

Stile industria e “Una produzione di qualità e di stile”.

La cultura del design in Italia attraverso la fotografia industriale

RAISSA D'UFFIZI

Sapienza Università di Roma
raissa.duffizi@uniroma1.it

doi: <https://doi.org/10.62336/unibg.eac.35.559>

Parole chiave

Stile industria
Fotografia industriale
Design italiano
Comunicazione visiva
Rivista di progetto

Keywords

Stile industria
Industrial photography
Italian design
Visual communication
Design magazine

Abstract

Il 28 agosto 1954 a Milano viene inaugurata la X Triennale. Nello stesso anno, a giugno, esce il primo numero di *Stile industria*, la prima rivista italiana dedicata interamente al disegno industriale. La rivista, svolgendo un ruolo cruciale nella promozione culturale del design in Italia, si propone di comprendere e valorizzare il ruolo del design industriale nella società, celebrando l'attività progettuale del designer, che assume un'importanza nuova e determinante. Gli articoli presenti nella rivista, scritti da esperti del settore, oltre a critici, artisti, grafici e studiosi, offrono approfondimenti dettagliati sulle diverse forme che il design può assumere. Attraverso le immagini, *Stile industria* documenta “una produzione di qualità e di stile”, con l'impiego della fotografia industriale che accompagna nozioni tecniche in modo preciso, didascalico e immersivo. Il contributo analizza il rapporto tra immagine e testo all'interno dei quarantuno numeri di *Stile industria*, identificando le strategie visive e i codici ricorrenti che hanno contribuito alla costruzione dell'immaginario sul design italiano e alla nascita del Made in Italy.

On 28 August 1954, the 10th Triennale was inaugurated in Milan. In the same year, the first issue of *Stile industria*, the first Italian magazine dedicated entirely to the industrial design, was published in June. The magazine, playing a crucial role in the cultural promotion of design in Italy, aims to understand and enhance the role of industrial design in society, celebrating the designer's activity, which takes on a new and decisive importance. The articles in the magazine, written by experts in the field, as well as critics, artists, graphic designers and scholars, offer detailed insights into the different forms that design can take. Through images, *Stile industria* documents “a production of quality and style”, with the use of industrial photography accompanying technical notions in a precise, didactic and immersive manner, with a lively and illustrated layout. The contribution analyses the relationship between image and text within the forty-one issues of *Stile industria*, identifying the visual strategies and recurring codes that have contributed to the construction of the imagery of Italian design and the birth of Made in Italy.

La nascita di *Stile industria* e dello stile industriale

Il 1954 rappresenta un anno cruciale per il disegno industriale in Italia. Il 28 agosto si inaugura a Milano la X Triennale, viene istituito il premio Compasso d'Oro e, nello stesso anno, nel mese di giugno, viene pubblicato il primo numero di *Stile industria*, la prima rivista italiana interamente dedicata al disegno industriale. La rivista riveste un ruolo fondamentale nella promozione culturale del design in Italia, trattando una vasta gamma di temi e problematiche attraverso il binomio arte-produzione, contribuendo così a diffondere la conoscenza di questa nuova disciplina a partire dai primi anni Cinquanta (Frateili 1989: 72). L'arco temporale in cui *Stile industria* è attiva, si afferma e conclude la sua pubblicazione (1954-1964) coincide con il periodo del cosiddetto boom economico in Italia, una fase di straordinaria crescita industriale e trasformazione sociale. L'Italia del dopoguerra, uscita da un periodo di ricostruzione, si avvia verso una modernizzazione accelerata, caratterizzata da un'espansione senza precedenti del settore manifatturiero e da un aumento significativo dei consumi. In questo scenario, il design industriale assume un ruolo chiave nel ridefinire l'identità produttiva del Paese, promuovendo una nuova estetica degli oggetti di uso quotidiano, in sintonia con le esigenze di una società in rapida evoluzione; in un clima ascendente, diversi eventi significativi determinano la nascita graduale del Made in Italy: nel 1953 viene inaugurata presso La Rinascente di Milano la mostra *L'estetica del prodotto* curata e allestita da Carlo Pagani insieme a Bruno Munari e Alberto Rosselli, anticipando l'istituzione del premio del Compasso d'Oro nell'anno successivo (1954). *L'estetica del prodotto* fu il "primo passo di una propaganda e campagna per valorizzare e segnalare al pubblico i migliori esempi di disegno industriale" (Ceriani 1953: 9), evento che anticipa tre eventi significativi che saranno allestiti presso il Circolo della Stampa di Milano nel 1954, 1955 e 1956 con l'esposizione dei prodotti selezionati per ciascuna edizione del premio "La Rinascente Compasso d'Oro". La X Triennale di Milano del 1954 ospita la prima mostra Internazionale dedicata all'Industrial Design, momento che attesta il design come disciplina autonoma e strategica all'interno del panorama culturale e produttivo internazionale e concepito come strumento per democratizzare la qualità estetica e funzionale degli oggetti quotidiani.

È in questo contesto che *Stile industria* si afferma come un punto di riferimento culturale, documentando e analizzando le trasformazioni del design italiano e il ruolo centrale che questo assume nell'affermazione internazionale della sua immagine. La rivista non solo testimonia l'evoluzione del disegno industriale, ma contribuisce attivamente alla diffusione di una nuova sensibilità progettuale, facendo da ponte tra progettisti, imprese e pubblico. Negli anni del boom economico, la società italiana passa da un modello di consumo basato su beni essenziali a uno orientato verso prodotti che migliorano il comfort, il benessere e la qualità della vita quotidiana, come elettrodomestici, automobili e articoli per il tempo libero: il design diventa uno strumento strategico per l'industria. A conferma della sua vocazione culturale e del ruolo attivo nel dibattito progettuale dell'epoca, è significativo il sottotitolo della rivista *Disegno industriale industrial design, grafica graphic art, imballaggio package*,¹ che ne chiarisce sin da subito l'ambito di interesse e le intenzioni programmatiche, anticipando i macro-temi della rivista. Il periodico si propone al pubblico come un "importante punto di riferimento per informazioni costanti, accurate e precise, sia dal punto di vista estetico che tecnico, offrendo resoconti storico-critici di grande valore e ospitando contributi teorici, dibattiti e bibliografie selezionate" (Grassi, Pansera 1980: 33). *Stile industria* viene fondata e diretta da Alberto Rosselli, figura di riferimento nell'organizzazione teorica e pratica del design in Italia; la rivista ha avuto un ruolo decisivo nella definizione di un quadro critico e concettuale capace di guidare la nascente cultura del design nel paese (Bosoni 2022: 400-401).

Come sottolinea Paolo Fossati nel volume *Il design in Italia 1945-1972*, il contributo di Rosselli si articola su tre fronti principali: il rapporto tra tecnico-designer e industria, le problematiche tra committenza e produzione, e infine la costruzione di una rete tra critici, studiosi e storici. Quest'ultima dimensione mira a delineare un pensiero evolutivo del design, in grado di nutrirsi di problemi e contraddizioni per dare forma a modelli progettuali dinamici (Fossati 1972: 128-129). Il ciclo editoriale di *Stile industria* si compone di quarantuno numeri – editi fino alla cessazione della rivista, avvenuta nel febbraio 1963² – nata con l'obiettivo di documentare l'evoluzione del disegno industriale, e da considerarsi come una continuazione di Do-

