

Ais/Design Journal

Storia e Ricerche



"ITALY: THE NEW DOMESTIC LANDSCAPE". I PRIMI CINQUANT'ANNI

AIS/DESIGN JOURNAL
STORIA E RICERCHE

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

VOL. 10 / N. 18
OTTOBRE 2023

**"ITALY: THE NEW DOMESTIC
LANDSCAPE".**

I PRIMI CINQUANT'ANNI

a cura di Fulvio Irace

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/

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 Ferrara
editors@aisdesign.org

**COORDINAMENTO
REDAZIONALE** Rita D'Atorre
caporedattore@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
Roberta Sironi, élitradesign

A CURA DI Fulvio Irace

REVISORI Sergio Pace, Michela Rosso, Dario Scodeller, Marco Scotti, Angelo Maggi, Mauro Mussolin, Ali Filippini, Francesca Picchi, Giampiero Bosoni, Carlo Bonfanti, Massimiliano Savorra, Andrea Maglio, Ramon Rispoli, Aurosa Alison.

<hr/>		
EDITORIALI	ITALY: THE NEW DOMESTIC LANDSCAPE RELOADED	7
	Fulvio Irace	
	LOOKING BACK TO SEE AHEAD	10
	Emilio Ambasz	
<hr/>		
SAGGI	ITALY: THE NEW DOMESTIC LANDSCAPE	13
	Barry Bergdoll	
	UN RACCONTO LUNGO 55 PAGINE. BREVE STORIA DEL DESIGN ITALIANO PER IL PUBBLICO AMERICANO	18
	Bibiana Borzi	
	ITALY: THE NEW DOMESTIC LANDSCAPE. UN CONTROLUCE	37
	Chiara Carrera	
<hr/>		
RICERCHE	"DENTRO L'OGGETTO". ALDO BALLO PER ITALY: THE NEW DOMESTIC LANDSCAPE	52
	Raissa D'Uffizi	
	QUEL "NEW ITALIAN DOMESTIC LANDSCAPE": DE PAS D'URBINO LOMAZZI E LA TAPPA FONDAMENTALE DI UNA GENERAZIONE	74
	Maria Teresa Feraboli	
	L'ENI AL MOMA: "UN CONFLITTO DI MENTALITÀ". IL SUPPORTO ALLA MOSTRA ITALY: THE NEW DOMESTIC LANDSCAPE TRA CULTURA E STRATEGIA AZIENDALE	93
	Gabriele Neri	
	L'INDUSTRIA ITALIANA "DESIGN BASED" E LE CASE MOBILI FIAT PER L'ESPOSIZIONE AL MOMA DEL 1972	115
	Chiara Lecce, Letizia Pagliai	
<hr/>		
MICROSTORIE	DESIGN COME NUOVI COMPORTAMENTI: DALL'AZIONE ESTETICA DI FILIBERTO MENNA AL CRITICAL DESIGN	148
	Isabella Patti	
<hr/>		
IMMAGINI	UN ALTRO MOMA 1972: LE IMMAGINI DI CRISTIANO TORALDO DI FRANCA	164
	(con una nota di Marco Sironi)	
<hr/>		
BIOGRAFIE AUTORI		

Ricerche

“Dentro l’oggetto”

Aldo Ballo per il catalogo di Italy: The New Domestic Landscape

RAISSA D’UFFIZI

Università La Sapienza di Roma

raissa.duffizi@uniroma1.it

Orcid ID: 0000-0002-9674-2265

Questo articolo analizza il contributo fotografico di Aldo Ballo per il catalogo della mostra “Italy: The New Domestic Landscape”. Le fotografie degli objects, selezionate per la pubblicazione, riflettono l’aura mitica conferita ai prodotti in mostra, racchiusi nelle teche collocate nel Giardino delle Sculture del MoMA. L’intento celebrativo e commerciale dell’evento è strettamente connesso alla cristallizzazione del prodotto industriale nelle fotografie di Aldo Ballo che conferiscono all’oggetto un’essenza spirituale e le definiscono con assoluta perfezione. Nel catalogo, le fotografie di Ballo sono “ritratti industriali”, protagonisti che emergono dallo spazio neutro e privo di ornamento, mentre l’inquadratura fotografica entra “dentro l’oggetto”, lo interpreta e gli restituisce un’anima. Il contributo indaga la relazione tra il lavoro di Aldo Ballo e la pubblicazione Italy: The New Domestic Landscape. Achievements and Problems of Italian Design, nell’ottica più generale di documentazione del design italiano. Si propone altresì un’analisi morfologica dei contenuti fotografici del libro, evidenziando la loro origine a seguito di una ricerca incrociata condotta presso l’Archivio Ballo & Ballo e sulle riviste di progetto del periodo.

This article analyzes Aldo Ballo’s photography for the catalog of the exhibition “Italy: The New Domestic Landscape”. The photographs of the objects, selected for the publication, reflect the mythical aura given to the products on display, enclosed in the cases located in the Sculpture Garden of the MoMA. The celebratory and commercial intent of the event is closely connected to the crystallization of the industrial product in Aldo Ballo’s photographs which give the object a spiritual essence and define them with absolute perfection. In the catalogue, Ballo’s photographs are “industrial portraits”, protagonists who emerge from the neutral and ornamentless space, while the photographic framing enters “inside the object”, interprets it and gives it back a soul. The contribution investigates the relationship between the work of Aldo Ballo and the publication Italy: The New Domestic Landscape. Achievements and

PAROLE CHIAVE

Aldo Ballo
Fotografia
Still-life
Design italiano
Prodotto industriale

KEYWORDS

Aldo Ballo
Photography
Still-life
Italian design
Industrial product

Problems of Italian Design, from the more general perspective of documenting Italian design. A morphological analysis of the photographic contents of the book is also proposed, highlighting their origin following cross-research conducted at the Ballo & Ballo Archive and in the project magazines of the period.

1. Introduzione: il catalogo di “Italy: The New Domestic Landscape”

Il catalogo *Italy: The New Domestic Landscape. Achievements and Problems of Italian Design* che documenta l’omonima mostra tenutasi al MoMA di New York nel 1972 è un artefatto comunicativo di estrema importanza nella storia del design italiano. La pubblicazione, che attesta il riconoscimento internazionale ottenuto dal disegno industriale italiano negli anni Settanta, viene così descritta in quello stesso anno dalla rivista americana *Interiors*:

432-page book containing 520 illustrations (124 in color) edited by the Museum in collaboration with Centro Di, Florence, and selling for \$9.95 paper-bound and \$15.00 clothbound. It includes a detailed catalog of the exhibition, a multi-authored history’s modern design movement, quite a lot of literary philosophizing on what design is all about plus speculation on what the domestic landscape of humanity is becoming (“Italy’s super-salesmen come to MoMA”, *Interiors*, numero 12, luglio 1972, p. 78).

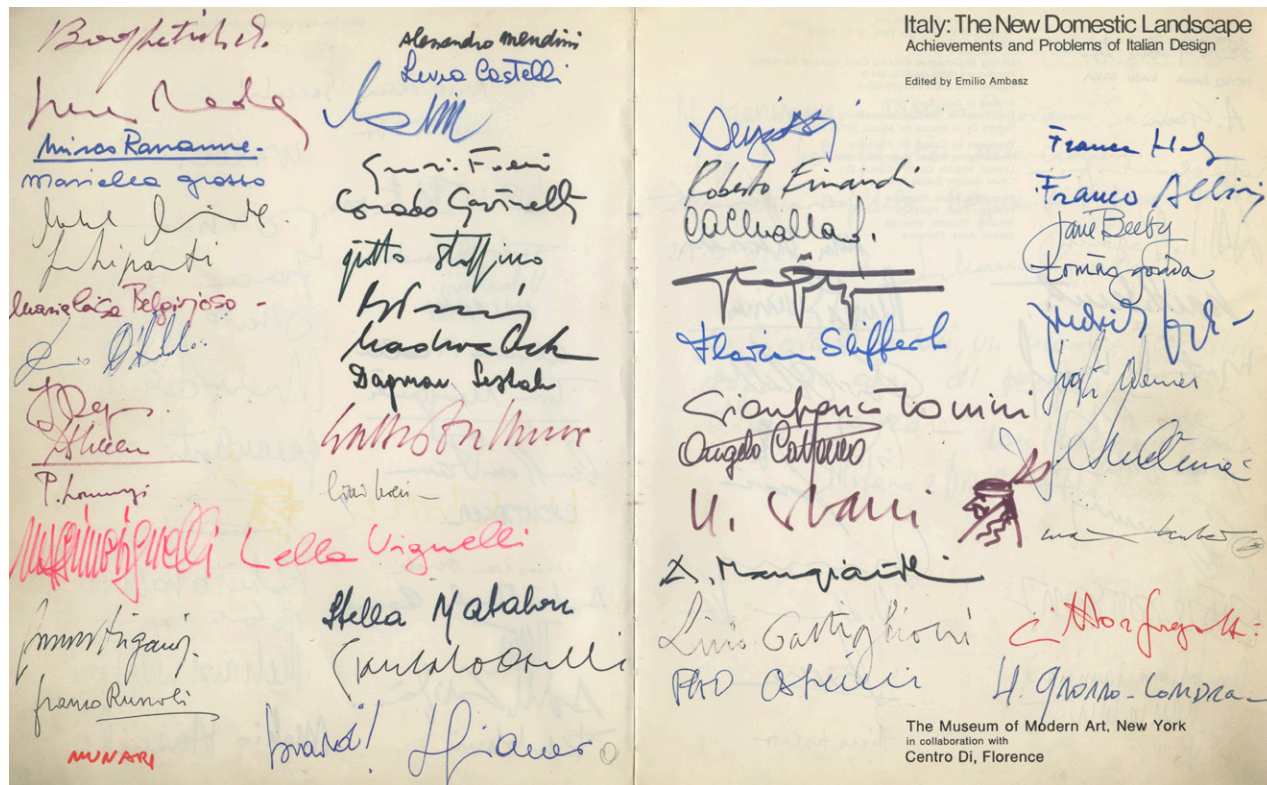
Negli Stati Uniti al tempo erano ancora poche le monografie sul design italiano, anche se solo qualche anno prima, nel 1968, era stata pubblicata l’antologia “Design Italiano: Mobili” a cura di Enrichetta Ritter. Il volume era redatto in quattro lingue e distribuito anche in America come presentazione di “un’accurata scelta di quanto di meglio si è venuto producendo nel nostro paese” una realtà progettuale contraddistinta dal primato di “inesausta qualità inventiva” (Dorfles, 1968, p. 2). Riviste americane come *Industrial Design* e *Interiors* dedicano numerosi articoli all’“Italian Style”, con un occhio sempre più attento alle novità proposte dalla Triennale e ai prodotti premiati con il Compasso d’Oro. Il catalogo della mostra, che contribuisce dunque a quel processo di riconoscimento e valorizzazione dell’Italia negli Stati Uniti, era stato infatti concepito anche per colmare quel vuoto editoriale sulla storia del design italiano in America e quindi con una vocazione del tutto indipendente dall’evento, seppur riflettendo la struttura e i contenuti dell’allestimento:

