



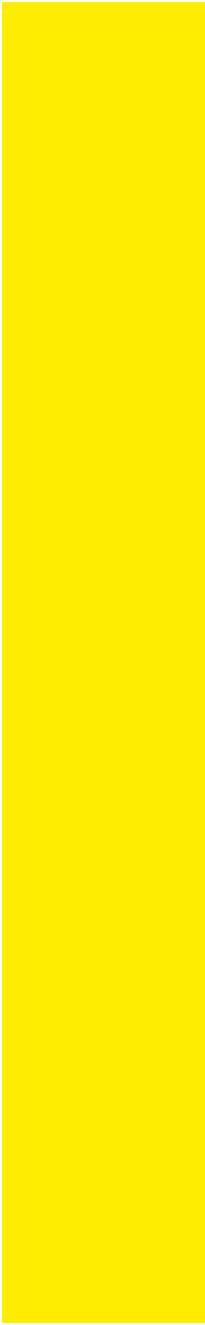
**design  
e comunicazione  
audiovisiva  
industriale**

Politecnico di Milano  
Facoltà del Design  
Corso di Laurea in Design della Comunicazione

relatore: Francesca Piredda  
correlatore: Walter Mattana

studente: Matteo Riva  
matricola n. 724908  
anno accademico: 2009-2010

In copertina:  
Original Superstudio film spool. photo: Peter Lang, 2008



Politecnico di Milano  
Facoltà del Design  
Corso di Laurea in Design della Comunicazione

relatore: Francesca Piredda  
correlatore: Walter Mattana

studente: Matteo Riva  
matricola n. 724908  
anno accademico: 2009-2010

design  
e comunicazione  
audiovisiva  
industriale



Lasciati guidare dall'istinto che è in te esuberante, ma controlla con la ragione quello che la tua immaginazione ti ha fatto intravedere onde dare a tutto proporzioni reali.

Luisa Olivetti, madre di Adriano, Lettera di Camillo ad Adriano, 20 novembre 1935



# indice

## *Introduzione*

### PARTE PRIMA

#### CINEMA INDUSTRIALE, AUDIOVISIVI, FILM E VIDEO INDUSTRIALI

1. Definire il cinema industriale	2
1.1 Destinatari, committenti e obiettivi	7
1.2 Linguaggio	10
1.3 Tecnologia e supporti: dal film al video	11
1.4 La divulgazione in Italia	12
2. Il Documentario e il Cinema Industriale	14
3. Il cinema, l'industria ed il lavoro	15
3.1 Le prime esperienze	17
3.2 Il Cinema del lavoro	18
3.3 I maestri del documentarismo inglese	20
4. Cenni storici sul Cinema Industriale in Italia	20
4.1 Le prime esperienze	21
4.2 L'interesse del cinema italiano per il lavoro e l'industria	22
4.3 Gli anni 50: l'industria sposa il cinema	24
4.4 Il declino degli anni 70	26
5. Il rapporto tra i registi e l'industria	28
5.1 Il dibattito sul valore sociale del cinema industriale	28
5.2 I tentativi di "ammodernamento" del Film Industriale	29
6. Anticipazioni sul caso Olivetti	30

PARTE SECONDA	
OLIVETTI: L'AZIENDA, IL DESIGN, ED IL CINEMA INDUSTRIALE	35
1. L'azienda Olivetti	38
1.1 La fondazione	38
1.2 Adriano Olivetti	39
1.2.1 L'ascesa	39
1.2.2 La nuova fabbrica	42
1.2.3 La seconda guerra mondiale e l'Adriano "politico"	44
1.2.4 Agli albori dell'avventura elettronica	45
1.2.5 L'espansione	45
1.2.6 L'avventura elettronica	46
1.2.7 La morte di Adriano	48
1.3 Gli anni successivi alla morte di Adriano	49
1.3.1 Dalla meccanica all'elettronica	49
1.3.2 L'arrivo dei fratelli De Benedetti	50
1.3.3 Gli anni 80 e il personal computer	50
1.3.4 La crisi ed il declino	51
2. Lo stile Olivetti	55
2.1 Definizione: uno Stile più che un'immagine coordinata	55
2.2 Le origini dello Stile	57
2.3 I protagonisti dello Stile Olivetti	59
3. Il ruolo del design	68
4. Il cinema industriale Olivetti	70
4.1 La sezione cinematografica Olivetti	70
4.2 Il repertorio Olivetti	71
4.3 Catalogazione	72
4.4 Cronologia	73
4.4.1 Gli anni 50 e i primi film	73
4.4.2 I primi anni 60 e la rivoluzione elettronica	76
4.4.3 I primi anni 60 e la rivoluzione elettronica	78
4.4.4 Gli anni 70 e l'avvento del video	79



4.4.5	Gli anni 80	82
4.5	L'Archivio Nazionale Cinema d'Impresa di Ivrea	83
4.6	I registi principali	83
4.6.1	Aristide Bosio	84
4.6.2	Massimo Magrì	84
4.6.3	Giacomo Battiato	85
4.6.4	Nelo Risi	85
4.7	Il design nel cinema Olivetti	86

## PARTE TERZA

IL PROGETTO DELLA COMUNICAZIONE AUDIOVISIVA INDUSTRIALE: CASI STUDIO		93
1.	Forma macchina per ufficio	96
1.1	Scheda	97
1.2	Découpage tecnico	98
1.2	Analisi	100
2.	Elea classe 9000	102
2.1	Scheda	103
2.2	Découpage tecnico	104
2.2	Analisi	111
3.	Macchina cerca forma	114
3.1	Scheda	115
3.2	Découpage tecnico	116
3.3	Analisi	119
4.	Olivetti: formes et recherche / concept and forms	142
4.1	Scheda	143
4.2	Découpage tecnico	144
4.3	Analisi	144
5.	Valentine	126
5.1	Scheda	127
5.2	Valentine, nuova portatile	129
5.2	Le serie pubblicitarie	132

5.2.1 La Londra dei Beatles	132
5.2.2 Pubblicità per il Giappone	133
5.2.3 Valentine nello Spazio	133
5.2.4 Flipper ed immaginario pop	133
6. Italy: The New Domestic Landscape	135
6.1 Il contesto	135
6.2 Introduction	138
6.2.1 Scheda	139
6.2.2 Découpage tecnico	140
6.2.3 Analisi	141
6.3 Progetto Sottsass	146
6.3.1 Scheda	147
6.3.2 Découpage tecnico	148
6.3.3 Analisi	150
6.4 Progetto Aulenti	154
6.4.1 Scheda	155
6.4.2 Découpage tecnico	156
6.4.3 Analisi	156
7. Documenti integrativi	160
PARTE QUARTA	
IL CINEMA INDUSTRIALE OGGI. QUALE SIGNIFICATO?	165
1. Un genere anacronistico	166
2. Il film industriale e l'audiovisivo contemporaneo	168
3. Un possibile valore odierno del film industriale	170
APPENDICI	
Appendice 1: Cronologia del Repertorio Olivetti	182
Appendice 2: Classificazione del Repertorio Olivetti	186
Appendice 3: Analisi grafica del Repertorio Olivetti	178
Bibliografia	190
Sitografia	198
Filografia	200



## INDICE DELLE IMMAGINI

In copertina: Original Superstudio film spool. photo: Peter Lang, 2008

1. Ettore Sottsass jr., display design project for domestic-mobile environment, 1972.	XVII
2. Unità nastro Olivetti Elea 9003, 1959	1
3. Noi continuiamo..., Mario Damacelli, 1968	2
4. Night Mail, GPO Film Unit, 1936	3
5. Mario Verdone	5
6. La lepre e la tartaruga, Hug Hudson, 1966	8
7. Travi saldate, Emilio Marsili, 1968	9
8. Latina: dall'uranio all'energia elettrica, Enzo Trovati, 1963	14
9. Nanook, Robert J. Flaherty, 1922	16
10. Manifesto del Cinématographe Lumière	18
11. Manifesto di Modern Times, Charlie Chaplin, 1936	21
12. We Live in Two Worlds Director, Alberto Cavalcanti, GPO Film Unit, 1937	23
13. Berlin, Symphonie einer Grossstadt, Walter Ruttmann, 1927	31
14. Officine Olivetti, Ivrea	34
15. Uffici Olivetti progettati da Luigi Cosenza, Pozzuoli	36
16. Lexikon 80, Marcello Nizzoli, 1948	37
17. Manifesto pubblicitario della M20, Marcello Dudovich, 1926	38
18. Manifesto pubblicitario per la macchina per scrivere MP1, Xanti Schawinsky, 1935	39
19. MP1, Riccardo Levi ed Aldo Magnelli, 1932.	40
20. Olivetti Underwood Lettera 33, 1968	41
21. Il fronte della testata Comunità	44
22. Copertina di "Notizie Olivetti" disegnata da Folon	45
23. La console dell'Elea 9003, foto di Martino Gerosa, Ivrea, 2010	47
24. Pubblicità Olivetti Divisumma 26GT, Marcello Nizzoli, 1967	48
25. Pubblicità Mercator 5000, 1962	49
26. Pubblicità Computer M20, 1983	52
27. Manifesto per il personal computer Quaderno, Milton Glaser, 1993 Giovanni Pintori	53
28. Giovanni Pintori	54
29. Sviluppo del lettering del logo Olivetti	57
30. Manifesto Olivetti 82 Diaspron, Giovanni Pintori, 1959	58
31. Manifesto Olivetti Lettera 22, Giovanni Pintori, 1959-1960	59
32. Copertina di Notizie Olivetti, Giovanni Pintori, Novembre 1962	60
33. Manifesto Olivetti, Giovanni Pintori, 1949	61
34. Manifesto Summa 15, 1949	62
35. Manifesto Divisumma 24 e Tetractys, 1956	64
36. Manifesto Olivetti Lettera 22	64
37. Manifesto Olivetti Lettera 22	64
38. Manifesto Olivetti Lexikon	64

39. Manifesto Olivetti Lettera 22	64
40. Manifesto Olivetti Studio 44	64
41. Manifesto Olivetti Lettera 22	64
42. Pubblicità Programma 101	65
43. Olivetti Lettera 22, Marcello Nizzoli, 1959	67
44. Ettore Sottsass	68
45. Copertina di Olivetti: design in industry, Leo Lionni, 1952	75
46. Modellino-gioco in legno dell'Elea 9003 per i figli dei dipendenti, 1959	88
47. Ugo La Pietra inside his display for the MoMA exhibit, 1972	92
48. Le regole del gioco, Massimo Magri, 1969	94
49. Pubblicità Olivetti Tetractys, 1959	101
50. L'Elea 9003 funzionante presso l'ITIS di Bibbiena (Pisa), Liquidcat, 2009	108-109
51. Pubblicità Olivetti Editor, 1970	117
52. Olivetti Valentine, Ettore Sottsass, 1969	128
53. Manifesto Olivetti Valentine, 1969	131
54. Image for New Domestic Landscape exhibition display, Gruppo 9999, 1972	134
55. Copertina del Volume Italy: The New Domestic Landscape, Emilio Ambasz, 1972	135
56. Manifesto Environments and Counter-Environments, Experimental Media in Italy: The New Domestic Landscape, MoMA 1972, Columbia University 2009	136
57. Performance al MoMa di New York per Italy: The New Domestic Landscape, Gruppo 9999, 1972	137
58. Immagine per l'esibizione al MoMa di New York di Italy: The New Domestic Landscape, Gruppo 9999, 1972	137
59. Manifesto Environments and Counter-Environments, Experimental Media in Italy: The New Domestic Landscape, MoMA 1972, SAM Basilea, 2010	137
60. Ettore Sottsass jr., Massimo Magri, 1972	146
61. Prototipi di modulo in plastica abitabile, Ettore Sottsass jr., 1972	148
62. Disegno a colori del modulo in plastica, Ettore Sottsass jr., 1972	148
63. Disegni tecnici di composizioni possibili con i moduli in plastica, Ettore Sottsass jr., 1972	148
64-75. Ettore Sottsass jr., Massimo Magri, 1972	149-150-151
76. Disegno a colori del modulo in plastica, Ettore Sottsass jr., 1972	152
77. Fotografia, Metafore, Ettore Sottsass jr., 2002	153
78-87. Gae Aulenti, Massimo Magri, 1972	154-156-157
88. Disegno tecnico del progetto di Gae Aulenti, 1972	158
89. Gae Aulenti commenting upon original exhibit materials, photo: Peter Lang, 2008	159
90. Adriano Olivetti davanti alle officine di Ivrea	154

## INDICE DELLE TAVOLE

1. 1949-1992 Cronologia per genere del Repertorio Olivetti	186
2. 1949-1992 Cronologia dei film prodotti per genere	187





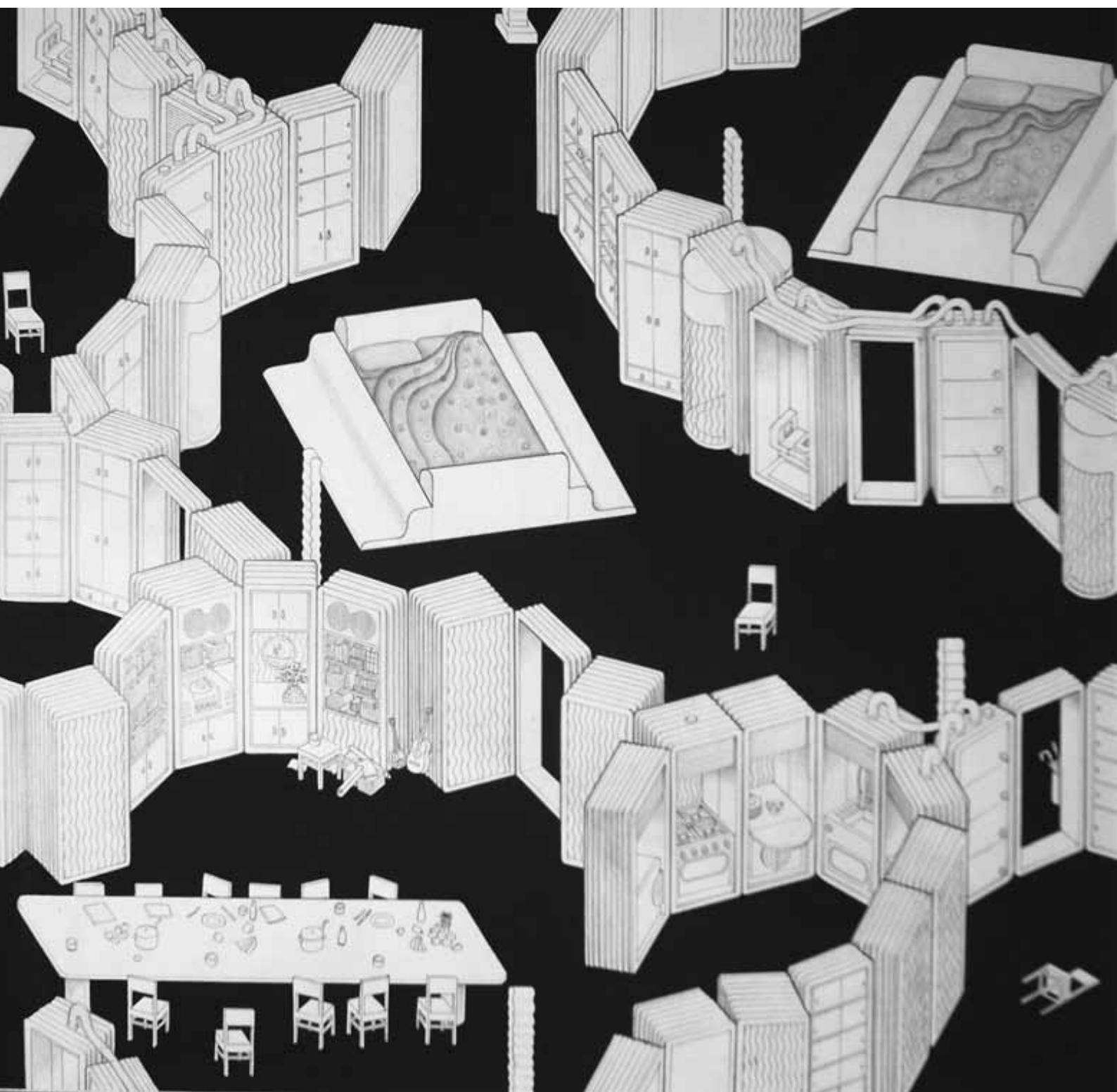


## ABSTRACT

"Design e comunicazione audiovisiva industriale" è il titolo scelto per un'indagine che si pone come elemento di intersezione tra il cinema, l'industria e il design. La prima parte introduce il cinema industriale come genere, esplorandone la storia, le diverse forme e i protagonisti. L'analisi del contesto italiano introduce successivamente la seconda parte della ricerca, un'azienda scelta come caso studio in ragione della sua vocazione per il design e la comunicazione d'impresa: Olivetti.

Di questa realtà industriale vengono proposti film di repertorio, analizzati mettendo in luce gli aspetti progettuali, il rapporto con l'industria e il designer.

Figure come Adriano Olivetti, Ettore Sottsass, Giovanni Pintori, Marcello Nizzoli, Gae Aulenti, Nelo Risi e Massimo Magrì rappresentano, con esempi virtuosi di progetto, una realtà industriale dove la triangolazione industria-comunicazione audiovisiva-design si compie a livelli di eccellenza.



## introduzione



1. Ettore Sottsass jr.,  
Display design project for domestic-  
mobile environment, 1972.

2. Unità nastro Olivetti Elea 9003,  
1959

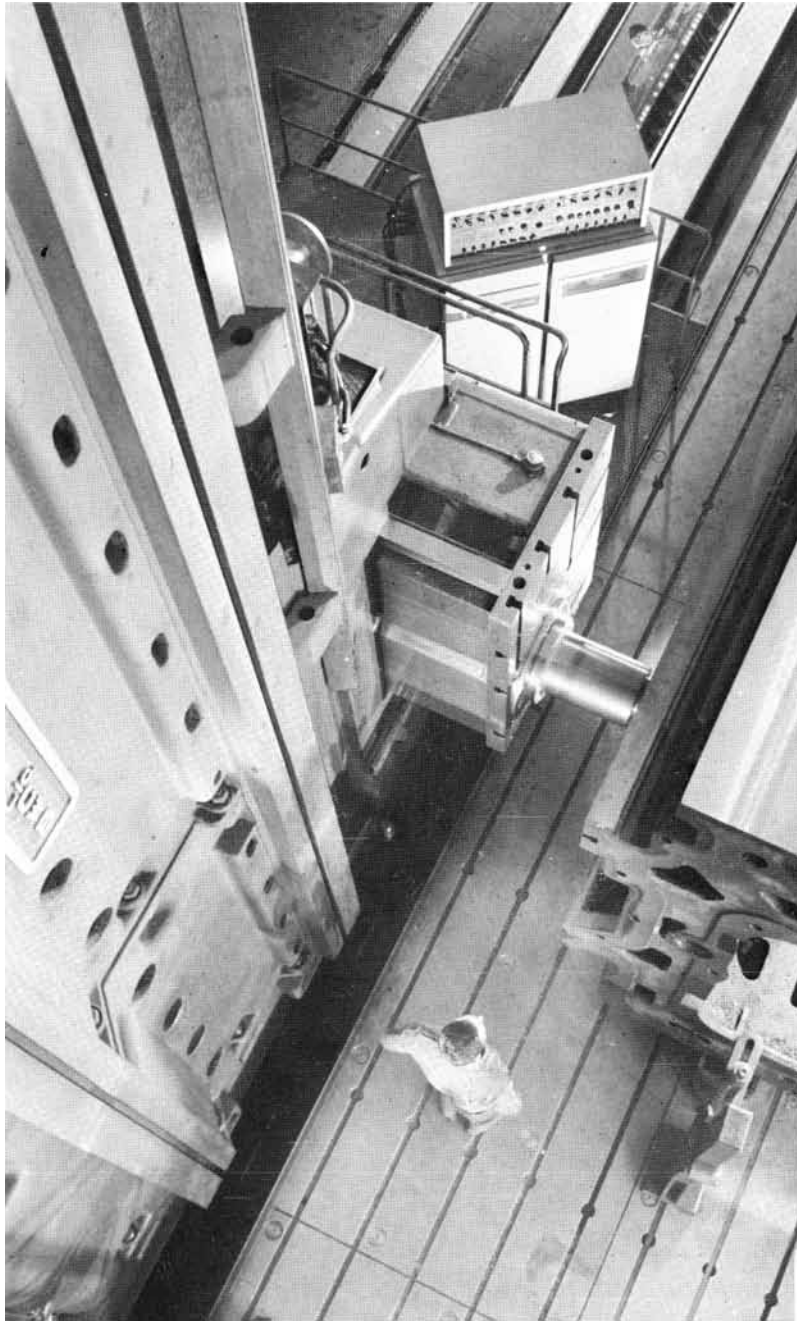
*La seguente tesi nasce dall'incontro inaspettato con la realtà Olivetti durante l'esperienza lavorativa presso un giovane museo di Ivrea.*

*La fondazione Natale Cappellaro è stato il primo passo verso la scoperta e la ricerca di meravigliose fonti che la nostra storia industriale ha prodotto, materiale che oggi rimane tuttavia confinato in archivi difficilmente raggiungibili.*

*La possibilità di questo contatto mi ha casualmente portato a visionare di persona un affascinante documentario che la stessa azienda produsse negli anni 60 sul calcolatore elettronico Elea. Quest'occasione ha così dato il via ad un'ulteriore ricerca di materiale documentaristico del genere ed all'immediata constatazione della sua difficile reperibilità. In sede privata sono tuttavia riuscito a visionare un altro meraviglioso documentario, avente come soggetto Ettore Sottsass Jr., nella mostra "Italy: The New Domestic Landscape", del Moma di New York nel 1972. Da questi spunti si è deciso di fare di questo materiale l'oggetto di studio di questa tesi, orientando l'indagine dei casi studio proprio sull'intento che possiede quest'ultimo filmato, ovvero quello di raccontare il design, nella sua funzione di punto d'interesse per ricostruire un percorso parallelo in cui si incontrano cinema ed industria. È stato quindi ufficialmente richiesto all'archivio Cinematografico di acquisire altri documentari, proprietà dell'Archivio Storico Olivetti, da me selezionati secondo uno specifico criterio (la cui priorità riguarda proprio il racconto del design).*

*Si è così approfondita una ricerca sulle radici del cinema industriale, sui soggetti, sui temi, sui registi, e poi sul caso studio prescelto, Olivetti, con la sua storia, i suoi personaggi, la sua cultura, ed appunto il design.*

*In ultima analisi si è constatato quale sia il potenziale valore di una ricerca come questa, interrogandosi sul significato extra storico dei documentari studiati, proponendo tuttalpiù una loro rilettura in una chiave progettuale odierna.*



3. *Noi continuiamo...*,  
Mario Damocelli, 1968

## Parte Prima

# Cinema industriale, audiovisivi, film e video industriali

An industrial film can sell, train, convince, explain and instruct. It can be a complete waste of money. It can also be a good investment.<sup>1</sup>

Questa prima parte cerca di essere una breve e generale panoramica sul genere di questa indagine, il cinema industriale.

Il primo passo sarà dunque quello di darne una definizione esaustiva, si procederà poi ad illustrarne le attinenze con gli altri generi cinematografici, le origini, lo sviluppo ed infine verrà mostrata una breve cronologia, dedicata soprattutto alla situazione nazionale.

Occorre premettere che la documentazione presente in Italia in questo ambito è molto limitata, nonostante sia copiosa la produzione cinematografica industriale: sono pochi infatti ad aver scritto su questo specifico argomento poichè, come si vedrà più avanti, è stato spesso considerato n genere minore o, piuttosto, un sottogenere del documentario.

Al contrario di quello che accade per il cinema tradizionale, non nasce alcun dibattito importante intorno a questo tipo di film, se non di piccole dimensioni. I pochi autori che lo affrontano ripropongono ognuno una propria lettura personale del genere, secondo criteri e punti di vista differenti.

Molti infatti sono soliti inserire il film industriale entro le categorie del documentarismo, altri ne affermano invece una propria autonomia, pur riconoscendone il legame storico con lo stesso documentarismo.

L'intento di questa prima parte è quindi anche quello di fare chiarezza su questo tema, proponendo tuttavia, per scelta, una visione complessivamente generale del cinema industriale, che tenga conto delle principali interpretazioni dei critici più autorevoli.

## 1. Definire il Cinema Industriale

Occorre dire inanzitutto che cosa si intenda per cinema industriale e darne si conseguenza una breve ma esaustiva definizione, ripresa pari passo dai principali testi di riferimento di questa indagine.

Adriano Bellotto nel libro *La memoria del futuro* (1994), testo dedicato alla cinevideoteca dell'Archivio Storico Olivetti, nella prima parte del volume, riporta la seguente definizione:

Il cinema industriale si costituisce come genere a sé stante, distinto più o meno nettamente da altri generi di cinema documentaristico (come quello tecnico, scientifico, divulgativo) in ragione delle categorie storiche in cui si è consolidato, delle specifiche scelte di contenuto, delle particolari formule espressive. Ma nella sua principale fondazione di genere, questo cinema è industriale proprio perché commissionato o realizzato per conto di imprese industriali.<sup>2</sup>

Su una Rassegna di film sul lavoro del 1985, la Confindustria definisce il cinema industriale come segue:

Si intende comunemente per film industriale la produzione di audiovisivi realizzata da imprese o da enti che abbia come fine la presentazione in chiave didattica o di promozione (ma non pubblicitaria) di un prodotto o di una attività di carattere economico -produttivo.<sup>3</sup>

Mario Verdone utilizza il termine *tecnofilm* per identificare questi girati filmici, definendoli nel seguente modo:

*Tecnofilm* è il documentario tecnico, che informa sulle attività del lavoro, che illustra procedimenti industriali, che studia al dettaglio le attività produttive, che orienta professionalmente apprendisti, tecnici, operai specializzati.<sup>4</sup>

Infine una definizione più odierna compare sull'*Encyclopedia of the Documentary film*:

Industrial films are generally promotional films designed to sell or promote a company or industry or some aspect of the company, or they may be intended as in-house training for employees. Industries and individual companies frequently finance such films.<sup>5</sup>

Questi tentativi di definire il cinema industriale devono essere considerati anche cronologicamente. I modelli audiovisivi sono infatti in costante cambiamento, influenzati da molteplici variabili quali l'evoluzione della stessa industria, le tecnologie, il cinema vero e proprio, le mode etc. L'identità di



4. *Night Mail*, GPO Film Unit, 1936

questo genere è quindi sempre soggetta a rivisitazioni. È necessario però riconoscere proprietà indiscutibili nella definizione del cinema industriale. Il riconoscimento di un legame più o meno netto col genere documentario è una di queste. Si utilizzano soprattutto i termini di *film e video*, ai quali viene accostato l'aggettivo "industriali" in rapporto alla committenza che è sempre rappresentata da imprese ed aziende di servizi (anche pubblici). Stesso discorso vale per l'accostamento dello stesso aggettivo al sostantivo "cinema". Oltre a questa terminologia c'è quella più moderna di *comunicazione audiovisiva*, definizione che annette anche altri tipi più specifici di produzione (come le tecnologie di post produzione) e quindi più adatta a definire l'attività dell'ultimo trentennio.

La parola *documentario* necessita di un discorso a parte: il cinema industriale nasce e si sviluppa autonomamente, ma è altresì assimilabile entro questa più ampia categoria/genere, la cui vocazione è quella di rappresentare contesti reali (il paragrafo successivo ne illustra un breve inquadramento storico). Con l'aggiunta dell'aggettivo "industriale", il termine viene quindi utilizzato da molti per identificare questa specifica categoria, appunto il *documentario industriale*. Altri storici hanno invece suggerito termini più specifici come *tecnofilm* (Mario Verdone), *cinema d'inchiesta*, *cinema specializzato* e *film d'argomento scientifico*. Secondo Adriano Bellotto, la vasta articolazione del genere si identifica comunque difficilmente in nozioni così specifiche. Un altro termine generico utilizzato è infine quello di *cortometraggio*, parola che allude, alla durata media tra i 15 e i 20 minuti dei girati filmici. Discorso, anche questo, che, se pur accettato, conserva una generalizzazione in cui non mancano eccezioni. Come già detto, una letteratura del cinema industriale è pressoché limitata a testate specializzate. Questa indagine si orienta sulle seguenti fonti di cui si elencano in ordine cronologico i principali titoli:

*Il cinema del lavoro*, opera del 1961 di Mario Verdone, è cronologicamente il primo volume rintracciato in cui viene affrontato per diversi paragrafi il tema del film industriale, sotto la dizione di *tecnofilm*. È interessante notare che il volume è stato scritto in contemporanea alle prime affermazioni italiane del genere industriale.