mus (Pansera 1993: 151), storica rivista di architettura diretta da Gio Ponti, con il quale Rosselli è stato legato non solo da un rapporto professionale, ma anche familiare.³ Già nel 1949, Gio Ponti affida ad Alberto Rosselli la direzione della rubrica "Disegno per l'industria",⁴ dimostrando la sua attenzione verso il design, e riconoscendone l'importanza come strumento per valorizzare la qualità formale e funzionale degli oggetti. Secondo questa visione, l'aspetto estetico di un prodotto industriale riflette il livello di ricerca tecnica e di maturità produttiva raggiunto dall'industria (Rosselli 1949a; 1949b) e la crescente attenzione al disegno industriale contribuisce quindi a ridefinire i paradigmi progettuali, introducendo una nuova centralità dell'estetica. Il prodotto non è più concepito esclusivamente in termini funzionali o economici, ma viene riconfigurato come oggetto dotato di forma, stile e qualità visiva, elementi fino ad allora marginali nel contesto produttivo (Rosselli 1954: 1). Il primo saggio critico proposto da Alberto Rosselli nel primo numero di *Stile industria* (giugno 1954) è "Disegno: fattore di qualità";⁵ l'articolo è un manifesto programmatico che denuncia come la componente economica e quella produttiva non siano più sufficienti a determinare "il valore e la qualità di un prodotto industriale" ma che sia il disegno l'essenza del progetto. *Stile industria* si sviluppa dunque come un palcoscenico narrativo per documentare, discutere e presentare "La linea e la comodità di una nuova vettura, la bella e giusta forma di un ferro da stiro, la intelligente e nuova risoluzione della maniglia di un frigorifero, la disposizione ed il colore della tastiera di una macchina da scrivere" (Rosselli 1954: 1). *Stile industria* ha compreso e valorizzato anche il ruolo del disegno industriale nella società post-bellica, celebrando l'attività progettuale del designer, come nuova figura professionale. I saggi pubblicati nella rivista offrono approfondimenti dettagliati sulle diverse espressioni del design: dalle carrozzerie agli elettrodomestici, dagli oggetti casalinghi agli imballaggi, nell'ottica di realizzare un programma sistematico volto alla diffusione e alla valorizzazione del design industriale, che comprende la documentazione, l'analisi e lo studio approfondito delle sue molteplici dimensioni, dal disegno tecnico e progettuale fino agli aspetti comunicativi quali la pubblicità, l'arte grafica, l'imballaggio e la presentazione dei prodotti. La scrittura dei saggi esplora "ogni aspetto operativo di un progetto: la linea, i materiali, il processo produttivo,

che vengono analizzati non solo sotto il profilo estetico, ma anche economico" (Dellapiana, Siekiera 2015: 19). Nelle pagine della rivista si distingue un tono prevalentemente documentativo, espresso tramite un linguaggio tecnico e teorico chiaro: "La varietà testuale e lo stile composito [...] completavano una struttura verbale e figurativa che corrispondeva a tutte le fasi del disegno industriale, determinate dalla loro consequenzialità: l'ideazione, il progetto-modello, la produzione, l'esposizione in vetrina per la vendita" (Siekiera 2018: 1014). Il periodico ha semplificato il dialogo tra progettisti, industria e pubblico, divenendo un mediatore chiave in un periodo di rapida industrializzazione e incremento dei consumi. Le riviste di progetto, infatti, si sono affermate come strumenti privilegiati per promuovere e diffondere i nuovi prodotti dell'industria italiana, assumendo un ruolo centrale nel cosiddetto "caso italiano" (Pansera 1984: 17); sono state descritte come "portavoce del dibattito in corso, divulgatrici delle produzioni e delle nuove esperienze che si stavano proponendo" (Pansera 1993: 19). Al contempo, hanno rappresentato piattaforme ideali per orientare il dibattito culturale sull'abitare e sul vivere moderno, fornendo informazioni e stimolando discussioni di grande rilievo per l'epoca (Fossati 1973: 37). Accanto all'azione informativa, queste pubblicazioni miravano anche a formare il gusto del pubblico e a specializzare i professionisti del settore (Grassi, Pansera 1980: 21).

Il progetto grafico di *Stile industria*

Stile industria si inserisce nel panorama grafico italiano come un progetto editoriale innovativo, che coniuga rigore progettuale e sperimentazione visiva. La rivista nasce in un periodo di trasformazione per la grafica del paese, segnando una netta rottura con le tradizioni precedenti e orientandosi verso un linguaggio più razionale e funzionale, in linea con i principi della modernità. Questo sviluppo si collega direttamente al rinnovamento introdotto negli anni Trenta dallo Studio Boggeri, che ha anticipato un approccio metodologico alla progettazione grafica basato sull'integrazione di tipografia, fotografia e illustrazione, diventato poi centrale nel dopoguerra. Negli anni Cinquanta, con l'espansione dell'industrial design, la grafica italiana si confronta con esperienze internazionali, sviluppando un linguaggio visivo capace di

tradurre i valori di modernità e innovazione. Riviste come *Industrial Design*, fondata negli Stati Uniti nel 1954 da Edgar Kaufmann Jr., e *Interiors+Industrial Design* diventano modelli fondamentali per *Stile industria*. Queste pubblicazioni si distinguono per un impianto grafico razionale e ordinato, portavoce di un intento culturale: ogni elemento, dalla scelta tipografica al rapporto tra testi e immagini, contribuisce a costruire una narrazione coerente e moderna del design. Nomi come Albe Steiner (*Interiors+Industrial Design*, febbraio 1948), Bruno Munari (*Interiors+Industrial Design*, agosto 1955), Aldo Giurgola (*Interiors+Industrial Design*, aprile 1956) e Costantino Nivola (*Industrial Design*, luglio 1948) vengono invitati a collaborare con queste testate, apportando il proprio linguaggio progettuale e contribuendo così a definire l'identità visiva di ciascuna, dimostrando l'apertura del panorama editoriale internazionale al contributo italiano e alla qualità distintiva della grafica degli anni Cinquanta. Con il secondo dopoguerra, la grafica italiana è caratterizzata da un linguaggio visivo sobrio e rigoroso, in sintonia con la modernizzazione industriale del paese. Si consolidano nuovi metodi progettuali, che vedono un uso sistematico della griglia tipografica, della razionalizzazione degli spazi e della fotografia come strumento analitico ed espressivo. Questo approccio, che sintetizza influenze della Bauhaus, del costruttivismo sovietico, della tipografia svizzera e della comunicazione americana, viene reinterpretato con una sensibilità tutta italiana, che unisce rigore e creatività poetica. In questo contesto, la grafica non è più decorazione, ma parte integrante del progetto: veicola l'identità delle aziende, traduce i valori dell'innovazione industriale e contribuisce alla costruzione di un immaginario moderno e condiviso. Come progetto editoriale, dal punto di vista grafico, la rivista *Stile industria* adotta un impianto visivo coerente con questa nuova cultura progettuale, con un layout modulare che integra immagini, schizzi tecnici e testi, e una grafica editoriale raffinata. La rivista diventa così un laboratorio visivo dove la grafica italiana esprime appieno il proprio potenziale critico, culturale e comunicativo. Dal punto di vista stilistico, *Stile industria* si ispira anche alla Scuola Svizzera, che negli stessi anni rivoluziona la comunicazione visiva. Influenzata da maestri come Max Huber e Josef Müller-Brockmann, la sua grafica si caratterizza per la sua semplicità e chiarezza. Grafici italiani come Gio-