Il catalogo della mostra, con la sua ricca documentazione, i suoi saggi, le sue nemmeno troppo sotterranee polemiche, rappresenta un documento fra i più importanti, a testimonianza di un fondamentale passaggio della cultura materiale

italiana. [...] le sue fotografie e i suoi progetti ci restituiscono prima di tutto una fedele fotografia di quanto il design italiano, e soprattutto lombardo, aveva saputo realizzare negli anni che, approssimativamente, vanno dalla metà degli anni Sessanta all’inizio del decennio successivo (Morteo, 2001, p. 147).

Curato da Emilio Ambasz, il catalogo è stato stampato nell’aprile 1972 dalla tipografia Stiev di Firenze e rilegato nella legatoria Olivotto di Vicenza. Il Centro di Documentazione Internazionale sulle Arti di Firenze (Centro Di)¹ si occupa della realizzazione, affidando il layout grafico a Matilde Contri che bilancia le immagini insieme al rigore del carattere tipografico Helvetica per il testo. Il volume di 430 pagine si divide in quattro sezioni, le prime due documentano gli *objects* e gli *environmets* in mostra, la terza è dedicata agli “Historical articles” e la quarta ai “Critical articles”. I saggi storici e critici contestualizzano e argomentano il design italiano in mostra attraverso contenuti dal carattere storico e approfondimenti più critici,² rendendo la pubblicazione un progetto monografico unico sul design italiano e a cui partecipano con i loro progetti i più celebri designer italiani del panorama contemporaneo internazionale (fig. 1).

Fig. 1 — Catalogo Italy: The New Domestic Landscape firmato da alcuni protagonisti della mostra. Credits: Archivio Giovanni Sacchi.



La copertina del volume viene realizzata da un’idea di Emilio Ambasz ed è simbolicamente evocativa dell’attitudine progettuale italiana e metafora della rivoluzione condotta nell’ambito domestico della casa. Cinque oggetti si muovono simulando un *water game* all’interno di una tasca trasparente su carta da lucido; ciascuna immagine, estratta dal catalogo è stata appositamente ritagliata e trasformata in una “figurina” mobile; tale operazione permette agli oggetti di assumere configurazioni variegata, attribuendo alla copertina una caratterizzazione dinamica. Il tavolo rosso “Stadio 80” di Vico Magistretti, il “Pratone” del Gruppo Strum, la lampada “Asteroide” di Ettore Sottsass, le “Pillole” di Emanuele Ponzio e Cesare Casati e il servizio di piatti disegnato da Massimo Vignelli sono emblema di quei prodotti che hanno definito appunto “un nuovo paesaggio domestico” in cui gli oggetti non sono più statici, ma dinamici, flessibili e adattabili secondo stili e ambienti diversificati; in questo scenario progettuale una seduta può convertirsi in un prato, una lampada può assumere le fattezze di una pillola o di un asteroide, e la plastica può sostituire materiali tradizionali come il legno o la porcellana.³

La copertina, sperimentale ed innovativa, anticipa dunque il contenuto della pubblicazione e segnala la fondamentale importanza dell’apparato iconografico. La pubblicazione non solo presenta i prodotti in mostra, ma documenta soprattutto il design italiano come forza dominante, complessa e ben cristallizzata nella creazione e critica del design contemporaneo (Ambasz, 1972, p. 11). A seguito della fama raggiunta nell’ambito della fotografia di design e con l’attività ormai affermata dello studio Ballo & Ballo a Milano, ad Aldo Ballo viene così commissionata la realizzazione degli scatti fotografici per il catalogo.

2. La fotografia di design e lo studio Ballo & Ballo

La fotografia di design ha avuto un ruolo importante nella divulgazione dei nuovi prodotti industriali in Italia a partire dagli anni Cinquanta in quanto rappresentazione oggettiva dell’artefatto. Raimonda Riccini e Paola Proverbio, curatrici del numero monografico *AIS/Design Journal. Storia e Ricerche* “Fotografia e design. La costruzione dell’immagine del prodotto industriale” (numero 14, 2020),⁴ hanno così descritto il valore della fotografia di design nella definizione dell’immagine del prodotto:

Una narrazione visiva che attraverso un linguaggio di immediata comprensione si pone come vero e proprio racconto parallelo interrelato, ma non necessariamente del tutto coincidente, con quello della parola scritta. Le foto possono rimanere più o meno entro i termini della “sola” descrizione del prodotto o mettere in evidenza le intenzioni del designer; possono sorprendere attraverso una soluzione fotografica inattesa (grazie a diversi accorgimenti: il punto di

ripresa, la composizione, la scenografia, un certo tipo di illuminazione, ecc.) che aggiungendo un quid contribuisce a decretare la fortuna critica e/o il gradimento dell’oggetto (p. 13).

La fotografia diviene quindi lo strumento sostanziale nella narrazione del prodotto industriale e utilizzato all’interno di diversi media; senza dubbio però, la rivista di settore è da considerarsi il canale di comunicazione principale per la cultura progettuale italiana che ha costruito l’immagine del prodotto sia mediante gli articoli editoriali, sia attraverso gli annunci pubblicitari. Più volte, infatti, la storica del design Anty Pansera ha ribadito l’importanza dell’editoria specializzata, sottolineando come “Il ruolo giocato dalle riviste d’architettura e di arredamento negli anni Trenta, Quaranta, Cinquanta e da quelle di design negli anni Sessanta nella diffusione dell’estetica del prodotto è ormai assodato e fa parte degli elementi salienti del *caso italiano*” (1984, p. 17).

La fotografia di design ha però una maturazione e un riconoscimento molto lento nel tempo. Le origini sono formalmente frastagliate, anche se è possibile citare in questa sede alcuni avvenimenti significativi. *In primis*, Gio Ponti e la sua “acuta consapevolezza dell’uso della fotografia e delle sue implicazioni” (Dulio, 2019, p. 286),⁵ messa in pratica con la rivista *Domus*, dove l’immagine ha sempre ricoperto un valore fondamentale; la nascita di *Campo Grafico*⁶ ha invece adottato negli anni Trenta la fotografia come strumento di rappresentazione “preciso e concreto” (Boggeri, 1934, p. 271), mentre lo studio Boggeri ha compreso fin da subito il potenziale della fotografia in campo pubblicitario e ne ha sperimentato gli utilizzi, realizzando artefatti che saranno un modello di riferimento per la successiva produzione grafico-pubblicitaria. Infine, anche la pubblicazione della rivista *Stile Industria*, diretta da Alberto Rosselli dal 1954 al 1963, ha ricoperto un ruolo decisivo nella formazione della fotografia di design; nonostante negli anni Cinquanta la fotografia del prodotto non sia ancora specializzata, *Stile Industria* stabilisce un metodo per la rappresentazione dell’oggetto che consiste in un approccio visivo di sintesi e restituzione figurativa attraverso la tecnica fotografica dello *still-life*. Lo *still-life* – che diverrà in seguito la tecnica di rappresentazione più diffusa per l’artefatto industriale attraverso cui Aldo Ballo svilupperà la sua cifra stilistica – consiste nell’isolare l’oggetto in un ambiente neutro per esaltare le sue proprietà estetiche, tecnologiche e materiali in una configurazione plastica perfetta. Tale approccio segna una specializzazione della fotografia in relazione al prodotto industriale, che si contraddistingue con chiarezza rispetto alla fotografia di reportage industriale diffusa negli anni Cinquanta e realizzata prevalentemente all’interno delle fabbriche e durante il processo di produzione; ciò implica altresì, solo nel decennio seguente e parallelamente al boom

economico, il riconoscimento professionale del fotografo, una figura rimasta perlopiù marginale.⁷ In questa ottica, Paola Proverbio ha sottolineato negli studi condotti sulla fotografia di design a Milano, come sia difficile risalire alla componente progettuale e agli autori degli scatti durante gli anni Cinquanta a causa della posizione subalterna del fotografo nel gruppo di progetto:

Il fotografo veniva dopo le figure dell’imprenditore, del designer e del grafico. In posizione subalterna alle loro scelte registiche. Di sua pertinenza invece erano gli aspetti compositivi e tecnici. Una volta stabilita la composizione all’interno dell’inquadratura, imprenditore e designer non avevano più voce in capitolo, perché a quel punto il fotografo, dentro la sala di posa, avrebbe realizzato perfettamente quell’idea dal punto di vista della luce, dell’esposizione, della correttezza tonale del colore o del b/n. In sostanza, la parte progettuale del fotografo stava nella qualità della presentazione (2015, p. 83).

