

## Fotografia

# Oggetti belli e con l'anima

Aldo Ballo e Mari-  
rosa Ballo con tutti  
gli assistenti dal-  
l'inizio della loro  
storia fotografica.  
Foto di Oliviero  
Toscani del 1989.

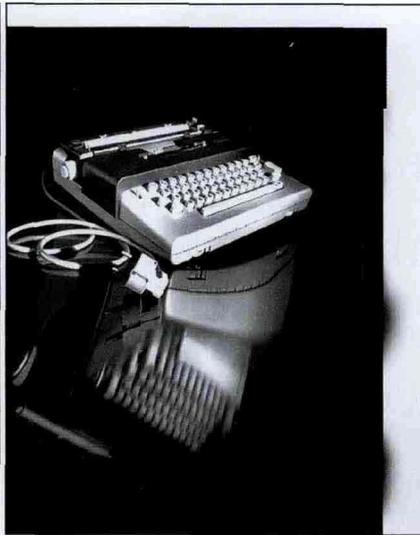


Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Ha riscritto la storia del design italiano con  
immagini potenti ed essenziali.  
In una grande mostra al Pac i sessant'anni  
di successi dello studio **Ballo+Ballo**

di Anna Detheridge





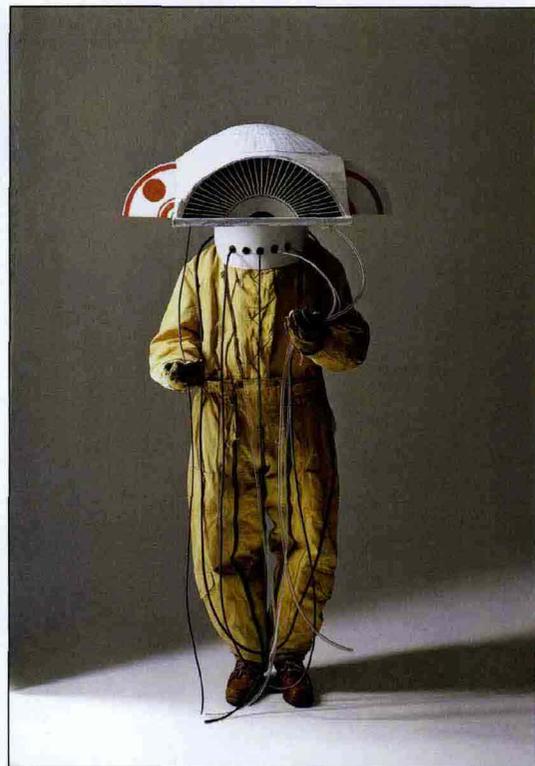
Aldo Ballo, da sinistra in senso orario, Ciotola Toscolano Enzo Mari per Zani&Zani, 1980; Macchina per scrivere elettrica Ettore Sottsass per Olivetti, 1970; Mezzaluna Smith di Enzo Mari per Zani&Zani, 1996; Cappello in feltro Giuseppe Borsalino per Borsalino, 1971. In basso, a sinistra, Afro e Tobia Scarpa con divano mobile, sedia B&B Maxalto, 1979. A destra, Vittorio Garatti col teatro Scuola di balletto all'Avana per Casa Vogue. Pagina accanto, Ferré per Casa Vogue, maschera per un pomeriggio milanese limpido e sereno, 1981.



## La fucina d'idee milanese

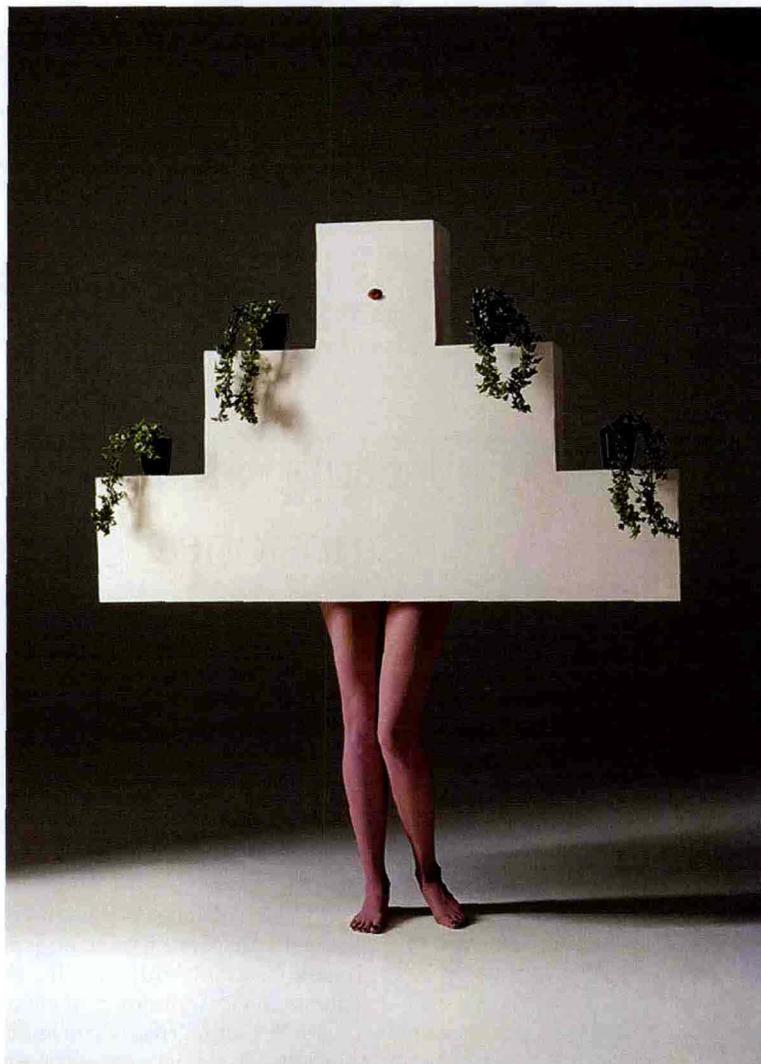
È l'occasione per ripercorrere la storia del design italiano, dalle creazioni di Aulenti a quelle di Boeri, Vigo, Sottsass, Castiglioni, Rossi, Bellini e Starck, la mostra **Ballo+Ballo**, in corso fino al 7 giugno al Padiglione d'arte contemporanea di Milano (via Palestro 16/14, tel. 02-76009085). Accanto alle immagini fotografiche – still