vanni Pintori, Pino Tovaglia e Giulio Confalonieri contribuiscono a definire l'identità visiva della rivista, attraverso copertine che riflettono l'equilibrio tra razionalità progettuale e sperimentazione creativa. I quarantuno numeri di *Stile industria* sono stati pubblicati con un formato pari a 24,5x32,5 cm, dimensioni considerevoli rispetto agli standard del periodo per le riviste di settore; ciò conferisce alla rivista un forte impatto visivo, valorizzando sia il prodotto cartaceo sia il progetto editoriale. Le copertine rivestono un ruolo centrale nel progetto grafico, ciascuna affidata a un autore diverso.⁶ Tra queste spiccano quelle realizzate dai grafici Michele Provinciali (dieci copertine), Pino Tovaglia (quattro copertine), Giulio Confalonieri (tre copertine) e Ilio Nigri (tre copertine). Albe Steiner, Giovanni Pintori, Franco Grignani e Max Huber realizzano invece due copertine a testa. Le copertine di *Stile industria* sorprendono per la loro originalità, ognuna con soggetti variegati; dalle maniglie in alluminio anodizzato di Feal Milano (numero 10, febbraio 1957), ai pannelli della Mostra del Disegno Industriale alla XI Triennale di Milano (numero 13, agosto 1957), fino alla poltrona Lucania di Arflex progettata da Giancarlo De Carlo (numero 16, aprile 1958). In alcuni casi, il rimando visivo della copertina è particolarmente chiaro e strettamente connesso ai contenuti trattati nel numero; sebbene la copertina rappresenti già in generale i temi interni, talvolta la relazione con il contenuto risulta più diretta e significativa, come quella del numero 7 (giugno 1956), dedicato all'estetica delle materie plastiche, in cui piccoli granuli di plastica colorati invadono la pagina, o come nel numero 9 (dicembre 1956), in cui sono presenti gli oggetti premiati con il Compasso d'Oro 1956 [Fig. 1], entrambi curati da Michele Provinciali. Lo stile cambia di volta in volta, impiegando occasionalmente solo l'elemento fotografico bianco e nero, come quelle realizzate da Provinciali per il numero 5 (settembre 1955) e per il numero 9 (dicembre 1956); altre volte prevale un linguaggio illustrato, come per la copertina del numero 22 (maggio 1959), progettata da Giovanni Pintori, o quella del numero 33 (agosto 1961) di Pino Tovaglia; o in alcuni esempi si riscontra l'impiego simultaneo dell'elemento fotografico e di un linguaggio illustrato come per il numero 2 (ottobre 1954), progettata da Bruno Munari, il numero 14 (ottobre 1957), di Giulio Confalonieri e Ilio Negri, e per il numero 15 (febbraio 1958), ideata da Pino Tovaglia. All'interno l'elemento



Fig. 1 | Copertina numero 9 (dicembre 1956) di *Stile industria* (giugno 1956) con gli oggetti premiati con il Compasso d'Oro 1956. Progetto grafico di Michele Provinciali.

comunicativo per eccellenza sono le fotografie dei prodotti, in bianco e nero, o a colori per quelle più rilevanti; infatti, il focus puntuale e accurato su alcune fotografie colorate conferisce un ritmo visivo molto frizzante all'impaginato, volto a enfatizzare i contenuti. A potenziare questo aspetto, ci sono pagine stampate su carta colorata (a pagina intera o in un ritaglio rettangolare) in tonalità di pastello (celeste, giallo, rosa e rosso). Queste pagine colorate sono adottate per differenziare alcune tematiche o informazioni, come i comunicati sulla Triennale, i premi del Compasso d'Oro, le mostre dell'ADI (Associazione per il Disegno Industriale), i concorsi e gli allestimenti. A corredo delle immagini, ci sono illustrazioni, schizzi e disegni tecnici dei prodotti che permettono di visualizzare i progetti attraverso un linguaggio specialistico, inteso come un codice visivo che comunica informazioni di natura tecnica rivolto principalmente al



Fig. 2 | Prodotti disegnati da Roberto Menghi per Smalterie Meridionali, Casalnuovo di Napoli - Milano, "Documenti della produzione", in *Stile industria*, 7, giugno 1956, pp. 24-25.

progettista. Infatti, l'approccio comunicativo, che si avvale di diversi tipi di supporti visivi, permette una comprensione articolata e multilivello del prodotto, evidenziandone non solo le qualità estetiche e formali, ma anche gli aspetti tecnici e produttivi. Questo metodo offre quindi una visione completa e integrata, adatta sia a un pubblico specialistico sia a lettori più generali [Fig. 2]. Per quanto concerne infine l'impaginazione, questa si sviluppa attraverso una griglia mista, variabile da una, due, o tre colonne; non è visibile un registro di posizionamento troppo preciso per le immagini, che si distribuiscono nella maggior parte dei casi nella griglia, anche se non mancano inserimenti e ridimensionamenti più liberi e immersivi. Come evidenziato da Carlo Vinti in *Gli anni dello stile industriale 1948-1965*, a partire dagli anni Cinquanta le riviste di progetto iniziano a veicolare un'idea di "stile industriale" funzionale a rendere più accettabile la crescente presenza dell'industria nel paese. L'industria, infatti, "aveva bisogno di uno stile" per legittimarsi agli occhi del pubblico (2007: 12). In questo contesto, i grafici svolgono un ruolo chiave, operando in un'area vicina a quella dell'industrial design e contribuendo a costruire un linguaggio visivo riconoscibile per l'industria (ivi: 69). Proprio in linea con questa tendenza, nel corso della sua pubblicazione, la rivista adotta un linguaggio visivo sempre più sofisticato, con una cura crescente per la composizione grafica e l'uso della fotografia: uno sviluppo che riflette non solo l'evoluzione del design industriale, ma anche la progressiva maturazione della grafica italiana, desti-

nata negli anni Sessanta a diventare un punto di riferimento internazionale, culminando nell'affermazione del Made in Italy.

La fotografia industriale e *Stile industria*: un nuovo linguaggio per il design italiano

La fotografia industriale ha giocato un ruolo cruciale nella diffusione dei nuovi prodotti del design italiani attraverso le riviste di settore. È una presenza costante nella comunicazione del prodotto, utilizzata sia per illustrare articoli e saggi editoriali, rubriche e rassegne, sia come elemento chiave negli annunci pubblicitari. Durante il boom economico, l'esigenza di presentare e promuovere i prodotti per la casa si è strettamente legata all'evoluzione della fotografia industriale. La trasformazione della realtà del paese ha introdotto "nuove funzioni e nuove estetiche anche per la fotografia", mentre l'industria del mobile ha richiesto agli studi fotografici di enfatizzare, attraverso la pubblicità e le pubblicazioni specializzate, "quella dimensione mitica dell'oggetto di arredamento" (Lucas, Agliani 2004: 22-23). In questo scenario "la fabbricazione delle immagini fotografiche costituisce un nuovo linguaggio visivo e con esso le nuove ricerche di comunicazione per l'industria" (Carlotti 2000: 100), ridefinendo il rapporto tra prodotto, immagine e consumo, e aprendo nuove possibilità espressive per rappresentare il prodotto e i suoi valori. Negli anni Cinquanta, la fotografia non ha ancora raggiunto una piena specializzazione nel campo del design industriale.⁷ Tuttavia, come sottolineato 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: 443). È in questo periodo, infatti, che emerge una metodologia di rappresentazione del prodotto, riscontrabile prima in *Domus* e poi in *Stile industria*. L'approccio fotografico adottato da queste due riviste si basa sulla sintesi e sulla rappresentazione figurativa oggettiva del soggetto industriale. Come ha infatti osservato Andrea Branzi: "la qualità dell'immagine fotografica di un oggetto diventa non solo il mezzo principale per venderlo, ma anche per integrarlo nella storia e nella società. [...] La fotografia, dunque, estende il ciclo industriale: parte dal progetto, continua con la realizzazione e anticipa la ven-

dita" (2002: 26-27). La fotografia industriale è stata quindi lo strumento privilegiato per rappresentare la modernità del prodotto industriale, offrendo una rappresentazione oggettiva, capace di evidenziare tutte le caratteristiche estetiche, tecnologiche e materiali del prodotto in serie. Dunque, la fotografia di design, intesa come disciplina al confine tra arte, industria e comunicazione visiva, rappresenta un patrimonio di assoluto interesse per tracciare l'evoluzione visiva del design italiano nelle riviste di progetto. Attraverso