Dunque, se tra gli anni Trenta e Quaranta sono definiti indirettamente i principi cardine della fotografia di design, durante gli anni Cinquanta la fotografia non è tuttavia ancora specializzata nell’ambito del disegno industriale; infatti, come avanzato da Maddalena Dalla Mura “quando si delinea una ‘linea italiana’, la fotografia di prodotto non viene specificatamente problematizzata, ma è piuttosto praticata, all’intersezione di differenti esigenze di comunicazione e promozione” (2018, p. 443). In questo periodo gli scatti hanno una forte componente didattica, anche se sono piuttosto acerbi, in bianco e nero, prediligono le viste frontali o laterali, talvolta configurano il prodotto smontato e sono perlopiù utili a mostrare una categorizzazione tipologica per “valorizzare le ricorrenze e le discontinuità nelle forme di diversi oggetti” (Desole, 2015, p. 160).

Negli anni Sessanta lo stile fotografico assume tendenze moderne in linea con gli sviluppi economici, sociali e culturali; si rinnovano e nascono nuove realtà imprenditoriali per l’industria del mobile e in tale scenario la grafica, che si avvale soprattutto del mezzo fotografico, ricopre una valenza fondamentale per veicolare i nuovi prodotti come affermato da Mario Piazza in *La Grafica del Made in Italy. Comunicazione e aziende del design 1950-1980*:

È la grafica che ha modellato e reso visibile un universo simbolico attraverso il quale i consumatori hanno incontrato il prodotto. E prima di possedere la sedia o la poltrona, il divano o il casalingo dalle linee moderne e dai materiali innovativi, i consumatori hanno conosciuto le loro immagini, i loro nomi e la loro qualità dalle pagine degli annunci pubblicitari, dagli opuscoli promozionali, dai cataloghi, dalle riviste (2012, pp. 10-12).

Dal 1960, contemporaneamente allo sviluppo del Made in Italy, la fotografia diviene così strumento di comunicazione essenziale, giunge a maturazione e si allinea agli intenti dell’industria italiana che chiedeva “agli studi fotografici di amplificare, per la pubblicità e un’editoria specializzata, quella dimensione mitica dell’oggetto di arredamento” (Lucas & Agliani, 2004, pp. 22-23). Da questo momento l’inclusione del fotografo nella costruzione dell’immagine aziendale diviene imprescindibile ed è in questo panorama che si inserisce l’attività professionale di Aldo Ballo e dello studio Ballo & Ballo.

Lo studio fotografico Ballo & Ballo viene fondato da Aldo Ballo e Marirosa Toscani e inizia la sua attività lavorativa nei primi anni Cinquanta a Milano, al tempo la città italiana in più forte crescita e pervasa da un grande spirito di rinascita culturale e rinnovamento sociale. Conosciutisi in ambito accademico, il sodalizio artistico inizia quando Marirosa Toscani prende nel 1949 le redini dell’agenzia fotografica “Rotofoto” del padre Fedele, introduce il giovane Aldo alla fotografia e lo coinvolge nell’attività lavorativa. Nel 1952, dopo essersi innamorati, decidono di aprire uno studio fotografico in proprio, e nel gennaio dell’anno seguente viene inaugurato l’appartamento in via Settembrini. Nel dicembre del 1953 traslocano in via Santa Croce, nel 1957 in via Tristano Calco e nel 1970 aggiungono allo studio un nuovo spazio poco distante, ma pratico per ospitare grandi soggetti da fotografare e per riprodurre interi interni abitativi.

La fotografia realizzata nel 1956 che raffigura il secchio conico in polietilene, progettato da Roberto Menghi per le Smalterie Meridionali di Casalnuovo a Napoli, può essere considerato uno scatto manifesto dello studio Ballo. La fotografia attesta e anticipa il loro impegno nella narrazione del prodotto industriale italiano mediante un nuovo linguaggio visivo che riduce a sintesi la rappresentazione dell’oggetto esaltandone le proprietà estetiche, formali, funzionali e materiche. Nel novembre 1956, sulle pagine della *Rivista dell’Arredamento* (numero 23) il prodotto viene così descritto a seguito della premiazione con il Compasso d’Oro, avvenuta durante l’edizione del 1954:

Questa secchia in plastica vale a caratterizzare tutta una nuova produzione orientata verso il progresso estetico e tecnico del prodotto industriale. È interessante osservare l’attacco ortogonale sul cordolo dell’armatura che riesce a unificare la struttura elastica del secchio e la sensibilità delle curve del cordolo in funzione dei differenti sforzi sopportati dal materiale. Il punto di equilibrio tra forma e funzione del prodotto che il disegno industriale persegue allo scopo di conferire prestigio all’oggetto di serie trova conferma, negli esempi qui riportati, della dignità estetica raggiunta (p. 44).

Giuliana Gramigna nell’articolo “Obiettivo sull’oggetto” pubblicato su *Ottagono* nel numero 114 (marzo-maggio 1995) descrive la stessa fotografia come “inquietante, da cui nulla si può togliere né aggiungere” sottolineando l’approccio innovativo dei Ballo nella comunicazione del prodotto, “ripreso nella sua dignità di forma” e senza la necessità di altri “medium espressivi per restituircene tutto l’intimo valore se non l’uso sapiente dell’obiettivo e della luce” (p. 66).

L’attività fotografica dello studio Ballo & Ballo segue quindi contemporaneamente lo sviluppo della storia del design italiano e traccia anche una storia della fotografia di design; dai primi lavori eseguiti per Pirelli, Bassetti, La Rinascente, Olivetti e Agip, fino alle collaborazioni con Arflex, Artemide, Bacci, Bernini, Brionvega, Cassina, C&B, Poltronova e Zanotta, realizza numerosi scatti fotografici di prodotti industriali per la casa e diviene una realtà che garantisce una certa affidabilità e innovazione nella rappresentazione dell’oggetto.

Aldo Ballo e Marirosa Toscani realizzano quindi non solo fotografie emblematiche per il settore pubblicitario, ma anche scatti affascinanti per la presentazione del prodotto industriale all’interno delle riviste di settore negli articoli editoriali, e pubblicati su *Domus*, *Abitare*, *Arredorama*, *Ottagono* e *Casa Vogue*. La firma “foto Ballo” vicino alla fotografia viene apposta solo agli inizi degli anni Sessanta, quando la figura del fotografo è riconosciuta a livello professionale e assume un suo ruolo preciso all’interno del processo di comunicazione del prodotto, affiancando la figura del grafico prima e dell’*art director* poi,⁸ tra cui Giulio Confalonieri & Ilio Negri, Unimark, Emilio Fioravanti e G&R Associati.

Precisi ed essenziali, gli scatti ritraevano gli oggetti attraverso una rappresentazione scultorea, una sensibilità dettata anche dagli studi condotti da Aldo Ballo nella Facoltà di Architettura a Milano, un’esperienza che ha necessariamente determinato una capacità di lettura compositiva e intima dell’oggetto insieme all’abilità di attribuire alla rappresentazione del prodotto una dimensione aurea. Attraverso la tecnica dello *still-life*, il soggetto in sala posa veniva isolato e l’ambiente circostante reso neutrale, un’operazione, che, come ha scritto Paola Proverbio, è finalizzata “alla sublimazione del prodotto” (2015, p. 85). Lo studio dei Ballo realizzava di fatto “fotografie tecnicamente perfette, in cui, soprattutto nelle stampe in bianco e nero, l’oggetto veniva restituito nella sua essenzialità” (Carlotti, 2000, p. 198); grazie all’“uso sapiente della luce e l’interpretazione rigorosa” (Zanfi, 2002, p. 32) in circa venti anni lo studio Ballo & Ballo ha impresso sulla pellicola fotografica la storia del design italiano con uno stile elegante, raffinato e riconoscibile. Isa Tutino ha sottolineato come “La fortuna del design italiano nel mondo ha un grosso

debito nei confronti della fotografia di Ballo e Ballo: la fama conquistata dall’Italian Style dalla seconda metà del secolo scorso è stata molto aiutata dall’immagine nitida, serena, oggettiva e accattivante che degli oggetti di design diedero Aldo e Marirosa Ballo” (2009, p. 5).⁹

3. Aldo Ballo per “Italy: The New Domestic Landscape”

La pubblicazione *Italy: The New Domestic Landscape. Achievements and Problems of Italian Design* è stata concepita per essere ampiamente illustrata in tutte le sue sezioni; gli oltre 150 *objects* in mostra sono riprodotti fedelmente sulle pagine del catalogo.¹⁰ “Our heartfelt admiration and thanks go to Aldo Ballo, who photographed most of the objects for this book and made the enlargements shown in the exhibition containers” (1972, p. 15) scrive Emilio Ambasz nei ringraziamenti del libro, precisando inoltre anche nella sezione introduttiva agli *objects* che “All color and black-and-white photographs of objects in this section of the catalogue were specially taken by Aldo Ballo, Milan” (1972, p. 24).¹¹ Emilio Ambasz si rivolge quindi ad Aldo Ballo perché è da considerarsi in quel momento il maggiore professionista specializzato nella fotografia di design, una sorta di fotografo “archistar” che nel 1972 vanta il più vasto numero di collaborazioni con aziende e con riviste di progetto, sia rispetto ai contenuti pubblicati negli articoli editoriali e sia per quanto riguarda i materiali di promozione pubblicitaria. Inoltre, non di poco conto, è l’affermazione dell’immagine del design italiano attraverso la circolazione delle fotografie nelle riviste di progetto statunitensi come *Interiors* o *Industrial Design*; in questi casi sono riproposti nei contenuti editoriali scatti già pubblicati in Italia e commissionati direttamente dalle aziende, i quali sono stati realizzati il più delle volte dallo studio Ballo & Ballo. Dunque, assegnare ad Aldo Ballo le immagini che documentano gli *objects*, garantisce ad Ambasz anche la possibilità di avvalersi di una riconoscibilità fotografica, evocatrice di uno stile visivo peculiare e di un’autorialità italiana prestigiosa e celebre. Le fotografie degli *objects* presenti nella pubblicazione sono in totale 204, 151 delle quali sono state scattate da Aldo Ballo. Dalla ricerca incrociata tra i documenti conservati dall’Archivio Ballo & Ballo presso il Civico Archivio Fotografico di Milano,¹² il catalogo della mostra del MoMA e le riviste di progetto è stato possibile risalire all’origine e la provenienza delle immagini. Dallo studio è emerso che Aldo Ballo realizza *ad hoc* per il catalogo 15 fotografie, mentre le restanti 136 sono recuperate dal repertorio fotografico dei quindici anni antecedenti alla pubblicazione. L’Archivio Ballo & Ballo, oltre ai negativi e alcuni positivi fotografici, conserva le cosiddette “Agende Ballo”, cinque documenti scritti a macchina in cui sono trascritti tutti gli scatti eseguiti; nelle agende, ciascuna fotografia è segnalata con un codice