*Cinema e industria*, ricerche e testimonianze sul film industriale" è invece una raccolta di critiche sul cinema industriale ad opera di diversi autori tra cui i più noti sono Rossellini, Magri, Verdone e Felicioli. Il volume viene pubblicato nel 1971 e restituisce una cosciente critica contemporanea al genere industriale che, in quegli anni, inizia a sentire i primi vacillamenti, a differenza del prolifico



ventennio precedente.

*La memoria al futuro*, di Adriano Bellotto, è un volume dedicato allo studio del Repertorio audiovisivo dell'Olivetti, caso studio dell'indagine. Non manca in questo testo un frammentario quadro storico generale sul cinema industriale. La data di pubblicazione è il 1994.

*Films That Work: Industrial Film And The Productivity Of Media (Film Culture In Transition)*, di Vinzenz Hediger e Patrick Vonderau edito nel 2009, è invece un testo recentissimo che tratta i film industriali utilizzando criteri storici e sociologici a cui si aggiunge la raccolta di casi studio di diversi studiosi.

Nell'individuazione dei temi del documentario industriale è possibile riscontrare la presenza di soggetti molto differenti fra loro, tanto che spesso si ritrova, nella limitata letteratura dedicata, la dizione di *sottogeneri* del film industriale. Alcuni critici e giornalisti, come Mario Verdone, Domenico De Gregorio e Vinicio Marinucci, hanno comunque provato classificare le diverse tipologie in categorie. Anche la Confindustria, organizzando le Rassegne nazionali sul film industriale, tratta i film presentati suddividendoli entro una classificazione generale.

Mario Verdone elenca come principali tematiche del cinema industriale le seguenti: informazione sulle attività di lavoro; illustrazione procedimenti industriali; studio al dettaglio delle attività produttive; orientamento apprendisti, tecnici; operai specializzati<sup>9</sup>. Da qui, ne deriva una stilata classificazione di otto categorie:

1. film scientifico industriale (per pubblico specializzato) o di divulgazione scientifica;
2. film di ricerca (fenomeni di interesse tecnico, allo scopo di permetterne l'esame analitico);
3. tecnofilm informativo (impiegato come mezzo per illustrare il ciclo produttivo di una industria, o il valore tecnico delle installazioni, per presentare il prodotto e metterne in evidenza le caratteristiche tecnologiche e funzionali salienti);
4. tecnofilm didattico (di istruzione tecnica e di addestramento professionale);
5. film di documentazione sociale (sui servizi assistenziali, previdenziali, culturali e ricreativi attuati nell'interesse del mondo del lavoro);
6. filmgiornale (di documentazione della vita aziendale, o di categoria);
7. film didattico antinfortunistico e sull'igiene del lavoro;
8. film pubblicitario



5. Mario Verdone

Domenico De Gregorio, anch'egli giornalista e scrittore di cinema, classifica i temi del documentario industriale secondo il tipo di informazione che ogni singolo film tramanda: la documentazione delle attività, dei prodotti e dei successi; l'informazione di tipo didattico; l'addestramento tecnico; l'informazione propagandistica, rivolta alle *public relations*.<sup>7</sup>

La rivista specializzata di cinema "Primi Piani", dedica nel 1963 un intero numero al film industriale, individuando tre filoni principali: film didattici, film di ricerca scientifica applicata all'industria, film di servizio sociale, prevenzione antinfortunistica.

Dal canto suo, lo scrittore-giornalista Vinicio Marinucci individua invece due correnti principali in cui descrivere il rapporto tra il cinema e l'industria, suggerendo le denominazioni *film per l'industria* e *industria per il film*.<sup>8</sup>

- Alla prima categoria, *film per l'industria*, appartengono i film volti alla documentazione dell'attività ed all'impresa industriale, cui fanno riferimento soprattutto film didattici e film pubblicitari; l'obiettivo in questo caso è quello di riprodurre un'informazione "pulita" ed efficace, didattica e propagandistica.

- Alla seconda categoria, *industria per il film*, appartengono invece i film a tema tipicamente industriale o comunque attinente ad essa; in questi film è forte la ricerca di espressioni artistiche e valori umani, gli intenti di promozione rimangono impliciti; queste opere possono essere prodotte dall'industria stessa o commissionate a produzioni esterne.

Si propone infine la classificazione universale delle tematiche proposta nel testo *Films That Work*, di Vinzenz Hediger e Patrick Vonderau, organizzata in quattro principali categorie: *factory visits; company trips; machines and products in action; buildings*.<sup>9</sup> Si noti che in linea di massima i soggetti riguardano sempre i prodotti, i beni, i servizi, gli ambienti, gli organismi e le tecnologie. Si vedrà poi, studiando il Repertorio Olivetti, che esistono anche una serie di titoli i cui temi si orientano verso tematiche ancora più diversificate che comprendono anche l'arte, la cultura, lo sport.

La Confindustria, come anticipato, nelle Rassegne Nazionali del film industriale prevede, oltre ai premi di ordine generale per il miglior documentario, l'esistenza di ulteriori premiazioni per categorie. Nei documenti che riportano le classifiche è possibile notare che questa premiazione, che si avvale di sette principali categorie, entra in vigore dalla III Rassegna, che si tiene nel 1962 a Firenze. Elenchiamo di seguito le categorie secondo la divisione tematica proposta dalla Confindustria:

- categoria A: film su temi industriali di interesse generale (per un pubblico

indifferenziato);

- categoria B: film di interesse particolare su un materiale, un progetto, un prodotto industriale (per pubblico indifferenziato);
- categoria C: film che non hanno un fine specifico di informazione ma contribuiscono al prestigio dell'industria (per un pubblico indifferenziato);
- categoria D: film di interesse particolare su un materiale, un progetto, un prodotto industriale (per pubblico specializzato);
- categoria E: film su principi e ricerche scientifiche (per pubblico specializzato);
- categoria F: film destinati alla formazione di dirigenti e della mano d'opera;
- categoria G: prevenzione degli infortuni, malattie professionali, igiene del lavoro, rieducazione, iniziative di carattere sociale.

### 1.1 Destinatari, committenti e obiettivi

I film industriali -che ho chiamato "ritratti di famiglia" perché sono bei ricordi che hanno un valore sentimentale e non pratico- possono essere sufficienti per promuovere, con le immagini, una vasta operazione di conoscenza generale e quindi di orientamento.<sup>10</sup>

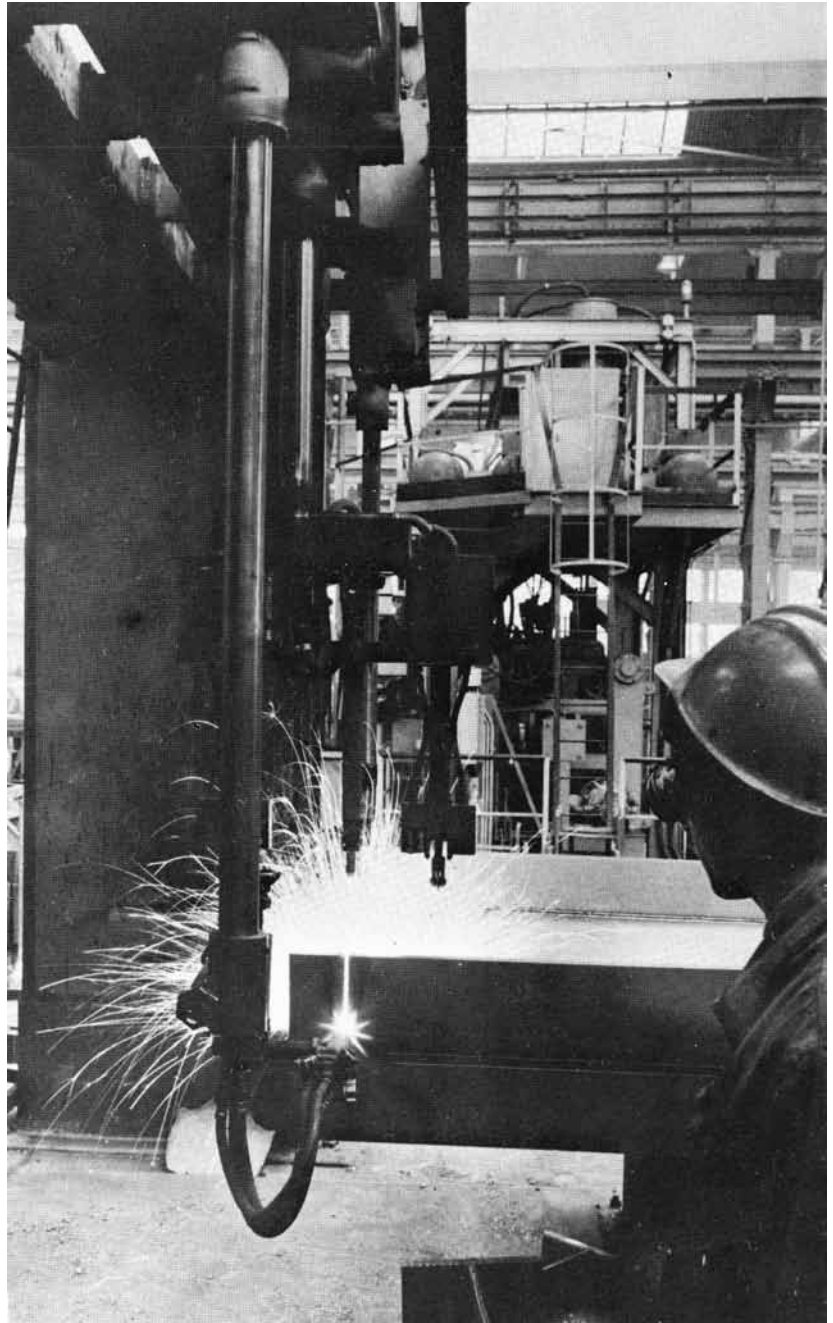
Questo paragrafo mette in luce quali siano i destinatari, i committenti e gli obiettivi di comunicazione dei film e video industriale. È possibile identificare i destinatari secondo le diverse categorie tematiche in cui le aziende orientano i propri progetti audiovisivi: ora interne, come operai specializzati, ora esterne, pubblico generico e specialistico. Alcuni filmati hanno l'obiettivo di addestramento interno e non conservano quindi di per sé un vero e proprio pubblico se non quello formato dagli operai o piuttosto gli studenti universitari ai quali sono destinati.

Rivolti invece ad un pubblico più generico sono i film finalizzati alla promozione dell'immagine aziendale, o *Corporate Image*. Il target e quindi il pubblico è più specifico e, per la maggior parte, mantiene intenti pubblicitari. Certi film e video vengono dedicati ai prodotti. Occorre ribadire che l'unico committente di questi film e video sono le aziende, tanto che questo genere di cinema esiste nel momento in cui esse ne decidono la produzione.

Di regola, il tecnofilm è strettamente professionale. Spesso apparirà ai non iniziati, al pubblico non specializzato, anche lungo, prolisso, noioso, se si vuole: ma assolve, presso il proprio pubblico, a un compito preciso, che ha la sua funzione e la sua utilità nel mondo del lavoro.<sup>11</sup>



6. *La lepre e la tartaruga*,  
Hug Hudson, 1966



7. *Travi saldate*, Emilio Marsili, 1968

Gli obiettivi, stabiliti i committenti ed i destinatari, sono quindi quelli di promuovere, di mostrare i successi raggiunti, quindi di informare, di prestigio, di relazioni pubbliche, di immagine, attraverso soggetti come i prodotti, beni, servizi, ambienti, organismi, tecnologie. Domenico De Gregorio afferma che l'industria, attraverso il cinema, "rende un servizio non soltanto a se stessa, ma anche all'intera collettività, assicurandole la testimonianza viva dei fatti, avvenimenti..."<sup>12</sup>

Questo è l'intento più generalmente diffuso che ha convinto le aziende a finanziare parte dei progetti di cinema, a maggior ragione se si considera che, fino all'esplosione mondiale della televisione (fine anni 60), il cinema conserva un ruolo del tutto incontrastato tra i massmedia. Infatti, verso la fine degli anni 50, la produzione di film industriali diviene numericamente più importante, proprio in ragione del fatto che il cinema inizia ad essere guardato come il mezzo più funzionale alla rappresentazione della dimensione aziendale. Lo sviluppo industriale ha poi generato anche l'idea più mirata di un cinema «che orienti professionalmente gli apprendisti, i lavoratori e gli operai specializzati», come già la citazione di Verdone spiegava, ossia l'avvio della produzione di progetti audiovisivi di formazione e addestramento. Infine, altri documentari, meno frequenti, mettono in rilievo invece tematiche di riflessione. Si tenga presente che, a proposito, intorno agli anni 60 si crea intorno al cinema industriale un dibattito sul potenziale impegno politico che questo debba avere nel rappresentare i problemi, i disagi, gli sfruttamenti del mondo operaio. Tuttavia, questi delicati temi, riescono difficilmente a rientrare nei piani delle aziende e dei registi.

## 1.2 Linguaggio

Fruga il soggetto fino ai minimi particolari, registra il fuggevole, conserva fedelmente tutto, restituisce al dettaglio, con la cadenza che si desidera.<sup>13</sup>

Il linguaggio che si ritrova all'interno dei film industriali è in linea generale il medesimo che caratterizza il genere documentaristico, salvo alcune differenze dettate dalla specificità dei temi di carattere industriale.

Il documentario industriale ha spesso come soggetto l'interpretazione di concetti ostici, tecnici e scientifici, motivo per cui all'immagine si accosta uno scrupoloso lavoro di accompagnamento audiovisivo, volto ad informare più chiaramente possibili il pubblico, ed una ricerca stilistica e ritmica

che superi i vincoli imposti da questo tipo di genere, elencati qui di seguito. Infine si ricorre spesso all'uso dell'animazione. Il tema per la maggior parte delle volte è obbligato, legato ad un soggetto ed appunto specifico. Il lavoro principale del regista si sposta dunque sulla narrazione che ha il dovere di renderlo attraente, funzionale, gradevole e stimolante. Il regista deve inoltre costringere lo spettatore a mantenere l'attenzione su di esso: le "istanze realistiche" del soggetto sono quindi a percentuali variabili, a volte i registi ricorrono infatti a dei "trucchi di finzione" necessari per sviluppare una narrazione coerente e per far sì che il film e video non si riducano così ad un obsoleto cronachismo.

Tuttavia, la drammatizzazione dei soggetti, rispetto a quella che avviene nel documentario in generale, è più legata ad una dimensione materiale che umana, in cui gli eventi rappresentati sono strettamente legati alla realtà industriale, e che quindi mal tollerano un elevato grado di finzione. Il metraggio è per la maggior parte dei casi di breve durata, motivo per cui la narrazione non ammette generalmente nessun tipo di excursus ma si concentra in un'intensa descrizione del tema centrale, spesso secondo una sequenza diacronica. Questi fattori rendono così arduo il compito del regista che si trova in ogni specifica situazione a dover dosare le diverse forze e a ricercare continuamente un linguaggio adeguato alla situazione da rappresentare.

### 1.3 Tecnologia e supporti: dal film al video

Questo breve paragrafo descrive in un'ottica cronologica, i principali supporti. I film di inizio secolo che sono per la gran parte filmati sul lavoro e non documentari industriali nel vero senso del termine, sono supportati in generale dal formato 35 mm standard. Dagli anni 30, con l'avvento del sonoro, vengono invece introdotti nuovi formati (16 mm; 8 mm; 9,5 mm, super 8 mm, nonché molti altri formati oggi abbandonati) anche se, di per sé, la pellicola non muta di molto le sue proprietà fisiche e chimiche. Le immagini a colori iniziano la propria diffusione in Italia verso la fine degli anni 40. Verso la metà degli anni 70, con l'avvento del video, avviene una radicale sostituzione delle pellicole con il mezzo elettronico, fattore che agevola la diffusione del documentario.

#### 1.4 La divulgazione in Italia

Le prime circolazioni dei documentari in Italia avvengono tramite il supporto delle autorità statali che, nel 1924, consentono la creazione dell'Unione Cinematografica Educativa, meglio conosciuta come Istituto Luce. La sua funzione è la produzione e la diffusione del cinema informativo. Nel 1926 il Regime Fascista si appropria di questo dipartimento che diviene, in poco tempo, uno strumento di propaganda politica, volto ad informare ed educare il pubblico secondo i canoni dettati dalla Dittatura dove quindi non mancano celebrazioni della figura di Mussolini. L'anno successivo viene proiettato obbligatoriamente in tutte le sale il Cinegiornale Luce.

I primi documentari vengono proiettati già negli anni 30 nelle pause e durante la proiezione giornaliera di film tradizionali in sale pubbliche, in alternanza coi cinegiornali e i film di fiction. Nel 1938 si registra un incremento della produzione, è infatti l'anno in cui un gruppo di giornalisti fonda l'Industria Corto Metraggio, meglio conosciuta con la sigla INCOM che, emulando LUCE, avvia una politica di finanziamento dei cortometraggi. Bisogna però aspettare il ventennio successivo per vedere la vera e propria diffusione del film industriale come precedentemente definito, ovvero quando le aziende cominciano ad interessarsi a questo tipo di medium. Il boom economico impone infatti questo modello all'interno delle aziende che, in certi casi, riesce a raggiungere facilmente le platee, in particolare con alcuni documentari d'autore. Tuttavia la maggior parte dei film industriali, in particolare i film destinati ad un pubblico più specializzato, trovano spazio solamente nelle Rassegne Nazionali, nelle scuole, nelle università e nei *Cineclub*. La divulgazione di questo genere si può quindi definire come "parziale".

Sui giornali e riviste le notizie che riguardano il Cinema Industriale sono unicamente di natura informativa, si parla di eventi e rassegne in corso o in avvenire. Le uniche riflessioni teoriche a riguardo compaiono su testate specializzate (cinegiornali) o in convegni e periodici aziendali. Esempi di questi cinegiornali sono "Film Special", "Cinema", "Bianco e nero", "Cinematografie Specializzate", "Cinema nuovo", "Primi Piani", "Rivista del Cinematografo".

Per quanto riguarda invece l'organizzazione di convegni in Italia, la principale promotrice è la Confindustria che, negli anni tra il 1957 ed il 1964 organizza le più importanti Rassegne nazionali di quei tempi, "Il festival del Documentario Industriale". L'Anica (Unione Cinematografica Specializzata) ed



il Mifed (Mercato Internazionale del Film e del Documentario) ne sono invece patrocinatori (1961).

Nel 1961 viene compiuto il primo tentativo di diffusione nazionale con una riforma statale delle leggi sul cinema. Si assiste, negli anni subito successivi, ad un prolifico impegno delle aziende nei riguardi del documentario industriale. Sarà un'ulteriore legge del 1965 a mettere già limite ai fondi statali destinati al finanziamento dei progetti ed a portare così, verso la fine del decennio, ad una conseguente e prematura flessione. Ciò nonostante il Repertorio del Film Industriale del 1973 registra una modesta crescita dei titoli depositati ed un vivo interesse del pubblico. Questo non nasconde il fatto che la sua produzione sia sempre più messa alle strette, scoraggiata dall'assenza di finanziamenti pubblici. È infatti negli anni 70 che si assiste al declino della diffusione del genere che intanto orienta le proprie funzioni documentaristiche verso intenti pubblicitari e d'addestramento interno.

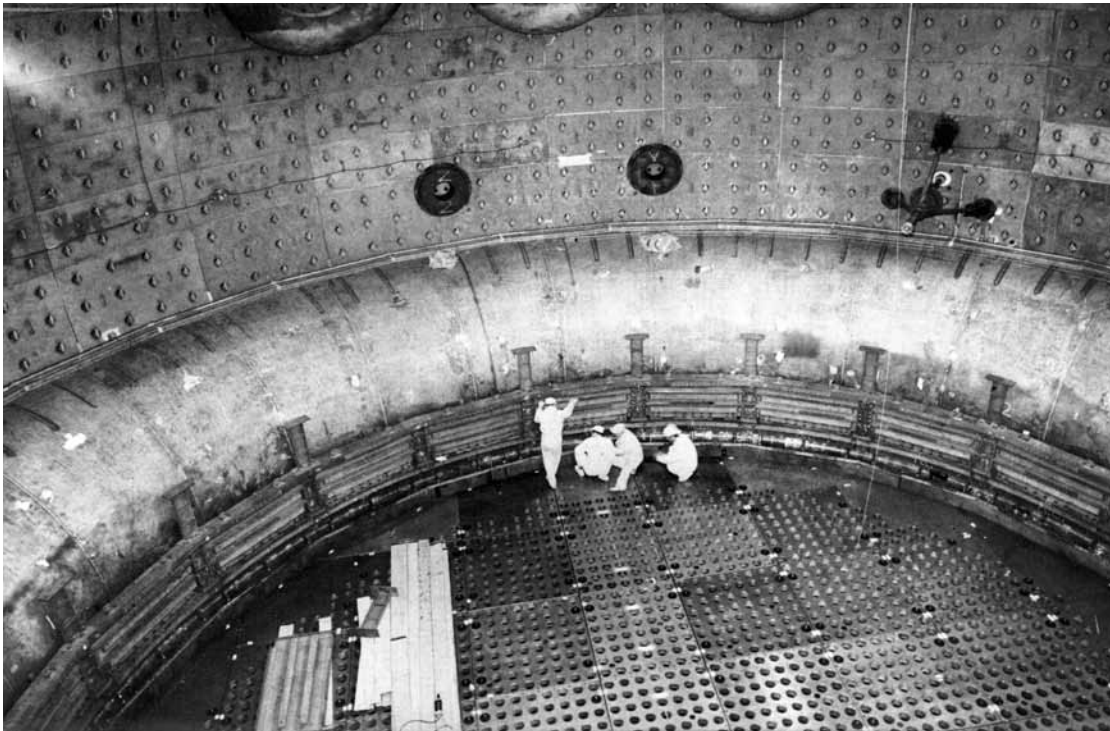
Solo alcuni film, più spettacolari e d'autore, conservano un limitato spazio nelle platee. Supportati anche dalla maggior trasportabilità dei nuovi formati video, trovano quindi destinazione in due poli principali: nel primo, che sono le scuole, università, istituzioni culturali, circoli di cinema, aziende, filiali, e fiere, mantengono un livello di pubblico specializzato; nel secondo, la Confindustria, continuano ad essere presentati ad un pubblico universale che, di per sé, resta tuttavia caratterizzato da una sempre minor partecipazione delle aziende. La circolazione raggiunge Rassegne Cinematografiche internazionali tramite la collaborazione tra la Confindustria, le Ambasciate ed i Consolati. Dagli anni 80 il genere lega ancor più la sua identità alle esigenze pubblicitarie e promozionali delle aziende e, in un certo senso, si avvia all'anonimato. Il Cinema, rispetto al ventennio precedente, ha inoltre perso il primato come medium d'informazione, a favore di altri, come in primis la televisione.

## 2. Il Documentario e il Cinema Industriale

Qualsiasi visione di questa nostra vita e del nostro ambiente può, a mezzo del documentario, svelare segreti insospettabili. La realtà insomma, la nuda realtà nella sua intima essenza. Compito quindi del regista sarà quello di mantenere un costante ed intimo contatto con questa realtà, poiché il documentario non è fantasia, non è creazione ma è rappresentazione, interpretazione e valorizzazione di manifestazioni reali. Nel documentario la cinepresa gioca solo con la vita.<sup>14</sup>

Il termine *documentario* è universalmente utilizzato per identificare *non fiction* film di media-breve durata, avente come oggetto la rappresentazione verosimile di oggetti, situazioni e ambienti attraverso il punto di vista proprio dal regista.

8. *Latina: dall'uranio all'energia elettrica*, Enzo Trovatielli, 1963



Il film industriale conserva numerose attinenze col genere documentaristico. È infatti questo il punto chiave su cui si divide la critica: l'autonomia o meno del cinema industriale dal genere documentaristico e, di conseguenza, la classificazione di genere o di sottogenere. Nella letteratura più specialistica dedicata al film industriale si riconosce la volontà di affermare una certa autonomia nel trattamento del genere industriale.

Tornando al documentario, occorre, per comprendere la sua natura, introdurre brevemente la definizione che di esso dà il suo grande innovatore, John Grierson. Egli lo definisce come «the creative treatment of actuality», ossia una elaborazione creativa della realtà in cui vi è una compiutezza, una logica, una narrazione e un senso. Si individua inoltre il ricorso a due possibili diverse metodologie nella produzione del documentario: la prima prevede la semplice registrazione dei fatti e la loro descrizione (*record actuality*), al contrario la seconda prevede un'elaborazione creativa e dunque una drammatizzazione (*creatively treating actuality*).<sup>15</sup>

L'importanza di questa classificazione sta nella definizione delle diverse possibilità stilistiche con cui un regista può affrontare un progetto. Altri importanti principi stabiliti da Grierson prevedono un verismo, ovvero "trattazione di una realtà esistente", l'assenza di attori, l'elaborazione artistica del materiale scelto, l'apertura a forme poetiche secondo criteri scientifici ed infine l'assenza di evasione.

### 3. Il cinema, l'industria ed il lavoro

Questo paragrafo, se pur solo in forma generica, illustra le primordiali forme in cui il cinema rivolge il proprio interesse al mondo del lavoro e dell'industria.

Già ad inizio secolo è possibile trovare esperienze cinematografiche che testimoniano un'attitudine verso soggetti quali l'ambiente industriale ed il lavoro, attraverso forme e contenuti orientati all'informazione di un pubblico specialistico.

L'interesse per il cinema da parte delle aziende diviene tuttavia più concreto quando ad essere ripresi sono i processi di fabbricazione. Questo fatto avvia così una ricerca in progetti filmici industriali che, negli anni del cinema muto, iniziano a comparire durante fiere ed esposizioni.

Parallelamente alcune correnti cinematografiche, come il cinema muto di



9. *Nanook*, Robert J. Flaherty, 1922

fiction a sfondo “sociale” e, soprattutto, il cinema di *non fiction* documentaristico, orientando i propri soggetti al mondo del lavoro e dell’industria, concorrono alla formazione di nuovi linguaggi e forme espressive che vengono anch’essi ereditati dal cinema industriale che inizia quindi a delinearsi come genere autonomo verso gli anni 30.

### 3.1 Le prime esperienze

Già nella seconda metà del XIX secolo si prefigura un interesse per i soggetti industriali che fanno la loro prima comparsa all’interno di fotografie. Vengono infatti impressionati gli ambienti industriali, gli operai, le macchine ed alcune imprese costituiscono addirittura il proprio dipartimento fotografico, avente la funzione di documentare ciò che avviene nell’industria.

Le prime dieci pellicole, girate nel 1895 dai fratelli Lumière, sono inquadrature fisse della durata variabile tra i 38 e i 9 secondi. Tra queste occorre ricordare “l’uscita di operai e operaie dalle officine” (*La sortie de l’usine Lumière à Lyon*) che rappresenta un soggetto che può essere considerato a tutti gli effetti industriale. Si tratta così del primo documento filmico in cui compare un ambiente industriale. Questi film vengono girati interamente all’aperto in modo da poter consentire la luminosità necessaria per impressionare sulla pellicola. Bisogna aspettare il 1910 per vedere i primi progetti effettuati con una cinepresa all’interno degli ambienti industriali.

