 1975).

A distanza di dieci anni prende forma l’ultimo progetto espositivo che voglio qui esaminare: *l’Exhibit Tour*, [12] la mostra itinerante che doveva “far conoscere a un pubblico più vasto, e in particolare ai giovani, il mondo complesso e affascinante degli elaboratori”, secondo le parole del Presidente IBM Europe Kaspar Cassani nell’“Editoriale” del catalogo dell’edizione italiana (IBM International Exhibit Center, 1984, p. 13). Nato quasi casualmente a seguito di vicende interne di riorganizzazione di IBM Europe orientate esplicitamente a rilanciare l’immagine dell’azienda dopo la perdita di alcune importanti commesse, il progetto ideato da Trischitta è stato spiegato in tutti i suoi risvolti organizzativi, architettonici, tecnico-progettuali, allestitivi e di comunicazione in un articolo di qualche anno fa (Allas & Bosoni, 1992). I protagonisti intervistati allora raccontano nel dettaglio lo sviluppo di un progetto complesso, che componeva aspetti di allestimento classico con le novità portate dalla tecnologia del computer. Il logo disegnato da Lanterio, che giocava sulla presenza, nella parola *exhibit*, delle tre lettere che definiscono l’unità di misura dell’informazione, impresse con il carattere tipico del computer, ne rappresenta un’ottima sintesi.



Logo dell’*Exhibit Tour*, disegnato da Roberto Lanterio, come compare assieme al logo IBM sulla quarta di copertina del volume realizzato in occasione della tappa italiana della mostra itinerante, 1984.

La filosofia del progetto mirava a inserire un contenuto altamente tecnologico in una struttura che dialogasse con l'ambiente naturale. La costruzione disegnata da Renzo Piano era un padiglione in legno lamellare, policarbonato e alluminio, una serra trasparente inserita in parchi e spazi verdi che sembra far propria la tradizione degli edifici in ferro e vetro ottocenteschi, mescolata con l'evidente profilo matematico delle piramidi di copertura che l'avvicina alle cupole geodetiche di Richard Buckminster Fuller. In realtà, come ricorda Shunij Ishida che del progetto era stato il coordinatore, "il riferimento che avevamo erano Charles e Ray Eames e le loro opere fatte per la IBM" (Allas & Bosoni, 1992, p. 39). Ishida non lo dice, ma immagino che si riferisse sia alle mostre curate dagli Eames negli anni settanta per IBM, in particolare *A Computer Perspective*, allestita all'IBM Display Center a New York nel 1972, sia agli exhibit e ai progetti multimediali sviluppati già dagli anni sessanta (IBM Pavilion alla New York World's Fair del 1964-1965; l'exhibit *Mathematica* alla Hall of Science di New York, per la stessa occasione).

Dunque la rilevanza di questo evento, che ottenne un grande riconoscimento dal parte del pubblico nei diversi paesi europei che attraversò, sembra essere nel superamento del modo tradizionale di esporre la tecnologia. Non si trattava qui di far vedere macchine, ma di farne comprendere il funzionamento e, soprattutto esaltarne le potenzialità future. La serra è l'involucro, i computer sono gli strumenti, ma la vera essenza della mostra consiste negli exhibit elettronici, che rendevano accessibile a un pubblico vasto l'immagine stessa della tecnologia, l'emozione di gestire individualmente una mole sconfinata di informazioni, lo stupore per la carica estetica delle applicazioni elettroniche nella combinazione di arte e scienza, elaborazione di immagini, suoni e colori. In *Exhibit* viene raccontata la centralità del personal computer, da strumento per la gestione di dati, a macchina ludica, ad ausilio in numerose situazioni quotidiane.



IBM Traveling Pavilion, progetto Piano Building Workshop, architetti; design team: S. Ishida (*associate in charge*), O. Di Blasi, F. Doria, G. Fascioli, J.B. Lacoudre, N. Okabe (*associate*), P. Vincent, A. Traldi. Ph. Berengo Gardin Gianni. Nelle immagini, un mimo che invita il pubblico all'incontro con il computer e il padiglione trasparente allestito di fronte a Castel Sant'Angelo a Roma.