identificativo, seguito da una breve descrizione dell’immagine, del soggetto, del committente e della data in cui lo scatto viene realizzato. Una catalogazione attenta e puntuale dello studio Ballo che ricopre un arco cronologico dal 1954 al 1976.¹³ La preparazione della pubblicazione inizia nel maggio 1971, ma l’incarico fotografico viene affidato a Aldo Ballo solo tra ottobre e novembre dello stesso anno. Dall’analisi dei materiali è emerso infatti che Ballo inizia a lavorare per il catalogo solo nel dicembre 1971, quando sull’Agenda numero 5 (1970-1976) alcuni codici identificativi degli scatti riportano la dicitura “Museo d’arte moderna di New York, Emilio Ambasz - particolari e non per mostra a New York del design italiano” e accuratamente segnalati con un bollino rosso. La prima serie fotografica viene scattata il 20 dicembre 1971 fino alle ultime datate al febbraio 1972. Vantando collaborazioni con le più famose aziende produttrici del mobile e con le più importanti riviste di progetto, Ballo, da fotografo professionista, seleziona le fotografie da inserire della pubblicazione perlopiù dai lavori antecedenti, visto che la maggior parte dei soggetti in mostra erano già stati fotografati e archiviati in tempi precedenti dallo studio Ballo & Ballo.

Gli *object* in mostra sono stati progettati e prodotti tra il 1960 e il 1972; sono 136 le fotografie appartenenti a lavori precedenti di Ballo e scattati prima del dicembre del 1971, e il più delle volte rintracciabili negli articoli di presentazione e nelle pubblicità apparse sulle riviste di progetto. Le restanti quindici fotografie invece, scattate tra il 1971 e 1972 appositamente per il catalogo della mostra e a seguito dell’incarico, raffigurano prodotti mai fotografati da Ballo e perlopiù prodotti da aziende con cui lo studio fotografico non aveva mai collaborato, o prodotti caratterizzati più da una produzione più artistica che seriale.

4. Analisi morfologica dei materiali fotografici

Lo studio Ballo & Ballo ha collaborato tra gli anni Cinquanta e Settanta con numerose aziende e varie riviste di progetto. Le sue fotografie si ritrovano non solo negli articoli di presentazione dei prodotti nelle riviste di progetto, ma anche nelle pubblicità aziendali. Le commissioni, essendo di natura varia, potevano derivare dalla collaborazione tra Aldo Ballo e la rivista, come nel caso di *Ottagono* e *Abitare*, o dall’incarico affidatogli direttamente dall’azienda per i suoi contenuti pubblicitari e promozionali. Talvolta, infatti, era la rivista che incaricava Ballo per un servizio, mentre altre volte negli articoli compaiono serie fotografiche realizzate da Ballo su commissione dell’azienda come nel caso di Artemide o Cassina; inoltre, non era raro che alcune di queste immagini venissero riutilizzate anche per le pubblicità e per i cataloghi aziendali, o viceversa. Ad ogni modo, a partire dal 1960 quasi tutti i progetti

fotografici realizzati dallo studio Ballo & Ballo sono facilmente identificabili e con una cadenza piuttosto frequente, sulle riviste. A seguito della ricerca condotta, è emersa chiaramente una connessione tra i contenuti presenti nelle riviste di progetto e le fotografie selezionate per il catalogo della mostra. Alcune volte le immagini sono le stesse, frequentemente fanno parte della stessa serie fotografica, riproposte con piccole e quasi impercettibili variazioni della configurazione, mentre in altri casi l’immagine è identica ma ritagliata in altro modo. Come esempio, si propone quello della poltrona “Ciprea” disegnata da Afra e Tobia Scarpa per Cassina nel 1968; nello stesso anno Ballo si occupa di realizzare alcuni scatti della poltrona con finalità pubblicitaria, pubblicati poi su *Ottagono* (numero 11, ottobre 1968) e *Domus* (numero 468, novembre 1968). Gli scatti sono strettamente connessi e realizzati durante lo stesso servizio: quello su *Domus* mostra una modella seduta sul volume molleggiato della poltrona imbottita (fig. 2), mentre quello in *Ottagono* è il medesimo scatto pubblicato nel catalogo, incluso però con un ritaglio più ravvicinato del soggetto. Per la seduta “Gaudi” (1970) disegnata da Vico Magistretti viene invece scelta un’immagine molto simile a una tra quelle pubblicate nell’articolo “In resina. Nuovi arredi di Vico Magistretti” su *Ottagono* nel numero 19 (dicembre 1970). Le due immagini sono molto somiglianti e differiscono solo per il posizionamento dei pezzi nello spazio; nel caso di *Ottagono* due poltrone “Gaudi” sono disposte frontalmente rispetto all’obiettivo

Fig. 2 — Pubblicità della poltrona “Ciprea” disegnata da Afra e Tobia Scarpa per Cassina. Art direction Unimark, fotografia di Aldo Ballo; © Aldo Ballo. Tutti i diritti riservati.



fotografico (fig. 3), mentre nel catalogo della mostra una è frontale, mentre della seconda appare solo una porzione che pone in evidenza il dettaglio del bracciolo. Altri casi di scatti estrapolati da una stessa serie fotografica sono quello della lampada “Eclisse” (*Domus* numero 453, agosto 1967) che mostra quattro esemplari disposti praticamente allo stesso modo, segnati dalla stessa cadenza cromatica, anche se è percettibile una leggera variazione nella rotazione delle calotte interne; nella pubblicità per i tavolini “4 Gatti” di Mario Bellini per C&B si aggiunge invece alla composizione generale una pian-

Fig. 3 — Fotografia della seduta “Gaudi” disegnata da Vico Magistretti per Artemide pubblicata in *Ottagono* numero 19 (dicembre 1970) p. 37, fotografia di Aldo Ballo; © Aldo Ballo. Tutti i diritti riservati.



ta, un uovo di struzzo e uno di gallina (*Domus* numero 462, maggio 1968) (fig. 4); il tavolo “Quattro quarti” prodotto da Bernini e presentato su *Ottagono* (numero 15, ottobre 1969) nell’articolo “Quattro quarti in ABS” compare secondo diverse combinazioni e ornato da libri e altri piccoli oggetti che ne esplicitano l’utilizzo. La corrispondenza con materiali già pubblicati appare invece maggiormente visibile quando viene riutilizzata la stessa fotografia del catalogo, come per la pubblicità Sintesis dei tavoli della serie “Trentatré” (1970) disegnati da Sergio Asti (*Domus* numero 487, giugno 1970) (fig. 5) o quella per la lampada “Boalum” (1970) (*Domus* numero 499, giugno 1971) (fig. 7). Per gli articoli su rivista invece, immagini identiche sono impiegate soprattutto nelle rubriche dedicate alle nuove proposte di arredi e complementi, come per la fotografia del divano “Camaleonda” di Mario Bellini per



Fig. 4 — Pubblicità dei tavoli “4 Gatti” disegnati da Mario Bellini per C&B, fotografia di Aldo Ballo; © Aldo Ballo. Tutti i diritti riservati.



Fig. 5 — Pubblicità dei tavoli “Trentatè” disegnati da Sergio Asti per Sintesis, fotografia di Aldo Ballo; © Aldo Ballo. Tutti i diritti riservati.

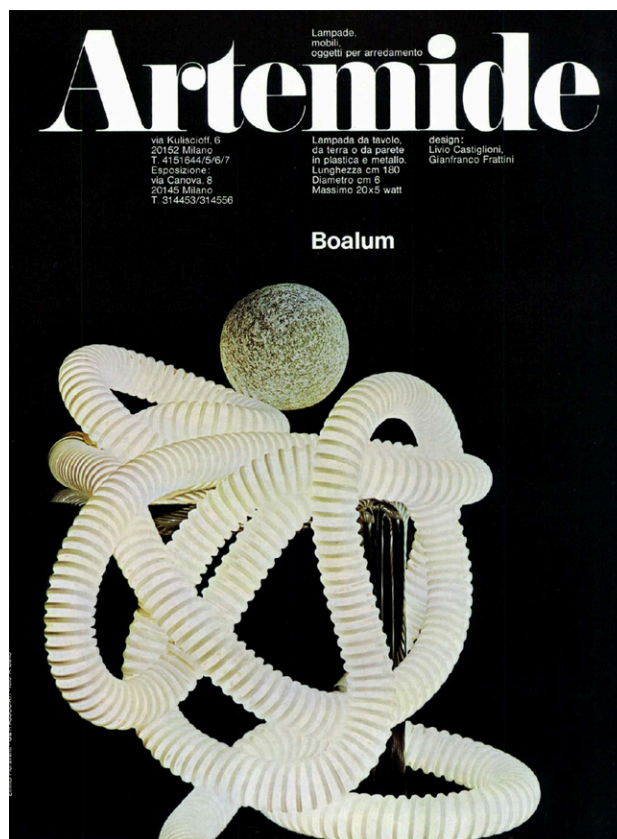
C&B (“Per star comodi”, *Arredorama* numero 6, gennaio-febbraio 1971, p. 5) (fig. 6), il tavolo “Plona” di Anonima Castelli (“Visti a Torino a ‘Nuove immagini della casa’, *Domus* numero 500, luglio 1971, p. 44) o per quella della Caraffa “Trilobata” realizzata da Enzo Mari per Danese (“Novità di design”, *Ottagono* numero 24, marzo 1972, p. 93). In generale, la maggior parte delle fotografie riproposte da Ballo nel catalogo sono riconducibili però a un periodo piuttosto ravvicinato alla mostra, tra il 1968 e il 1971.

