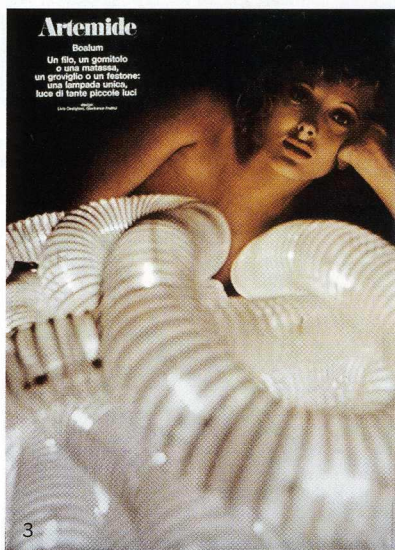
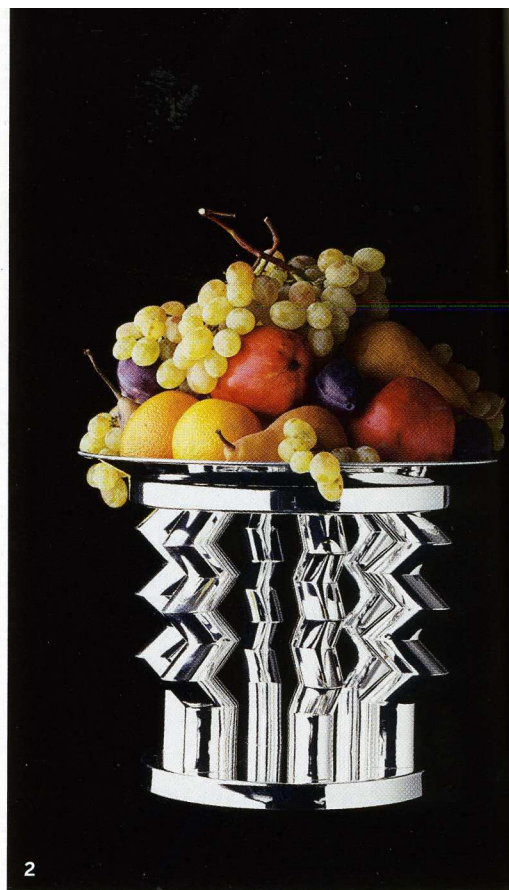


1/ **Dai reportage d'interni** (qui una casa firmata Livia Lobue Castelli) agli oggetti alle campagne pubblicitarie: i Ballo hanno raccontato in immagini il percorso del design italiano dalla fine degli anni '50 ai '90. 2/ **La fruttiera d'argento** Murmansk di Ettore Sottsass per Memphis, 1982. 3/ **Campagna pubblicitaria** Artemide, 1969.



«Io non faccio foto d'arte... Qui si fa fotografia industriale, si va dentro l'oggetto: interpretare l'oggetto, restituirgli l'anima»

Aldo Ballo

librata, dove il bisogno forte di democrazia si confondeva col principio etico di un'estetica praticabile da molti. Il rifiorire dell'industria offriva poi la condizione necessaria per realizzare il sogno di oggetti riproducibili su larga scala e disponibili in grandi quantità, facili da percepire nella loro forma e nel loro uso, dal costo per molti versi contenuto, e piacevoli nella loro semplicità apparente, grazie alla valenza innovativa del loro corpo asciutto e moderno, anche rivoluzionario, che inevitabilmente tendeva a ridisegnare il panorama d'interni delle case di allora. Il design, non ancora stile di vita né tanto meno *status symbol*

da esibire, trasformava gli architetti in creatori di beni di consumo e il progressivo dilagare della comunicazione pubblicitaria reclamava immagini nuove ed espressive a supporto del fenomeno e della sua veloce evoluzione. In un contesto di questo tipo Aldo e Marirosa Ballo diventano, progressivamente nel tempo, gli interpreti ufficiali dei progetti più attuali e per circa cinque decenni fotografano e documentano con precisione e serietà di stampo calvinista gli aspetti salienti e i prodotti più significativi dell'industria italiana dell'arredamento. Fotografano e catalogano – per un archivio che arriverà a contare circa 146.000

scatti – tanto i progetti d'interni, che gli architetti di grido sempre più disegnano per la nuova classe borghese in formazione, quanto gli elementi e i complementi di arredo, che le industrie del settore mettono sul mercato in progressione esponenziale. Il loro archivio fotografico diventa così una fonte ineguagliabile di informazioni a tema e insieme un documento unico di quell'epoca, senza la quale non esisterebbe l'attuale infatuazione collettiva per l'oggetto di design.

Di un simile patrimonio estetico, costruito con un rigore quasi monacale, la mostra *Zoom* fornisce l'assaggio stuzzicante di circa 300 foto,

segue »