Intanto, nel 1907, compaiono i primi cortometraggi, chiamati *industrial moving picture*, il cui carattere è di *non fiction* e che si accostano al modello dei *travel films*, distribuiti dai fratelli francesi Pathé, detentori della società cinematografica più influente del tempo, sotto la categoria *scènes (d’art et) d’industrie*. Questi film hanno l’obiettivo di mostrare al pubblico, dentro cronache di viaggio, temi che esplorano i vari processi di fabbricazione artigianale di prodotti, l’agricoltura e il commercio. Conservano quindi un alto grado di folklore con finalità soprattutto divulgative. Tuttavia, l’interesse nell’illustrare i processi di fabbricazione industriale si manifesta anche presso qualche azienda che prende spunto da questi film per finanziarne dei progetti. Fra i primi esemplari è possibile ritrovare il caso di alcune industrie gastronomiche che mostrano, attraverso filmati, il processo di produzione dei propri articoli ai clienti. A riguardo si citano alcuni esempi riportati da Martin Loiperdinger<sup>16</sup> (con la traduzione inglese) nello studio sulle origini del

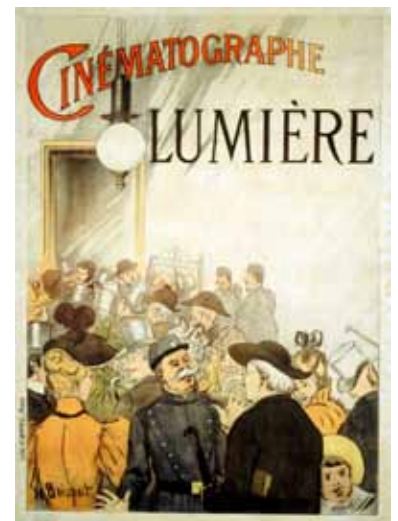
cinema industriale tedesco: *Tomatoes* (1908), *The Sardine Industry* (1909), *Harvesting and preparing pineapples for canning* (1910), *Manufacturing paper* (1911), *The manufacture of Swiss Cheese* (1913). Sono significativi altri due esempi che, conservando un carattere maggiormente didattico, rivolgono la loro attenzione al comportamento dei consumatori: *How an electric light bulb is made* (1911), *The manufacture of a wax figure* (1911), che appartengono ad una serie chiamata *Raleigh & Robert's Industrial scenes*. Questi film, destinati ad un pubblico specialistico che viene raggiunto tramite esposizioni e fiere, conservano finalità divulgative, educative e didattiche da cui si esclude l'intento pubblicitario.

Ulteriori illustri esempi sono presentati all'Esposizione Internazionale Fotografica di Dresda, nel 1909, ed all'Esposizione Internazionale di Torino, nel 1911. Il processo di assemblaggio di un prodotto è un evento che convince anche le case automobilistiche a commissionarne dei progetti filmici, come Daimler, Opel, Ford e, negli anni 20, anche FIAT. Uno dei primi film di questo genere è *A look into a car factory* (1910), prodotto dalla Opel, in cui viene ripreso l'intero ciclo di costruzione di un prototipo automobilistico.

Negli anni successivi alcune industrie aprono un proprio dipartimento di produzione cinematografica, come Krupp nel 1913 e Ford nel 1914, segnando l'inizio della diffusione di questa tipologia di film, legame tra la propria identità e l'industria. Si segnala, tra queste primissime esperienze, anche il progetto di Frank Gilbreth che, nel 1911, pubblica il volume *Motion Study*, dedicato agli studi sui movimenti degli operai filmati attraverso una cinepresa, in linea con le analisi scientifiche di produzione dettate da Frederick Winslow Taylor. Questi studi hanno una grande diffusione sia in Europa che negli Stati Uniti e hanno lo scopo di apportare miglioramenti ai processi lavorativi e a divulgarli.

### 3.2 Il Cinema del lavoro

È possibile ritrovare nel cinema a sfondo "sociale" altre esperienze in cui il film muto di inizio secolo si cimenta in tematiche del lavoro. Vale la pena ricordare i film del Fronte Popolare in Francia, della Grande Crisi e del New Deal in America, del Realismo Sovietico e del periodo laburista in Gran Bretagna. Tra i documentari i modelli più interessanti si ritrovano invece nel cinema Verità in URSS, nelle opere sovvenzionate dal governo in Gran



10. Manifesto del *Cinématographe Lumière*

Bretagna e dal Ministero dell'Agricoltura in Usa e, più recentemente, nelle tendenze come il Neorealismo in Italia, la Nouvelle Vogue in Francia, ed il Free Cinema in Gran Bretagna. Tra i film più noti, se ne ricordano alcuni di Walter Ruttmann che, come si vedrà in seguito, opera anche sul territorio italiano. Si citano a riguardo: *Berlino: sinfonia di una città* (1927), film dedicato alla metropoli tedesca; *Metall des Himmels* (1935) i cui viene dato spazio alla riflessione sull'importanza di un materiale quale è l'acciaio, e dove traspare un forte interesse per i soggetti industriali. Altro film, sempre proveniente dalla Germania, è *La tragedia della miniera* (1931) di G.W Pabst che mette ha tema la vita ed i pericoli in miniera.

Anche la produzione sovietica è di per sé fertile, si ricordi: *La linea generale* (1929) di Michajlovic Ejzenštejn, *Il ritorno di Vassili Bortnikov* (1952) di Vsevolod Pudovkin sulle trasformazioni agricole, *Turksib* (1929) di Turin con oggetto una nascente arteria ferroviaria e *La terra e Il poema del mare* (1961) di Aleksandr Dovjenco. In Olanda opera Joris Ivens, anch'egli futura conoscenza del cinema industriale italiano, che dedica i suoi documentari alle città, alle dighe ed ai porti. Titoli significativi sono *Zuiderzee* (1930) e *Ponte* (1927). Anche in Francia si assiste al medesimo fenomeno: François Villiers dedica un film alla costruzione di un bacino idroelettrico, dal titolo *Acqua Viva*. Altro titolo degno di segnalazione è *A noi la libertà* (1931) di René Clair. Si tratta infatti di una satira sul mondo del lavoro, tema che, più tardi, verrà ripreso anche da Charlie Chaplin in *Tempi Moderni* (1936). Anche nel cinema di Hollywood si riscontra un certo interesse per il mondo del lavoro. è il caso di due film firmati da John Ford: *Com'era verde la mia vallata* (1941), film che tratta il lavoro in miniere e di *Furore* (1940) film che invece si sofferma sul lavoro agricolo. Tra i più classici registi del documentario si ricorda invece Robert Flaherty con il suo celebre film *Nanook* (1922), pellicola dedicata ai cacciatori eschimesi e finanziata da un'azienda di pellicce. A questo film seguirà un crescente interesse al genere documentario da parte di Flaherty che, lavorando tra la Gran Bretagna, gli Stati Uniti ed il Canada, genera, assieme a Grierson, le esperienze cinematografiche di non fiction più importanti dell'epoca. Costoro muovono i primi passi grazie a finanziamenti dalla Empire marketing Board, un ente governativo per la promozione dei prodotti inglesi all'estero. Il primo successo, *Industrial Britain* (1933), è un documentario sul panorama industriale britannico.

A questi ed ad altri esempi che diverranno una vera e propria scuola del documentario, si dedica, per importanza, l'intero paragrafo successivo.

### 3.3 I maestri del documentarismo

Come anticipato, negli anni 30 in Inghilterra ed in America si affermano registi che divengono ben presto i “Maestri” del documentarismo, come John Grierson, Robert Flaherty, Paul Rotha, Joris Ivens e Harry Watt.

Mentre negli Stati Uniti l’esperienza sarà breve, con la produzione di film soprattutto nell’immediato periodo post-depressione, in Inghilterra si assiste ad una vera e propria ascesa del genere che, tra i vari modelli, ne propone alcuni eccellenti esempi di comunicazione audiovisiva d’impresa. È il caso della Shell International che, nel 1934, istituisce la Shell Film Unit e chiama John Grierson per istruire un gruppo di lavoro sull’utilizzo del cinema all’interno dell’industria. Tra i vari titoli si ricorda *Airport* (1934), film sull’attività aeroportuale londinese. A questa esperienza si aggiunge quella del General Post Office (GPO) che crea un’analogia unità cinematografica composta da una serie di importanti registi. La GPO Film Unit realizza una serie di documentari improntati su differenti soggetti, come *Night Mail* (1935), film che illustra il viaggio quotidiano del treno notturno *Londra-Glasgow* e *Song of Ceylon* (1935) pellicola che invece si occupa delle vendite del tè e delle bellezze naturali dell’Isola di Ceylon. Questi autori riescono, nel decennio più Hollywoodiano della storia del cinema, a riportare dei successi di pubblico tramite un genere, il documentario, che ha sempre potuto far poco contro i numeri del pubblico del cinema più tradizionale di fiction. Tutta la produzione dei documentari, da questo decennio in poi, non può fare a meno di riferire i propri principi al documentarismo inglese che diviene un punto formalmente stabile per tutti gli addetti.

### 4. Cenni storici sul Cinema Industriale in Italia

Verrà ora fornita una breve sintesi del percorso cronologico sulla storia del cinema industriale che sarà presentato in seguito.

Si propongono inizialmente le prime esperienze nazionali, anche isolate, in cui il cinema di fiction ed il documentario guardano al tema del lavoro e dell’industria. Si procede citando le prime sperimentazioni finanziate dalle aziende nazionali come ad esempio la FIAT negli anni 20. Si affronterà in seguito l’avvento del sonoro negli anni 30’ e l’avvio di quel processo di maturazione che porterà, nell’immediato dopoguerra, il documentario italiano





11. Manifesto di *Modern Times*, Charlie Chaplin, 1936

verso una sua propria identità. È infatti con l'intensificazione dell'attività industriale italiana che la macchina da presa diviene uno strumento per diffonderne e documentarne la cultura: Edison Volta, Enel, Eni, Montecatini e Montedison, Olivetti, Fiat, Carlo Erba, Lepetit, Alfa Romeo, Bassetti, Farmitalia, Pirelli e Falck sono solo alcuni dei nomi più importanti. Questo genere conosce, negli anni 60, un notevole sviluppo, testimoniandone il Miracolo italiano. I decenni appena successivi segnano tuttavia già l'inizio di un prematuro declino che avvia il film industriale, sempre più soggetto a mutamenti sociali e mediatici, verso un'identità sempre più anonima, oggi praticamente sconosciuta.

#### 4.1 Le prime esperienze

Sull'onda delle nuove scoperte cinematografiche, anche in Italia si avviano alcune esperienze, se pur isolate, di documentazione del lavoro, del turismo, e degli ambienti industriali. Uno tra i primi documentari, dal titolo *La corsa Susa Moncenisio*, girato in Italia nel 1905 dall'Ambrosio Film di Torino, è un film avente come suo oggetto l'automobile. La FIAT, dal canto suo, sponsorizza due film intorno agli anni 20: il primo, del 1922, tratta la nuova linea di assemblaggio personalizzata per i clienti, una novità nell'industria europea. Nella trama, due sposi visitano la fabbrica di Torino e seguono il processo di produzione di un'automobile, appropriandosene nella sua fase conclusiva. Il secondo esempio, del 1926, mostra invece una panoramica delle officine in cui, novità per l'epoca, appare una ripresa aerea.

Un altro film, tra i primi esemplari italiani a tema industriale, è *Col ferro e col fuoco*, realizzato nel 1926 per le acciaierie dell'Ilva da Eugenio Fontana e Giuseppe Ceccarelli. Il film descrive il processo di produzione del ferro, dalle cave alle fabbriche. Come già accennato, occorre ricordare che il 1924 è l'anno che segna la nascita dell'Istituto Luce che, d'ora in poi, supporta la produzione e la diffusione dei documentari, anche industriali. Il Regime Fascista rivolge intanto il proprio interesse verso questo tipo di istituzione pubblica se ne appropria a fine propagandistico.

Altri tra i primi titoli italiani che meritano di essere ricordati sono: *I cantieri dell'Adriatico* (1932) film di Umberto Barbaro che tratta della costruzione di navi; *La nave* (1935) di Gianni Paolucci e *I figli del carbone* (1939), di Giorgio Ferrari.

## 4.2 L'interesse del cinema italiano per il lavoro e l'industria

Sin dai suoi primi anni di storia, il cinema ha sviluppato un certo interesse per il tema del lavoro e per gli ambienti industriali. Questi film hanno acceso un dibattito sul mondo del lavoro, in particolare sul contrasto uomo-fabbrica, diatriba che si trascinerà, come si vedrà, per decenni, sino ad ipotizzare anche una presunta responsabilità del film industriale a riguardo.

Questo paragrafo mette in luce alcuni tra i migliori esempi in cui il tema del lavoro fa la sua comparsa, sia in film di fiction che in film di non-fiction, come i documentari. L'analisi parte da due film: *Sperduti nel buio* di Nino Martoglio (1914) e *Assunta Spina* di Francesca Bertini e Gustavo Serena (1915), che introducono in Italia un forte interesse per tematiche reali, quasi fosse un anticipo del successivo Neorealismo. In questo cinema della realtà si inizia a guardare anche a soggetti del lavoro umano e dell'industria tanto che, dieci anni dopo, il celebre regista Alessandro Blasetti affronta proprio questa tematica con altri due cortometraggi: *Sole* pellicola muta del 1929 e *Terra Madre* pellicola sonoro del 1931 che illustra la vita agricola e la bonifica delle paludi. Occorre considerare che questo rimane un tipo di cinema vicino al regime così che, pur illustrando un soggetto rappresentativo del lavoro, celebra la politica ruralista del Governo Fascista.

*Acciaio* film di Walter Ruttmann del 1933, è un altro titolo (di per sé esempio isolato) che costruisce la sua trama intorno a sfide tra innamorati nei pressi di un' acciaieria di Terni. Partecipano alla stesura dello stesso film anche Emilio Cecchi e Luigi Pirandello.

Qualche anno più tardi, con l'avvento dell'epoca Neorealista, si assiste ad un'intensificazione dei soggetti vicini al mondo del lavoro e dell'industria, anche in virtù di una vocazione al verismo sostenuta da questo movimento cinematografico. In questi lungometraggi si vedono comparire mercati, tramvieri, contadini, pescatori, ferrovieri, camionisti e domestiche. Si riportano in seguito alcuni dei più celebri titoli di questi film: *Avanti c'è posto* (1942); *Campo de' fiori* (1943) di Mario Bonnard; *Caccia tragica* (1947); *Riso amaro* (1949); *Non c'è pace tra gli ulivi* (1950) di Giuseppe De Santis; *Terra trema* (1948) di Luchino Visconti; *Altura* (1950) di Mario Sequi; *Patto col Diavolo* (1950) di Luigi Chiarini; *Fari nella nebbia* (1942) di Gianni Franciolini; *Signorini in carrozza!* (1951) di Luigi Zampa; *Celestina (il sole negli occhi)* (1953) di Antonio Pietrangeli; *Hanno rubato un tram* (1954) di Aldo Fabrizi; *Il ferroviere* (1956) di Pietro Germi; *La sfida* (1958) di Francesco Rosi.



12. *We Live in Two Worlds* Director, Alberto Cavalcanti, GPO Film Unit, 1937

Mario Verdone sottolinea come il tema del lavoro, affrontato in questi film, sia più un pretesto per sviluppare storie drammatiche che un vero e proprio interesse avente carattere “scientifico”<sup>17</sup>. Il cinema di fiction rimane comunque un luogo di ispirazione per il cinema industriale, a maggior ragione se si considera che in Italia, ad affrontare questo genere, si cimentano anche grandi registi come Ermanno Olmi, Bernardo Bertolucci, Michelangelo Antonioni, Dino e Nelo Risi. La tematica del lavoro intensifica la sua presenza anche nel documentario italiano, ispirato da un lato proprio dal cinema Neorealista e, dall’altro, dai maestri anglosassoni. Si elencano di seguito alcuni titoli: *N.U., Nettezza urbana* (1948) di Michelangelo Antonioni, film che tratta la vita degli spazzini; *Comacchio* (1942), di Fernando Cerchio, sulla coltivazione di anguille nella pianura padana; *Ombrellai* (1952) di Francesco Maselli; *Ricerche sul metano e sul petrolio* (1952) di Virgilio Sabel, dedicato alle ricerche e all’individuazione di pozzi petroliferi (occorre segnalare la collaborazione dell’Azienda Generale Italiana Petroli); *Zolfara* (1947) di Achille Saitta; *Cava dei colori* di Giuliano Tomei; *Tre canne un soldo* (1953) di Florestano Vancini; *Ceramiche umbre* (1949) di Glauco Pellegrini.

#### 4.3 Gli anni 50: l’industria sposa il cinema

Nel secondo dopoguerra in Italia si assiste, come anticipato, all’ascesa vera e propria del film industriale come genere, un fenomeno che vede impegnate le stesse aziende nella promozione di questi progetti. Le ragioni sono molteplici: l’industria si interessa a questo medium in quanto è l’unico che al momento può garantire la maggior visibilità, oltre che un funzionale ed intelligente utilizzo interno (come l’addestramento). Aprire una sezione cinematografica, o piuttosto commissionare un film esternamente, è dunque un’investimento che trova nel prestigio il proprio profitto. Si consideri inoltre che l’avvento della televisione non è ancora del tutto compiuto; il cinema si pone come uno tra gli strumenti più diffusi di informazione di massa e più funzionale per la rappresentazione del mondo industriale, superando i manifesti ed i giornali aziendali.

Geograficamente, l’area d’interesse è quella che vede l’industria in costante crescita, il così detto triangolo industriale: Milano, Torino e Genova.

Si instaurano due principali modalità di espressione del cinema industriale: una divulgativa ed una seconda più sociologica ed analitica.

Si constata, tramite il genere didattico, il successo del film industriale anche in luoghi esterni, come scuole ed università, dove il pubblico è per la maggior parte di giovane età. Nel raccontare questa proficua stagione del cinema industriale italiano ci si affida ai più noti esempi a riguardo, citando inoltre le più importanti aziende che se ne occupano in primo piano. Edison Volta, Enel, Eni, Montecatini e Montedison, Olivetti, Fiat, Carlo Erba, Italsider, Lepetit, creano una sezione cinematografica interna; Alfa Romeo, Bassetti, Farmitalia, Pirelli, Falck si affidano invece a strutture produttive esterne per realizzare i propri documentari. Oltre ad Olivetti, che si approfondirà nel corso della ricerca, si propone di seguito una breve descrizione di due tra i maggiori repertori audiovisivi nazionali, la Edison Volta e l'Eni.

La Edison Volta si prefigura come un caso unico nella storia del cinema industriale italiano. Ermanno Olmi, appassionato di teatro, dirige inizialmente la compagnia filodrammatici dell'azienda, preparando spettacoli per i dipendenti e le loro famiglie (1953-1954). Successivamente, quasi per caso, comincia a fare delle riprese in fabbrica, concentrando la sua attenzione sulla dimensione umana degli operai. Il suo primo documentario, *Piccoli calabresi a Suna sul Lago Maggiore* (1954), illustra le vacanze degli operai e delle loro famiglie. La necessità di una modesta organizzazione per effettuare queste riprese dà vita ad un gruppo di collaborazione in cui, oltre ad Olmi, prendono parte Walter Locatelli, Attilio Torricelli e Lamberto Caimi.

Inizia così la vera e propria formazione della Sezione Cinema della Edison Volta, che realizza, sotto questo nome, ufficialmente il primo documentario in 35mm dal titolo *La pattuglia di passo S. Giacomo*. La Sezione conserva di per sé una propria autonomia, i film vengono interamente autoprodotti, dal montaggio all'edizione. Giungono intanto anche i primi riconoscimenti presso le Rassegne Cinematografiche dove Olmi e la sua troupe sono sempre presenti con più documentari. *Il tempo si è fermato* (1960), lungometraggio che consacra Olmi presso la critica nazionale, nasce proprio dall'esperienza industriale. Lamberto Caimi, collaboratore di Olmi, continua la sua esperienza nella produzione di audiovisivi producendo, negli anni successivi, progetti per IBM, Parmalat, Cariplo, Fiat e Zanussi.

L'Eni, a sua volta, si avvale di cineasti come Bernardo Bertolucci e Joris Ivens. Il primo è autore del noto documentario *La via del petrolio* (1966) film che racconta il percorso compiuto dal petrolio a partire dal luogo di estrazione, l'Iran, passando per il Golfo Persico (dove viene caricato sulle petroliere) fino ad arrivare al porto di Genova, nell'Europa che ne ha bisogno per il suo

sviluppo. Questo lungometraggio viene trasmesso in televisione nel gennaio-febbraio 1967.

Joris Ivens gira invece *L'Italia non é un Paese Povero* (1960) documentario sulla espansione dell'industria petrolifera italiana e, come afferma Mario Verdone, «divenne spettacolare per la vivacità delle riprese e del montaggio, su materia di viva attualità e strettamente legata alla vita di ogni giorno».

L' Olivetti è invece una delle prime aziende ad impegnarsi nella produzione audiovisiva d'impresa favorendo, negli anni Sessanta, lo sviluppo dei film sull'arte, o *Critofilm*, ideati da Carlo Ludovico Ragghianti. L'interesse dell'azienda di Ivrea per i progetti audiovisivi continua ad essere vivo anche per i successivi decenni presentando un repertorio che esplora i più svariati modelli ideativi. L'evoluzione del cinema industriale Olivetti che, come già anticipato, è stata scelta come azienda "campione" per l'indagine, verrà descritta in maniera più dettagliata nella seconda parte della seguente tesi.

#### 4.4 Il declino degli anni 70

Che le cause dell'eventuale accertata loro obsolescenza non siano nel rapido mutare dei costumi o nel costante perfezionarsi delle forme veicolanti è persino troppo ovvio per doverlo sottolineare.<sup>18</sup>

A metà degli anni Sessanta si registra, come precedentemente accennato, un declino. Nel 1965 vengono infatti limitati i contributi statali e ciò ha come prima conseguenza il forte calo nelle produzioni. La causa di queste limitazioni è, secondo Elena Mosconi, la decrescente volontà di distribuzione di questi documenti da parte dei diversi enti come scuole, sale cinematografiche e televisione che intravedono un sempre maggior e critico intento pubblicitario all'interno di questi film. La ragione che sta alla base del declino degli anni 70 risiede nel fatto che le committenze cambiano improvvisamente la propria identità: le aziende modificano radicalmente il proprio profilo strutturale ed organizzativo, alla figura dell'imprenditore si sostituisce quella di uno Staff e gli uffici specialistici interni perdono la propria importanza in favore di un uso sempre più diffuso di agenzie esterne specializzate. Molte aziende, che avevano dato vita ad un vero e proprio "stile aziendale" coniugando artisti, intellettuali, poeti ed, appunto, registi, aderiscono alle nuove mode spostando l'interesse dell'industria verso modelli di comunicazione anglo-americani, orientati alla cultura del consumo. In que-

sta nuova configurazione la comunicazione aziendale viene affidata a corpi esterni specializzati che in aggiunta offrono competenze strategiche di advertising, proponendo l'approccio della corporate identity. Le logiche pubblicitarie invadono così la comunicazione industriale. La competitività indirizza i modelli ideativi audiovisivi verso i prodotti, il marketing, la formazione tecnica dei dipendenti che, a loro volta, si ritrovano immersi in un ambiente di lavoro in continuo mutamento. Si registra di conseguenza uno scadimento qualitativo del genere, divenuto ormai ripetitivo e capace di proporre modelli ispirati oltre che al cinema di fiction, alla televisione e alla pubblicità. La televisione, entrando in ogni casa, conquista il primato di informatore di massa divulgando, analogamente al film industriale, tematiche di scienza e tecnica, nonché la produzione di prodotti tramite la pubblicità. L'Olivetti, come si vedrà, rimane tuttavia un luogo dove la qualità della comunicazione audiovisiva riesce a mantenere una sua propria continuità. Per meglio comprendere il contesto degli anni 70 è opportuno riferirsi ad un estratto di Mario Verdone da cui emerge anche l'aspetto di abuso economico avanzato da parte dei produttori: «Purtroppo alcune cause ostacolarono la continuazione di quella felice stagione: produttori improvvisati si limitavano a realizzare documentari stampandone una sola copia da presentare a una commissione ministeriale per ottenere il "premio di qualità", e non si curavano poi della divulgazione del prodotto, vanificando così gli obiettivi educativi che lo Stato si proponeva; le proiezioni nelle pubbliche sale venivano effettuate sempre più raramente; la TV diventava un concorrente che l'esercizio privato di sale di proiezione non poteva efficacemente contrastare. Pertanto il documentario italiano quasi sparì dalla circolazione».<sup>19</sup> Nel paragrafo successivo si vedrà come la crisi del documentario industriale generi un dibattito presso le Rassegne Cinematografiche che auspicano, senza successo, ad un "ammodernamento" del genere. Questo declino porta infatti il film industriale verso l'anonimato, destinandolo così a scomparire nei decenni successivi. L'analisi del contesto contemporaneo è rimandata comunque all'ultima parte della seguente tesi che indaga il significato odierno della produzione audiovisiva industriale.

## 5. Il rapporto tra i registi e l'industria

In alcune aziende, come precedentemente accennato, viene creata una sezione cinematografica interna a cui destinare l'intero ciclo di produzione filmica. Spesso accade che ci sia la necessità di ricorrere a registi esterni provenienti, il più delle volte, dal filone documentaristico.

Spesso inoltre s'instaura un patto tra committenza e filmmaker che impegna entrambi a finalità esclusivamente pubblicitarie nel film. Non mancano in ogni caso eccezioni al riguardo al fine di confermare nuovamente la difficoltà di generalizzazione della natura del cinema industriale in canoni precisi. Questo rapporto diviene un punto di discussione che interroga la critica sul potenziale valore sociale del film industriale. Il discorso si protrae lungo tutto il decennio degli anni 60' finché, iniziando a delinearsi il declino del cinema industriale, diviene un vero e proprio impegno nella formulazione di ipotesi sulla rivisitazione del genere.

### 5.1 Il dibattito sul valore sociale del cinema industriale

La critica si divide principalmente in due posizioni. Alcuni sostengono che il cinema industriale debba accontentarsi del ruolo di documentazione, divulgazione e resoconto dell'impresa, senza ricoprire tematiche sociali, il più delle volte giudicate scomode dalla committenza. Altri sostengono al contrario che questa forma di cinema sia un potenziale mezzo di trattazione delle tematiche sociali con l'obbligo di una focalizzazione sul mondo del lavoro e i suoi problemi, ricorrendo a modelli storici del cinema sul lavoro come quelli di Grierson, Ivens, Rotha, Ruttmann. Queste due ipotesi coinvolgono, oltre che la critica, anche diverse altre figure di "addetti ai lavori". Si tratta di industriali e registi che, nelle Rassegne Nazionali degli anni 60, sono protagonisti di accesi dibattiti.

Leonardo Autera, ad esempio, presente alle sopracitate Rassegne, riflette sul ruolo del committente a cui, dopo un'attenta osservazione, riconosce due comportamenti: un comportamento teso unicamente alla preoccupazione nei confronti di una rappresentazione del soggetto pura, semplice e funzionale, «secondo una formula il più possibile vicina a quella del catalogo patinato»<sup>20</sup>, esente dunque da ogni contatto tematico extra industriale; un secondo comportamento che evita qualsiasi imposizione al regista e



che, in una posizione liberale, concede spazio a tematiche sociologiche andando oltre alle formule tradizionali del documentario industriale. Autera denuncia come in queste condizioni di libertà, molti registi abbiano perso di vista la funzione primaria del film, distratti, a parer suo, da «ghirigori linguistici e gratuiti formalismi». Tuttavia, l'Olivetti, la Montecatini-Edison e l'Italsider, sono aziende che hanno aperto con successo a questa liberalità come si vedrà nello specifico nel caso studio la *Macchina cerca forma* di Massimo Magri.

## 5.2 I tentativi di “ammodernamento” del Film Industriale

Glauco Pellegrini, giornalista e documentarista, muove una notevole critica al film industriale contemporaneo, accusandolo di aver raggiunto il proprio status di categoria minore. La motivazione principale del suo fallimento sta nel disimpegno diffuso tra molti registi verso il genere, scaduto nell'anacronismo, nella ripetitività, fuori da una logica realista, fine a se stesso e diventato ormai solo un mezzo per guadagnare e per divulgare il proprio nome. Al contrario, Pellegrini propone come esempio da seguire il pluripremiato “Buon lavoro Sud” di Giovanni Cecchinato (primo premio alla X rassegna del film industriale 1969) che, nella trattazione dell'industrializzazione del Mezzogiorno in Italia, non esita a porre ulteriori interrogativi sull'ancor irrisolta questione meridionale.