Come in precedenza anticipato, ci sono poche fotografie realizzate da Ballo appositamente per il catalogo e dunque “inedite”. Alcune di queste sono quelle che ritraggono il set di vasi triangolari in marmo progettati da Enzo Mari per Danese (*Ambasz*, 1972, p. 89), alcuni pezzi prodotti da Poltronova come le lampade “Dalia” disegnata da Gino Marotta, la “Sanremo” degli Archizoom e “Asterioide” di Ettore Sottsass, o sedute dell’azienda Gufram come il “Pratone” del Gruppo Strum o “Tornerai” di Giorgio Ceretti, Piero Derossi e Riccardo Rosso (*Ambasz*, 1972, pp. 100-101). Più in generale, le nuove fotografie ritraggono prodotti per lo più appartenenti al design radicale italiano e in precedenza mai ritratti da Ballo.



Fig. 6 — Fotografia del divano “Camaleonda” disegnato da Mario Bellini per C&B pubblicata in *Arredorama* numero 6 (gennaio-febbraio 1971) p. 5, fotografia di Aldo Ballo; © Aldo Ballo. Tutti i diritti riservati.

Fig. 7 — Pubblicità della lampada “Boalum” disegnata da Livio Castiglioni e Gianfranco Frattini per Artemide, Art direction Emilio Fioravanti, fotografia di Aldo Ballo; © Aldo Ballo. Tutti i diritti riservati.



Comunemente, la totalità delle fotografie scattate da Aldo Ballo è dotata di un carattere particolare che si ritrova certamente anche in quelle selezionate per la pubblicazione; inquadrano l’oggetto e lo trasportano in un’ambientazione perfetta e armonica, lo valorizzano, estrapolano e rendono visibili le peculiarità di ciascun pezzo, rendendolo capace di esprimere una personalità artistica e funzionale. Gli oggetti divengono “parlanti” e rappresentativi di sé. Gli *still-life* di Aldo Ballo comunicano le particolarità dell’oggetto, una tendenza senza dubbio riconducibile all’innovazione comunicativa anticipata dalla rivista *Stile Industria*, che dal 1954 cambia la modalità fotografica nella rappresentazione dell’oggetto attraverso un processo di oggettivizzazione. Le foto sono scattate in sala posa, mai in ambienti esterni, e gli oggetti delicatamente accarezzati da una luce morbida e diffusa che viene impressa nella pellicola. Il *background* neutro, talvolta nero e altre volte chiaro, esalta la tridimensionalità e marca le linee del prodotto. L’oggetto industriale si converte in una scultura plastica perfetta da ammirare e desiderare. L’attitudine scultorea degli scatti si avverte anche dal loro posizionamento di fronte all’obiettivo fotografico. La maggior parte dei prodotti è ritratto nella

sua compiutezza estetica attraverso la luminosità che traccia le linee della forma compiuta. Il divano “Soriana” di Mario Bellini (Ambasz, 1972, p. 28), la seduta “Fiocco” di Busnelli (Ambasz, 1972, p. 32) o la poltrona “Mies” di Poltronova (p. 103) sono solo alcuni esempi di questo approccio elegante e monumentale di rappresentare il prodotto moderno come una scultura industriale contemporanea. Tale linguaggio è piuttosto evidente anche per la rappresentazione di categorie di prodotti specifiche, come alcune lampade contraddistinte da una qualità plastica molto raffinata (Ambasz, 1972, pp. 63-66) o complementi di arredo, servizi di piatti, vasi o piccoli oggetti che celano la loro attitudine funzionale per manifestare quasi esclusivamente una perfezione formale (Ambasz, 1972, pp. 77-91).

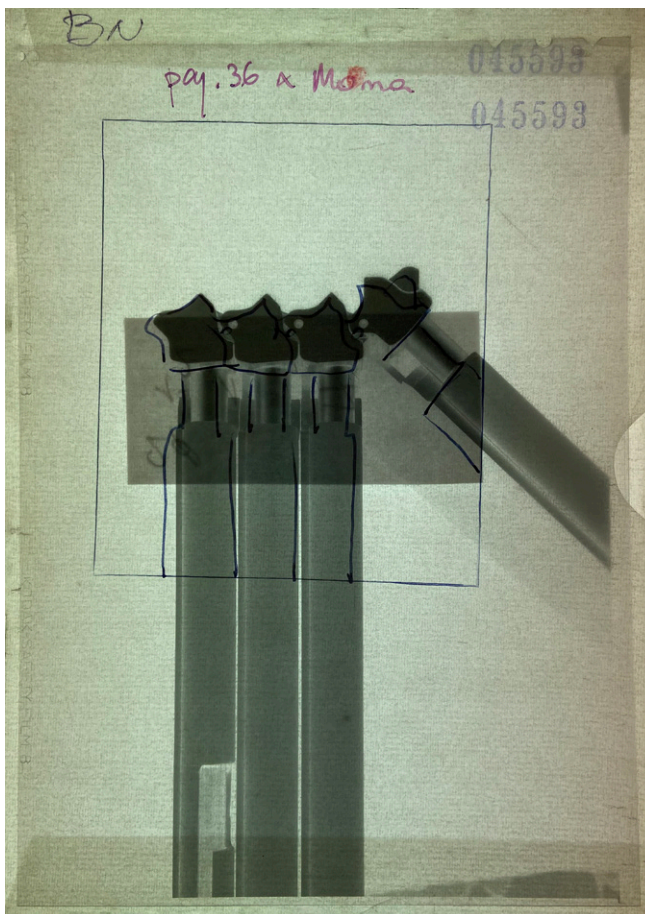
Ballo traduce in altri casi le proprietà tecnologiche e funzionali dei nuovi prodotti italiani che hanno cambiato il paradigma abitativo. Una prima tendenza è quella di rivelare la componibilità del prodotto attraverso una modalità di scomposizione dei pezzi, che evidenzia la facilità nel montaggio, nello smontaggio o nella costruzione. Ad esempio, presentano questa narrazione visuale la poltrona Kartell modello 4801/5 disegnata da Joe Colombo (Ambasz, 1972, p. 30), progettata “con lo scopo principale di eliminare totalmente viti, incollaggi o qualsiasi sistema meccanico di assemblaggio. I tre pezzi [...] si uniscono con un semplice gioco di incastri autobloccanti che permettono il rapido montaggio e smontaggio” (“3 compensati curvati + 2 cuscini = 1 poltrona di nuova concezione”, *Arredare. Ambientazioni, mobili e oggetti di arredamento* numero 13, marzo 1966, p. 6), e la “Springtime” di Marco Zanuso per Arflex (Ambasz, 1972, p. 35) studiata per essere “risultato dell’assemblaggio di un certo numero di elementi componibili, ma soprattutto per semplificare al massimo il meccanismo di tale montaggio, di ridurre, se così si può dire, ad un fatto elementare, sintetico, essenziale l’oggetto poltrona” (Gramigna, 1966, pp. 71-73). Anche la trasformabilità risulta essere una proprietà di interesse nell’analisi che Ballo compie sull’oggetto; in questa circostanza Ballo adopera più immagini in progressione, o una stessa immagine dove l’oggetto compare secondo versioni diverse, per documentare il “cambiamento” del prodotto. “Anfibio” di Alessandro Becchi per Giovinetti (Ambasz, 1972, p. 119) esprime una trasformazione tipologica, perché si converte da divano a letto attraverso tre posizioni diverse; tre sono le fotografie che chiariscono le possibilità compositive dell’arredo “che ha la possibilità di assolvere diverse funzioni, in una casa concepita in termini moderni; la sua funzione non si doveva fermare al divano, ma investire anche il periodo del relax e del riposo notturno, trasformandosi quindi in letto, senza meccanismi” (“Idee. L’Anfibio”, *Arredorama* numero 8, maggio/giugno 1971, p. 45). Con la radio “Cubo” (Ambasz, 1972, p. 71) e il telefono “Grillo” (Ambasz, 1972, p. 74) progettati da Marco Zanuso e Richard

Sapper, Ballo accentua una trasformazione formale e li raffigura nella combinazione aperto-chiuso che ne valorizza nel primo caso la forma geometrica e nel secondo la conformazione organica di una conchiglia. Le lampade “Periscopio” di Stilnovo (Ambasz, 1972, p. 62) ed “Eclisse” di Artemide (Ambasz, 1972, p. 59) sono invece emblematiche per sottolineare una libertà nel determinare la direzione o l’intensità della luce attraverso bracci mobili o calotte ruotanti. Anche l’impilabilità e la riduzione del volume del prodotto è un tema che viene trattato da Ballo con estrema semplicità nella disposizione fotografica. La sedia “Universale” della Kartell (Ambasz, 1972, p. 40) e la “Selene” di Artemide (Ambasz, 1972, p. 41) sono ritratte attraverso una sovrapposizione di più pezzi, sottendendo anche l’innovazione progettuale e la sperimentazione produttiva che sfrutta le innumerevoli possibilità della materia plastica. La variazione dimensionale di alcuni prodotti viene al contrario testimoniata attraverso la coesistenza di un prima-dopo nello scatto fotografico, come nel caso della sedia “Plia” disegnata da Giancarlo Piretti (Ambasz, 1972, p. 37) o della “Fiera di Trieste” prodotta da Bazzani (Ambasz, 1972, p. 43). I due prodotti sono pieghevoli e in entrambe le fotografie questi sono raffigurati anche nella loro versione ridotta, in cui il mutamento volumetrico permette di minimizzare l’ingombro e usufruire del pezzo solo secondo necessità. Per altri prodotti come la poltrona “Melaina” di Rodolfo Bonetto (Ambasz, 1972, p. 33) o sedia “Chica” di BBB Bonacina (Ambasz, 1972, p. 44), Aldo Ballo opta per una visualizzazione più corale del prodotto che non è più unico ed esclusivo, ma attesta la sua appartenenza seriale e le sue origini industriali. Talvolta all’opposto, la coralità fotografica è funzionale a palesare una varietà del prodotto attraverso il contrasto cromatico, come per la poltrona “Jumbo” di Alberto Rosselli (Ambasz, 1972, p. 33) o la poltrona “Blow” di Paolo Lomazzi, Donato D’Urbino e Jonathan De Pas (Ambasz, 1972, p. 34). In merito al colore, una riflessione specifica è invece necessaria per il suo inserimento all’interno nelle fotografie della pubblicazione. Gli scatti sono presentati nel catalogo in prevalenza in bianco e nero per esaltare come in precedenza dichiarato contrasti e luminosità, ma in casi puntuali e magistralmente misurati da Ballo, il colore compare in alcune immagini per suscitare una vibrazione visiva nel lettore, una scelta finalizzata ad esaltare l’estetica del prodotto o il materiale impiegato. Infatti, le fotografie a colori sono scelte per rappresentare oggetti in cui i toni cromatici hanno una valenza significativa e caratteristica del prodotto. Tali fotografie mostrano esclusivamente colori primari (rosso, giallo e blu) e quelli secondari (arancione, verde e viola): il rosso della macchina per scrivere “Valentine” dell’Olivetti (Ambasz, 1972, p. 75), il giallo del portacoltelli di Marco Zanuso e Richard Sapper per Necchi (Ambasz, 1972, p. 73), il verde del tavolo “Poker” di Zanotta (p. 45), l’arancio delle “Mura” di Mario Bellini per Cassina (Ambasz,