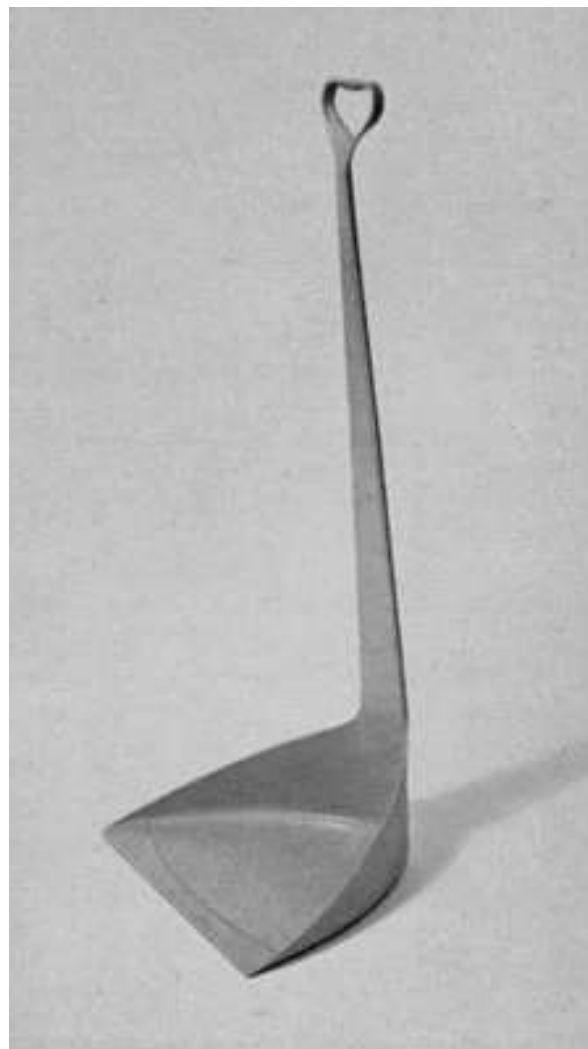


Fig. 3 | Portaimmondizia con manico in polistirolo prodotto da Kartell e disegnato da Gino Colombini, in *Stile industria*, 19, ottobre 1958, p. 33.



Fig. 4 | Sedia "Superleggera" disegnata da Gio Ponti per Cassina, in *Stile industria*, 14, ottobre 1957, p. 7.

modalità e strategie di comunicazione differenti, essa testimonia la trasformazione del linguaggio del prodotto industriale italiano, contribuendo a plasmare l'immaginario collettivo. Infatti, le immagini fotografiche di design, con le loro risonanze, allusioni e imitazioni, non solo preservano la valenza estetica delle icone del design, ma favoriscono anche il progressivo radicarsi del Made in Italy nella società di massa (Maggi 2013: 54). La nascita di *Stile industria* rappresenta quindi un momento determinante nell'evoluzione della fotografia del prodotto industriale. Non solo essa offre uno spazio dedicato alla pratica fotografica, ma definisce anche un metodo innovativo per la sua rappresentazione visiva, che diventerà un punto di riferimento per le riviste di design successive. All'interno della rivista, il prodotto viene frequentemente isolato, ambientato in uno scenario neutro o scontornato su uno sfondo che occupa l'intera pagina, estraniato dal contesto domestico. In alcuni casi, la fotografia restringe ulteriormente il campo visivo,



Fig. 5 | "Rassegna della produzione italiana", in *Stile industria*, 4, aprile 1955, p. 21.

arrivando a nascondere ogni riferimento allo spazio circostante. Questo approccio, che giunge a maturazione soprattutto negli anni Sessanta, celebra l'oggetto come una vera e propria scultura industriale, utilizzando luci, ombre e contrasti cromatici per esaltarne la bellezza estetica e la purezza formale [Figg. 3-4]. Questa modalità di rappresentazione prende il nome di *Still life* e diventa la principale tecnica fotografica per la documentazione dei prodotti industriali. Gli scatti pubblicati si caratterizzano comunque per una notevole varietà tipologica, a seconda delle diverse intenzioni editoriali. Da un lato, l'oggetto può essere fotografato in una composizione scontornata, ottenuta attraverso un processo di post-produzione, dove il prodotto sembra galleggiare su uno sfondo bianco, privo di ogni contesto spaziale. Dall'altro, l'oggetto può essere presentato su uno sfondo neutro e asettico, senza alcun riferimento ambientale che lo

contestualizzi. In alcuni casi, viene inserito un accenno di contestualizzazione, come una pavimentazione o dettagli minimi di strutture, ma sempre con discrezione, in modo che il focus resti fermo sul prodotto stesso [Fig. 5].

L'evoluzione dello *Still life* nella fotografia di design industriale

Come evidenziato da Raimonda Riccini nei suoi studi sulla fotografia industriale, *Stile industria* si configura come un progetto di comunicazione volto a promuovere uno "stile industriale" attraverso l'uso tipologico e morfologico dell'immagine fotografica, adottando impaginazioni "seriali" tipiche del modernismo (2020: 118). In questo contesto, lo *Still life* emerge come uno degli strumenti più innovativi per la rappresentazione visiva del prodotto industriale. Questo genere fotografico, simile alla "natura morta" nell'arte, si concentra sulla ripresa di oggetti inanimati. Mentre la natura morta in pittura ritrae soggetti come fiori o frutta, nella fotografia di design l'attenzione si sposta su artefatti industriali prodotti in serie. Qui, non solo la costruzione dello scenario è fondamentale, ma lo è soprattutto la gestione della luce e delle ombre proiettate sull'oggetto. La composizione deve esaltare le caratteristiche distintive del prodotto, mettendo in risalto gli aspetti estetici, formali e materiali per valorizzarne la bellezza, soprattutto quando destinato all'ambiente domestico. L'origine di questa tecnica nel design industriale si rintraccia negli approcci fotografici di Moholy-Nagy e nelle sperimentazioni dello Studio Boggeri, che cercavano di riprodurre un "oggetto formalmente perfetto" (Baroni, Vitta 2003: 139). All'interno dello Studio Boggeri, infatti, si sviluppò un uso innovativo della fotografia pubblicitaria, caratterizzato da fotomontaggi, collage e prospettive audaci, ispirato alle avanguardie costruttiviste e alla fotografia del Bauhaus. Lontano da ogni intento decorativo, questo approccio mirava a sfruttare la capacità del mezzo fotografico di restituire dettagli invisibili all'occhio umano, anticipando una visione moderna e funzionale del linguaggio visivo (Chiappini 2012). In Italia, lo *Still life* inizia a configurarsi come strumento di comunicazione per il design industriale a partire dagli anni Cinquanta, quando Gio Ponti lo introduce con sistematicità sulle pagine di *Domus*, in particolare per rappresentare arredi in serie. Sebbe-

ne già negli anni Trenta *Domus* pubblicasse fotografie *Still life* provenienti dalla Germania, si trattava per lo più di contributi esterni. Solo nel secondo dopoguerra questa modalità visiva viene adottata in modo consapevole e continuativo all'interno del progetto editoriale italiano, in relazione diretta al design industriale. I fotografi italiani che collaborano con *Domus*, come Giorgio Casali, si ispirano al nuovo approccio fotografico sviluppato dai colleghi tedeschi degli anni Trenta, in particolare al lavoro di Hein Gorny, esponente del movimento della *Neue Sachlichkeit* (Nuova Oggettività), che rappresenta uno dei riferimenti più moderni e pionieristici nell'ambito della fotografia. Le fotografie industriali e pubblicitarie di Gorny, caratterizzate da una composizione rigorosa, luce analitica e un'attenta valorizzazione formale dell'oggetto, anticipano un'estetica razionale e funzionale destinata a influenzare lo *Still life* moderno, trasformando la fotografia di prodotto in una disciplina visiva autonoma e sofisticata (Hein 2015).