Roberto Rossellini, dal canto suo, sostiene che il cinema industriale debba essere ripensato secondo una logica di bene sociale, rilanciando ad un'ottica di didattica e di utilità: «il grande problema attuale è quello di identificare la necessità della. (...) A mio giudizio, oggi qualsiasi attività umana, e quindi anche quella industriale che è tra le maggiori, dovrebbe sentire la grande responsabilità di aiutare il mondo, anche nel proprio interesse, a trovare dei giusti orientamenti. Ecco dove io credo si debba compiere il “risvolto” del film industriale».<sup>21</sup>

## 6. Anticipazioni sul caso Olivetti

Il repertorio Olivetti che viene approfonditamente studiato in questa indagine, si rivela un caso unico ed eccezionale, almeno per quanto ne concerne la tradizione industriale italiana.

A supporto di questa affermazione si sono espressi in molti constatando che ciò che si forma ad Ivrea a partire dagli anni 30', grazie al carisma dell'imprenditore Olivetti, è un ambiente in grado di privilegiare discipline come il design, la letteratura, la sociologia, l'urbanistica, l'editoria ed il cinema, secondo una logica che va al di là del prestigio e della promozione aziendale.



13. Berlin, *Symphonie einer Grosstadt* (*Berlino, sinfonia di una grande città*), Walter Ruttmann, 1927

NOTE:

- 1 Burder John, *The work of the industrial film maker*, New York, Communication Arts book, Hasting House Publisher, 1973, introduction p.10
- 2 Bellotto Adriano, *La memoria del futuro*, Ivrea, Archivio Storico del Gruppo Olivetti, 1994, pag. 19
- 3 Aa. Vv. *Col ferro e col fuoco. Rassegna di film sul lavoro*, Pisa, Edizioni Del Cerro, 1985, p. 66
- 4 Verdone Mario, *Il cinema del lavoro*, Roma, Realtà Editrice in Roma, 1961, p. 27
- 5 Atken, Ian (Editor), *Encyclopedia of the Documentary film*, New York, Routledge, 2005, pp. 624-625
- 6 Verdone Mario, *Del documentario tecnico-industriale o "tecnofilm"*, "Bianco e Nero, Roma, n 3-4, 1967, p. 7
- 7 De Gregorio Domenico, *Chiarezza degli intendimenti*, Cinema e industria, AA. V.V., Milano, Franco Angeli Editore, 1971, pp. 58-59
- 8 Marinucci Vinicio, *Una nuova latitudine nel nome del lavoro*, AA. V.V., Milano, Franco Angeli Editore, 1971, pp. 100-101
- 9 Hediger Vinzenz and Vonderau Patrick, *Films That Work: Industrial Film And The Productivity Of Media (Film Culture In Transition)*, Amsterdam University Press, 2009
- 10 Rossellini Roberto, *Le immagini al servizio della conoscenza*, in Aa. Vv., Cinema e Industria. Ricerche, p.148
- 11 Verdone Mario, *Del documentarioz tecnico-industriale o "tecnofilm"*, "Bianco e Nero, Roma, n 3-4, 1967, p.2712
- 12 De Gregorio Domenico, *Chiarezza degli intendimenti*, Cinema e industria, AA. V.V., Milano, Franco Angeli Editore, 1971, p. 58
- 13 Verdone Mario, *Del documentario tecnico-industriale o "tecnofilm"*, "Bianco e Nero, Roma, n 3-4, 1967, pp. 28-31
- 14 Michelangelo Antonioni, "Documentari", Corriere Padano, 21 gennaio 1937
- 15 Grierson John, *Grierson on Documentary*, London, Faber and Faber, 1966, p.13
- 16 Loiperdinger Martin, *Early Industrial moving pictures in Germany, Films That Work: Industrial Film And The Productivity Of Media (Film Culture In Transition)*, Hediger Vinzenz and Vonderau Patrick, Amsterdam University Press, 2009

17 Verdone Mario, *Del documentario tecnico-industriale o "tecnofilm"*, "Bianco e Nero, Roma, n 3-4, 1967

18 Bertieri Claudio, *L'informazione pulita*, AA. VV., Cinema e industria, Milano, Franco Angeli Editore, 1971, p. 137

19 Verdone Mario, *Storia del cinema italiano*, Roma, Newton Compton, 1995

20 Autera Leonardo, *Un ruolo da non sottovalutare nella società d'oggi*, AA. VV., Cinema e industria, Milano, Franco Angeli Editore, 1971

21 cit., Pellegrini Glauco, *Davanti agli "Anni Settanta"*, AA. VV., Cinema e industria, Milano, Franco Angeli Editore, 1971, p. 137



14. Officine Olivetti, Ivrea

## Parte Seconda

# Olivetti: l'azienda, il design, ed il cinema industriale

La seguente indagine prosegue con l'analisi di uno specifico caso italiano: l'Olivetti. Il fascino che ha suscitato il personale contatto con le "ceneri" di questa centenaria impresa ha portato questa tesi, quasi per caso, ad approfondire non solo la sua storia ma anche la rivoluzione stilistica che questa impresa ha operato nel campo della comunicazione e nel design.

Si è scelto così di guardare ad uno degli aspetti meno noti dell'Olivetti, ovvero quello del cinema industriale, uno dei luoghi potenzialmente più significativi per l'interesse di un progettista di comunicazione visiva.

Questo intento è quindi nato, come già accennato nell'introduzione, attraverso la forte convinzione personale per cui il video e i film industriali, come genere, abbiano una validissima potenzialità nel contribuire alla restituzione della memoria, in tutti i suoi molteplici aspetti, di un luogo privato come l'industria.

Il regista Carlo Lizzani definisce il cinema industriale italiano come «specchio dei tempi» o, piuttosto, come «pezzi d'autore che illuminano zone finora rimaste in ombra», che «potrebbero darci alcuni ritratti del nostro paese e alcuni diagrammi del suo sviluppo»<sup>1</sup>. Negli anni 60' si crea un dibattito sul ruolo dell'industria nella società, a cui partecipa il cinema industriale.<sup>2</sup>

A supporto di questa tesi, Adriano Bellotto sostiene che «dal punto di vista del ricercatore, la documentazione iconica (quale il documentario industriale è), è omologabile al giornalismo scritto, alla cronaca e all'inchiesta di televisione (...). Assume una intonazione di verità in grado forse superiore a quella trasmessa dalle testimonianze verbali».<sup>3</sup>

L'Archivio Nazionale Cinema d'Impresa ha acconsentito gentilmente ad una temporanea acquisizione di una serie di documenti audiovisivi dell'azienda, al fine di visionarli e studiarli nel dettaglio; è stata necessaria una prelimi-

nare selezione del materiale, operata con l'intento di orientare la ricerca sul rapporto che esiste tra industria, design e produzione audiovisiva. Si illustreranno meglio alla fine di questa parte le ragioni di questa scelta.



15. Uffici Olivetti progettati da Luigi Cosenza, Pozzuoli





16. *Lexikon 80*,  
Marcello Nizzoli, 1948

## 1. L'azienda Olivetti

Questo primo capitolo dà spazio ad una breve storia dell'azienda di Ivrea, dalla fondazione sino ai nostri giorni. Si soffermerà inoltre molto spesso a riflettere sulla figura controversa di Adriano Olivetti, decisiva per comprendere l'approfondimento dei casi studio in questione.

### 1.1 La fondazione

Nel 1908 Camillo Olivetti fonda la Ing C. Olivetti & C., la prima fabbrica italiana di macchine da scrivere. Il primo nucleo industriale è composto da venti operai e l'industria colloca la sua prima sede in via Jervis ad Ivrea.

Nel 1911 viene presentata all'Esposizione Universale di Torino la prima macchina da scrivere progettata dall'azienda, la *M1* che è anche il primo oggetto industriale italiano del genere. L'anno successivo vengono aperte anche le prime filiali in Italia e la produzione di macchine da scrivere aumenta il suo numero di esemplari fino a produrne ben 23 la settimana. La diffusione delle macchine Olivetti viene anche supportata da una studiata pubblicità che compare sulle riviste e sui posters: dedicheremo successivamente un paragrafo all'immagine aziendale che risulta essere decisiva soprattutto nella produzione di video e films. Il 1920 è l'anno in cui viene presentato un secondo modello, la *M20*, che troverà sbocchi in nuovi mercati internazionali, europei e sudamericani soprattutto.

Gli anni successivi sono i più importanti dal momento che fa il suo esordio in azienda il primogenito di Camillo, Adriano. Egli lavora come operaio tra il 1924 ed il 1925 e viaggia più volte negli Stati Uniti visitando aziende come la Remington di Illion, la Corona di Groton ma soprattutto la Ford e la Lincoln di Detroit. Egli rimane entusiasta soprattutto della visita della Ford, definita un «miracolo di organizzazione, perché tutto marcia senza burocrazia... tutto corre ed opera continuamente... tutto è raggiunto con la enorme specializzazione operativa... tutto ordinato, pulito, chiaro».<sup>4</sup> Queste esperienze americane segnano la vita del giovane Adriano che, nel decennio successivo, avvia una radicale riorganizzazione aziendale.



17. Manifesto pubblicitario della macchina per scrivere *M20*, Marcello Dudovich, 1926

## 1.2 Adriano Olivetti

Nel 1930 Adriano Olivetti prende in mano le redini della società di Ivrea. I decenni successivi, fino alla sua morte avvenuta il 27 febbraio 1960, matureranno un'esperienza industriale irripetibile. La complessa personalità di Adriano è ancora oggi, a distanza di sessant'anni, oggetto di studio per molti storici.

### 1.2.1 L'ascesa



18. Manifesto pubblicitario per la macchina per scrivere *MP1*, la prima portatile Olivetti

L'ascesa di Adriano inizia nel momento in cui egli consolida la propria figura di leader all'interno dell'azienda, assistita da un'équipe intelligente di professionisti. Compiono infatti negli anni 30' le prime inserzioni sui giornali dove l'Olivetti pretende figure professionali specializzate. La piccola industria semi-artigianale e centralizzata fondata da Camillo viene superata e sostituita dalla nuova politica del figlio Adriano dove egli stesso è il regista, il coordinatore che sceglie le linee strategiche nuove, moderne, ispirate dalle esperienze accumulate dagli studi dei testi economici e dai numerosi viaggi oltreoceano. Il regime fascista a sua volta favorisce l'espansione attraverso la politica di difesa del prodotto nazionale con delle leggi specifiche già in vigore dal 1926.

La crisi del 29' viene affrontata attraverso una razionale riorganizzazione che porta allo sviluppo di nuovi studi di prodotto (come gli schedari meccanici e *Olivetti Synthesis*, uno stabilimento per la produzione di mobili per uffici situato a Massa Carrara), servizi di pubblicità, ufficio progetti e studi (un luogo di comune scambio e condivisione del lavoro operato da tutti coloro che occupano una posizione di responsabilità), rafforzamento della struttura commerciale. Queste operazioni facilitano un dialogo serrato fra due interlocutori appartenenti a due ambienti spesso distanti fra loro, la fabbrica e le arti, il design e l'industria. Nel 1930 esce una nuova macchina per scrivere, la *M40*, e nel 1932 la prima portatile, la *MP1*.

Gli anni della ripresa economica, che inizia intorno al 1933, sono dunque i primi di grande espansione, resa possibile non solo dalla riorganizzazione aziendale della Olivetti, ma anche dalla crisi della concorrenza estera (le industrie americane e tedesche sono state molto colpite). Il mercato viene così conquistato: l'Olivetti ha una produzione annua di 15 mila macchi-



19. MP1, Riccardo Levi ed Aldo Magnelli, 1932



20. Olivetti Underwood Lettera 33, 1968

ne per ufficio e di 9.000 portatili, i dipendenti sono 870, in Italia l'organizzazione commerciale è costituita da 13 filiali e 79 concessionari, all'estero il marchio è presente in 22 paesi. Nel 1934 la posizione di Adriano in azienda viene ulteriormente rafforzata da un "atto di sindacato azionario e patto di famiglia", decisivo se si considera che da questo momento in poi tale nuova posizione può consentirgli di realizzare a pieno il proprio programma d'impresa. Nel 1935 esce la *Olivetti Studio 42*, macchina semi-standard per ufficio che completa assieme alla più classica per ufficio *M40* e la portatile *MP1* la prima serie di macchine da scrivere. In parallelo viene prodotta la prima telescrivente italiana, la *T1*, operazione in cui Olivetti tenta di aprire una linea di calcolatrici e addizionatrici. Nel 1936 si registrano notevoli esportazioni in tutta Europa (nel 1938 raggiungono un terzo del fatturato), mentre in Italia il monopolio è più che dichiarato con un numero di 30.00 macchine registrate nel 1939.

### 1.2.2 La nuova fabbrica

Gli anni 30' non segnano solo l'ascesa di Adriano in azienda, parallelamente egli incontra il razionalismo e l'architettura moderna, un momento fondamentale per il primogenito di famiglia Olivetti oltre che per l'impresa stessa. Inizia infatti a delinearsi la strategia con la quale l'Olivetti diviene un'azienda all'avanguardia in tutti i sensi.

In secondo luogo Adriano si fa interprete ne anticipa il concetto (che appartiene cronologicamente alla fine degli anni 60'), di quella che noi oggi chiameremmo corporate identity, generando ed un esempio riconosciuto universalmente in cui c'è il tentativo riuscito di dare un'unità identitaria a tutti i livelli della società. Questo argomento verrà approfondito nel prossimo capitolo. Fra il 1931 ed il 1934 Adriano soggiorna a Milano con uno specifico incarico aziendale. Nel capoluogo lombardo frequenta la Triennale, conosce i giovani architetti Luigi Figini e Gino Pollini con i quali inizia una amicizia che si protrarrà per i successivi trent'anni. Affida ai due giovani lo studio dell'ampliamento dello stabile di via Jervis, progetto che parte nel 1934 per concludersi nel 1958. Questa fabbrica diventa uno degli esempi più completi di "razionalismo" in Italia. Figini e Pollini fanno parte infatti del "Gruppo 7" che segue le avanguardie internazionali degli anni Trenta, con un riferimento preciso all'opera di Le Corbusier. Adriano alla fine del 1934 affida lo-

ro anche il progetto urbanistico di un nuovo quartiere ad Ivrea, documento che egli stesso firma. In questa circostanza l'imprenditore inizia una corrispondenza anche con Le Corbusier con il quale discute e si incontra intorno al 1936, senza però realizzare una vera e propria diretta collaborazione, che avverrà invece vent'anni dopo attraverso il figlio, Roberto.

Ancora più importante è il piano regolatore della Valle d'Aosta, esperienza che porta Adriano a ricercare altri giovani architetti ed urbanisti, individuati tramite le Triennali e Casabella. Di fronte ad essi ed alla loro assolutezza giovanile ricorda che «bisogna dar voce all'uomo della strada (Lettera di A. Olivetti a Banfi, Peressutti e Rogers, 1 ottobre 1936)», lascia larga iniziativa, pur conservando sempre l'ultima parola. Le idee sono comunque spesso convergenti, gli architetti conservano verso Adriano una grande fiducia, come testimoniano queste righe di Ernesto Nathan Rogers: «Non ho mai conosciuto un cliente come lui che, quando criticava un progetto, non era per impoverirlo ma se vi faceva rifare i disegni era per incoraggiarvi ad essere di più: più attuali nell'immaginazione, più attuali nelle idee, in una parola, a essere più veri».

Oltre che l'ampliamento della stessa fabbrica, Adriano fa costruire delle filiali in Italia ed all'estero (a Pozzuoli, in Brasile, Spagna, Argentina, Messico e Stati Uniti), e i complessi abitativi per gli impiegati, dotati di spazi comuni, biblioteche, asili nido. L'ambiente di lavoro viene così disegnato dall'imprenditore secondo una logica di familiarità e accoglienza dove l'essere umano ha una sua dignità inalienabile. A tal proposito verrà citato un articolo apparso sulla rivista da lui fondata, Edizioni di comunità, del 1952:

Molto prima di essere una teoria, la comunità è una vita. La mia idea di comunità non è un'ispirazione improvvisa, ma sviluppatasi gradualmente in oltre vent'anni di lavoro. Nelle mie esperienze tecniche dei primi anni, ho osservato che uomo e macchina sono due esseri ostili, che necessitano una riconciliazione (...) ma la strada è terribilmente lunga e difficile. Prima di tutto, attraverso il miglioramento degli utensili accessori e delle generali condizioni di lavoro, ho mirato solo all'"optimum" e non al "maximum" delle risorse umane. Ma poco a poco ho realizzato che non era abbastanza (...) L'idea principale oltre all'espansione degli affari, era l'introduzione, all'interno dei vari livelli aziendali, di uomini con un alto livello di preparazione tecnico-scientifica. Quando sono stati risolti i maggiori problemi tecnici del mio lavoro e quando è stato raggiunto il successo finanziario, permesso in conseguenza di tali soluzioni, ho cominciato a studiare le relazioni tra la vita degli impiegati e la fabbrica (...) più tardi, ho messo su carta l'idea teorica di una comunità

concreta. Una comunità “a misura d’uomo”, che è determinata e limitata dalle possibilità di contatti sociali offerti ad ognuno. Un organismo sociale è armonioso ed efficiente, quando gli uomini nominati per i vari compiti assegnati, possono eseguirli attraverso contatti diretti. Così come avviene nella comunità in cui, come ho detto, sono nato, con i suoi confini naturali e umani, nel piccolo paese della provincia Canavese...; i naturali limiti della terra, che la fede e la tenace ammirazione di un tenace gruppo di uomini potrebbe salvare da una chiusa atmosfera provinciale, così da realizzare un luogo più familiare, dove un domani, la fabbrica, la natura, la vita, presi ancora una volta in un’unità spirituale, possano trovare successo nel donare un nuovo concetto di dignità a un nuovo concetto di uomo.<sup>5</sup>

### 1.2.3 La seconda guerra mondiale e l’Adriano “politico”

Gli anni della seconda guerra mondiale denotano un innato attivismo politico da parte di Adriano. Già attraverso l’azienda Olivetti egli cerca con ogni mezzo di supplire alle carenze legislative, politiche ed economiche di cui erano vittime le classi operaie. Durante la sua vita scrive infatti tre libri: *L’Ordine politico delle Comunità*, nel 1947; *Società, Stato, Comunità*, nel 1952 e *Città dell’uomo*, nel 1960. In essi si può tracciare un filo conduttore che delinea il progetto di politico Adriano. Durante la guerra è invece spiato dalla polizia fascista che nel fascicolo a lui dedicato lo bolla come “sovversivo”. Dopo la caduta del fascismo, è arrestato da Badoglio perché cerca di avvertire gli Usa di non fidarsi di lui. Tornato libero, rimane per un po’ in clandestinità, poi ripara in Svizzera. Durante l’esilio in Svizzera (1944-1945) collabora con la Resistenza, frequenta assiduamente Altiero Spinelli, teorico dell’unità europea, e completa la stesura del libro *L’ordine politico delle comunità*, pubblicato alla fine del 1945. Vi sono espresse le idee alla base del Movimento Comunità, che fonda nel 1947, con una serie di proposte intese a istituire nuovi equilibri politici, sociali, economici tra i poteri centrali e le autonomie locali. La rivista “Comunità”, che inizia le pubblicazioni nel 1946, diventa il punto di riferimento culturale del Movimento.



21. Il fronte della testata "Comunità"



#### 1.2.4 Agli albori dell'avventura elettronica

Nel dicembre del 1943 muore Camillo e Adriano alla fine della guerra ritorna alla guida della società.

Nel 1940 l'Olivetti ha intanto brevettato la prima macchina da calcolo progettata e interamente costruita ad Ivrea, la *MC4S Summa*, disegnata da Marcello Nizzoli. Quest'ultimo inizia una fortunata collaborazione con l'azienda. Negli anni successivi disegna la nuova macchina per scrivere *Lexikon 80* e la calcolatrice *Divisumma 14*, che escono nel 1948 e segnano una svolta importante nel campo della scrittura e del calcolo meccanico. Due anni più tardi è di nuovo protagonista con la macchina per scrivere portatile *Lettera 22*, che guadagnerà il Compasso d'oro nel 1954 ed un posto permanente nel Museo d'Arte Moderna di New York. Esce infine nel 1956 la calcolatrice *Divisumma 24*, progettata da Natale Capellaro e disegnata sempre da Marcello Nizzoli, che avrà uno straordinario successo in tutto il mondo tanto che nel 1958 si registra che sui mercati internazionali l'esportazione si aggira intorno al 60% dell'intera produzione Olivetti. Viene presentata anche la macchina per scrivere *Lexikon Elettrica*: è il primo modello elettrico. Siamo agli albori dell'avventura elettronica olivettiana.



22. Copertina di "Notizie Olivetti" disegnata da J.M. Folon

#### 1.2.5 L'espansione

Negli anni 50' l'Olivetti marcia verso un'espansione mondiale, oltre che ad un ampliamento strutturale, così come Adriano aveva progettato nel ventennio precedente. Il numero di impiegati nei vari livelli della società supera le 40.000 unità, di cui la metà solo in Italia e il capitale aziendale, in continuo incremento, ammonta ad oltre 40 miliardi di lire.

Infatti l'azienda ha terminato l'ampliamento della fabbrica. Adriano ha commissionato a Luigi Cosenza uno stabilimento a Pozzuoli, un esempio di equilibrio fra architettura e paesaggio. Nel frattempo invece, a Ivrea, Edoardo Vittoria progetta la sede per il Centro Studi e Annibale Fiocchi insieme a Marcello Nizzoli e Gian Antonio Bernasconi il Palazzo Uffici; costoro realizzano anche il Palazzo Uffici di Milano. Altro importante edificio che sorge in questi anni ad Ivrea è la mensa di Ignazio Gardella, un luogo studiato con cura per rendere quanto più confortevole la pausa pranzo degli operai ed impiegati. Altrettanto importante considerazione va fatta ai negozi Oli-

vetti: a New York, Belgiojoso, Peressuti e Rogers progettano il negozio sulla Quinta Strada (1954), a Venezia se ne occupa invece Carlo Scarpa (1958), a Parigi Franco Albini (1960) e a Buenos Aires Gae Aulenti (1968).

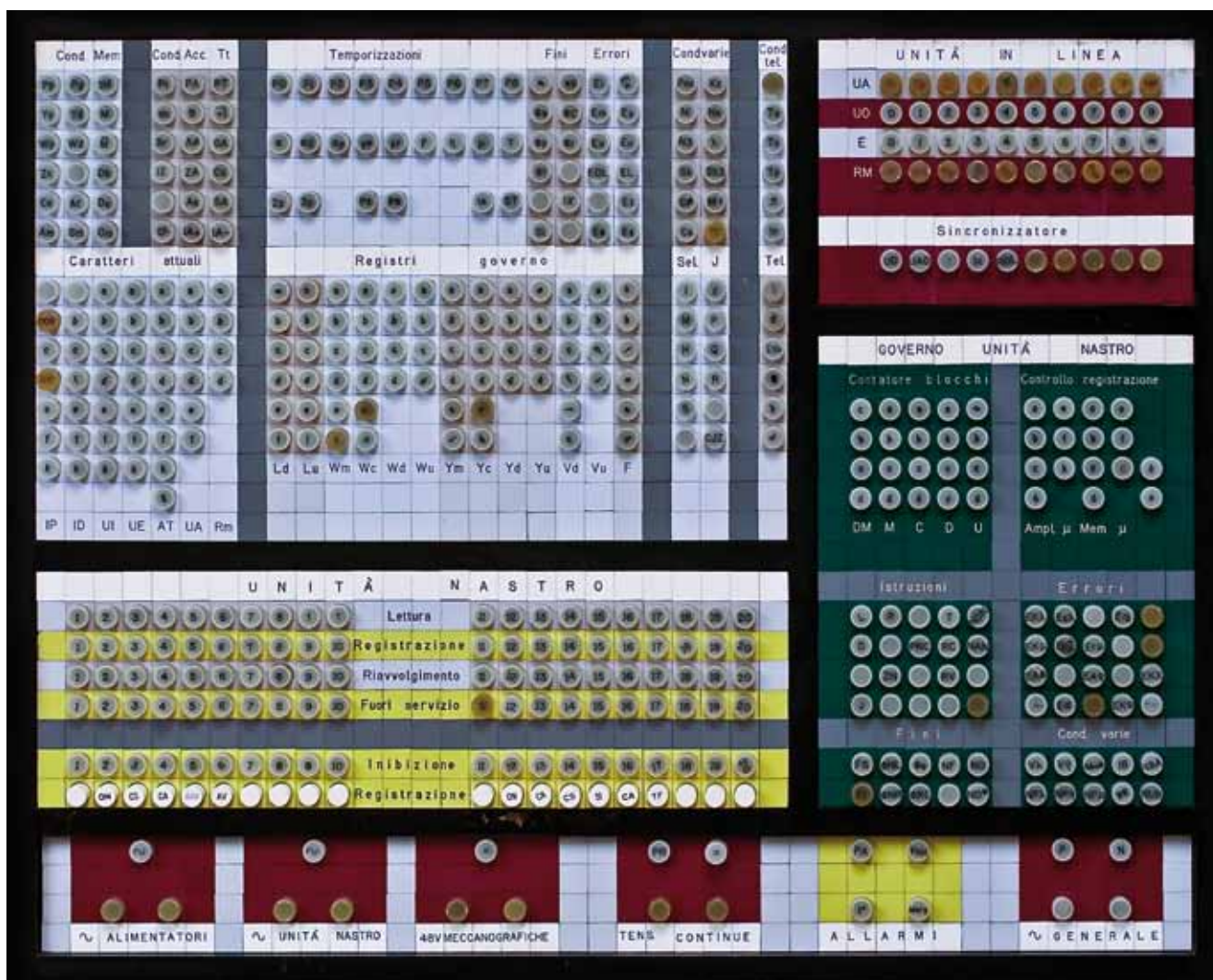
Le Corbusier si occupa invece del progetto dello stabilimento a Rho, che viene elaborato in due fasi tra 1961 e 1962 ma non verrà mai realizzato. A partire dal 1954 inizia la costruzione degli stabilimenti Olivetti in Argentina e Brasile, la progettazione dei quali è affidata a Marco Zanuso. Del 1971 sono le residenze degli impiegati a Ivrea, chiamate "Talponia", progettate da Gabetti ed Isola, e del '76 il complesso multifunzionale ad opera di Cappai e Mainaridis.

Negli anni Settanta continua l'affidamento degli incarichi di progettazione a nomi prestigiosi della cultura architettonica internazionale. Due esempi sono costituiti dal Centro tecnico Olivetti di Yokohama, progettato da Kenzo Tange e dal gruppo Urtec (1969-1972), e dall'ampliamento del Centro di formazione di Haslemere, nel Surrey, affidato a James Stirling e terminato nel 1973. Alle soglie degli anni Settanta un altro maestro dell'architettura contemporanea collabora con la Olivetti alla progettazione di un impianto industriale: Louis Kahn progetta lo stabilimento di Harrisburg in Pennsylvania (1967-70).

#### 1.2.6 L'avventura elettronica

Nel 1952 a New Canaan, negli Stati Uniti, la Olivetti aveva già iniziato un'attività di studio e ricerca nel campo dei calcolatori elettronici. Nel frattempo con l'avvento dell'elettroscrittura, l'azienda ha prodotto due celebri macchine, che vengono lanciate nel mercato nel 1964, la *Praxis 48* e la *Tekne 3*. Il design in questo caso è curato da un altro personaggio, destinato a scrivere la storia del design Olivetti, Ettore Sottsass.