1972, p. 31), il blu di un portapenne e il viola di un vaso entrambi disegnati da Enzo Mari per Danese (Ambasz, 1972, p. 83).

Dall’analisi dei negativi fotografici presso l’Archivio Ballo & Ballo è emerso che gli scatti selezionati per la pubblicazione sono segnalati il più delle volte con un cerchio rosso a pastello, con la dicitura “x MoMA” e con un riferimento preciso alla pagina corrispondente del catalogo.¹⁴ Altri negativi riportano invece alcuni appunti molto interessanti di Aldo Ballo che aiutano a comprendere lo studio e la ricerca che intraprende sull’oggetto, nella valutazione dell’immagine e nell’inquadramento del prodotto rispetto alla sua configurazione finale nella pubblicazione. Ciascun negativo è custodito all’interno

Fig. 8 — Negativo fotografico con dettaglio del tavolo “Plano” progettato da Giancarlo Piretti per Anonima Castelli, fotografia di Aldo Ballo; © Aldo Ballo, Civico Archivio Fotografico, Comune di Milano. Tutti i diritti riservati.



di una tasca cartacea, e in alcuni casi Ballo ridisegna la forma dell’oggetto e ritaglia l’immagine, la inquadra e mette a fuoco il soggetto, studiando la possibile cornice fotografica, come per il tavolo “Plano” disegnato da Giancarlo Piretti per Anonima Castelli (fig. 8).¹⁵ Tra i negativi sono stati ritrovati inoltre



Fig. 9 — Negativo fotografico e prova di stampa della sedia a dondolo disegnata da Cesare Leonardi e Franca Stagi per Elco, fotografia di Aldo Ballo; © Aldo Ballo, Civico Archivio Fotografico, Comune di Milano. Tutti i diritti riservati.

alcuni scatti di prodotti presenti in mostra ma che sul catalogo sono rappresentati da fotografie che non sono state scattate da Ballo, come per la seduta “Tube” fotografata da Davide Clari o la lampada “Passiflora” che appare in un’immagine catturata da Cristiano Toraldo de Francia. Tra i materiali analizzati, a supporto del negativo fotografico è stata realizzata o pervenutaci una sola prova di stampa, quella che raffigura la sedia a dondolo disegnata da Cesare Leonardi e Franca Stagi per Elco, stampata su una carta fotografica Agfa (fig. 9);¹⁶ sulla tasca sono inoltre riportate anche l’apertura del diaframma e la velocità di esposizione della macchina fotografica. Infine, è opportuno segnalare che l’Archivio Ballo & Ballo è stato acquisito solo recentemente dal Civico Archivio Fotografico di Milano e, quindi, non ancora inventariato e privo di uno studio approfondito sulla metodologia e i criteri di archiviazione e di suddivisione dei materiali.

5. Conclusioni

Lo studio Ballo & Ballo ha tradotto attraverso la fotografia la storia del prodotto industriale italiano per la casa, contribuendo “a creare l’immagine che il mondo ha del Made in Italy” (Nicoletti, 2015, p. 111). Di fatto, l’analisi dei materiali oggetto dello studio ha permesso di risalire alle origini degli scatti fotografici realizzati da Aldo Ballo per il catalogo *Italy: The New Domestic*

Landscape. Achievements and Problems of Italian Design. Ballo attinge prevalentemente dal suo repertorio fotografico realizzato negli anni precedenti all’incarico, mentre realizza in pochi casi fotografie specifiche per la pubblicazione. Tale scelta determina necessariamente alcune riflessioni importanti; in primo luogo, il fatto che Ballo recuperi le fotografie da un personale repertorio implica che alcune immagini siano già state diffuse non solo sulle riviste di progetto italiane ma anche americane.¹⁷ Spesso le fotografie sono le stesse o riconducibili a precedenti servizi fotografici già pubblicati, anche se in questi casi la fotografia presenta una differenza quasi impercettibile. Queste fotografie sono quindi già state osservate dal pubblico e sono presenti nell’immaginario collettivo. Le fotografie, essendo già state pubblicate più volte in riviste specializzate, essendo le stesse apparse all’interno di pubblicità o veicolate attraverso cataloghi aziendali, avevano l’obiettivo di presentare e promuovere i nuovi prodotti della cultura abitativa contemporanea. L’impianto stilistico e la struttura narrativa delle immagini sono speculari, e identica è anche la tendenza a rappresentare il più possibile il prodotto sotto un profilo che ne valorizzi l’estetica, la funzione e la composizione. Ballo dunque ripropone un linguaggio appurato, vincente e funzionale, un modello comunicativo volto a documentare l’“Italy’s new idiom” (Allen, 1967, p. 39), ormai emerso dalla penisola italiana, e divenuto riconoscibile oltreoceano. Sulle pagine della rivista americana *Industrial Design*, nel giugno 1972 viene presentata la nuova mostra sul design italiano al MoMA di New York:

Design in New York has a decided Italian accent these days, and for that matter so do a lot of the designers. Everywhere you go, everybody’s talkin, talkin, talkin [...] Instead of de-objectifying design, “Italy: The New Domestic Landscape” enshrines design ever more firmly as the cult of the subject in pursuit of the object. (Guilfoyle, 1972, p. 19)

La rivista *Interiors* annuncia invece nel luglio dello stesso anno che “Italy’s super-salesmen come to MoMA”, ma è evidente come da una parte prevalga un’attitudine celebrativa dell’oggetto, e dall’altra come l’evento venga proposto come una fiera del design italiano. La duplice natura dell’evento viene certamente ritrovata anche nel catalogo della mostra che da una parte elogia la produzione italiana, e dall’altra propone la merce delle più note aziende italiane sul mercato americano. Un approccio fortemente commerciale, che si riflette anche nell’allestimento dei 180 *objects* in mostra, inseriti all’interno di torri modulari in legno e caratterizzate da un’apertura in vetro.¹⁸ Come sottolineato da Dario Scodeller, l’allestimento per la sezione degli *objects* segue un approccio di tipo vetrinistico:

[...] la scelta della “vetrina”, cioè del dispositivo più legato alle forme espositive del commercio e del museo, chiarisce il senso dell’operazione di Ambasz. Il design italiano degli anni Sessanta viene, contemporaneamente, storicizzato e “commercializzato” allestendo, all’ombra del Rockefeller building, uno shopping center in miniatura del design made in Italy. La “vetrinizzazione” del design italiano, cioè il prevalere della componente iconica su quella reale [...] le cose, gli oggetti testimoni vetrinificati di una storia eroica ormai conclusa, ma commercialmente viva (2014, p. 17).

La pubblicazione mette in mostra il prodotto industriale italiano ed è al contempo raccolta documentativa e catalogo commerciale. In conclusione, la scelta di utilizzare fotografie realizzate da Aldo Ballo per il mercato e il sistema culturale italiano sottende l’assenza di un processo di americanizzazione dei contenuti della pubblicazione, volto invece a valorizzare un linguaggio di comunicazione prettamente “italiano” e inconfondibilmente firmato dallo stile introspettivo dello studio Ballo & Ballo. Come dichiarato da Aldo Ballo, la sua fotografia andava “dentro l’oggetto”, permettendo allo stesso prodotto di acquisire “un suo peso, una sua presenza, una sua individualità: diventava un’icona definitiva, pronta a entrare nella storia” (Tutino, 2009, p. 5). Dunque, l’attività di Aldo Ballo non è stata solo efficace nello sviluppo dell’identità italiana in America, ma ha estremo valore anche per la cultura materiale italiana, per aver rappresentato attraverso ritratti industriali la storia industriale del nostro paese.¹⁹