Il linguaggio delle immagini: *Stile industria* e la rappresentazione del prodotto

I primi *Still life* pubblicati su *Domus* negli anni Cinquanta ritraggono oggetti come sedute, tavoli, lampade, elettrodomestici e piccoli casalinghi, spesso disposti in modo insolito. Queste immagini documentano una fase primitiva nella rappresentazione industriale del prodotto. In quel periodo, la fotografia di design in Italia era agli esordi e si concentrava soprattutto sugli aspetti tecnici del prodotto, senza ricorrere a ornamenti o artifici stilistici. Gli scatti non venivano realizzati in studi professionali, ma in abitazioni, dove il prodotto veniva isolato pur mantenendo alcuni dettagli spaziali, come pavimenti e pareti, con l'obiettivo di minimizzare la caratterizzazione dell'ambiente. Tuttavia, è con *Stile industria* che si sviluppa una fotografia italiana specializzata nel design. La rivista riproduce gli artefatti industriali con un approccio descrittivo e analitico, utilizzando lo *Still life* per rappresentare "una concezione tipologica del prodotto" e "una visione oggettiva" dello stesso (Desole 2015: 162). La documentazione fotografica dello stile industriale appare soprattutto nelle rassegne dedicate alla produzione, con impaginazioni costruite su immagini di *Still life*, progettate per mostrare la varietà della nuova produzione industriale [Fig. 6].



Uno dei primi *Still life* compare nel primo numero di *Stile industria* (giugno 1954), rappresentando una lampada a luce solare progettata da Max Bill. Questa immagine è accompagnata, nella pagina opposta, da una fotografia di una superficie plastica delimitata da una sola linea. Entrambe le fotografie, incluse nell'articolo "Forma, funzione, bellezza" scritto dallo stesso Bill, si distinguono per la loro essenzialità e semplicità compositiva, attribuendo ai soggetti una dimensione scultorea che ne esalta la bellezza formale. Queste immagini non sono solo esercizi estetici, ma visivamente comunicano il rapporto tra forma e bellezza discusso nell'articolo. Max Bill definisce la forma come tutto ciò che è visibile nello spazio, sottolineando il legame profondo tra aspetto, funzione e qualità estetica. La forma, per lui, non è solo un involucro esteriore, ma l'espressione coerente e necessaria di una funzione: quando un oggetto "ha forma", significa che è costruito in modo logico, utile e, proprio per questo, bello (1954: 2-3). Le fotografie, con la loro capacità di isolare gli oggetti e metterne in evidenza gli aspetti essenziali, traducono visivamente il principio teorizzato da Bill: esse catturano il rapporto tra funzione e bellezza, presentando oggetti che, nella loro semplicità e chiarezza formale, si affermano come esempi di "forma perfetta". Inoltre, Alberto Rosselli, nello stesso numero (1954: 1), attribuisce alle parole di Max Bill un valore di manifesto, evidenziando come esse offrano una chiara definizione di concetti fondamentali e come esprimano lo spirito degli intendimenti che Bill pone alla base del design industriale. La forma e l'estetica del prodotto diventano, quindi, prin-

cipi da esaltare attraverso la fotografia industriale, che diventa strumento di ricognizione visiva, capace di rendere evidenti i contenuti concettuali trattati negli articoli critici di *Stile industria*. Dall'automobile al frigorifero, dalla forchetta in acciaio alle maniglie in plastica, *Stile industria* rappresenta l'universo dei nuovi prodotti industriali, innovativi, esteticamente gradevoli e tecnicamente validi. La rappresentazione fotografica del prodotto industriale tramite *Still life* si manifesta in varie modalità. La più semplice prevede la presentazione di un singolo oggetto su uno sfondo neutro, con luci e ombre che ne esaltano la forma e i dettagli. Altre volte, l'immagine può risultare completamente priva di contestualizzazione, con l'oggetto che appare sospeso sulla pagina bianca della rivista, come un elemento autonomo, privo di riferimenti spaziali. Le variazioni in queste rappresentazioni dipendono dalla posizione dell'oggetto, che può essere fotografato frontalmente, lateralmente o dall'alto, e dal grado di ingrandimento, che può essere più o meno ravvicinato, mettendo in risalto differenti aspetti formali e materiali. Queste tecniche fotografiche, pur nella loro apparente semplicità, sono caratterizzate da un livello di cura e precisione tale da trasformare o *Still life* in un linguaggio visivo altamente sofisticato e in grado di restituire l'essenza estetica e funzionale del prodotto industriale. Non si tratta più di una semplice documentazione, ma di una vera e propria rappresentazione concettuale, capace di rivelare la bellezza intrinseca degli oggetti e di restituire al pubblico l'idea di un mondo industriale che, pur nella sua razionalità e funzionalità, è anche esteticamente perfetto. In questo senso, *Stile industria* non si limita a mostrare gli oggetti, ma li presenta come icone di un design razionale e innovativo, dove forma e funzione si fondono in un equilibrio perfetto. La fotografia industriale, attraverso l'uso dello *Still life*, diventa così un mezzo potente per raccontare non solo le caratteristiche fisiche dei prodotti, ma anche i principi e i valori alla base del design industriale. L'approccio visivo proposto da riviste come *Stile industria* contribuisce a definire un nuovo paradigma per la rappresentazione del prodotto industriale, dove l'estetica non è solo un ornamento, ma una componente essenziale del progetto stesso. Il risultato è una fotografia che non solo documenta, ma che interpreta, narra e celebra l'innovazione industriale. Così, attraverso l'evoluzione dello *Still life* nel design, emerge una nuova visione

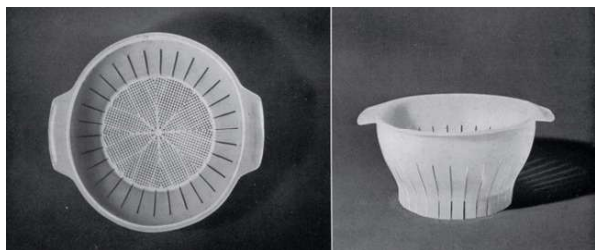


Fig. 7 | Scolapasta KS 1036 disegnato da Gino Colombini per Kartell, in *Stile industria*, 31, marzo 1961, p. 16.

del prodotto, che non è più solo un oggetto funzionale, ma una vera e propria opera d'arte visiva, capace di coniugare praticità, bellezza e modernità [Fig. 7].

L'approccio visivo e metodologico di *Stile industria*: tra estetica, funzione e progetto

In linea con quanto teorizzato da studiosi come Vilém Flusser o Roland Barthes, la fotografia tecnica e funzionale pubblicata da *Stile industria* non si limita a rappresentare l'oggetto, ma costruisce un discorso visivo che ne svela le implicazioni culturali, simboliche e operative. La vasta quantità di materiale documentativo pubblicata su *Stile industria* ha permesso di identificare alcune specificità visive ricorrenti nell'approccio fotografico. Oltre al tradizionale *Still life* classico e frontale, o con viste multiple [Fig. 8], si osserva una particolare attenzione alla rappresentazione della manualità, che evidenzia l'interazione tra prodotto e utente. Molte immagini mostrano gli oggetti mentre vengono utilizzati: la connessione tra

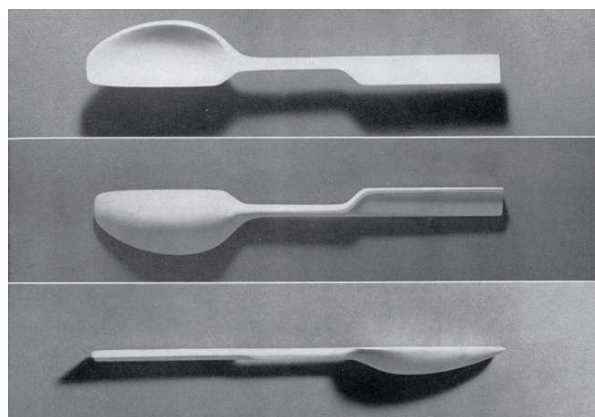


Fig. 8 | Cucchiaino in plastica disegnato da Achille e Pier Giacomo Castiglioni per Kraft, in *Stile industria*, 40, dicembre 1962, p. 33.