Ma l'esperienza più importante prende forma a Pisa, dove Adriano costituisce un gruppo di ricerca, affidato all'ingegner Mario Tchou ed al figlio Roberto Olivetti, per sviluppare un elaboratore per applicazioni commerciali. L'*Elea 9003*, questo è il suo nome, è il primo calcolatore elettronico costruito in Italia e viene presentato dall'azienda di Ivrea nel 1959; nell'anno successivo vince il Compasso d'Oro per l'innovativo design, del quale se ne è occupato invece Ettore Sottsass. La caratteristica principale e più innovativa dell'elaboratore è che è completamente transistorizzato, le valvole vengono



23. La console dell'Elea 9003, foto di Martino Gerosa, Ivrea, 2010

infatti sostituite con i transistor, le informazioni memorizzate sui nastri magnetici. Nello stesso anno la Olivetti stipula un accordo per rilevare il 30% delle azioni della Underwood, storica fabbrica americana di macchine per scrivere e da sempre principale concorrente sul mercato, con oltre 10 mila dipendenti. Con l'*Elea* ha inizio nell'azienda una ricerca e sviluppo tecnologico senza precedenti, risultato sono il computer portatile *Programma 101* (1965), e la *TCV 250*, disegnate entrambe dall'equipe di un altro importante designer che inizia a collaborare con Olivetti, Mario Bellini.

Entrambe le macchine entrano a far parte della collezione Permanente del Museo d'Arte Moderna di New York. La Olivetti affiderà a Bellini il design della quasi totalità delle macchine per ufficio per il ventennio successivo, mentre Sottsass si occuperà principalmente dei sistemi di arredamento ed interior design.

#### 1.2.7 La morte di Adriano

Il 27 febbraio del 1960 muore improvvisamente Adriano Olivetti a causa di un attacco di cuore. L'imprenditore negli ultimi anni ha accresciuto non solo la sua attività industriale e manageriale ma anche quella socio-culturale: ne sono esempi la casa editrice "Edizioni di Comunità" da egli stesso fondata, l'Istituto Nazionale di Pianificazione Urbana, i libri e periodici di architettura, arti e scienze sociali, le iniziative di ricerca.

Nel 1955 si è aggiudicato il Compasso d'Oro per meriti conseguiti nel campo dell'estetica industriale; nel 1956 il Gran Premio di Architettura per "i pregi architettonici, l'originalità del disegno industriale, le finalità sociali e umane, presenti in ogni realizzazione Olivetti" conferitogli dal Circle d'Etudes Architecturales di Parigi; nel 1957 il premio alla memoria Edward O. Seits della National Management Association di New York per "l'azione di avanguardia nel campo della direzione aziendale internazionale"; infine nel 1962 gli viene riconosciuta la laurea ad honorem postuma in Scienze Politiche e Sociali dall'Università di Firenze e il Premio Kaufman per il Design. La guida della società è affidata a Giuseppe Pero. Le azioni privilegiate sono quotate in borsa. La morte di Adriano segna per l'impresa Olivetti l'inizio di un lento declino che la porterà alla quasi scomparsa dei giorni odierni.



24. Pubblicità *Olivetti Divisumma* 26GT, Marcello Nizzoli, 1967

### 1.3 Gli anni successivi alla morte di Adriano

L'azienda negli anni 60' produce altri prodotti di successo, ancora sulla spinta degli ideali dell'appena morto Adriano.

L'esempio migliore è la macchina da scrivere Valentine, che insieme alla Lettera 22 rimane uno dei prototipi più belli mai realizzati. La storia di questo oggetto, che esce sul mercato nel 1969, verrà successivamente approfondita in un capitolo dedicato al suo disegnatore, Sottsass.

#### 1.3.1 Dalla meccanica all'elettronica

Intanto il 1964 è l'anno in cui le banche italiane acquistano la maggioranza delle azioni Olivetti e la presidenza della società viene assunta da Bruno Visentini. Il nuovo esecutivo, dopo aver ceduto la divisione elettronica alla General Electric, dà il via al rinnovamento di tutte le linee di prodotti. Questa operazione porta alla ribalta altri due modelli, la *Editor* e la *Lexicon*.

La rivoluzione elettronica porta l'azienda di Ivrea a convertire tutte le linee, compresa quella delle macchine da scrivere. La concorrenza viene di nuovo sbaragliata con le gamme di calcolatori elettronici Logos e Divisumma. Allo stesso tempo nascono il *P6060* e il *P6040*, due versioni di mini-computers scientifici e l'importante settore dei grandi impianti di gestione contabile. Altrettanto successo hanno il terminale di banca il *TC800 System* e la serie di fotocopiatrici e duplicatrici, come la *Copia 2000 System*.

Infine, non meno importante, è l'inizio della produzione e vendita di mobili d'arredamento ed accessori per l'ufficio. L'elettronica ha negli anni 60 e 70 modificato radicalmente l'azienda, la produzione necessita di una minore mano d'opera con l'automazione dei macchinari: il personale viene così ridotto, inversamente da quello che era invece accaduto nel decennio precedente. I nuovi metodi di produzione, i costi per la ricerca ed il finanziamento per lo sviluppo del settore vendite, accompagnati da una malgestione da parte dei vertici aziendali, portano l'Olivetti verso un considerevole ed inarrestabile indebitamento.



25. Pubblicità *Mercator 5000*, 1962

### 1.3.2 L'arrivo dei fratelli De Benedetti

Nel 1978 l'Olivetti registra un crescente onere debitorio e necessita di freschi capitali che vengono investiti dalla società dei fratelli Carlo e Franco De Benedetti che raggiungono così le poltrone dirigenziali: il primo come vicepresidente e responsabile operativo, il secondo come amministratore delegato e capo della divisione Corporate Identity.

Alcune macchine elettroniche prodotte in questi anni conservano un discreto successo, anche mercato tende ad essere saturo e stazionario. Esempi sono i minicomputer, macchine da calcolo e contabili elettroniche (*TES501*, *TES401*). Si studiano dunque nuove soluzioni tecnologiche orientate a riconquistare il mercato di massa: nel luglio 1978 viene lanciata sul mercato la *ET101*, la prima macchina da scrivere elettronica disegnata da Mario Bellini. Successivamente usciranno ulteriori sviluppi di questa macchina, e contemporaneamente le versioni portatili, le *Praxis*.

### 1.3.3 Gli anni 80' e il personal computer

Nel campo dei microcomputer Olivetti non è ancora in grado, con i primi modelli (*P6040*, 1977), di competere con la concorrenza di Apple e Commodore. Nel 1979 viene fondato a Cupertino negli Stati Uniti l'Olivetti Advanced Technology Center e prende corpo un nuovo progetto dove l'Olivetti concentra i propri sforzi strategici e tecnologici: si chiama Olivetti M20 ed è il primo personal computer europeo presentato nel 1982. Questo prototipo, il cui design è di Sottsass - Macchi Cassia- Sowden, viene accolto positivamente anche se pecca nel non rispettare gli standard che si utilizzano in tutto il mondo (Intel e Microsoft), motivo per cui le vendite non sono eccezionali. L'esplosione nel mercato mondiale non tarda comunque nella successiva evoluzione dell'*M20*, l'*Olivetti M24*, presentato nel 1984. Quest'ultimo, è infatti compatibile con IBM e possiede delle prestazioni superiori rispetto ai concorrenti. I mercati vengono così conquistati, nel 1986 si registra che l'azienda di Ivrea vende sul mercato mondiale quasi mezzo milione di PC, di cui 220 mila in Europa ed altrettanti in USA, diventando così il terzo produttore mondiale di PC ed il primo in nel vecchio Continente.

Sul mercato dei PC tecnologia e domanda impongono un continuo dell'offerta, condizione che renderà impossibile all'Olivetti ripetere il successo

dell'M24. Contemporaneamente al personal computer, l'azienda di Ivrea sviluppa con successo la linea di *Office furniture Synthesis 80*, sotto la direzione di Ettore Sottsass e Michele De Lucchi, chiamato a lavorare in Olivetti dal 1979.

#### 1.3.4 La crisi ed il declino

Negli anni 90' l'azienda lancia sul mercato svariati prodotti, personal computer, lap-top, registratori di cassa, stampanti, fax, tastiere, video.

Esempi significativi sono il *PC superportatile Quaderno* disegnato da Mario Bellini, la linea di stampanti bancarie *PR* e la *Ink Jet Artjet 10* (1998) disegnate invece da De Lucchi.

L'ultimo ventennio del secolo costituisce in ogni caso il periodo più difficile per l'azienda di Ivrea, continuamente percossa da licenziamenti, chiusure e ridimensionamenti di stabilimenti. Si avvia verso un irreversibile crisi.

Nel ventennio successivo alla morte di Adriano, nel 1960, l'ideale dell'illuminato imprenditore è rimasto diffuso, finché le strategie di mercato volte al breve periodo ed al guadagno immediato non l'hanno definitivamente spento. Il 1978, l'anno di arrivo di Carlo De Benedetti, ha segnato un punto di rottura nella storia dell'azienda. A tal proposito, Francesco Novara, responsabile del Centro di Psicologia Olivetti fino al 1992, e Renato Pozzi, esperto in psicologia del lavoro, scrivono: «faceva pensare che per lui l'Olivetti fosse un investimento da cui trarre profitto a breve, e non un'impresa per la quale aveva il dovere di costruire l'avvenire».

Nel 1996 De Benedetti lascia la dirigenza dell'Olivetti, la presidenza è affidata ad Antonio Tesone, Roberto Colaninno è il nuovo Amministratore Delegato. Nell'azienda è in corso una notevole ristrutturazione, vengono cedute alcune attività e chiusi degli stabilimenti. Nel 2000 Telecom Italia acquisisce il marchio Olivetti, ora mai non resta altro che il marchio della società di Ivrea. Dal 2005 l'Olivetti è stata rilanciata attraverso nuovi prodotti per l'informatica e l'ufficio. Esempi sono le stampanti ad elevate prestazioni ed il pc portatile lanciato proprio nel corrente 2010.



PERSONAL COMPUTER OLIVETTI M20

## PERSONAL COMPUTER OLIVETTI. UNA FAMIGLIA CHE CRESCE

Nella famiglia di personal computer Olivetti M 20, il modello M 20D dispone di una memoria 30 volte piú grande rispetto al modello base, ed è anche capace di gestire una rete di M 20 collegati fra loro, rendendo sempre piú potente e coordinata la capacità di lavoro degli uffici.

I personal computer Olivetti sono dunque una famiglia che cresce e che, per rispondere a esigenze diverse, offre differenti capacità di memoria e un'ampia scelta di sistemi operativi (MS-DOS, CP/M-86, PCOS, UCSD-P). Sono personal computer con tecnolo-



gia a 16 bit e capacità di "communication", progettati quindi per essere validi anche domani e per integrarsi agevolmente nelle strutture di elaborazione dati e di automazione dell'ufficio presenti e future. Perché Olivetti protegge i vostri investimenti in macchine e programmi.

Con M 20 in ufficio il lavoro individuale diventa piú semplice e produttivo. Infatti anche i personal computer sono espressione di quel primato nel design e nell'ergonomia che è ormai parte consolidata del successo Olivetti negli uffici di tutto il mondo.

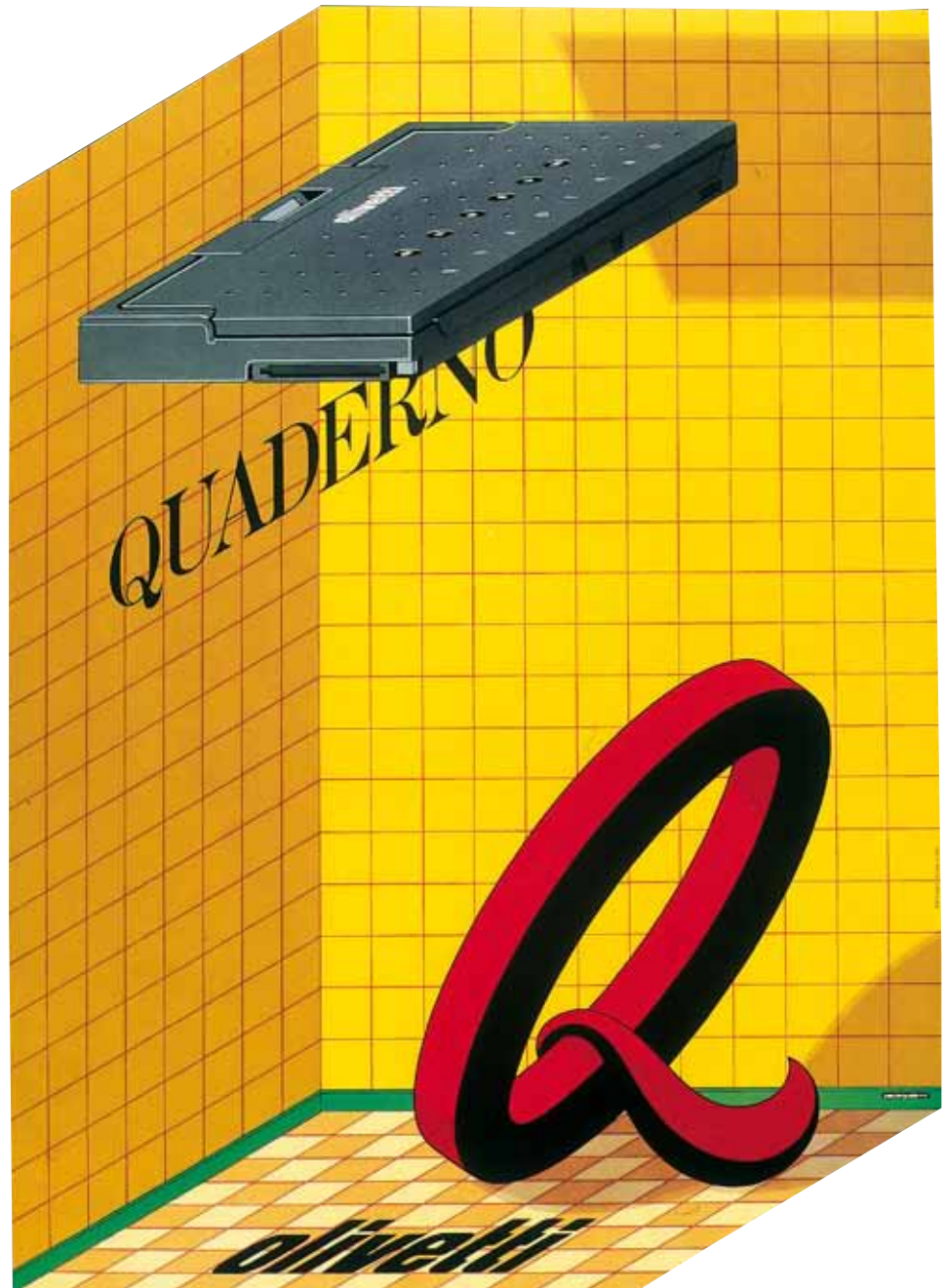
MS-DOS, marchio registrato Microsoft Inc.  
CP/M 86, marchio registrato Digital Research  
UCSD-P System, marchio registrato Regents  
of the University of California.

# olivetti

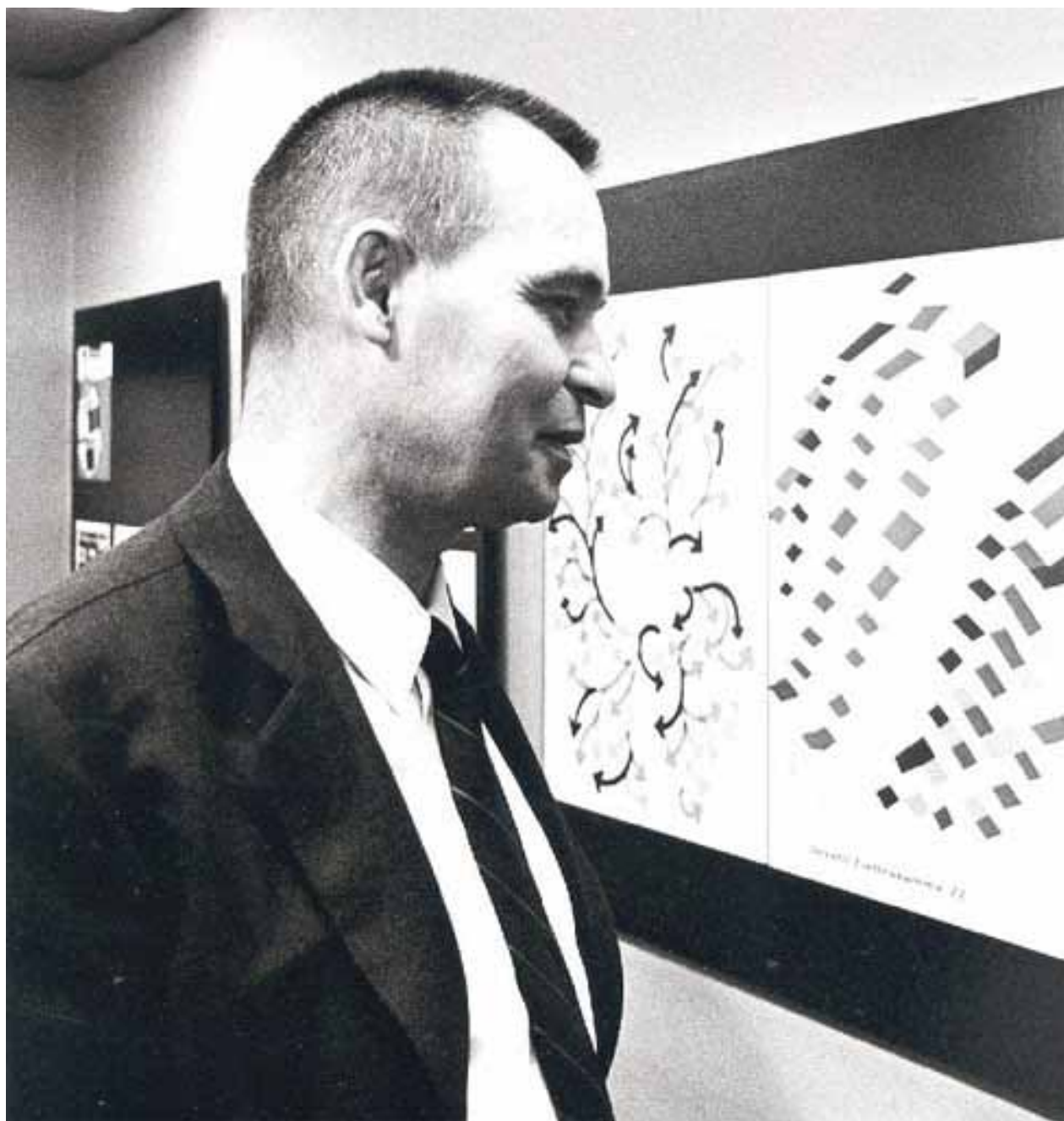
l'universo della comunicazione

26. Pubblicità *Computer M20*,  
1983





27. Manifesto per il personal computer portatile *Quaderno*, Milton Glaser, 1993



## 2. Lo *Stile Olivetti*

Questo capitolo è dedicato all'immagine dell'impresa e a quello che verrà definito lo stile Olivetti. È un passo decisivo per comprendere la complessa comunicazione audiovisiva dell'azienda che nasce proprio in questo contesto e che sarà analizzata nello specifico in uno dei prossimi capitoli.

A supporto di questa tesi, sul periodico "Cinema e Industria" compare il seguente articolo di Mario Zaccaria: «Parlare unicamente di cinema è forse impossibile, poiché in nessun'altra azienda nazionale l'immagine coordinata è stata perseguita con altrettanto rigore, intrecciando discipline diverse e piegando il loro utilizzo a una strategia unificata».<sup>6</sup>

Un'altra citazione la ritroviamo nella IX Rassegna del Cinema Industriale in cui, parlando nello specifico di alcuni film Olivetti, si denota come questi confermino «uno stile Olivetti nelle sue molteplici espressioni visuali, dal design dei prodotti alla grafica (...) riconoscibilissimo, stimolante, spesso anticipatore delle mode».<sup>7</sup> È quindi necessaria la conoscenza della tradizione stilistica che Olivetti consolida negli anni 30'-40' per affrontare il tema dell'indagine e guardare i numerosi modelli ideativi audiovisivi come discipline in cui design, architettura, urbanistica, pubblicità, cinema, letteratura, sociologia ed editoria si intrecciano rigorosamente, proprio secondo i canoni estetici olivettiani.

Si inizierà dunque definendo il significato del termine *Stile Olivetti*, la modalità e il periodo in cui entra a far parte della cultura industriale ed elencando alcuni tra i protagonisti di questo modello. Si tenga conto che gli effetti più immediati dello sviluppo di questa modalità di concepire l'industria si riscontrano nella pubblicità e, in generale, in tutta la comunicazione visiva. In quanto tesi di ricerca nel campo della comunicazione, si è facilitati quindi a mostrare soprattutto tale aspetto.

### 2.1 Definizione: uno Stile più che un'immagine coordinata

Come suggerito da Carlo Vinti nel libro *Gli anni dello stile industriale 1948-1965*, nel caso Olivetti è più corretto parlare di "stile" piuttosto che di immagine coordinata. Il concetto di immagine coordinata, corporate image, corporate identity, si afferma infatti solo verso la fine degli anni 60'.

Questa breve premessa induce a capire che, pur essendo un perfetto mo-

dello tutt'ora studiato a livello di *corporate image*, quello di Olivetti è un caso unico nel periodo di affermazione della sua immagine che avviene a cavallo tra gli anni 30' e gli anni 40'; è da considerarsi piuttosto un'eccezione che si accosta ad illustri antecedenti come la London Transport Board o l'AEG, affidata al coordinamento di Peter Behrens.

In secondo luogo, è altrettanto importante premettere che la parola "stile" ha una accezione più ampia rispetto al concetto di marchio e logotipo: in assenza di modelli, l'Olivetti definisce la propria immagine come «una visione ampia del mondo del lavoro e della vita industriale in tutte le sue implicazioni economiche, sociali, culturali»<sup>8</sup>, o piuttosto «tutto un modo di concepire e praticare i rapporti aziendali»<sup>9</sup>. Ancor di più aiuta questo elenco degli elementi costitutivi dello Stile Olivetti pronunciato da Arrigo Olivetti, ai tempi vicepresidente, nel 1961 in occasione di una mostra inaugurata a Francoforte: «elevazione delle condizioni di vita dei lavoratori, promozione dei valori della cultura e dell'arte, perfezione di attrezzature e di strumenti; intima rispondenza infine tra funzionalità ed estetica, sia nelle fabbriche, sia nei prodotti, sia nelle altre espressioni del rapporto tra industria e pubblico».<sup>10</sup> Anche Carlo Fortini, nella pubblicazione che l'Olivetti realizza nel 1958 per celebrare cinquant'anni dell'azienda, utilizza, nella sezione dedicata a Disegno industriale e pubblicità, il termine Stile Olivetti per connotare l'utilizzo che le riviste del tempo facevano della medesima parola, alla quale veniva attribuito qualsiasi riferimento alla prestigiosa immagine dell'azienda di Ivrea. Di fatto, l'affermazione universale del termine avviene qualche anno più tardi, tramite la mostra che si tiene a Zurigo, nel 1961, dal titolo "Stile Olivetti, Geschichte und Formen einer Italienischen Industrie" (seguirà la riproposizione della medesima mostra a Francoforte).

Carlo Vinti, nella sezione che il suo libro dedica al Modello Olivetti, sintetizza il concetto affermando che:

La parola stile suggeriva spesso le idee di qualità, eccellenza, distinzione e soprattutto buon gusto. L'accezione con cui il termine veniva impiegato tendeva inoltre a far coincidere il piano delle forme con quello dei comportamenti: lo stile era il modo in cui si esprimeva -attraverso canali diversissimi che andavano dall'impaginazione dell'opuscolo fino alla costruzione di biblioteche e servizi sociali per i dipendenti- una cultura imprenditoriale con ambizioni riformiste(...).<sup>11</sup>

*Olivetti*  
olivetti  
olivetti  
olivetti

29. Sviluppo del lettering del logo Olivetti

## 2.2 Le origini dello *Stile Olivetti*

L'Olivetti in Italia anticipa dunque il concetto di *corporate image* o, per dirlo all'italiana, di immagine coordinata. Questo fenomeno, ancora una volta, prende forma grazie all'intuizione di Adriano che, come ribadito più volte in precedenza, con la sua ascesa in azienda, si fa interprete di una nuova politica industriale.

Uno delle prime intuizioni riguarda la realizzazione delle campagne pubblicitarie che, ai tempi di Camillo, venivano affidate ad agenzie esterne. Infatti iniziano nel 1928 ad essere in parte condotte da un embrionale Servizio Pubblicità che, nel decennio successivo, acquista una maggiore autonomia di lavoro. Adriano accumula nel contempo, tra gli anni 20' e 30', numerose esperienze: si reca diverse volte negli Stati Uniti, studia testi scientifico-economici, inizia a frequentare la Triennale di Milano e i Razionalisti, intraprende la piano regolatore di Ivrea e della Valle d'Aosta, incontrando progettisti. A proposito della formazione di Adriano, Giuseppe Berta afferma come in lui si potesse riscontrare una "cultura americana" mentre "come intellettuale guardava a temi ed esperienze tipicamente europei".<sup>12</sup>

Sono queste le premesse per la nascita dello *Stile Olivetti*. La nascita vera e propria avviene poi attraverso lo straordinario sodalizio che si instaura tra l'imprenditore e l'ambiente artistico-intellettuale che ha le sue radici, oltre che a Ivrea, anche a Milano. Nel caso di Olivetti è l'azienda stessa a diventare mediatrice tra le sue esigenze commerciali e i suoi slanci culturali, chiamando a interagire le punte più avanzate, a livello teorico e operativo, della "cultura del progetto". A tal proposito Andrea Rauch scrive: «La generosa utopia di Adriano Olivetti, dagli anni Trenta in poi, concepirà il grandioso progetto di integrare le esigenze propriamente aziendali con quelle del disegno e dell'architettura industriale, della grafica, della pubblicità, della comunicazione. (...)».<sup>13</sup>

Gli architetti Figini e Pollini, i grafici Giovanni Pintori, Egidio Bonfante, Renato Zvetermich, Leonardo Sinisgalli, Xanty Schawinsky, le riviste Casabella e Campo Grafico, lo Studio Boggeri, sono gli iniziatori di questa avventura estetica e culturale. Nei decenni successivi anche nomi come Gabetti e Iso-la, Annibale Focchi, Gae Aulenti, Jean-Michel Folon, Ettore Sottsass, Mario Bellini, Marcello Nizzoli legano il proprio nome all'azienda di Ivrea. A supporto vi è inoltre la capacità letteraria di Franco Fortini, Renzo Zorzi, Giovanni Giudici, Giorgio Soavi, art director della rivista "Comunità". Quest'ultimo

descrive in questo modo il gruppo di artisti ed intellettuali che Adriano crea intorno a sé e all'azienda:

Architetti, urbanisti, scienziati; traduttori, scrittori, giornalisti; artisti, filosofi, direttori editoriali, grafici e industrial designers; psicanalisti, teorici delle religioni, economisti, progettisti di asili nido e di colonie per le vacanze al mare; progettisti di case di abitazione per gli operai, palestre biblioteche, sale di lettura. Questo elenco era solo una parte dell'aspetto della nuova società industriale sognata da Adriano appena dopo la fine della guerra: e tutti quelli che già vi lavoravano sembravano toccati dalla grazia di una realtà che faceva di loro il corpo nuovo della società, un corpo che aveva nella testa la convinzione, o la certezza, di riuscire in una impresa che non aveva riscontro nella storia italiana: perché facevano parte di un gruppo di autonomi che sembravano parlare una lingua, e coniugarla, in un modo del tutto diverso. Era la lingua parlata e progettata da Adriano (...).<sup>14</sup>

Geno Pamploni definirà lo stile del primogenito Olivetti "dirigismo estetico"<sup>15</sup>, Valerio Occhetto incrementa questo nominativo dicendo che il suo è un «ruolo che sentirà tutta la vita, sentirà come un dovere, una vocazione legata alla funzione di manager che, partendo dalla fabbrica, deve investire e migliorare l'intera società».<sup>16</sup>

In questo breve estratto Ettore Sottsass si esprime invece riguardo la concezione del design nell'ideale dell'azienda, concetto che verrà comunque approfondito nel dettaglio nel prossimo capitolo: «Per lui (Adriano Olivetti) la posizione del design nell'industria non era tanto la posizione classica di stampo soprattutto americano, anglosassone, secondo cui il design serve soltanto per vendere; ma pensava che un perfezionamento del prodotto, una carica culturale aggiunta al progetto, riversasse cultura sulla società, che aveva provocato la possibilità di produrre questi prodotti».<sup>17</sup>

Infine, per meglio comprendere il tipo di rapporto che Adriano instaura con gli uomini da lui chiamati a lavorare, viene di seguito proposta una testimonianza di Giovanni Pintori: «Adriano è un uomo pieno di intuizioni, ha uno stile proprio, e benchè non sappia concretarlo in nessuno dei campi che conosce, riesce a comunicarne il senso agli altri e a giudicare i risultati».<sup>18</sup>

Anche Giorgio Soavi, a proposito, non manca di elogiare la propria esperienza con Adriano: «Noi eravamo maniacali nell'essere felici di lavorare per Adriano che ci lasciava fare. (...)».<sup>19</sup>



30. Manifesto Olivetti 82 Diaspron, Giovanni Pintori, 1959

### 2.3 I protagonisti dello Stile Olivetti

Nelle dinamiche aziendali è quasi sempre lo stesso Adriano a scegliere i propri collaboratori e a tenerne la rigorosa supervisione, in qualsiasi attività aziendale. Si potrebbe dire che l'imprenditore in questo assomigli ad un regista, mentre gli artisti e i progettisti ai suoi attori. Bisogna inoltre tener presente che alcuni fra questi attori, come Giovanni Pintori o piuttosto Egidio Bonfante, sono coinvolti direttamente nei progetti audiovisivi. Ne sono esempi *Elea classe 9000* (1960) o *Elettroscrittura* (1967). Altri invece vi partecipano indirettamente, dal momento che lo Stile Olivetti investe tutte le discipline dell'industria.