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- ALLEN, B. (1967, ottobre). Italy’s new idiom. *Industrial Design*, 8, 39.
- AMBASZ, E. (1972). *Italy: The New Domestic Landscape. Achievements and Problems of Italian Design*. Firenze: Centro Di.
- CALVENZI, G., & GREGORIETTI, S. (a cura di). (2009). *Ballo+Ballo: il linguaggio dell’oggetto attraverso le fotografie di Aldo Ballo e Marirosa Toscani Ballo*. Cinisello Balsamo: Silvana editore.
- CARLOTTI, A. (2000). Obiettivo sull’oggetto. Aldo Ballo e il suo Studio. In A. Carloti (a cura di), *Fotografia e fotografi a Milano dall’Ottocento ad oggi* (pp. 198-199). Torino: Einaudi.
- DALLA MURA, M. (2018). Immagini e immaginario: un percorso tra fotografia e riviste tra gli anni Cinquanta e Ottanta. In C. Alessi, M. Dalle Mura, M. De Giorgi, V. Pasca & R. Riccini (a cura di), *Storie. Il design italiano. Triennale design museum*, (pp. 432-449). Milano: Electa - Triennale Design Museum.
- DESOLE, A.P. (2015). *La fotografia industriale in Italia 1933-1965*. San Severino Marche: Editrice Quinlan.
- DORFLES, G. (1968). Il mobile italiano d’oggi. In E. Ritter (a cura di), *Design italiano: mobili* (pp. 2-9). Milano: Carlo Bestetti edizioni d’arte.
- DULIO, R. (2019). “Nihil est in intellectu quod non fuerit in sensu”: la fotografia tra arte e comunicazione. In M. Casciato & F. Irace (a cura di), *Gio Ponti: amare l’architettura*, (pp. 286-288). Roma-Firenze: MAXXI-Forma.
- GRAMIGNA, G. (1966, luglio). *Ottagono*, 2, 71-73.
- GRAMIGNA, G. (1995, marzo-maggio). *Ottagono*, 114, 66.
- GUILFOYLE, J.R. (1972, giugno). Dolce far niente. *Industrial Design*, 5, 19.
- Idee. L’Anfibio. (maggio-giugno, 1971). *Arredorama*, 8, 45.
- In resina. Nuovi arredi di Vico Magistretti. (dicembre, 1970). *Ottagono*, 19, 34-37.
- Italy’s super-salesmen come to MoMA. (luglio, 1972). *Interiors*, 12, 78.
- LUCAS, U. & AGLIANI, T. (2004). La fotografia del miracolo economico. In U. Lucas (a cura di), *20: L’immagine fotografica, 1945-2000* (pp. 22-29). Torino: Einaudi.
- MORTEO, E. (2001). 1964-1972. Nasce un linguaggio degli oggetti. In A. Colonnetti (a cura di), *Grafica e design a Milano 1933-2000* (pp. 145-150). Milano: Abitare Segesta.
- NICOLETTI, F.M. (2015). *L’immagine progettata. Storia del rapporto tra fotografia e design*. Palermo: 40due Edizioni.
- Novità di design. (marzo, 1972). *Ottagono*, 24, 93.
- PANSERA, A. (1984). La storia di un percorso. In G. Iliprandi, A. Marangoni, F. Origoni, A. Pansera (a cura di), *Visual design. 50 anni di produzione in Italia*, (pp. 15-24). Milano: Idealibri.
- Per star comodi. (gennaio-febbraio 1971). *Arredorama* 6, 5.
- PIAZZA, M. (2012). *La Grafica del Made in Italy. Comunicazione e aziende del design 1950-1980*. Milano: AIAP.
- PROVERBIO, P. (2015). La fotografia di design a Milano. Note per una storia fra gli anni Cinquanta e Settanta. In E. Di Raddo (a cura di), *Milano 1945-1980: Mappa e volto di una città. Per una geostoria dell’arte* (pp. 77-91). Milano: Franco Angeli.
- RICCINI, R. & PROVERBIO, P. (2020). *Fotografia e design. La costruzione dell’immagine del prodotto industriale. AIS/Design Journal. Storia e Ricerche*, 14(7), 9-18. <https://www.aisdesign.org/ser/index.php/SeR/article/view/201/188>
- SCODELLER, D. (2014). Exhibition, anti-exhibition: su alcune questioni espositive del pop e radical design italiano, 1966-1981. *AIS/Design Journal. Storia e Ricerche*, 3(2), <https://www.aisdesign.org/ser/index.php/SeR/article/view/52/47>
- SCHWARTZ-CLAUSS, M. (2011). *Zoom: Italian design and the photography of Aldo and Mariarosa Ballo*. Weil am Rhein: Vitra design museum.
- TUTINO, I. (2009). Il linguaggio dell’oggetto nelle fotografie di Aldo e Marirosa Ballo. In G. Calvenzi & S. Gregorietti (a cura di), *Ballo+Ballo: il linguaggio dell’oggetto attraverso le fotografie di Aldo Ballo e Marirosa Toscani Ballo* (p. 5). Cinisello Balsamo: Silvana editore.
- Tre “compassi d’oro”. (novembre, 1956). *Rivista dell’Arredamento*, 23, 44.
- Visti a Torino a “Nuove immagini della casa”. (luglio, 1971). *Domus*, 500, 44.
- ZANFI, C. (2002). Still life. In C. Zanfi (a cura di), *Fotografia e design: l’immagine Alessi* (32-33). Cinisello Balsamo: Silvana editore.

NOTE

- 1 Il Centro Di viene fondato da Alessandra e Ferruccio Marchi nel 1968 proponendosi come uno dei luoghi più importanti nella scena culturale italiana per la divulgazione di libri d’arte e d’artista.
- 2 Nella sezione “Historical articles” sono presenti tesi di Paolo Portoghesi, Maurizio Fagiolo dell’Arco, Leonardo Benevolo e Vittorio Gregotti; per i “Critical articles” scrivono Filiberto Menna, Mandredo Tafuri, Germano Celant, Alessandro Mendini, Giulio Carlo Argan, Italo Insolera e Ruggero Cominotti.
- 3 Le immagini dei prodotti utilizzate per la copertina del libro sono state ottenute ritagliando lo sfondo di alcune fotografie presenti nel catalogo e realizzate per la maggior parte da Aldo Ballo. Su cinque immagini, solo nel caso della lampada “Pillole” la fotografia è stata realizzata dallo Studio 2 di Bergamo.
- 4 Il volume, interamente dedicato alla relazione tra fotografia e design, indaga il ruolo della fotografia nello sviluppo della cultura del disegno industriale. Si rimanda al fascicolo completo: <https://www.aisdesign.org/ser/index.php/SeR/issue/view/15/44>
- 5 Per un approfondimento sulla fotografia in *Domus* si rimanda al saggio di Roberto Dulio “Nihil est in intellectu quod non fuerit in sensu: la fotografia tra arte e comunicazione” pubblicato in *Gio Ponti: amare l’architettura* curato da Maristella Casciato e Fulvio Irace (2019), nonché al volume “Giorgio Casali. Photographer / Domus 1951-1983” di Angelo Maggi e Italo Zannier che analizza l’opera fotografica di Giorgio Casali e il suo sodalizio artistico con Gio Ponti e *Domus*.
- 6 *Campo Grafico. Rivista di estetica e di tecnica grafica* è stata fondata da Attilio Rossi nel 1933 e pubblicata sino al 1939.
- 7 Nel 1959 viene organizzata la *Mostra fotografica della fotografia italiana d’oggi* e si tiene il primo Convegno Nazionale di Fotografia a Sesto San Giovanni. Entrambi gli eventi documentano e riflettono lo stato della fotografia sul finire degli anni Cinquanta. Nel 1960 viene invece istituita l’Associazione Fotografi Italiani Professionisti (AFIP) volta a tutelare i diritti del fotografo in quanto figura professionale.
- 8 In questo periodo emergono molte figure di professionisti in ambito fotografico e specializzate nella riproduzione del prodotto industriale, tra cui Giorgio Casali, Davide Clari, Edoardo Mari, Mauro Maserà, Serge Libiszewski e Klaus Zaugg.
- 9 Attualmente sono stati pubblicati solo due volumi che documentano il lavoro dello studio Ballo & Ballo. Il primo è stato realizzato in occasione della mostra “Ballo+Ballo” organizzata dal Comune di Milano presso il Padiglione di Arte Contemporanea (PAC) nel 2009 (Calvenzi & Gregoriotti, 2009). Il secondo documenta l’esposizione “Zoom – Italian Design and the Photography of Aldo and Marirosa Ballo” allestita presso il Vitra Design Museum a Weil am Rhein nel 2011 (Schwartz-Clauss, 2011).
- 10 Gli *objects* in mostra sono divisi in tre sezioni: “Objects selected for their formal and technical means”, “Objects selected for their sociocultural implications” e “Objects selected for their implications of more flexible patterns of use and arrangement”. Anche il catalogo della mostra adotta questa suddivisione tematica. Le fotografie degli *environments* sono state realizzate per la maggior parte da Valerio Castelli.
- 11 Quasi la totalità delle fotografie presenti nella sezione degli *objects* è stata realizzata da Aldo Ballo, ad eccezione di alcuni scatti segnalati accuratamente nella sezione dedicata ai crediti (Ambasz, 1972, p. 429). Per gli articoli storici e critici sono state impiegate fotografie fornite dalle aziende o estrapolate da alcune riviste di progetto come *Domus*, *Casabella*, *Edilizia moderna*, *Quadrante*. I crediti fotografici si trovano a pagina 429 del catalogo della mostra.
- 12 Il Civico Archivio Fotografico presso il Castello Sforzesco di Milano conserva l’archivio dello studio Ballo & Ballo a seguito del lascito di Marirosa Toscani Ballo nel giugno 2022. L’archivio è costituito da 184.203 fotografie, inventari fotografici, libri e documenti.
- 13 Le cinque agende sono così cronologicamente suddivise: Agenda 1 (1954-1959), Agenda 2 (1959-1962), Agenda 3 (1962-1966), Agenda 4 (1966-1970), Agenda 5 (1970-1976).
- 14 Le pagine indicate sui negativi fotografici corrispondono il più delle volte al vero rispetto alla versione stampata della pubblicazione. In alcuni casi invece la corrispondenza è errata. Questa incongruenza è dovuta senza dubbio ai cambiamenti effettuati durante la realizzazione del catalogo e in funzione delle diverse bozze presentate.
- 15 Aldo Ballo lavora sui negativi fotografici e ipotizza il ritaglio dell’immagine anche per la sedia “Plia” di Anonima Castelli (Ambasz, 1972, p. 37), la sedia per bambini modello 4999/5 disegnata da Marco Zanuso e Richard Sapper per Kartell (Ambasz, 1972, p. 44), la lampada modello 602 e 1098 progettata da Cini Boeri per Arteluce (Ambasz, 1972, p. 61), la seduta “Fiocco” di Busnelli (Ambasz, 1972, p. 32) e il telefono “Grillo” (Ambasz, 1972, p. 74).
- 16 La fotografia viene pubblicata precedentemente sul numero 501 di *Domus* (agosto 1971) in cui si celebra il disegno italiano attraverso una ricca galleria fotografica di prodotti per la casa realizzati tra il 1940 e 1970.
- 17 È utile sottolineare che tra gli anni Sessanta e gli anni Settanta la produzione italiana del mobile diviene oggetto di particolare interesse in America, tanto che le riviste di progetto americane dedicano molto spazio all’Italia, ai suoi prodotti e ai suoi protagonisti. Non è raro, infatti, trovare in questi spazi fotografie realizzate da Aldo Ballo che sono identiche a quelle che circolano in Italia nello stesso periodo.
- 18 Alcune delle torri ospitanti gli *objects* presentano alcuni “black-and-white enlargements” realizzati dallo stesso Ballo (Ambasz, 1972, p. 427). Gli ingrandimenti rappresentano i dettagli di alcuni oggetti inseriti nella torre corrispondente come nel caso della sedia a dondolo progettata da Cesare Leonardi e Franca Stagi per Elco o la poltrona “Soriana” disegnata da Afra e Tobia Scarpa per Cassina.
- 19 La ricerca è dedicata a Marirosa Ballo venuta a mancare durante la stesura di questo testo. Un ringraziamento alla dr.ssa Silvia Paoli, conservatore responsabile del Civico Archivio Fotografico e la sig.ra Giuseppina Simmi referente della sala studio che mi ha gentilmente aiutato a visionare i materiali dell’Archivio Ballo & Ballo.