Senza voler proporre considerazioni conclusive, in mancanza di una più ampia ricerca sulle fonti e la verifica di intrecci che possiamo soltanto intuire, gli elementi individuati ci portano a ipotizzare che in certe strategie culturali e d'immagine di IBM sia possibile scorgere all'inizio non pochi debiti di riconoscenza nei confronti del modello olivettiano; [13] che successivamente l'impresa americana abbia saputo in maniera originale creare la propria immagine anche e soprattutto attraverso esperienze espositive; [14] che in Italia, infine, si sia posta, anche se per un limitato periodo di tempo, sulla scia delle imprese italiane protagoniste della felice stagione di comunicazione e di design che Carlo Vinti (2007) ha definito "gli anni dello stile industriale". [15]

Riferimenti bibliografici

- Allas, I. & Bosoni, G. (1992). Exhibit Ibm. Tour Europa 1984. Una rilettura con Renzo Piano, Gianluigi Trischitta, Roberto Lanterio e Shunij Ishida. *Progex*, 8, 26-39. Bonfanti, C. (1990). Per una storia del computer. In *Il coltello di Delfo*, Quaderno degli Atti della giornata di Archeologia Industriale, *La memoria dell'impresa* (pp. 59-66). Torino: s.e. Campus, S. (2012). Architetti e artisti per l'industrial design. Lo showroom Olivetti a New York. In *ArcheoArte. Rivista elettronica di Archeologia e Arte*. Supplemento 21012 al n. 1, 743-765. Disponibile presso <http://archeoarte.unica.it/>
- Casalegno, D. (2010). *Uomini e computer. Storia delle macchine che hanno cambiato il mondo*. Milano: Hoepli.
- Ciliberto, G. (2013), Rappresentazioni del prodotto industriale. Triennale di Milano 1940-1964. In *Ais/Design. Storia e Ricerche*, 1.
- Curti, O. (1978). *Museoscienza*. Milano: s.e.
- De Giorgi, M. & Morteo, E. (a cura di) (2008). *Olivetti. Una bella società*. Torino: Allemandi.
- De Prà, R. (a cura di), (1975). *Tre secoli di elaborazione dei dati*. Milano: s.e.
- Direzione Comunicazioni Esterne della IBM Italia (1974). *La macchina delle informazioni*. Milano. IBM Italia.
- Druckrey, T. (a cura di), (1999). *Ars Electronica: Facing the Future. A Survey of Two Decades*. Boston, Massachusetts: MIT Press.
- Dunne, A. & Raby, F., (2001). *Design Noir: The Secret Life of Electronic Objects*. Basel-Boston-Berlin: Birkhäuser.
- IBM International Exhibit Center (1984). *Exhibit. Mostra itinerante sulla tecnologia dell'informazione realizzata dalla IBM*. Milano: s.e.
- Gemelli, G. (2013). *Normalizzare l'innovazione. Le vicende dell'elettronica e dell'informatica da Adriano a Roberto Olivetti*. Roma-Ivrea: Fondazione Adriano Olivetti.
- Harwood, J. (2011). *The Interface: IBM and the Transformation of Corporate Design, 1945-1976*. Minneapolis and London: University of Minnesota Press.
- IBM Italia (s.d. ma 1958). *Il Centro di Calcolo Scientifico IBM*. Milano: Tipografia Aterre.
- Kirkham, P. (1995). *Charles and Ray Eames. Designers of the Twentieth Century*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

Mori, E. (2013). Ettore Sottsass Jr. e il design dei primi computer Olivetti. In *Ais/Design. Storia e Ricerche*, 1.

Polano, S. (2004, 29 aprile). Giovanni Pintori. Disponibile presso <http://www.polano.eu/zib/2004/09/200103-giovanni-pintori.html>.

Riccini, R. (2014). Tomás Maldonado and the Impact of the Hochschule für Gestaltung Ulm in Italy. In G. Lees Maffei & K. Fallan (eds.), *Rethinking a Century of Italian Design* (pp. 89-105). London-New York: Bloomsbury.