prodotto e utente si esprime attraverso l'apparizione delle mani, che assumono un ruolo centrale nella percezione tattile. Le mani esplorano gli oggetti: li toccano, li accarezzano delicatamente, li manipolano e interagiscono con essi, rivelando spesso funzionalità inaspettate e forme non convenzionali. Di conseguenza, forma e funzione di un prodotto risultano strettamente legate alla gestualità umana, ricreata e valorizzata attraverso la comunicazione fotografica. Un altro approccio ricorrente nelle fotografie riguarda la rappresentazione del movimento, utile a trasmettere specifiche caratteristiche funzionali dell'oggetto. Un esempio significativo è l'esplosione della caffettiera in acciaio inossidabile prodotta da Lagostina, in cui sono mostrate tutte le sue componenti interne. Inoltre, la visione esplosa dell'oggetto, oltre a soddisfare un'esigenza analitica, assume anche una funzione pedagogica: introduce una cultura del progetto fondata sulla trasparenza e sull'intelligibilità della forma. Il design non viene così percepito come un'arte elitaria, ma come un processo accessibile e razionale, coerente con l'etica modernista del "design per tutti". Allo stesso modo, la poltrona reclinabile P40 progettata da Osvaldo Borsani per Tecno [Fig. 9] o il secchio quadrato con coperchio apribile disegnato da Gino Colombini per Kartell-Samco mettono in evidenza, attraverso la fotografia, dettagli tecnici e dinamici. Queste variabili fotografiche sottolineano anche una tendenza significativa: rappresentare il prodotto smontato, rivelandone lo scheletro industriale. Questo approccio consente di comprendere non solo la struttura interna dell'oggetto, ma anche il modo in

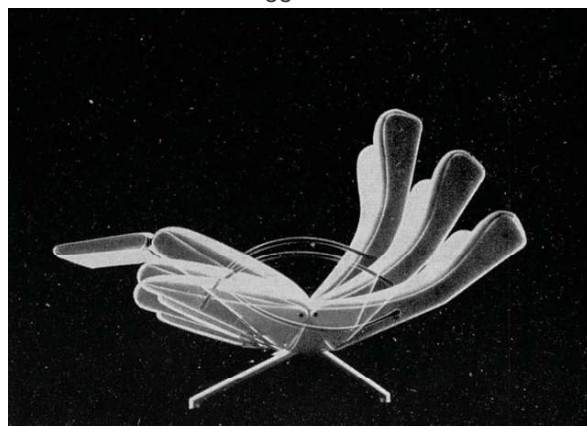


Fig. 9 | Poltrona P40 progettata da Osvaldo Borsani per Tecno, in *Stile industria*, 16, aprile 1958, p. 11.

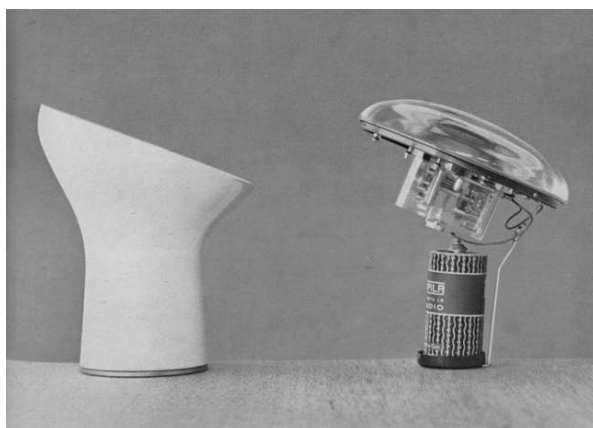


Fig. 10 | Orologio elettrico Section C prodotto da Le Porte-Echappement Universal SA, La Chaux-de-Fonds e disegnato da Angelo Mangiarotti, in *Stile industria*, 41, febbraio 1963, p. 23.

cui i singoli componenti interagiscono per generare la funzionalità complessiva. Attraverso questa scomposizione visiva, emergono dettagli tecnici spesso invisibili a un'osservazione superficiale, evidenziando l'importanza della progettazione e della composizione del prodotto [Figg. 10-11]. L'analisi del prodotto smontato invita così lo spettatore a riflettere sull'essenza del design industriale, che va oltre l'estetica per abbracciare una complessa relazione tra forma, funzione e tecnologia. In questo contesto, il prodotto smontato non è soltanto un oggetto da osservare, ma diventa anche un potente strumento didattico, capace di educare e ispirare una comprensione più profonda del prodotto. Inoltre, una caratteristica distintiva della rivista *Stile industria* è la capacità di affiancare al materiale fotografico disegni tecnici e schizzi progettuali, che accompagnano il testo offrendo un supporto visivo essenziale alla comprensione del prodotto. Questi elementi grafici non sono meri accessori, ma strumenti analitici che svelano la struttura progettuale degli oggetti, evidenziando dettagli costruttivi, proporzioni, materiali e soluzioni tecniche adottate. Il disegno tecnico, con il suo linguaggio rigoroso e codificato, permette di cogliere aspetti funzionali e produttivi che il semplice testo o la fotografia non riescono a comunicare con altrettanta precisione [Figg. 12-13]. Mentre la fotografia documenta l'oggetto nel suo stato finito o durante l'uso, il disegno tecnico ne esplicita la logica costruttiva, offrendo una rappresentazione astratta e universale. In questo

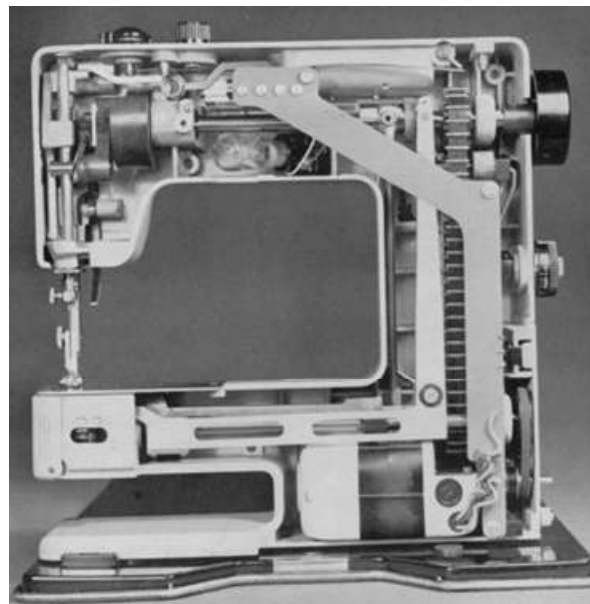


Fig. 11 | Macchina da cucire portatile modello 44 disegnata da Angelo Mangiarotti per Salmoiraghi, in *Stile industria*, 23, luglio 1959, p. 17.

senso, si potrebbe affermare che fotografia e disegno agiscono su due piani complementari: uno descrittivo-narrativo, l'altro analitico-sistemico. Allo stesso modo, lo schizzo, più immediato e spontaneo, restituisce il processo creativo, offrendo uno sguardo sul pensiero progettuale e sull'evoluzione delle idee [Fig. 14]. Questa sinergia tra testo, disegno e immagine rispecchia l'approccio sistematico della rivista, volto a esplorare il design italiano non solo come prodotto finito, ma anche come espressione di una metodologia e di una cultura progettuale che valorizza tanto l'estetica quanto la funzione. Questo utilizzo combinato di testo, disegno tecnico e schizzo permette ai lettori di accedere a un livello di analisi più profondo, ideale per comprendere il design non solo come oggetto visibile, ma come risultato di un complesso processo progettuale. Gli articoli di *Stile industria* affrontano infatti la progettazione con un linguaggio tecnico-specialistico, in grado di dialogare, come già affermato, sia con il pubblico degli addetti ai lavori, quali architetti e designer, sia con un pubblico colto e interessato alla cultura del progetto. La presenza del disegno tecnico non si limita a descrivere i prodotti, ma li contestualizza nel panorama produttivo dell'epoca, evidenziando la relazione tra forma, funzione e