Biografie autori

Emilio Ambasz

Emilio Ambasz è architetto e designer. Dal 1969 al 1976 è stato Curator of Design al Museum of Modern Art, New York, dove ha curato, tra l'altro, la mostra *Italy the new domestic Landscape*. Ha insegnato presso la Princeton University's School of Architecture e alla Hochschule für Gestaltung di Ulm. Precursore dell'architettura green, ha ricevuto per la sua ricerca progettuale e critica numerosi riconoscimenti internazionali. Ha pubblicato numerosi libri, tra cui *Natural Architecture, Artificial Design* (Electa 2001). È autore di molti progetti di prodotto, tra cui la pluripremiata seduta per ufficio Vertebra (con G. Piretti, 1978), che ottiene nel 1981 il Compasso d'Oro.

Barry Bergdoll

Barry Bergdoll è Meyer Schapiro Professor of Art History alla Columbia University. I suoi interessi si concentrano sulla storia dell'architettura moderna con una particolare attenzione a Francia e Germania dal 1750. Come curatore presso il Canadian Centre for Architecture e il Museum of Modern Art, dove è stato Philip Johnson Chief Curator dal 2007 al 2013 ha diretto una serie di mostre con lo scopo di offrire una visione più ampia e inclusive di casi come Mies van der Rohe, il Bauhaus, Henri Labrousse, Le Corbusier, l'architettura Latino Americana del dopo guerra e, più recentemente, Frank Lloyd Wright.

Bibiana Borzi

Bibiana Borzi, PhD, ha concentrato la sua ricerca nell'ambito della storia dell'architettura e del design. Laureata in Storia dell'arte presso La Sapienza, ha conseguito il Master Internazionale in Restauro Architettonico e Cultura del Patrimonio, Università degli Studi Roma Tre. Ha partecipato a convegni e seminari internazionali, pubblicato saggi su riviste scientifiche, ed è autrice di monografie dedicate all'architettura e al design. Insegna Storia dell'architettura presso il Dipartimento di Ingegneria Civile e Architettura dell'Ateneo di Catania.

Chiara Carrera

Chiara Carrera si laurea in Architettura nel 2020 presso l'Università IUAV di Venezia con la tesi "Italy: The New Domestic Landscape. New York 1972 - Venice 2020". Dal 2021 è PhD student presso la Scuola di dottorato Iuav nel curriculum di architettura Villard d'Honnecourt, dove indaga la storia e le potenzialità del medium espositivo. È stata coinvolta al corso di Storia delle mostre e degli allestimenti (IUAV) e al corso Exhibiting exhibitions (Università di Camerino).

Raissa D'Uffizi

Raissa D'Uffizi, PhD in Design, è ricercatrice, graphic designer e docente a contratto del corso History of Visual Communication Design presso l'Università di Roma "La Sapienza". Le sue ricerche si concentrano sulla storia del design e della grafica in ambito italiano. Tra le sue recenti pubblicazioni: *The memory of Italian graphic design history: digital dissemination and immaterial circulation of a visual communication heritage* (2023), *Visualizing the italian way of life: italian design products through the pages of Domus, 1955-1975* (2023) e *'From Italy, with love and splendor'. Il design italiano e le riviste di Progetto americane tra gli anni Cinquanta e Settanta* (2023).

Maria Teresa Feraboli

Architetta e professoressa associata presso il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano, si occupa dal 2002 dello studio degli archivi di design e architettura del Novecento, approfondendo il tema dell'abitare in relazione al design degli interni e del prodotto. Collabora con il CASVA del Comune di Milano e con la Soprintendenza Archivistica per la Lombardia. Appartiene al comitato scientifico per il Patrimonio del XX Secolo di Icomos Italia e ha fatto parte del comitato scientifico di AAA-Italia (Associazione Archivi di Architettura).

Fulvio Irace

Fulvio Irace è professore emerito di "Storia dell'Architettura e del Design" presso il Politecnico di Milano e visiting professor all'Accademia di Architettura di Mendrisio. Redattore e collaboratore delle principali riviste di architettura italiana. Studioso di storia e storiografia dell'architettura, i suoi studi si sono orientati sulla storia del progetto italiano tra le due guerre e nella prima metà del secolo scorso aprendo percorsi di ricerca, scoperta e messa a sistema di autori come Gio Ponti, Carlo Mollino, Giovanni Muzio, Emilio Ambasz, Franco Albini, Alessandro Mendini, a cui ha dedicato monografie e mostre, tra cui la recente "Gio Ponti. Amate l'architettura" al MAXXI di Roma (2019).

Chiara Lecce

Chiara Lecce, PhD e Rtdb in Architettura degli Interni e Allestimento presso il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano, è docente di Storia del Design e di Interior e Spatial Design presso la Scuola del Design del Politecnico di Milano. Dal 2010 svolge ricerca e collabora con i maggiori archivi del progetto italiani e internazionali, è autore di diversi saggi e articoli scientifici e della monografia *The Smart Home. An exploration of how Media Technologies have influenced Interior Design visions from the last century till today* (2020, FrancoAngeli, Milano). Dal 2021 è co-fondatore e editore della casa editrice di architettura, design e arti visive Cratèra. Dal 2022 è membro del Consiglio Direttivo di AIS/Design (Associazione Italiana Storici del Design).

Gabriele Neri

Gabriele Neri è storico dell'architettura e del design, curatore e architetto. Insegna Storia dell'architettura al Politecnico di Torino. È stato Weinberg Fellow dell'Italian Academy for Advanced Studies in America, Columbia University, New York (2022); professore a contratto al Politecnico di Milano (2011-2022) e *Maitre d'enseignement et de recherche* presso l'Accademia di architettura di Mendrisio, Svizzera (2019-2022), dove tuttora è docente invitato.

Letizia Pagliai

Insegna Storia economica presso l'Università degli studi di Torino, I suoi temi di ricerca affrontano la storia della commistione tra dinamiche economiche nazionali e internazionali e i processi produttivi, la definizione, la circolazione e la comunicazione delle merci; i ruoli e le burocrazie di personalità che promuovono i processi, con particolare attenzione all'Italia del periodo tra le due guerre. Tra le sue pubblicazioni, *La Firenze di Giovanni Battista Giorgini. Artigianato e moda fra Italia e Stati Uniti*, Firenze: Edifir, 2011; *Per il bene comune. Poteri pubblici ed economia nel pensiero di Giorgio La Pira*, Firenze: Polistampa, 2009; ha curato, con A. Moioli, Jacopo Mazzei. *Il dovere della politica economica*, Roma: Studium, 2019.

Isabella Patti

Storica dell'Arte e del Design, è professoressa associata del Dipartimento di Architettura DIDA della Università degli Studi di Firenze, dove insegna Storia e Critica del Design. Si occupa di design indagandolo nelle sue relazioni con il tessuto storico, culturale e artistico: da questa dimensione, le tematiche più recentemente trattate sono collegate al Game Design, sviluppato attraverso le metodologie di retorica procedurale e narrativa ludica (*Serious Game Design. Teoria e pratiche sull'esperienza ludica applicata*, FrancoAngeli, 2018); al contributo di G. Klaus Koenig alla storia del design (*Teoria e pratica del dissenso* in G.K. Koenig, 2020, Op-Cit., *Design per la comunità. Il Contributo di G.K. Koenig*, 2020, AIS/Design. Storia e ricerche); alla valorizzazione del design come bene culturale (*Tutela e valorizzazione del design: analisi per una classificazione più legittima*, SID, 2022).

Marco Sironi

Designer formato all'Isa di Monza e laureato in lettere a Pavia, fondatore con Roberta Sironi di élitradesign, piccolo studio che si è occupato di segni, di marchi, di libri, di oggetti leggeri. È ricercatore al Dadu - Dipartimento di Architettura Design e Urbanistica di Alghero (Università di Sassari), dove da anni insegna Comunicazione visiva e Design del prodotto. Tra i suoi scritti, *Geografie del narrare. Insistenze sui luoghi di Gianni Celati e Luigi Ghirri*, Reggio Emilia 2004 e *Sul luogo del design. Intorno al lavoro dei fratelli Castiglioni*, Milano 2014. Scrive per doppiozero.it.

AIS/DESIGN JOURNAL
STORIA E RICERCHE

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

VOL. 10 / N. 18
OTTOBRE 2023

**"ITALY: THE NEW DOMESTIC
LANDSCAPE".**

I PRIMI CINQUANT'ANNI

a cura di Fulvio Irace

ISSN
2281-7603