Servizio Informazioni dell'IBM Italia (1959). *Il calcolo automatico nella storia*, opuscolo-guida alla mostra. Milano: Museo della Scienza e della Tecnica.

Vinti, C. (2007). *Gli anni dello stile industriale 1948-1965*. Venezia: Marsilio.

Williams, M.R. (1989). *Storia dei computer. Dall'abaco ai calcolatori elettronici*, Roma: Franco Muzzio Editore.

Rivista IBM (1965-1993). Disponibile presso http://www.houseorgan.net/it/testate/rivista-ibm_16_60.htm.

NOTE

1. Per le sintetiche note sulla presenza di IBM in Italia si è fatto riferimento, oltre alla bibliografia citata, al sito ufficiale dell'azienda, ricco di informazioni, immagini e rimandi. Su IBM Italia cfr. <http://www-05.ibm.com/it/80anni/> e anche il sito del centenario <http://www-03.ibm.com/ibm/history/ibm100/us/en/?lnk=fai-icen-usen>.↵
2. Una carrellata visiva del logo IBM prima del più noto redesign a opera di Paul Rand nel 1962 si trova in *From globes to strepes: The IBM logo*, http://www-03.ibm.com/ibm/history/exhibits/logo/logo_1.html.↵
3. I primi passi di IBM nel nostro paese furono connotati da un approccio commerciale, inviando personale incaricato di vendere le prime macchine a schede perforate. Le prime furono acquistate dal Ministero dei Trasporti per dotare le Ferrovie dello Stato di un sistema di gestione meccanografica dei ricambi. La natura fortemente commerciale dell'impresa americana finì per condizionarne le scelte culturali e di immagine, almeno in Europa.↵
4. Nel 1956 per esempio il Museo, inaugurato nel 1953, è sede dell'assemblea fondativa dell'Associazione per il disegno industriale (ADI).↵
5. Museo della Scienza e della Tecnica, Archivio storico del Museo, Mostre ed esposizioni. Mostre 1929-1956, 4. Mostra Ravizziana 1955-1956, Lettera 13 febbraio 1956. La ripartizione dei finanziamenti era così distribuita: Olivetti 40% con 968.000 lire, il restante 60% di 363.000 lire suddivisi in parti uguali fra Remington, Everest, Gallo Pomi e IBM. Il consigliere delegato G. Vuccino nella lettera del 17 giugno 1955 precisa che sarà consegnato "un prototipo della nostra macchina per scrivere elettrica le cui coperture in metallo sono state sostituite da una custodia in plexiglass che consente l'esame della struttura tecnica della macchina". Il 27 luglio 1955 scrive al Museo "per confermarVi che il macchinario da noi presentato per la mostra moderna (macchina per scrivere elettrica tipo 'Executive' e prototipo di macchina per scrivere IBM in custodia di plexiglass) verrà fornito...".↵
6. Questo si evince anche dalla Lettera del 29 dicembre 1955, con la quale il Museo comunica a IBM il resoconto delle spese sostenute con le "Ditte Arte Arredamenti; Fortunati Fotografia; Colombi Tipografia e Igiesse Opuscoli".↵
7. Come si sa, in quegli stessi anni anche Olivetti stava lavorando alla realizzazione del sistema Elea, e il 1959 rappresenta per l'azienda italiana un momento cruciale, anche dal punto di vista del design (Mori, 2013).↵