Si elencano alcuni protagonisti che vengono coinvolti nei documentari Olivetti e dei quali è quindi opportuno conoscere l'identità.

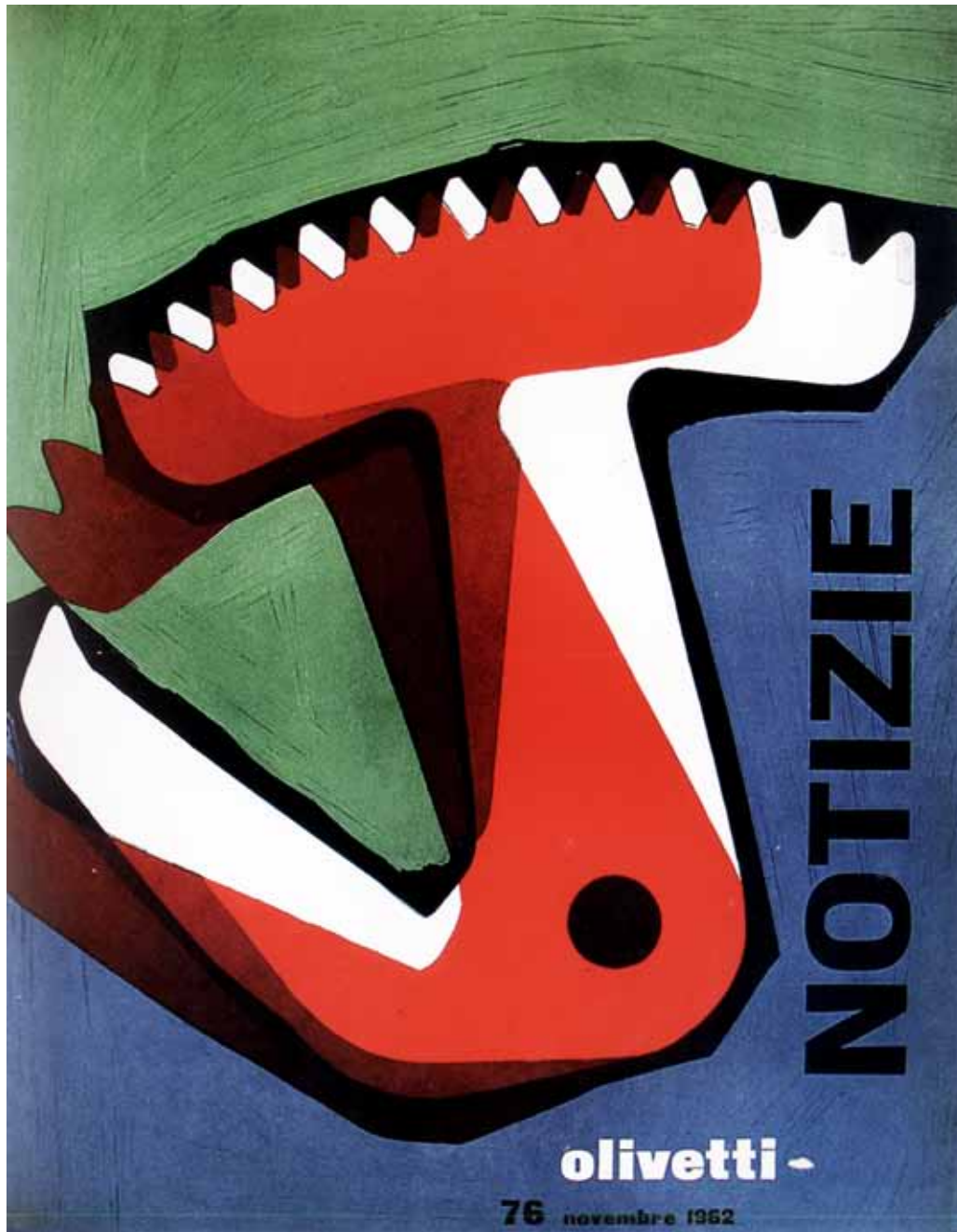
Alexander Schawinsky (Basilea 1904 - Locarno 1979), detto Xanti, diviene in Italia uno dei principali tramite dell'arte applicata del Bauhaus, di cui è ex allievo. Attraverso lo Studio Boggeri entra in rapporto con l'Olivetti, dove agli inizi degli anni 30' è il principale protagonista della rivoluzione estetica dei cartelloni pubblicitari: introduce l'inserimento della fotografia e dell'alfabeto e attribuisce al documento un valore suggestivo. Il manifesto disegnato dal pittore per la *MP1* è il primo passo che l'Olivetti compie verso l'affermazione internazionale della sua immagine; viene rappresentata un'elegante signora appoggiata alla *MP1*. È inoltre l'autore del primo ammodernamento del design del logo Olivetti (1934).

Giovanni Pintori (Tresnuraghes 1912 - Milano 1999) è invece la figura che maggiormente ha contribuito a fissare la linea estetica della pubblicità Olivetti. È allievo di Marcello Nizzoli, Edoardo Persico, Giuseppe Pagano presso l'ISIA di Monza, scuola in cui si è formato. Nel 1934 viene chiamato da Pagano per collaborare alla Mostra dell'aeronautica a Milano. Incontra Adriano relativamente giovane, in occasione del piano regolatore della Valle d'Aosta e qualche anno più tardi, nel 1936 inizia a collaborare con l'Ufficio Tecnico Pubblicità della Olivetti (dove già lavorava Nivola) e ne diventa il responsabile nel 1940.

Tra i suoi lavori più conosciuti di questi anni si possono ricordare *La rosa nel calamaio*, disegnata insieme a Leonardo Sinisgalli e impiegata per la pubblicità delle macchine per scrivere *Studio 42* e *Studio 44*; oppure i manifesti dedicati al calcolo e alle calcolatrici Olivetti, come "Il pallottoliere" o "I numeri"; o ancora, la copertina del famoso libro *Olivetti 1908-1958*. Nel 1950



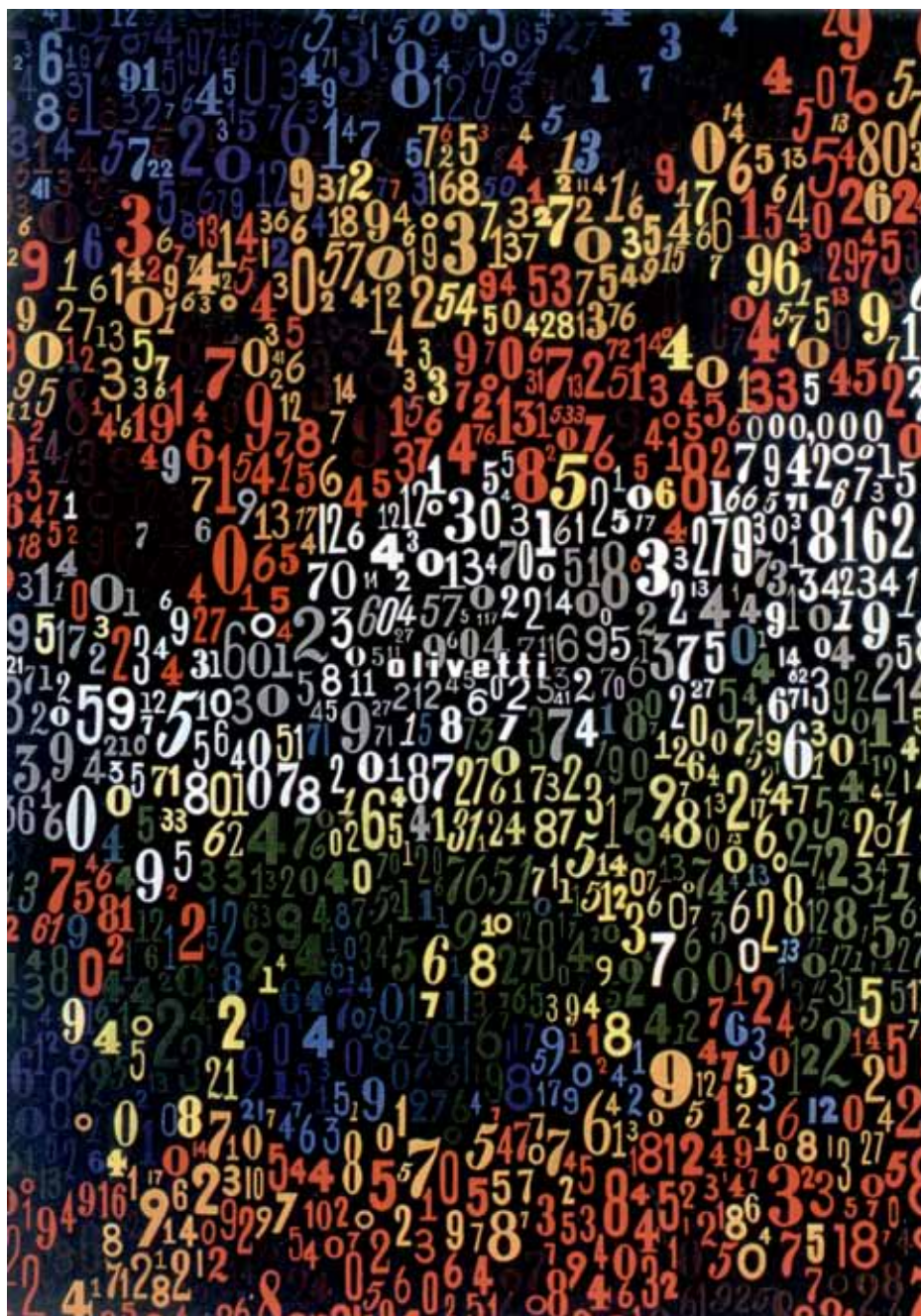
31. Manifesto *Olivetti Lettera 22*,  
Giovanni Pintori, 1959-1960





32. Copertina di "Notizie Olivetti",  
Giovanni Pintori, Novembre 1962

33. Manifesto Olivetti, Giovanni  
Pintori, 1949





34. Manifesto *Summa 15*, 1949



35. Manifesto *Divisumma 24 e Tetractys*, 1956

diventa direttore artistico dell'Ufficio Tecnico e ottiene il primo di una lunga serie di riconoscimenti: la Palma d'Oro della Federazione Italiana Pubblicità. Negli anni 50' riceve una serie di riconoscimenti: nel 1952 il MoMA di New York organizza la mostra *Olivetti Design in Industry* dove i suoi lavori ottengono un enorme successo. Dopodiché, le mostre cominciano a toccare tutte le città più importanti, come Londra, Parigi, Losanna, Venezia con la Biennale. Nel 1953, Pintori entra a far parte dell'AGI (Alliance Graphique Internationale) che nel 1955, durante un'esposizione al Louvre di Parigi, dedica un'intera sala al suo lavoro svolto per la Olivetti. Lo stesso anno gli viene conferito il "Certificate of Excellence of Graphic Arts" dell'AIGA (l'associazione dei graphic designer statunitensi) e, l'anno dopo, ottiene la Medaglia d'Oro e il Diploma di Primo Premio di Linea Grafica e della Fiera di Milano. Andrea Rauch descrive così il lavoro di Pintori:

Produce per Olivetti centinaia di annunci, brochures, manifesti; progetta allestimenti per fiere e mostre. Si collega alle ricerche grafiche contemporanee del Razionalismo europeo ed esercita la sua influenza su designers quali Leo Lionni (che si occuperà, insieme a Costantino Nivola, della diffusione dell'immagine Olivetti in America) e Paul Rand (che gli renderà pubblico omaggio in più di un'occasione). È una poetica, quella che Pintori applica per Olivetti, che cerca di non legarsi troppo a stili o stereotipi facilmente individuabili, ma che usa in maniera sapiente sia gli artifici retorici della metafora, sia gli espedienti più consueti e "piani" della fotografia e dell'illustrazione di prodotto. La grafica può quindi essere portata alla ribalta come unicum metaforico della comunicazione, oppure può sistemarsi sullo sfondo e concorrere sobriamente, quasi texture, al messaggio completo. In ogni caso la personalità di Pintori "progettista grafico" in nulla viene intaccata da questo volontario "annullamento" nell'immagine generale dell'azienda. La mancanza di una gelosa ricerca di una propria cifra stilistica diviene, al tempo stesso, lo stile grafico complessivo Olivetti e, tramite la grande diffusione internazionale della sua proposta di comunicazione industriale, lo stile con cui l'Italia viene, per anni, riconosciuta e ammirata dall'esterno...».<sup>20</sup>

Leonardo Sinisgalli (Montemurro 1908 - Roma 1981), ingegnere, poeta, pittore e pubblicitario. Nel '38 Sinisgalli viene chiamato da Adriano Olivetti che gli affida l'ufficio tecnico di pubblicità della Olivetti. Sinisgalli viene coinvolto anche nel gruppo di "Comunità". Paragona il proprio ruolo di "regista grafico" in Olivetti a quello dell'artista rinascimentale al servizio dei mecenati.

Per oggi per domani  
per mille anni ancora  
di un nuovo modo  
di scrivere, pensate  
ad un modello che ha  
compiuto un passo  
a parimenti il mondo  
a parimenti il mondo  
ad un suo stile  
per il tipo nuovo  
un altro sistema  
dalla tale classe in un altro  
Tutto al meglio  
con l'Oliva Lettera 32

**Olivetti  
Lettera 32**

Lettera di famiglia  
libera di movimento  
libera di spazio  
libera di tempo  
libera di scelta  
libera di azione  
libera di reazione  
libera di risposta  
libera di impegno

in un design  
in un stile  
in un modo  
in un tempo  
in un spazio  
in un mondo

**Olivetti  
Lettera 22**  
Prezzo Lit. 40.000

La prima macchina  
del settore da ufficio  
dal mondo moderno.  
Ma è una macchina  
destinata ad essere  
modernissima e  
classica al tempo.

Dotata di grande  
potenza ed elasticità  
permette il cambio  
della macchina  
senza il minimo  
costo di lavoro.  
Tutto questo fa della  
Lexikon una macchina  
a due volti  
moderni.

**Olivetti Lexikon**

Prezzo del Esclusivo L. 120.000 per il Nord del S. O. S. - L. 200.000 per il Sud Nord

*Per lo studente  
d'ogni scuola e classe,  
robusta per resistere e servire  
alla mano più vivace  
e meno esperta.*

Una macchina semplice, robusta e con  
una grande elasticità. È dotata di una  
grande elasticità e di una grande  
robustezza. È adatta per lo studente  
e per il professionista. È adatta per  
lo studente e per il professionista. È  
adatta per lo studente e per il professionista.

**Olivetti Lettera 22**

Prezzo Lit. 40.000

**Studio 44**

**olivetti**

in un design  
in un stile  
in un modo  
in un tempo  
in un spazio  
in un mondo

**Olivetti Studio 44**  
Prezzo Lit. 50.000

**Olivetti Lettera 22**

La macchina per scrivere portatile

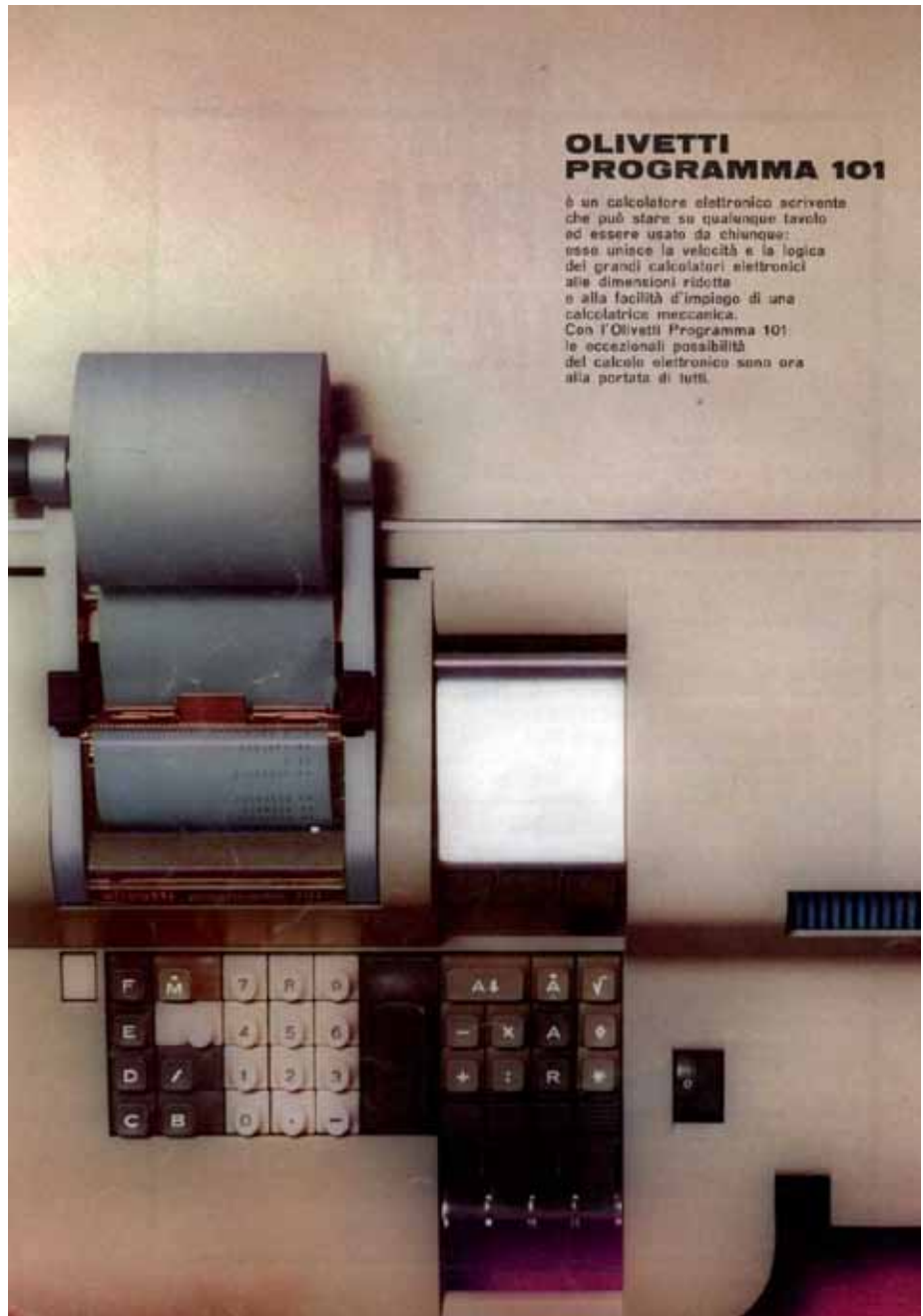
Dotata di grande  
potenza ed elasticità  
permette il cambio  
della macchina  
senza il minimo  
costo di lavoro.  
Tutto questo fa della  
Lettera 22 una macchina  
a due volti  
moderni.

**Olivetti  
Lettera 22**

Prezzo Lit. 40.000

## OLIVETTI PROGRAMMA 101

È un calcolatore elettronico scrivente  
che può stare su qualunque tavolo  
ed essere usato da chiunque:  
esso unisce la velocità e la logica  
dei grandi calcolatori elettronici  
alle dimensioni ridotte  
e alla facilità d'impiego di una  
calcolatrice meccanica.  
Con l'Olivetti Programma 101  
le eccezionali possibilità  
del calcolo elettronico sono ora  
alla portata di tutti.



- 36. Manifesto *Olivetti Lettera 22*
- 37. Manifesto *Olivetti Lettera 22*
- 38. Manifesto *Olivetti Lexikon*
- 39. Manifesto *Olivetti Lettera 22*
- 40. Manifesto *Olivetti Studio 44*
- 41. Manifesto *Olivetti Lettera 22*
- 42. Pubblicità *Programma 101*

Egidio Bonfante (Treviso 1922 - Milano 2004) a sua volta entra in Olivetti nel 1948. Si occupa della progettazione degli allestimenti, degli spazi vendita, dell'impostazione grafica delle riviste più famose edita dalla Olivetti: "Comunità", "Notizie Olivetti" ed "Urbanistica", rivista trimestrale dell'Istituto Nazionale di Urbanistica diretta dallo stesso Adriano. Infine disegna importanti campagne pubblicitarie per alcuni prodotti dell'azienda, tra cui, nei primi anni '70, la calcolatrice *Divisumma 18* e il sistema di scrittura *Editor S14*. Marcello Nizzoli (Boretto 1887 - Camogli 1969), architetto e pittore, viene chiamato da Leonardo Sinisgalli a collaborare con l'Ufficio tecnico di pubblicità della Olivetti, prima come grafico e poi come designer a partire dal 1940, anno del suo primo prodotto industriale, la calcolatrice *MC 45 Summa*. Negli anni successivi realizza alcuni dei più celebri prodotti Olivetti, come le macchine da scrivere *Lexikon 80* (1946-1948), *Lettera 22* (1950), *Studio 44* (1952), *Diaspron 82* (1959) e le calcolatrici *Divisumma 14* (1947) e *Tetractys* (1956). Sempre per Olivetti, progetta negli anni Cinquanta alcuni edifici d'appartamenti per i dipendenti e negli anni Sessanta palazzi per uffici. Mario Bellini (Milano 1935) diviene consulente per l'Olivetti nel 1962 disegnando principalmente macchine da scrivere e calcolatori. La collaborazione con l'azienda di Ivrea si protrae sino agli anni 80'. I suoi più importanti progetti sono il calcolatore da tavolo *Programma 101* (1965), le calcolatrici elettroniche *Logos 50/60* (1973), *Divisumma 18* (1973), *Lexicon 82* (1972), il PC portatile in formato A5, *Quaderno* (1992). Ettore Sottsass (Innsbruck 1917 - Milano 2007) avvia la propria collaborazione con Olivetti nel 1958, anno in cui progetta l'*Elea 9003*, il primo grande computer prodotto in Italia. Ottiene, grazie a questo, il suo primo "Compasso d'oro" nel 1959. Altri progetti sono la calcolatrice *Logos 27*, le macchine da scrivere *Praxis 48* (1964), *Tekne* (1964) e *Valentine* (1969), e con quest'ultima si aggiudica di nuovo il "Compasso d'oro" ed entra a far parte della collezione permanente del Moma di New York. Sempre per Olivetti realizza il sistema per ufficio *Synthesis 45* un insieme di arredo costituito da scrivanie, mobili, contenitori e sedie. Nel 1981 fonda insieme ad Hans Hollein, Arata Isozaki, Andrea Branzi, Michele De Lucchi ed altri il gruppo *Memphis*. Renzo Zorzi (Somaglia 1921 - Milano 2010), intellettuale veronese, viene chiamato da Adriano Olivetti a lavorare alle Edizioni di Comunità nel 1952, subentrando a Giorgio Soavi. Ne diviene direttore in seguito alla morte dell'imprenditore (1960). Entra in Olivetti nel 1965, divenendo responsabile della Direzione Relazioni Culturali - Disegno Industriale - Pubblicità (DRC-

DIP).. Progetta e organizza grandi mostre internazionali, promuove iniziative di restauro e conservazione del patrimonio artistico italiano, contribuisce alla realizzazione di cataloghi d'arte, di libri strena e calendari Olivetti; ha un ruolo di grande importanza nella realizzazione di nuovi stabilimenti all'estero affidati alla progettazione di famosi architetti. Contribuisce in modo decisivo alla valorizzazione della corporate image olivettiana. Dall'ottobre del 1986 diventa consulente per le attività culturali dell'Olivetti.

Gae Aulenti (Palazzolo dello Stella 1927), architetto e designer, proviene da un gruppo di giovani influenzati dal pensiero di Ernesto Rogers, lavorando alla rivista Casabella dal 1955 al 1965 come art director. Nel 1966 lega il proprio nome all'Olivetti, per la quale crea showroom come l'Olivetti Shop di Parigi. Suo anche il progetto dell'allestimento della mostra itinerante Olivetti: *Formes et recherche / concept and forms* (1969, che tocca le città di Parigi, Barcellona, Madrid, Edinburgo, Londra, Tokyo.



43. Olivetti Lettera 22, Marcello Nizzoli, 1959

### 3. Il ruolo del design

Ettore chiedeva all'industria di aprire uno studio di design con collaboratori pagati dalla Olivetti e amministrazione condotta dalla Olivetti, ma scelti da lui. Lui sarebbe rimasto un collaboratore free-lance e avrebbe diretto l'atelier, i cui principali progettisti dovevano restare con l'industria in un rapporto free-lance.<sup>21</sup>

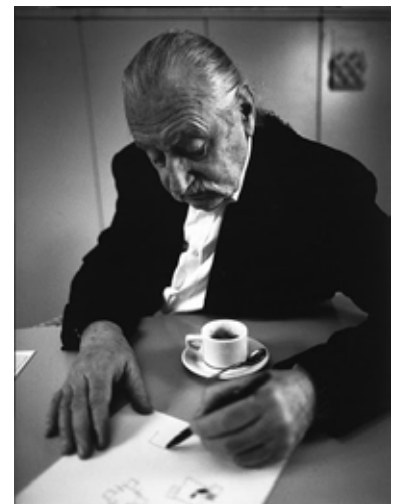
Il design, riferito in questo caso al prodotto, rientra anch'esso nella cultura imprenditoriale dello Stile Olivetti ma possiede altresì una propria complessità che occorre approfondire. Ci si avvale principalmente della collaborazione degli scritti e delle testimonianze dirette di uno tra i più grandi designer che approdano ad Ivrea, Ettore Sottsass. Costui è infatti da considerarsi come una figura chiave nella storia del Design Italiano, in quanto formulatore, insieme all'Olivetti, di un nuovo modello del rapporto tra l'industria ed il designer, volto a prefigurare una fertile reciproca autonomia. La figura del designer nella Olivetti conquista una posizione molto diversa rispetto ai modelli contemporanei come potevano essere le aziende americane o tedesche.

«Credo che un cosiddetto *industrial designer*, una volta che gli si dice che è un designer, debba essere messo in grado di giocare il ruolo fino in fondo, cioè debba essere messo in grado di trovare lo spazio per colloquiare a parità di voce, a parità di poteri, sul tema della figura, del catalogo iconografico, sul tema dei segni, dei destini linguistici».<sup>22</sup> Questa riflessione di Sottsass sul ruolo del progettista nell'impresa si concretizza nel progetto Elea, nell'incontro professionale fra Roberto Olivetti, Mario Tchou e lo stesso Ettore: viene infatti studiato un nuovo sistema di rapporti, in cui il designer diventa "consulente" dell'industria, evitando in questo modo l'intaccamento diretto con le lotte, le competizioni, la routine giornaliera insomma, all'interno dell'industria.