life e ritratti – viene ricreata l'atmosfera di quella vera e propria fucina d'idee che è stata dagli anni Cinquanta a oggi lo studio di Aldo Ballo e Marirosa Toscani Ballo, attraverso gli strumenti di lavoro, modellini, progetti realizzati per riviste e periodici, e una ricca selezione degli oggetti protagonisti delle immagini dello studio fotografico. Nello spazio Agorà vengono proiettati novanta filmati, tra cui la lezione di Aldo Ballo tenuta al Politecnico di Milano nel 1994, e le testimonianze di Mario Bellini, Richard Sapper e Oliviero Toscani.



## Le loro foto contese da Stile, Casa Vogue, Abitare, Ottagono

Il vanto di Aldo Ballo, "Io non faccio foto d'arte", era spesso ripetuto negli anni in cui si accingeva a diventare il fotografo di riferimento per il nascente mondo del design a Milano. Non c'è rivista di settore che non gareggiasse in quei primi anni Settanta per avere i servizi fotografici dello studio **Ballo+Ballo**, la coppia Aldo Ballo e Marirosa Toscani Ballo, punto di riferimento indispensabile per *Casa Vogue*, per *Abitare*, *Ottagono*, *Stile* e *Industria*, e tanti altri. La mostra al Pac di Milano inaugurata in contemporanea col Salone del mobile e aperta fino al 7 giugno è un omaggio tardivo a un talento che nonostante abbia voluto smarcarsi da ogni sospetto di aspirare alla fotografia quale forma d'arte, è in realtà tra coloro che hanno più e meglio ragionato sull'arte e la "mistica" intorno alla sua presentazione. La cultura che ha forgiato lo sguardo di Aldo Ballo è stata quella del dopoguerra, del miracolo economico e di una nuova era tecnologica che investiva anche il privato. Il mondo degli oggetti belli e utili che arredavano la casa ariosa, moderna, finalmente igienica, è stato esaltato e cantato dal miglior retore possibile. Ballo viveva la comunicazione pubblicitaria come visione unificata che si espande oltre la pubblicità e si diffonde su tutto il giornale, sempre più patinato e curato graficamente, definito da un assioma di fondo: quello di vivere nel migliore dei mondi possibile. C'è da chiedersi, tuttavia, se il mondo del design italiano avrebbe avuto lo stesso successo se gli oggetti firmati da generazioni di architetti e designer, dagli elettrodomestici di Marco Zanuso agli arredi di Mario Bellini, agli oggetti fantasiosi di Ettore Sottsass, alle poltrone di Angelo Mangiarotti, alle lampade di Achille & Piergiacomo Castiglioni, non fossero stati abilmente coreografati dallo studio



**Ballo+Ballo.** Le migliori aziende di design, da Olivetti a Pirelli, a Cassina, Zanotta, B&B, Arflex, Flos, Artemide e tanti altri hanno affidato negli anni clou dell'affermazione del made in Italy le loro campagne pubblicitarie proprio ad Aldo Ballo.

**Luce e white cube.** Il suo linguaggio fotografico si affida soprattutto a un uso sapiente della luce e al concetto del *white cube* utilizzato per dare importanza e essenzialità

astratta all'opera d'arte. L'oggetto, traslato in una dimensione difficilmente misurabile, decontestualizzato, diventa esso stesso opera d'arte. Il design italiano deve molto allo studio **Ballo+Ballo** e forse non è un caso che questo debito venga saldato con un certo ritardo. Nessuno riconosce volentieri che il proprio successo è anche merito di altri, soprattutto quando quel merito va a un creativo che dissimula la propria creatività. *Anna Detheridge*