-
8. Si vedano per esempio i “formati espositivi” richiamati da Ciliberto (2013), dove insieme con i sistemi di identità visiva si stava già costruendo una cultura dell’allestimento come linguaggio autonomo, a integrazione e potenziamento dei contenuti stessi.↵
 9. Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci, Milano, Archivio storico del Museo, Allestimento sezioni museali. *Proposta SOC. IBM, 7f, 9 marzo 1973.*↵
 10. Ivi.↵
 11. Lo studio di progettazione MID Design/Comunicazioni visive era stato fondato nel 1972 da Alfonso Grassi, Gianfranco Laminarca e Alberto Marangoni, dopo l’esperienza del sodalizio artistico MID di arte cinetica e programmata. Entrati in rapporto con IBM tramite l’architetto Marco Zanuso, che stava in quegli anni progettando la sede IBM di Segrate, realizzarono l’allestimento mediando la loro esperienza visuale con gli esigenti dettami del curatore, l’ingegner Roberto De Prà. Ringrazio Alfonso Grassi per avermi raccontato i dettagli di questa esperienza in un incontro del 9 aprile 2014.↵
 12. Per la parte relativa alle strategie di comunicazione di IBM in Europa, e in particolare all’*Exhibit Tour*, ho potuto avvalermi fra febbraio e marzo 2014 di diverse conversazioni con Roberto Lanterio e Gianluigi Trischitta, che ringrazio per la disponibilità, memoria e intelligenza delle cose, che mi hanno illuminato su diverse questioni. Fra queste, la conferma che la presenza degli aspetti culturali, artistici, estetici, nelle strategie della comunicazione fosse propria dell’approccio italiano al design, spesso in contrasto con le direttive aziendali che puntavano invece a enfatizzare gli aspetti commerciali.↵
 13. Su questo, si ricorda il noto episodio della visita del Presidente IBM Thomas J. Watson Jr al negozio di macchine per scrivere Olivetti aperto a New York in Fifth Avenue il 26 maggio 1954. Sappiamo che Watson fu straordinariamente colpito dalle modalità espositive dello showroom ideato dallo studio BBPR, con l’intervento artistico di Costantino Nivola, e anche dalla novità e modernità dei prodotti esposti. L’episodio è variamente documentato e riportato nell’autobiografia dello stesso Watson. Cfr. Campus (2012, 751-752). Sergio Polano poi attribuisce specificamente a Giovanni Pintori il merito di aver suggerito “a un colosso come Ibm l’idea e l’esigenza stessa di una corporate identity strutturata che verrà affidata alle mani abili di Paul Rand” (Polano, 2004, 29 aprile).↵
 14. IBM affidò nel 1956 a Eliot Noyes la consulenza per la strategia di design e comunicazione della *corporate*. Per il nostro ragionamento, non è del tutto ininfluenza che Noyes fosse stato dal 1940 al 1946 anche il curatore della sezione Industrial Design del Museum of Modern Art di New York e il promotore della esposizione-concorso *Organic Design in Home Furnishings* nel 1941, nella quale erano coinvolti tanto protagonisti della cultura quanto imprese commerciali e *department stores*. Nell’occasione, che vedeva la presenza di mobili progettati da Charles Eames e Eero Saarinen (fra cui caposaldi della storia del design come la famosa *Organic Armchair*), l’allestimento organizzava i mobili secondo distribuzione funzionale a seconda degli ambienti domestici (salotto, soggiorno, zona pranzo...) secondo una logica più da showroom che da museo. Potremo dire che Noyes non teme di portare il commercio nel “tempio” della cultura (il Museo), così come Olivetti non teme di portare la cultura nel “tempio” del commercio (il Negozio). (Forse nel diverso dosaggio di questi elementi sta la differenza fra le due grandi imprese). Non è superfluo ricordare che fu Noyes a gestire la strategia complessiva dell’immagine IBM e del design dei suoi prodotti, fra l’altro convocando personaggi del calibro di Charles e Ray Eames, Eero Saarinen e Paul Rand (Harwood, 2011).↵
 15. Il caso IBM, mi pare, può a buon diritto rappresentare quel “fronteggiarsi di due tradizioni culturali profondamente diverse” (Vinti, 2007, p. 315) che è stato molto ben analizzato per il contrasto fra l’*advertising* americano e l’“arte pubblicitaria” e che trova profonde analogie anche nel campo del progetto di allestimento.↵

AIS/DESIGN JOURNAL
STORIA E RICERCHE
VOL. 2 / N. 3
MARZO 2014

DESIGN ITALIANO:
STORIE DA MUSEI,
MOSTRE E ARCHIVI