Andrea Branzi illustra questo processo affermando che «in questo modello il design non era una funzione industriale, impegnata a risolvere i problemi produttivi, ma un'attività strategica, una cultura civile, immersa nel cambiamento della società, e quindi in grado di fornire alla grande industria attraverso il progetto, la sua identità dentro questa».<sup>23</sup>

Ancora, Sottsass a riguardo:

Stare fuori, essere consulente, significava anche potere attingere continuamente alla vita pubblica, dall'ambiente circostante notizie ed informazioni e quindi mantenere una elasticità intellettuale che l'impiegato,



44. Ettore Sottsass



a mano mano che il tempo passa, comincia a perdere, perché distratto da problematiche interne.<sup>24</sup>

Ne deriva così l'idea di un design che «non è soltanto un sistema per vendere meglio un prodotto, ma rappresenta da un lato l'immagine stessa dell'azienda, la realtà formale dell'industria, l'immagine con la quale l'industria si presenta alla società e dall'altro lato rappresenta o perlomeno partecipa in qualche maniera non certo determinante alla costruzione dell'immagine stessa della società».<sup>25</sup> Sottsass afferma infine che il compito principale del design, il "goal" è quello «di disegnarsi il mondo circostante, di disegnare quella parte di microcosmo che però diventa macrocosmo quando si diffonde e gira per tutto il mondo».<sup>26</sup> Nei fatti questa intuizione si applica attraverso la riorganizzazione dei settori decisionali dell'industria, dove il design cessa la propria dipendenza dal marketing, in favore di una più consolidata autonomia direttamente nel management, in modo da consentirgli un proprio potere decisionale.

In tal senso, Adriano Olivetti si fa di nuovo interprete di una nuova politica industriale, istituendo un organismo chiamato "Relazioni culturali, disegno industriale e pubblicità", che si accosta dal punto di vista funzionale proprio al management.

#### 4. Il cinema e video industriale Olivetti

Il corrente paragrafo è dedicato alla produzione audiovisiva dell'Olivetti che occupa, dal punto di vista cronologico, pressapoco il quarantennio che va dal 1950 al 1980. Si riporta in questa parte una breve panoramica dell'intera produzione, diversificata attraverso i molteplici modelli ideativi e le catalogazioni. Segue inoltre un'altra sezione dedicata ai principali autori, nonché registi dei casi studio di questa tesi, chiamati ad Ivrea a documentare l'azienda ed il suo prestigio.

##### 4.1 La sezione cinematografica Olivetti

La nascita della sezione cinematografica è agli inizi degli anni 50', una delle prime in Italia. Anche in questo settore, Adriano Olivetti ha anticipato sui tempi le altre aziende nazionali, è dunque precursore, generando significative esperienze di cinema già a partire dal 1949, anno del primo film intitolato *Un millesimo di millimetro*. In particolare, l'esperienza del cinema industriale Olivetti inizia attraverso una serrata collaborazione tra le diverse sezioni ed uffici, che avevano la funzione di produrre stampati, periodici, documentazione fotografica ed, appunto, girati filmici. Aristide Bosio guida il "Reparto Fotografico", parallelamente vi è il settore "Pubblicità", suddiviso a sua volta in "ufficio tecnico e pubblicità", "Ufficio letterario" ed "ufficio amministrativo", infine una tipografia e l'ufficio "fotografi e zincografi" affiancano l'attività di questi settori; soggetti, sceneggiature, scritti, vengono sviluppati all'interno di questi organismi.

Successivamente queste competenze vengono assunte da un organo specifico, la "Sezione Cinematografica", con sede ad Ivrea, ma appartenente alla "Direzione Pubblicità e Stampa". Adriano Bellotto cita anche "l'Ufficio Stampa" come collaboratore di questi progetti.<sup>27</sup>

Il film *Il martelletto* del 1950, un documentario di addestramento, segna l'inizio dei lavori all'interno della nuova Sezione Cinematografica, il cui primo film ufficiale è comunque *Trasporti interni* del 1951. La produzione di questi primi film, è sempre legata alla politica di immagine che Adriano ha introdotto in Olivetti, sin dalla sua ascesa, e discussa antecedentemente, che trova continuità anche dopo la sua morte, attraverso la direzione della Direzione Relazioni Culturali - Disegno Industriale - Pubblicità (DRCDIP),

nel ventennio successivo, di Renzo Zorzi. Sussistono inoltre dei forti legami con il repertorio generale del film industriale italiano, soprattutto nell'utilizzo ripetitivo di alcuni modelli tipici del genere. Si ricorda infatti che le Rassegne Nazionali del Cinema Industriale, a partire dal 1960, consentono un raffronto diretto fra i Repertori delle varie industrie italiane che vi partecipano, influenzandone reciprocamente le produzioni filmiche.

#### 4.2 Il repertorio Olivetti

A proposito della complessa produzione Olivetti, Adriano Bellotto premette che «occorre studiare il repertorio Olivetti in una prospettiva diacronica ed intrecciata, al fine di tener conto anzitutto della sua continuità negli anni, poi delle quantità ed infine delle forme. Sono questi infatti gli elementi che costituiscono una identità propria, uno statuto espressivo, una legittimazione storica, in definitiva una riconoscibilità (...) precisa e netta, e che tuttavia va descritta per autori, temi, periodi di appartenenza».<sup>28</sup> Bisogna quindi inserire ogni documento audiovisivo entro uno specifico contesto temporale ed autorale, motivo per cui si è anteposto, a questo capitolo, la breve storia dell'azienda e la definizione dello stile Olivetti.

La stessa fonte ci indica inoltre che nel repertorio Olivetti si possono distinguere due grandi settori: titoli a soggetto monotematico (soggetto o progetto comunicativo monotematico), e titoli con temi e finalità molteplici (intreccio dei contenuti e delle forme).

L'archivio ha tuttavia stabilito un tema prevalente in ogni documentario, ai fini di una accurata catalogazione. In questo intreccio di informazioni si ritrova spesso presente anche il tema del design, il principale interesse della tesi. Adriano Bellotto suggerisce poi dei punti fondamentali con cui schematizzare l'evoluzione del repertorio: evoluzione tecnica:

- iniziale impiego del mezzo cinematografico e successivo avvento del video;
- quantità di titoli diversi a seconda della categoria o sezioni di appartenenza tematica;
- temi vari: industriali, culture, arte, divulgazione;
- funzioni varie: pubblicità, promozione, didattica, prestigio, pubbliche relazioni, identità, cultura aziendale;
- destinatari, pubblico: verso spettatori generici (esterni), verso specializzati ed addetti (interni), verso entrambi;

- forme diversificate nella struttura: short, spot, minidocumentari, cortometraggi, mediometraggi, etc. per i film. caroselli, videoclip. multivision, documentari e programmi di informazione, addestramento, formazione, marketing, assistenza tecnica ai clienti, dimostrazione e presentazioni, di nuovi prodotti etc. per i video.

### 4.3 Catalogazione

La Cinevideoteca dell'Archivio storico ha riordinato la produzione olivettiana secondo un criterio tematico (per argomenti, soggetti e contenuti). Come già detto, rispetto alla complessità di alcuni video, laddove più tematiche si intrecciano, l'archivio ha stabilito anche in essi un tema principale e prevalente. Si Elencano di seguito elenco le categorie:

*Film d'arte, film e video industriali (1949-1991)*

Raggruppa documentari di varia durata i cui argomenti sono economici, sociali, tecnici, culturali, artistici, di promozione. I Critofilm di Ragghianti si trovano in questa categoria.

*Spot e short pubblicitari (1958-1992)*

Raccoglie i film di contenuto pubblicitario: spot, short e documentari promozionali.

*Olivetti per lo sport (1967-1988)*

Raccoglie i film che offrono servizi stampa e accoglienza nei grandi eventi sportivi (1967-1977), e i film che testimoniano la presenza di Olivetti nello sport, tramite servizi di informatica: Formula 1, sci, basket, ciclismo, vela (1967-1988).

*Mostre e attività di corporate (1962-1992)*

In questa sezione si trovano le cronache degli eventi come le mostre (design, grafica), le iniziative culturali. Uno dei casi studio, Olivetti Formes et Recherche, è situata in questa categoria.

*Eventi (1961-1992)*

Occupano questa categoria gli eventi di vita aziendale.

*Video di immagine istituzionale (1980-1991)*

Comprende i documentari istituzionali, destinati ad illustrare l'andamento dei risultati, investimenti, nuovi prodotti in occasione delle assemblee degli azionisti. In questa categoria anche dei video realizzati negli incontri con scuole, conferenze, videoconferenze, per il lancio di nuovi prodotti.

*Fabbricati industriali (1957-1959)*

Raccolta dei film sui fabbricati industriali dell'Olivetti

Formazione e addestramento

Sezione che raccoglie video e film con finalità di addestramento nei settori di produzione, montaggi, assistenza tecnica ai clienti.

*Documentazione di prodotto (1984-1991)*

Raccolta di video sull'azione di marketing e di assistenza clienti, realizzati da produzioni esterne.

*Servizi sociali (1974-1978)*

Filmati e video dei soggiorni dei figli dei dipendenti nelle colonie di vacanza.

*Movimento e Comunità (1959-1961)*

Raggruppa filmati riguardanti il Movimento Comunità.

#### 4.4 Cronologia

Si riporta in questo paragrafo, seguendo la traccia cronologica dettata da Adriano Bellotto, una cronologia generale della produzione, suddivisa in decenni.

##### 4.4.1 Gli anni 50 e i primi film

Il cinema Olivetti, che incomincia la sua attività in questo decennio, produce i suoi primi modelli orientandoli principalmente verso due tipi di genere, quello artistico-culturale e quello più tipicamente industriale, fondato "sull'equilibrio prodotto-marchio"<sup>29</sup>, volto quindi a diffondere l'immagine aziendale. Si ritrova, inoltre, qualche esempio che anticipa generi che fioriscono invece nei decenni successivi, come quello didattico-divulgativo e d'addestramento.

Sul genere artistico-culturale, bisogna comunque fare un discorso a parte, essendo la sua origine determinata da una particolare circostanza: questa produzione, nominata *Critofilm* di Carlo Ludovico Ragghianti, è composta da una ventina di documentari che l'Olivetti produce nella serie "SeleArte Cinematografica", tra il 1954 ed il 1964.

Lo stesso Adriano, la cui mentalità andava oltre i confini dell'industria, ha promosso e finanziato la produzione di questi film, anche in nome del rapporto di amicizia con Carlo Ragghianti ma, soprattutto, integrando una dimensione

culturale-artistica nella politica d'immagine aziendale dell'Olivetti.

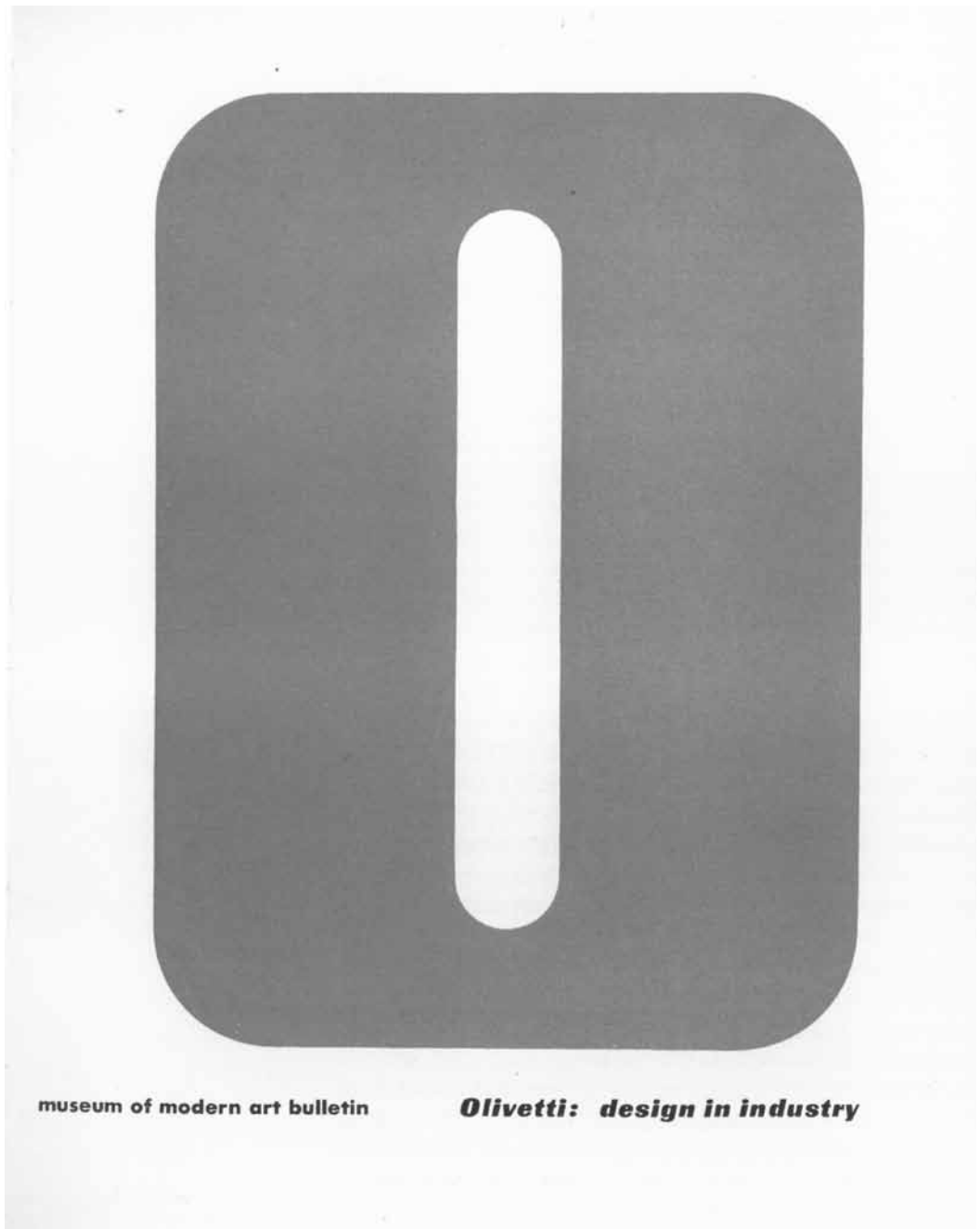
Il linguaggio e la tecnica di questi film porta delle innovazioni nel documentarismo contemporaneo. Modesta è anche la divulgazione ed il successo, che va dalle sale cinematografiche alle cineteche, musei, televisioni e scuole d'arte. Questa tipologia di documentario rimane un caso isolato nella storia del cinema industriale italiano ed è inoltre importante sottolineare come questi film conservino un linguaggio elaborato che punta a trasferire agli spettatori obiettivi di lettura critica non più per via letteraria o scritta ma con il linguaggio proprio del cinema.<sup>30</sup>

Avviando invece uno sguardo sui film propriamente industriali, si propone una breve panoramica dei primi titoli prodotti: *Un millesimo di millimetro* (1949) è il primo film prodotto dalla Olivetti, ideato da Leonardo Sinisgalli e girato presso un reparto di misure attivo ad Ivrea, ha come tema il progresso nel campo della microscopia e delle tecniche di misurazione; *Il martelletto* (1950) la cui funzione è l'addestramento tecnico interno; *Incontro con l'Olivetti* (1950) è il primo film che ritrae invece in senso figurativo l'Azienda di Ivrea, nei suoi ambienti, luoghi e persone; *Infermeria di fabbrica* (1951) è una riflessione sociologica sul mondo del lavoro ed i suoi rischi; infine *Trasporti interni* illustra le tecniche di automazione del lavoro attraverso l'analisi degli spostamenti interni.

*La Telescrivente Olivetti* e *Quattro operazioni a macchina* (1956) sono due film entrambi realizzati da Aristide Bosio. Il primo conserva un carattere didattico-divulgativo ed spiega i criteri di funzionamento dell'Olivetti *Tetractys*, macchina molto diffusa ai tempi e dotata di funzionalità complesse. Il secondo ne illustra invece il progetto tecnico ed il funzionamento.

Nota importante da fare è l'utilizzo dei cartoni animati in entrambi i film, utili per schematizzare facilmente i processi di funzionamento della macchina. Questo ultimo documentario è stato, tra le altre cose, visionato in sede privata per l'indagine di questa tesi. Stesso discorso per il successivo filamento, dal titolo *La forma di una macchina per ufficio* (1959), sempre di Bosio, che conserva un punto di maggior interesse rispetto ai precedenti poiché il soggetto del film è la forma della macchina e dunque il suo design. Si discuterà meglio questa tematica in uno dei paragrafi successivi, dedicato al design nel cinema Olivetti.

Nel 1957 l'azienda di Ivrea produrrà tramite registi esterni altri due documentari simili ad *Incontro con la Olivetti: Una fabbrica e il suo ambiente* (1957) che è una panoramica delle fabbriche di Ivrea e dintorni e *Sud come Nord*



45. Copertina di *Olivetti: design in industry*, Leo Lionni, 1952

(1958), pellicola che descrive in maniera verosimile la giornata lavorativa di un operaio negli nuovi stabilimenti Olivetti di Pozzuoli.

Bellotto definisce giustamente questo tema di ispirazione “comunitaria”, ossia attribuibile a quel Movimento Comunità creato da Adriano Olivetti e molto vivo in quegli anni. L'anno successivo inoltre il Movimento partecipa alle elezioni politiche e viene prodotto un medesimo film, “Comunità in cammino”, con la regia di Bosio. Inoltre si assiste alla produzione di altri due titoli più amatoriali: Ricerca d'ambiente eporediese e Terracotta a Castellamonte. Curioso è anche il documentario-cronaca di un *Pellegranaggio a Lourdes*, realizzato nel 1961 da Bosio, che mette a tema la devozione di un cattolico Adriano Olivetti. Si ricordi infine l'iniziativa di alcune università che promuovono la nascita di documentari scientifici universitari. Fra questi vi è anche il Politecnico di Milano che, attraverso Achille Barbenni (fondatore del Centro di Cinematografia Scientifica del Politecnico di Milano), instaura alcune collaborazioni con l'Olivetti.

#### 4.4.2 I primi anni 60' e la rivoluzione elettronica

L'Olivetti ha successivamente prodotto un vasto numero di titoli riguardanti l'addestramento e la formazione del personale dell'azienda, tema in parte anticipato in alcuni dei precedenti documentari. La cultura elettronica si impone come grande novità nella società del tempo e necessita di assistenza per la sua comprensione, soprattutto per ciò che concerne l'utilizzazione della tecnologia delle macchine.

Nel 1960 viene prodotto il documentario *Elea classe 9000* (1960), il cui soggetto è il calcolatore elettronico Elea, descritto nelle fasi di realizzazione, costruzione, progettazione e commercializzazione. Questo documentario diviene anche spunto di riflessione per il cambiamento epocale in corso con l'elettronica. Questo film, quasi un mediometraggio, è il prodotto di personalità eccellenti nel proprio campo professionale, tra i nomi compaiono anche il regista Nelo Risi, il grafico Giovanni Pintori ed il giovane emergente compositore Giovanni Berio. Si approfondirà meglio questo documentario nella terza parte, quella dedicata allo studio di casi specifici. Gli stessi collaboratori produrranno in seguito un film dal tema analogo, intitolato *La memoria dell futuro* (1958). La Sezione Cinematografica lancia inoltre degli short destinati al circuito pubblicitario cinematografico, aventi soggetti che



variano dalla presentazione dell'azienda stessa sino ai singoli prodotti. La peculiarità di questi documenti visivi è quella di possedere una durata che varia tra 1'-2', temporalmente minore di un film pubblicitario (4'-5') e maggiore di uno *spot* commerciale per televisione (15"-45"). Bellotto utilizza per definirli il termine *minidocumentario*. Essi si differenziano per l'originalità con cui comunicano il messaggio pubblicitario-promozionale, presentato nel più vasto contesto dell'ambiente industriale dove compaiono panoramiche sul lavoro, gli edifici, i reparti, gli operai etc. Alcuni di questi documenti conservano un carattere rivolto unicamente alla presentazione del prodotto che diviene in tal senso protagonista unico della comunicazione. Questo aspetto avvia lentamente in quegli anni ad un processo di sviluppo della pubblicità verso una forma più moderna, quella dello *spot*.

Un modello che invece non conosce particolari cambiamenti è quello dei film d'animazione, la cui natura consente elasticità sia nelle forme che nei tempi. Degli esempi sono: *Pompeo e Zeno*, il cui soggetto viene utilizzato in sei Caroselli intitolati *Parole* (1970), *Il Canzoniere del Petrarca* e *Le message*, breve filmato ludico di Jean Michel Folon. La prima pubblicità Olivetti nel Carosello compare nel 1965 anche se non in forma di cartone animato; è interessante notare la collaborazione al progetto di Bruno Munari.

I modelli ideativi che l'Olivetti produce in continuità con il decennio precedente sono sempre scientifici-tecnologici, con intenti divulgativi e rappresentazioni d'ambiente. Esempi ne sono alcuni documentari più "generici" (ossia non rappresentanti direttamente l'industria Olivetti): *La via del lavoro* (1961) con soggetto storico, *Telecomunicare* (1965), filmato che racconta la storia del telefono, telegrafo, radio e televisione, *Il diavolo nella bottiglia* (1968) con soggetto scientifico ed infine *Le artificiose machinae* e *La storia del motore* (1972) che sono due documentari aventi come soggetto i motori e la loro storia. Altri titoli dello stesso genere, ma che conservano invece argomenti più contigui al campo di ricerca Olivetti sono: *Stampante veloce MZ*, filmato che affronta le fasi di ricerca ed elaborazione delle stampanti, *Un mare di numeri*, documentario sulla ricerca, produzione e sviluppo della *Programma 101*; *Auditronic 770. Minicomputer contabile* che illustra a sua volta il funzionamento del medesimo prodotto; *La macchina del Tempo* (1968) che analizza i nuovi mercati mondiali con l'avvento delle nuove tecnologie ed infine *Uno, mille, un milione* che tratta il calcolo numerico della macchina. Altri modelli testimoniano invece la produzione industriale Olivetti di quegli anni, con l'obiettivo primario di mostrarne le competenze professionali.

*Ordine e Spazio* (1964), illustra ad esempio la produzione di mobili e di arredi Olivetti *Synthesis*, stabilimento situato a Massa e Carrara; *TC 600 per la gestione globale nei magazzini*, *Le marcatrici Olivetti per le casse di risparmio* (1968), *Lettura dei documenti*. Il *Sistema CMC7*, *Le regole del gioco*, *Software Olivetti*, rappresentano il funzionamento delle nuove tecnologie informatiche; *NGM401 una macchina, un'officina*, *Ordine e Spazio* (1964), *Auctor. Meccanica a controllo elettronico*, *Elettroscrittura* (1967), *Tekne3* (1964), *N/C Il controllo numerico: una svolta nella storia dell'officina*, *Tempo da dare* (1969), descrivono l'attività produttiva aziendale dei singoli oggetti fabbricati dall'Olivetti. Compaiono inoltre dei modelli di film d'arte: *Arte programmata* (1963), *Giochi di persuasione*, *Storia del manifesto pubblicitario a Kyoto* (1969) e *Henri Matisse*. Quest'ultimo si posiziona nel repertorio come una continuazione dei critofilm di Carlo Ludovico Ragghianti.

Non mancano titoli che conservano invece una connotazione più didattica, tra le numerose produzioni occorre citare *Un calcolatore, dei ragazzi*, filmato che documenta degli esperimenti condotti nelle scuole con la *P101*.

Singolare è l'unico film fiction girato dalla Olivetti, *Informazione leitmotiv* (1969), il cui protagonista è Enzo Jannacci che, in veste ironica, riflette sull'elettronica ed il mondo dei mass media.

Un altro genere di film che fiorisce verso la fine del decennio è quello che riguarda le competizioni sportive, ricordiamo *Information en 24 Heures* (1967), *Estrellas y deportes. Mexico* (1968), *Olivetti and Sapporo Winter Olympic Games* (1972). Negli anni 80', con la partecipazione diretta dell'Olivetti in alcune competizioni sportive, il repertorio sportivo godrà di una numerosa produzione. L'Azienda registra inoltre in questo decennio molti successi presso le Rassegne Nazionali ed Internazionali del Film Industriale, rese possibili grazie alla Confindustria e alla sua collaborazione con le Ambasciate e le Camere di Commercio. Ne sono esempio le partecipazioni alla "X Rassegna Nazionale del Film Industriale" tenutasi a Como nel 1969 ed il successivo "Festival Internazionale di Berlino".

#### 4.4.3 la direzione di Renzo Zorzi

Verso la fine degli anni 60' viene riorganizzato, nelle sue gerarchie, il polo di produzione cinematografica dove ad assumerne la direzione è Renzo Zorzi, direttore della Direzione Relazioni Culturali - Disegno Industriale - Pub-

blicità (DRCDIP), che opera in tre gruppi principali: Design, Ufficio Stampa - Relazioni Esterne, Uffici di progettazione pubblicitaria.

La Sezione Cinematografica, supportata da questa nuova direzione, potenzia le sue attività: i modelli guardano ora più verso le politiche di marketing e vengono chiamati nuovi filmmaker ad Ivrea con l'obiettivo di sperimentare nuove forme, immagini, montaggi e sceneggiature. Alle stesure collaborano anche scrittori, poeti, giornalisti ed esperti di pubbliche relazioni. Massimo Magrì, Giacomo Battiato, Giovanni Cecchinato ed infine Aristide Bosio sono i principali registi che consolidano i nuovi canoni dettati dalla DRCDIP. Queste nuove linee rimangono caratterizzate sempre e comunque da una misurata attenzione per l'identità visiva dell'azienda Olivetti nella quale il cinema entra sempre più coscientemente a farne parte. Un esempio, presente anche nei casi studiati, è il documentario della mostra itinerante *Olivetti: formes et recherche/concept and forms* (1969), che celebra la multidisciplinarietà dell'immagine aziendale Olivetti, la Corporate Image (architettura industriale, ricerche di disegno industriale e di grafica, comunicazioni pubblicitarie, prodotti, utilizzazione dei più vari supporti di immagine, opere figurative espressamente commissionate ad artisti).

Il cinema industriale Olivetti lascia così la sua fredda schematicità del decennio precedente e si rilancia in una ricerca più sofisticata e vivace, che rinnova le forme tradizionali del genere e continua la sua operazione di consolidamento del prestigio dell'immagine dell'azienda di Ivrea.

#### 4.4.4 Gli anni 70' e l'avvento del video

La prima novità di questo decennio, come anticipato nella parte storica, che consentirà l'introduzione di notevoli sperimentazioni nel genere, è lo sviluppo tecnologico del campo cinematografico. Ha infatti luogo il graduale passaggio dai film di 35 e 16mm al video, che ha i vantaggi di essere meno costoso, facilmente aggiornabile e trasportabile. Altra innovazione tecnologica che occorre citare è l'avvento del "colore" in tutta la produzione cinematografica e televisiva mondiale. Anche i soggetti sono in costante evoluzione, la novità tecnologica che l'Olivetti si prepara ora a comunicare nei propri film e video è l'informatica, oltre che gli altri prodotti di successo come i mobili e le macchine per ufficio. Continua inoltre la produzione di video per d'addestramento del personale.