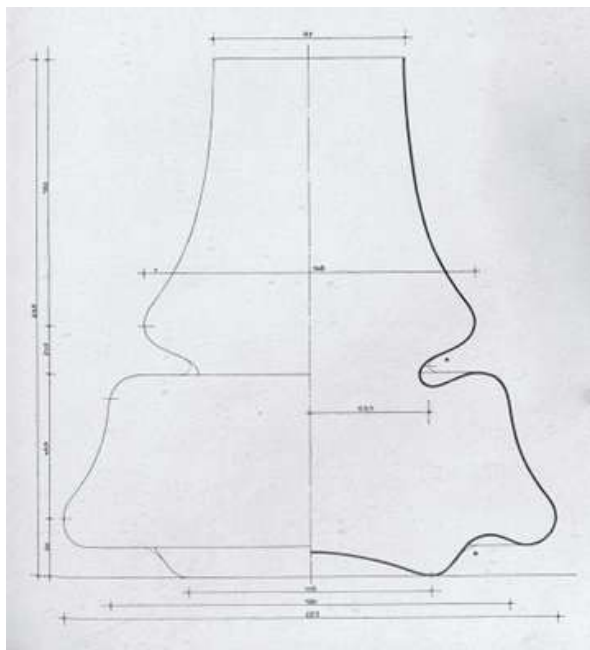


Fig. 12 | Vaso in vetro disegnato da Sergio Asti e realizzato da Salvati, in *Stile industria*, 41, febbraio 1963, p. 27.

tecniche di realizzazione. In questo modo, la rivista contribuisce a formare una consapevolezza critica attorno al design industriale, sottolineando l'importanza di ogni componente progettuale, dalla scelta dei materiali all'ergonomia, fino ai processi di produzione in serie. Questa integrazione di linguaggi visivi e scritti non solo arricchisce la narrazione del progetto, ma posiziona *Stile industria* come un punto di riferimento nel dibattito sul design italiano del dopoguerra, capace di raccontare una nuova stagione del fare industriale in cui estetica, funzionalità e innovazione tecnica si intrecciano profondamente. In definitiva, *Stile industria* non si limita a divulgare il design industriale italiano, ma ne costruisce un vero e proprio linguaggio critico, in grado di restituire la complessità del progetto moderno legato all'evoluzione contemporanea. L'integrazione tra testo, immagine e disegno diventa così un manifesto editoriale che testimonia una visione olistica del design, inteso come disciplina capace di coniugare visione estetica, precisione tecnica e cultura del progetto.

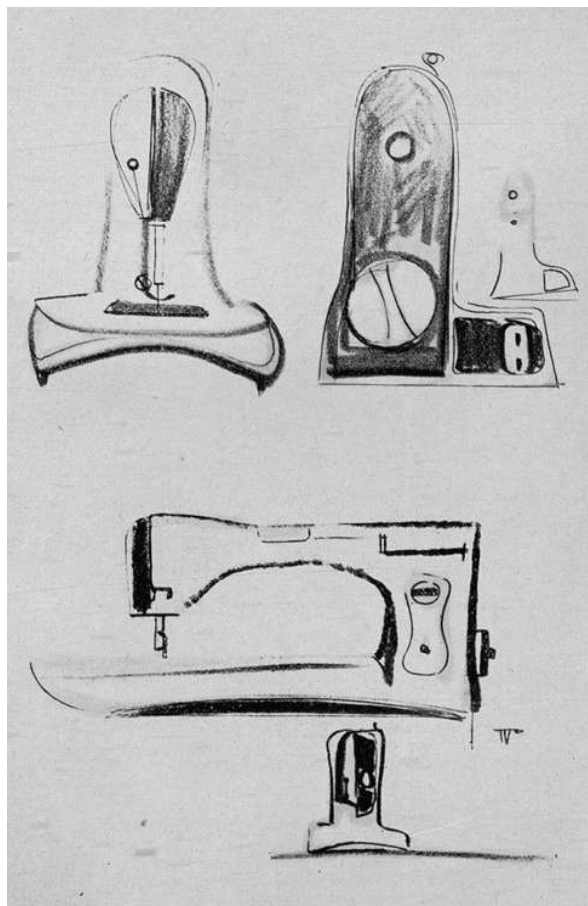


Fig. 13 | Macchina per cucire Mirella progettata da Marcello Nizzoli per Necchi, in *Stile industria*, 14, ottobre 1957, p. 17.

Conclusione

Come evidenziato in precedenza, la rivista *Stile industria* ha svolto un ruolo pionieristico e imprescindibile nella definizione e promozione del design industriale in Italia a partire dagli anni Cinquanta, contribuendo in modo determinante a plasmare una cultura del progetto che ancora oggi rappresenta un punto di riferimento per la storia del design. Con un approccio progettuale articolato, capace di coniugare estetica, tecnica e comunicazione, il periodico non solo ha documentato le innovazioni della progettazione industriale, ma ha anche contribuito a definirne linguaggi e metodologie, creando un ponte tra designer, industria e pubblico. La sua influenza si è diffusa prima a

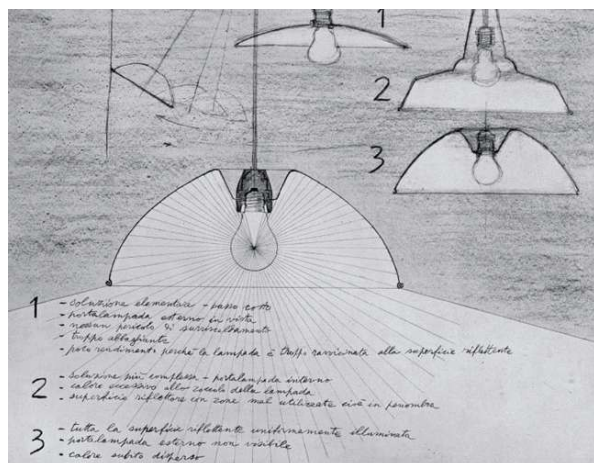


Fig. 14 | Schizzo della lampada a sospensione Relemme progettata per Flos da Achille e Pier Giacomo Castiglioni, in *Stile industria*, 41, febbraio 1963, p. 30.

livello nazionale, contribuendo alla definizione dell'identità del design italiano, e successivamente a livello internazionale, gettando le basi per l'affermazione del Made in Italy come sinonimo di qualità, eleganza e funzionalità. *Stile industria* ha anticipato tendenze, delineato standard e introdotto tecniche comunicative innovative, come lo *Still life* fotografico, che hanno contribuito a consacrare l'oggetto industriale come opera d'arte e simbolo della modernità. La chiusura della rivista nel 1963 segna la fine di un capitolo fondamentale nella storia del design italiano, ma il suo lascito rimane attuale. In questo contesto, l'analisi di *Stile industria* evidenzia l'importanza del periodico nell'ambito dell'editoria italiana del dopoguerra e del boom economico, mostrando come, attraverso un approccio stilisticamente distintivo, abbia contribuito alla modernizzazione dell'industria editoriale. La centralità dell'immagine, il linguaggio visivo innovativo e l'uso della fotografia sono stati elementi fondamentali che hanno caratterizzato l'identità di *Stile industria*, creando un dialogo tra forma e contenuto che lo ha reso un punto di riferimento nel panorama della stampa industriale e culturale. Il periodico ha risposto alle nuove esigenze comunicative del periodo post-bellico, rappresentando il dinamismo del processo di ricostruzione e, al contempo, proponendo una riflessione sull'evoluzione dell'industria e delle sue implicazioni culturali. La scelta di presentare l'industria non solo in termini tecnici e produttivi, ma anche come fenome-

no estetico e culturale, ha fatto di *Stile industria* una voce unica nel contesto editoriale del design dell'epoca. La sua capacità di unire contenuti tecnici a una narrazione visiva sofisticata rispecchia la tensione tra tradizione e innovazione che ha caratterizzato il periodo della ricostruzione. La sinergia tra immagini e testi ha trasformato il periodico in un veicolo di comunicazione complesso e multidimensionale, non solo informando, ma anche costruendo una visione culturale e sociale dell'industria stessa. In definitiva, l'analisi di *Stile industria* conferma il ruolo cruciale di questo periodico nel definire nuove pratiche editoriali e stilistiche, documentando al contempo i profondi cambiamenti sociali, culturali ed economici dell'Italia del dopoguerra. La sua rilevanza si manifesta non solo nella capacità di raccontare la trasformazione industriale, ma anche nell'influenza esercitata sull'evoluzione dell'editoria attraverso la pubblicazione di disparate riviste di progetto dedicate al design tra gli anni Sessanta e Settanta che hanno contribuito alla creazione dell'immagine del design italiano.

Note

¹ Il sottotitolo rimane invariato fino al numero 7 (febbraio 1956) quando si arricchisce del sottotitolo *Forma e stile nella produzione* per poi diventare *Stile industria. Rivista internazionale di disegno industriale* dal numero 26-27 (maggio 1960), quando l'attività del progetto editoriale è ben consolidata.

² Inizialmente la rivista è trimestrale, mentre a partire dal numero 8 (ottobre 1956) diventa bimestrale, con l'obiettivo di ampliare ulteriormente la propria diffusione e rispondere alle nuove esigenze determinate dalla crescente affermazione dell'industrial design in Italia (*Stile industria*, numero 8, ottobre 1956).

³ Alberto Rosselli sposa Giovanna Ponti, figlia di Gio Ponti.

⁴ Alberto Rosselli cura la rubrica "Disegno per l'industria per cinque anni, dal 1949 al 1954.

⁵ Tra i saggi critici scritti da Alberto Rosselli e pubblicati su *Stile industria* volti ad approfondire il dibattito sul disegno industriale in Italia si citano: "Per il disegno industriale in Italia" (numero 5, settembre 1955), "Disegno come ricerca" (numero 11, aprile 1957), "La responsabilità del disegno" (numero 14, ottobre 1957), "I limiti del disegno industriale" (numero 16, aprile 1958) e "Perché disegno italiano" (numero 20, gennaio 1959).

⁶ A titolo informativo si riportano qui di seguito gli autori delle copertine di tutti i numeri: 1, 21 / Albe Steiner. 2 / Bruno Munari. 3, 22 / Giovanni Pintori. 4 / Keld Helmer-Petersen e Giorgio Casali. 5, 8, 9, 10, 11, 12, 17, 40, 41 / Michele Provinciali. 6, 23 / Franco Grignani. 7 / Davide Clari e Michele Provinciali. 13, 14, 25 / Giulio Confalonieri e Ilio Negri. 15, 16, 30, 33 / Pino Tovaglia. 18, 28 / Max Huber. 19 / Giorgio Host-Ivessich. 20 / Tonino Boschioli. 24, 37 / Roberto Sambonet. 26-27, 29 / non indicato. 31 / Ennio Lucini. 32, 35, 36 / Enzo Mari. 34 / Italo Zannier. 38 / Bob Noorda. 39 / Heinz Weibl.

⁷ Nel 1959 si tengono due eventi significativi dedicati alla fotografia: la *Mostra fotografica della fotografia italiana d'oggi* e il primo Convegno Nazionale di Fotografia a Sesto San Giovanni. Entrambi avevano l'obiettivo di documentare e analizzare lo stato della fotografia italiana alla fine del decennio.

Bibliografia

- BARONI D., VITTA M. (2003), *Storia del design grafico*, Longanesi, Milano.
- BILL M. (1954), "Forma, funzione, bellezza", in *Stile industria*, 1, giugno, pp. 2-3.
- BOSONI, G. (2022), "La ricerca dell'essenza delle cose al servizio di tutti", in ROSSELLI P. (a cura di), *Alberto Rosselli. Architettura, design e "Stile industria"*, Quodlibet, Macerata, pp. 399-454.
- BRANZI A. (2002), "L'oggetto fotografato", in ZANFI C. (a cura di), *Fotografia e design: l'immagine Alessi*, Silvana editore, Cinisello Balsamo, pp. 26-27.
- CARLOTTI A. (2000), "Foto-Grafica", in CARLOTTI A. (a cura di), *Fotografia e fotografi a Milano dall'Ottocento ad oggi*, Abitare Segesta - AIM Associazione Interessi Metropolitani, Milano, pp. 100-104.
- CERIANI, A. (1953), "Mostra dell'Estetica nel Prodotto", in *Cronache. La Rinascente Upim. Rassegna di vita e lavoro dei grandi magazzini*, 4, pp. 9-11.
- CHIAPPINI C. (2012), "Antonio Boggeri. Considerazioni su un protagonista della grafica italiana", in *Ricerche di S/Confine. Oggetti e pratiche artistico / culturali*, 1, pp. 138-148.
- DALLA MURA M. (2018), "Immagini e immaginario: un percorso tra fotografia e riviste", in ALESSI C., DALLA MURA M., DE GIORGI M., PASCA V., RICCINI R. (a cura di), *Triennale Design Museum. Storia. Il design italiano*, Electa - Triennale Design Museum, Milano, pp. 432-449.
- DELLAPIANA E., SIEKIERA A. (2015), "Come scrivono i designer: note di letture comparate per una linguistica disciplinare", in *AIS/Design Journal. Storia e Ricerche*, 6, pp. 14-39.
- DESOLE A. P. (2015), *La fotografia industriale in Italia 1933-1965*, Editrice Quinlan, San Severino Marche.
- FOSSATI P. (1972), *Il design in Italia 1945-1972*, Einaudi, Torino.
- ID. (1973), *Il design*, Tattilo Editrice, Roma.
- FRATELLI E. (1989), *Continuità e trasformazione. Una storia del design italiano, 1928-1988*, Alberto Greco Editore, Milano.
- GRASSI A., PANSERA A. (1980), *Atlante del design italiano 1940/1980*, Fabbri, Milano.
- HEIN G. (2015), *New Objectivity and Industry*, Collection Regard, Berlin.
- LUCAS U., AGLIANI T. (2004), "La fotografia del miracolo economico", in LUCAS U. (a cura di), *Storia d'Italia. Annali 20. L'immagine fotografica 1945-2000*, Einaudi, Torino, pp. 22-29.
- MAGGI A. (2013), "Il sogno italiano: Giorgio Casali, Domus e la fotografia di design", in MAGGI A., ZANNIER I. (a cura di), *Giorgio Casali. Photographer / Domus 1951-1983*, Silvana Editoriale, Milano, pp. 50-61.
- PANSERA A. (1984), "La storia di un percorso", in ILIPRANDI G., MARRANGONI A., ORIGONI F., PANSERA A. (a cura di), *Visual design. 50 anni di produzione in Italia*, Idealibri, Milano, pp. 15-24.
- ID. (1993), *Storia del disegno industriale italiano*, Laterza, Roma.
- RICCINI R. (2020), "Fotografia e design. Un rapporto non ancillare", in *AIS/Design Journal. Storia e Ricerche*, 14:7, pp. 117-123.
- ROSSELLI A. (1949a), "Disegno per l'industria", in *Domus*, 236, maggio, pp. 40-41.
- ID. (1949b), "Disegno per l'industria", in *Domus*, 238, settembre, pp. 40-41.
- ID. (1954), "Disegno: fattore di qualità", in *Stile industria*, 1, giugno, p. 1.
- SIEKIERA A. (2018), "'Stile industria'. Il design e la scrittura tecnica italiana negli anni Cinquanta del Novecento", in BIFFI M., CIALDINI F., SETTI R. (a cura di), *Acciò che 'l nostro dire sia ben chiaro*, Scritti per Nicoletta Maraschio, Accademia della Crusca, Firenze, pp. 1013-1021.
- VINTI C. (2007), *Gli anni dello stile industriale 1948-1965*, Marsilio Editori-IUAV, Venezia.