L'immagine aziendale, o *Corporate Image*, come era già stato anticipato nella mostra itinerante nel '69, assume un ruolo primario nella comunicazione aziendale, tanto che l'Olivetti finanzia nel 1972 parte di alcuni progetti (anche audiovisivi) nella mostra *Italy: The New Domestic Landscape* al MoMa di New York e nel 1979 realizza, con l'Università di California, Los Angeles, una mostra che celebra ancora una volta l'azienda ed appunto, la sua immagine.<sup>31</sup> A supporto di questa piccola parentesi, vi è un documentario televisivo dal titolo *The Corporate Image*, realizzato nel 1979, in cui, come scrisse proprio Zorzi, veniva illustrata «una certa idea di cultura e di responsabilità industriale di determinare la propria identità negli insediamenti in cui si è articolata, nella forma dei suoi prodotti, nella comunicazione».<sup>32</sup>

Infine, dal punto di vista formale, la cultura pop ha rinnovato l'immaginario comune. Le nuove forme, che si apprestano ad inserirsi nei film, presentano colori vivaci, maggiori geometrie, fotografie ed immagini di moda. Un esempio tra questi film è *Macchina cerca forma* (1970), di Massimo Magri che verrà più approfonditamente studiato nella terza parte.

Questi anni inaugurano così una nuova stagione di sperimentazioni nonostante dal punto di vista numerico la produzione di film e video sia minore rispetto al decennio precedente. I film didattici sono i primi a subire un'evoluzione tramite il video. Gli operai non possiedono più il ruolo manuale dei decenni precedenti, l'elettronica automatizza maggiormente il lavoro e porta alla necessità di creare una moltitudine di video didattici per educare gli operai all'utilizzazione e alla gestione delle nuove macchine. Un discorso analogo può essere affrontato per le nuove tecnologie informatiche. Viene citata in proposito una citazione di "Notizie Olivetti" del 1974: «L'obiettivo è soprattutto di interpretare il funzionamento della macchina, esaminato nei vari gruppi che la compongono, accennando soltanto ai movimenti che l'operaio deve compiere per il montaggio»<sup>33</sup>

Verranno riportati in seguito alcuni tra i principali film e video prodotti in questi anni. Sulla produzione dei sistemi informatici si ricordino i seguenti cortometraggi: la serie *Il sistema Autit 5* che illustra nello specifico le peculiarità del medesimo sistema; la serie *Il sistema Autit 7* (1974), altro film analogo che tratta un altro sistema; la serie *TC 800* (1970), versione multilingue che illustra il funzionamento del sistema *TC.800 Financial System*. Queste serie, prodotte inizialmente come film, sono stati successivamente trasferite su video e distribuiti agli adepti organi commerciali. Verranno ricordati in fine altri brevi film, di durata poco superiore ai 10', aventi come soggetto il

tema informatico, con particolare attenzione alle operazioni bancarie: *Sistemi per la Banca, Borsa, Portafoglio, Titoli* (1970); *Sistemi Olivetti per la Banca. I terminali* (1974). Più vicini al tipico documentario industriale si ricordino il film *Processo di montaggio* che mostra il progetto e la realizzazione di macchinari destinati al montaggio automatico e *Minifabbriche* che mostra invece la nuova organizzazione del lavoro in linee di montaggio. Altri film e video destinati invece alla presentazione di nuovi prodotti sono: *ET 101* ed *ET 201-221*, film che illustrano le caratteristiche delle prime macchine da scrivere elettroniche; *La classe 40. Logos 42* (1976), un cortometraggio a cui partecipa anche Egidio Bonfante; *Syntax* (1980); *Diario dattilografico*, con protagonista una segretaria ed il sistema di scrittura *Editor S14*; *La nuova linea dei Sistemi di Gestione Olivetti: BCS 2000/2003*; *Il robot SIGMA. Applicazioni* (1980). Non manca inoltre un documentario sulla produzione di mobili, *Olivetti Synthesis 45/80* (1978) che testimonia la continua attività nelle fabbriche di Massa Carrara.

In questi anni compaiono nuovamente documentari di tema artistico-culturale: *Louis Kahn Architect*, film dedicato al citato architetto e *Olivetti Plant* (1972), documentario che illustra l'edificio industriale progettato dallo stesso Kahn a Harrisburg per Olivetti.

Si citano infine alcune interessanti sperimentazioni nel campo audiovisivo di questi anni: *TES 401* e *TES 501*, documentari che illustrano le prestazioni del nuovo sistema di scrittura *Text Editing System*, vengono costruiti su una successione di fogli di carta in animazione e ritmati da una colonna sonora; *Jukebox* e *Implicor*, sistemi audiovisivi interattivi progettati da Umberto Bignardi, Ettore Sottsass e Hans Von Klier, che permettono la proiezione di immagini sincronizzate a suoni registrati su nastro, utilizzati soprattutto negli eventi come le sopracitate mostre.

Come ultima segnalazione occorre ricordare *Notizie Olivetti TV* (di cui l'Archivio ne conta cinque numeri) che, dal 1975, affianca l'omonima rivista "Notizie Olivetti", producendo una serie di servizi e notiziari di breve durata volti alla registrazione della cronaca di eventi aziendali. *Olivetti oggi* è invece un sistema di diapositive sonorizzate destinate alla proiezione nelle sedi, filiali ed nelle fiere.

#### 4.4.5 Gli anni 80'

Gli anni 80' rappresentano il periodo storico in cui l'Olivetti cambia radicalmente le proprie politiche aziendali, soggette a grandi trasformazioni di carattere amministrativo, finanziario e commerciale.

Il veicolo prediletto dalle industrie per la conquista del mercato è la televisione, la produzione audiovisiva si concentra quindi principalmente su generi come spot e short pubblicitari. Il documentario industriale subisce quindi un'inevitabile flessione ma continua, nonostante il vertiginoso cambiamento, a esistere. Il genere industriale trova così forma per lo più nell'ambito didattico-scientifico, rivolgendosi all'utenza utilizzatrice dei nuovi prodotti informatici (i computer e la scrittura elettronica), nell'ambito sportivo, segnato dalla presenza dell'Olivetti in diverse manifestazioni sportive ed infine, in maniera più limitata, nell'ambito istituzionale e culturale dove si lega a iniziative di Corporate Image. Il video, che è soggetto a evoluzioni nella sua tecnologia, conquista il primato di unico formato utilizzato per questa produzione. Diventa possibile il suo trattamento tecnico tramite postproduzione elettronica permettendo così l'apertura a nuove possibilità stilistiche ed espressive: i documenti audiovisivi. Si assiste in oltre all'affermazione di un nuovo tipo di formato: il videoclip.

Si citano in seguito alcuni titoli dal repertorio Olivetti negli anni 80'. Tra gli spot e short si ricorda: *Copia 105*; *ET221*; *ETV260*; *ETV 300*; *Icarus. Il nuovo progetto di spazio*; *Olivetti Bridge*; *Olivetti M 10*; *Olivetti M 20*; *Olivetti M 24*; *Olivetti peripherals*; *Olivetti registratori di cassa*. Per quanto riguarda video dedicati ai prodotti occorre citare *Stampanti per tutti i Computers* (1987). Tra i video di carattere didattico-scientifico si ricorda: *Design Center* (1985), avente come soggetto un centro di progettazione di circuiti integrati ad alta densità; *Piezo ink Jet* (1986) che tratta un nuovo sistema di scrittura a gocce d'inchiostro; *La servopenna. Lo scrivere di oggi e domani* (1982), *La microspia elettronica a scansione nello studio dei circuiti integrati* (1985), *La ricerca Olivetti nell'elaborazione della voce*, *Olivetti Speech Recognition* (1989), che illustrano gli ambiti delle ricerche Olivetti. In ambito istituzionale va ricordato: *Olivetti e Industria* (1987), *Olivetti oggi*, *Olivetti per i neolaureati* (1987). Infine tra i video di cronaca aziendale occorre citare: *Computers by Computers*, *Olivetti per il commercio*. Attualmente l'attività audiovisiva industriale è interrotta, viene ripresa se non per delle rievocazioni museali o mostre in cui spesso si utilizzano immagini di repertorio.

#### 4.5 L'Archivio Nazionale Cinema d'Impresa di Ivrea

L'Archivio Nazionale Cinema d'Impresa nasce nel 2005 con una convenzione istituita tra il Centro Sperimentale di Cinematografia, Regione Piemonte, Telecom e Comune d'Ivrea per contribuire alla catalogazione, alla conservazione ed alla valorizzazione della svariata produzione realizzata in ambito d'impresa a partire dalle origini del cinema.

L'archivio ha iniziato a promuovere un'intensa attività di conservazione, restauro e valorizzazione di materiali rilevanti per la storia economica e sociale dell'Italia del Novecento.

Attualmente sono state depositate circa 30.000 bobine provenienti, oltre che dalle collezioni storiche della Cineteca Nazionale, da archivi aziendali (Edison, Fiat, AEM Milano, Olivetti, Innocenti, Breda, Studio G), case di produzione di pubblicità (Film Master, Recta Film), enti di ricerca (Enea), Università (Archivio del cinema industriale e della comunicazione c/o Università Carlo Cattaneo-Liuc) e arriverà a regime a oltre 50.000 pellicole.

L'Archivio d'Ivrea ha sede nell'ex asilo progettato dall'architetto Ridolfi, splendido esempio di architettura olivettiana inserito nel circuito del MA-AM (Museo a cielo aperto dell'architettura moderna). Al suo interno tutte le collezioni sono conservate in depositi a norma della Federazione Internazionale degli Archivi del Film in condizioni climatiche controllate.

#### 4.6 I registi Olivetti

In questo paragrafo si elencano alcuni dei registi operanti nell'audiovisivo Olivetti, fra i tanti sono stati scelti i nomi di Aristide Bosio, Massimo Magrì, Giacomo Battiato e Nelo Risi.

Ho inoltre avuto l'occasione di intervistare du persona Massimo Magrì nella sua residenza Milanese. Il suo racconto sull'esperienza con Olivetti negli anni 70' ha fortemente contribuito alla comprensione della ragion d'essere dei progetti audiovisivi all'interno dell'azienda di Ivrea.

#### 4.6.1 Aristide Bosio

Con pignolesca cura Aristide Bosio analizzava i sistemi di produzione e le strutture meccaniche delle macchine per scrivere dell'Olivetti, prima, e poi dei calcolatori, con documentari che avevano il pregio della chiarezza e la pulizia di congegni ben costruiti.<sup>34</sup>

Aristide Bosio è il principale regista delle prime produzioni filmiche dell'Olivetti. Il suo nome appare in numerosi titoli a partire dagli anni 50', soprattutto specializzando la propria abilità verso soggetti relativi a vicende produttive, come testimonia la citazione soprastante. Singolare è la tecnica con cui egli studia un reimpiego continuo delle immagini, in cui procede con tagli, riproposizioni, montaggi derivati da immagini nuove, o da diversi film già prodotti. Attraverso questo singolare lavoro, Bosio vuole aggiornare e mostrare l'evoluzione tecnologica in corso, generando confronti tra immagini che appartengono a periodi temporali differenti.

#### 4.6.2 Massimo Magri (Milano 1940)

Gli esordi di Massimo Magri nell'ambiente cinematografico risalgono alla fine degli anni 50', come vice di Giuseppe Bartolucci e come critico teatrale del quotidiano "Avanti!". Affianca successivamente Alberto Cavallone nella regia del documentario sulla guerra d'Algeria, *La sporca guerra*. Nel 1968 fonda insieme al produttore Leonardo Pescarolo ed altri cinque registi, tra cui Giacomo Battiato, la Politecne Cinematografica s.p.a., società di produzione cinematografica. Si occupa principalmente di regia e produzione di film, documentari e pubblicità sino al 1992, anno in cui esce dalla società e diviene libero professionista. Ha infatti prodotto il primo film di Giacomo Battiato (*La casa della vecchia Signora*, 1973) e il primo di Gabriele Salvatores (*Sogno di una notte di mezza estate*, 1983). Rai, Bbc, Moma, Fiat, Lancia, Alfa Romeo, Nestlè, Barilla, Saiwa, Alessi, B&B, Gillette, Opel, Citroen, Poste Italiane, Prealpi, I-Net, Carlo Erba, Pagine Gialle, sono alcuni dei nomi di aziende per cui ha lavorato oltre che, ovviamente, Olivetti, per la quale ha prodotto i documentari *Macchina cerca forma* (con Ettore Sottsass), *Le regole del gioco* (con Franco Fortini). Così Massimo Magri racconta l'inizio del rapporto professionale con la Olivetti, di cui Ettore Sottsass è in questo caso mediatore:



Fummo fortunati: venne quasi subito una chiamata da Ettore Sottsass che si era inventato, per uno stand Olivetti a una fiera, una macchina che faceva il verso al cinema dei primordi: una serie di visori che richiamavano quelli dei burlesque degli anni dieci. Realizzammo due brevi filmati. In uno, un capellone indianeggiante trascinava al guinzaglio per Portofino una Praxis 48, nell'altro le immagini di cavalli che saltavano ostacoli erano mischiate a linee e forme di stabilimenti Olivetti e di terminali disegnati da Sottsass e Bellini. In Olivetti nessuno si spaventò. Anzi, si incuriosirono.<sup>35</sup>

Nel 1972 coordina per il Museo d'Arte moderna di New York i progetti multimediali per Gae Aulenti ed Ettore Sottsass, all'interno della mostra *Italy: The New Domestic Landscape* curata da Emilio Ambasz. Attualmente egli è docente allo IUAV di Venezia, presso il corso di laurea specialistica in comunicazioni visive e multimediali e responsabile del laboratorio di cinema e televisione. L'ultimo lavoro da lui prodotto è un documentario di 50' su Caravaggio.

#### 4.6.3 Giacomo Battiato (Verona, 1943)

Giacomo Battiato si forma in pubblicità e con i cortometraggi, dirige anch'egli film pubblicitari e documentari, vincendo tra l'altro importanti premi. Da regista trova una propria cifra stilistica soprattutto con le molte serie tv cominciate nel 1973 con una riduzione da R.L. Stevenson per la Rai. Al cinema arriva dieci anni dopo con *I paladini* (1983), affresco epico cui seguono due film biografici: *Stradivari* (1988), sul celebre liutaio, e *Una vita scellerata* (1990), dedicato a B. Cellini. Con il film *Resolution 819* ha vinto il "Marco Aurelio d'oro" al Festival internazionale del film di Roma 2008. Mette in scena due opere liriche: Simone Boccanegra di Giuseppe Verdi, allo Staatsheater di Stoccarda, e *Così fan tutte* di Wolfgang Amedeus Mozart al Teatro Mercadante di Napoli. Nel 1996 esce presso Marsilio Editore il suo primo romanzo *Fuori dal cielo*. Il suo primo romanzo *Fuori dal cielo* ha ben figurato, e dal 2000 è edito da Mondadori il suo secondo romanzo "L'amore nel palmo della mano".

#### 4.6.4 Nelo Risi (Milano 1920)

Nelo Risi, laureato in medicina come il più conosciuto fratello Dino, si ded

ca alla poesia a partire dal 1941, anno in cui pubblica la sua prima raccolta, *Le opere e i giorni*. Nello stesso periodo affianca all'attività letteraria quella di regista, (l'esordio con il film *Andremo in città*) realizzando otto film, oltre che un telefilm e diversi documentari, cortometraggi e inchieste televisive.

#### 4.7 Il design nel Cinema Industriale Olivetti

Un oggetto non è un personaggio. È già stato comunicato dal designer.

Quello che il filmato può fare è inserirlo in un racconto cercando di confermare la forma e di collegarla a un'intenzione ed un'intuizione, a un uso e a un senso.

L'oggetto di design è forse simile a un attore. E il regista a un biografo.<sup>36</sup>

Questo ultimo paragrafo vuole essere un'introduzione ai casi studio la cui analisi è stata orientata verso un'aspetto, il design, non dichiaratamente da considerarsi come una categoria o piuttosto come soggetto principale dei film e video ma, altresì, come un co-protagonista, o, per dirla meglio, come Massimo Magrì suggerisce, un attore. Si elencano di seguito i film ed i loro criteri di selezione:

-Titoli in ordine dei film casi studio:

*Forma macchina per ufficio*, Aristide Bosio, 1959

*Elea classe 9000*, Nelo Risi, 1960

*Macchina cerca forma*, Massimo Magrì, 1970

*Olivetti: formes et recherche / concept and forms*, Philippe Charliat, 1969

*Valentine*, 1969

*Introduction, Italy: The New Domestic Landscape*, Giacomo Battiato, 1972

*Sottsass*, Massimo Magrì, 1972

*Aulenti*, Massimo Magrì, 1972

- l'azienda caso studio è Olivetti, uno dei più grandi esempi di imprenditoria italiana in cui il triplice rapporto industria-design-audiovisivo è fortemente riscontrabile, soprattutto a causa della particolare vocazione dell'azienda verso il design e la comunicazione visiva. È stato preferibilmente avvantaggiato lo studio di figure come Adriano Olivetti, Ettore Sottsass. La motivazione sta nelle numerose comparse di questi nomi nella storia della Olivetti nel periodo temporale giudicato di maggior interesse per la ricerca, e nella portata rivoluzionaria che hanno dimostrato a livello di imprenditoria e design.

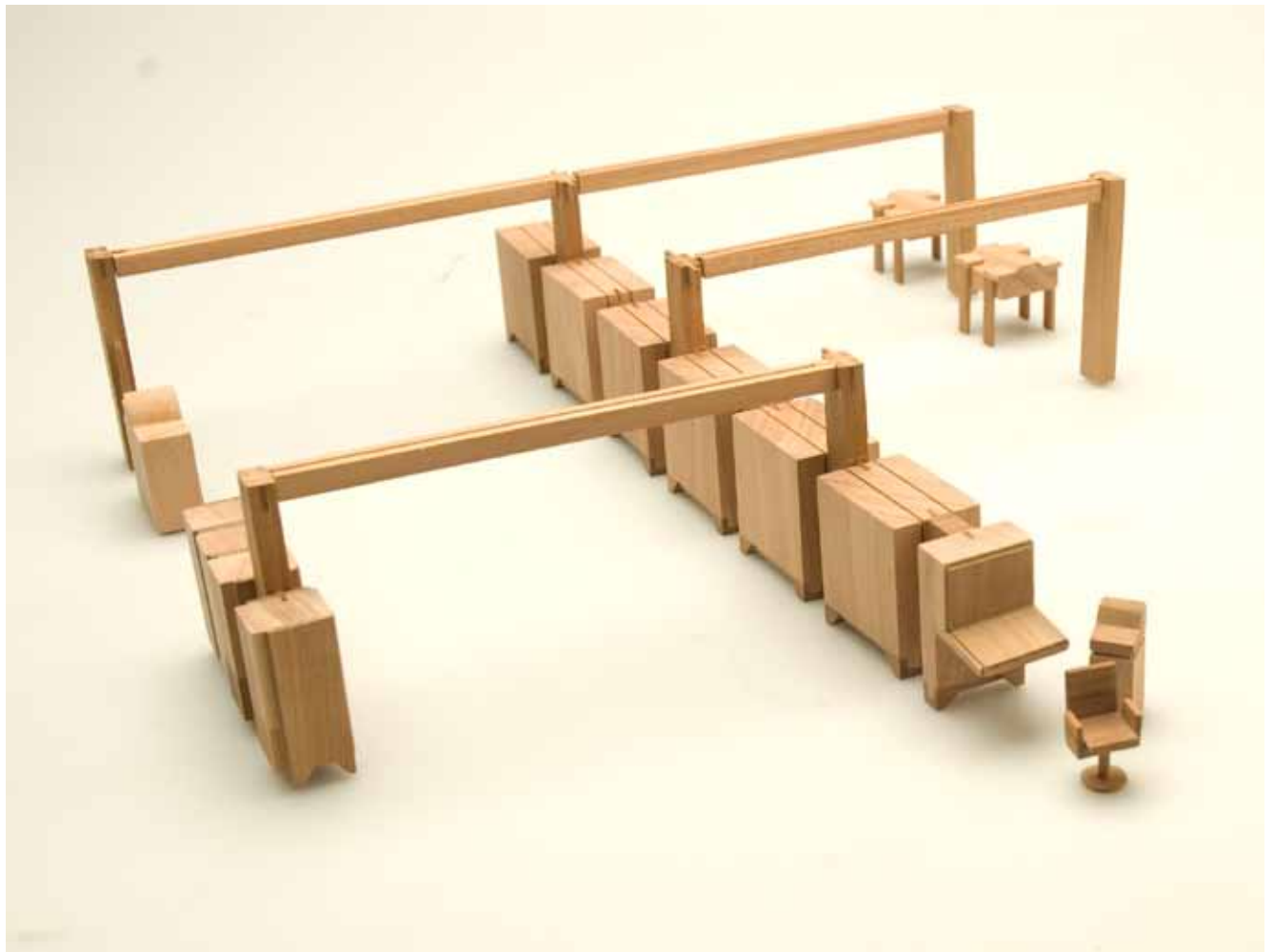
- a conferma di quello affermato nel punto precedente, è stato infine delineato tramite questi film un percorso tematico incentrato proprio sul design. I casi studio sono stati selezionati secondo un criterio che vede coinvolti i registi nel

difficile compito di comunicare il design, chi più e chi meno. Si vedrà come i diversi decenni presentino scenari differenti nel rappresentare la forma, la funzione e l'estetica delle macchine. La selezione dei film occupa il periodo più proficuo sia per il design italiano (ed in special modo Olivetti), che per il cinema industriale in generale. Per cui fine anni 50, anni 60 ed inizio anni 70.

- Massimo Magrì, Aristide Bosio, Philippe Charliat, Giacomo Battiato, Nelo Risi, sono i registi che hanno in modi diversi avuto a che fare con il tema del design all'interno dei filmati da essi girati. Nei loro film compaiono infatti Ettore Sottsass, Marcello Nizzoli, Gae Aulenti e Giovanni Pintori.

- Il primo film visionato è stato *Elea classe 9000*, in occasione di un progetto sviluppato per la fondazione Natale Cappellaro a Ivrea. Questo film ha iniziato l'idea della ricerca di materiali analoghi. Il designer dell'Elea 9003, Sottsass, e l'autore delle grafiche animate, Pintori, sono diventati le potenziali figure cui riferirsi nell'ideazione di un tema per l'indagine. Da qui ha preso così vita l'idea di ricerca del rapporto tra audiovisivo e designer, esplorabile dentro l'universo Olivetti. La selezione degli altri film (*Macchina cerca forma*, *Olivetti: formes et recherche / concept and forms*, *Valentine*, *Introduction*, *Italy: The New Domestic Landscape*) è stata suggerita quindi dall'Archivio Nazionale Cinema d'Impresa di Ivrea in seguito alla richiesta di materiali audiovisivi riguardanti appunto Ettore Sottsass e Giovanni Pintori. Questi nomi a loro volta erano già comparsi entro *Elea classe 9000*, film visionato per puro caso e divenuto punto di partenza per la corrente ricerca. I video del MoMa sono invece comparsi come casi studio in seguito all'incontro con Magrì, come ulteriore approfondimento del rapporto design-audiovisivo, coinvolgendo documenti visivi che illustrano direttamente alcuni progetti di famosi architetti e designers italiani.

In ultimo, il primo video di Bosio, che è stato reperito in sede privata, è stato scelto per completare il quadro, in ragione di una sua breve sequenza narrativa che illustra i rapporti tra la Olivetti ed il progettista Nizzoli.



46. Modellino-gioco in legno dell'*Enea 9003* per i figli dei dipendenti, 1959

NOTE:

- 1 Lizzani Carlo, Prefazione a Paparoni L. (a cura di), *Nuovo Repertorio del film industriale*, Confindustria, Sipi, Roma 1988, p.8
- 2 Bellotto Adriano, *La memoria del futuro*, Ivrea, Archivio Storico del Gruppo Olivetti, 1994, pag. 12
- 3 Bellotto Adriano, *La memoria del futuro*, Ivrea, Archivio Storico del Gruppo Olivetti, 1994, p.35
- 4 Bellotto Adriano, *La memoria del futuro*, Ivrea, Archivio Storico del Gruppo Olivetti, 1994
- 5 Olivetti Adriano, *Società Stato Comunità*, Edizioni di Comunità, Milano 1952, pg 47-57
- 6 Verdone Mario, *Il cinema del lavoro*, Roma, Realtà Editrice in Roma, 1961
- 7 Bertieri C., A Trieste, *la IX Rassegna del Cinema industriale*, "Bianco e Nero" (Roma), n. 5-6, maggio-giugno 1968, p.89
- 8 Zaccaria Mario, *Le grandi industrie e il cinema: Olivetti*, "Cinema e Industria" (Roma), anno III, n. 1, gennaio-febbraio 1989, p 23
- 9 Berta G., *Le idee al potere. Adriano Olivetti tra la fabbrica e la comunità*, Milano 1980, p.174
- 10 da *Stile Olivetti* a Francoforte sul Meno, in "Notizie Olivetti", n.73, novembre 1971, pp 70-71
- 11 Vinti Carlo, *Gli anni dello stile industriale 1948-1965*, Venezia IUAV, Marsilio, 2007, p.27
- 12 Berta Giuseppe, *Le idee al potere. Adriano Olivetti tra la fabbrica e la comunità*, Ivrea, edizioni di Comunità, 1980, p.32.21Ibid, 189
- 13 Rauch Andrea, *Graphic Import-export*, in *Il modello italiano*, Skira editore, 1998
- 14 Soavi Giorgio, *Adriano Olivetti una sorpresa italiana*, Milano, Rizzoli, 2001, p 18
- 15 Pamploni Geno, *Architettura e urbanistica negli anni cinquanta alla Olivetti*, Ediz. in proprio, Firenze 1974
- 16 Occhetto Valerio, *Adriano Olivetti*, Ivrea, Cossavella editore, 2000, p.9816
- 17 Fundarò Anna Maria, Martorana Antonio, *Storie e progetti di un designer italiano, quattro lezioni di Ettore Sottsass Jr.*, Firenze, Alinea Editrice, 1983, p. 28

- 18 testimonianza riportata da Kermit Lasner, Olivetti, *A man and style*, «Horizon», New York, novembre 1959
- 19 Soavi Giorgio, *Adriano Olivetti una sorpresa italiana*, Milano, Rizzoli, 2001, p 35
- 20 Rauch Andrea, *Graphic Import-export*, in *Il modello italiano*, Skira editore, 1998
- 21 Radice Barbara, *Sottsass*, Milano, Electa, 1993
- 22 Sottsass Ettore, *Scritti*, Vicenza, Neri Pozza Editore, 2002, p. 315
- 23 Branzi Andrea, *Introduzione al design italiano*, Milano, Baldini & Castoldi, 1999, pp. 127-128
- 24 Fundarò Anna Maria, Martorana Antonio, *Storie e progetti di un designer italiano, quattro lezioni di Ettore Sottsass Jr.*, Firenze, Alinea Editrice, 1983, p. 26
- 25 Fundarò Anna Maria, Martorana Antonio, *Storie e progetti di un designer italiano, quattro lezioni di Ettore Sottsass Jr.*, Firenze, Alinea Editrice, 1983, p. 28
- 26 Fundarò Anna Maria, Martorana Antonio, *Storie e progetti di un designer italiano, quattro lezioni di Ettore Sottsass Jr.*, Firenze, Alinea Editrice, 1983, p. 17
- 27 Bellotto Adriano, *La memoria del futuro*, Ivrea, Archivio Storico del Gruppo Olivetti, 1994, P.66
- 28 Bellotto Adriano, *La memoria del futuro*, Ivrea, Archivio Storico del Gruppo Olivetti, 1994, p.12
- 29 Bellotto Adriano, *La memoria del futuro*, Ivrea, Archivio Storico del Gruppo Olivetti, 1994, p.52
- 30 Raghianti Carlo Ludovico, *Il linguaggio artistico*, Einaudi, Torino, 1979
- 31 *Immagine Olivetti a Los Angeles*, Domus 594, maggio 1979, pp 44-49
- 32 Zorzi Renzo, *Design Process*, "GO" (Ivrea), a.VII, n.2 , giugno 1979, p.5
- 33 Il prof. Video, "Notizie Olivetti", Ivrea, a. XV, n. 6, settembre 1974, p.1
- 34 Gozzi G., *L'industria per immagini*, in Aa. Vv., *Col ferro e col fuoco*,. Rassegna di film sul lavoro, Edizioni del Cerro, Pisa 1985, p.60
- 35 Magrì Massimo, *Documentare il design*, Disegno Industriale (diid) 28, settembre-ottobre 2007, p. 6
- 36 Magrì Massimo, *Documentare il design*, Disegno Industriale (diid) 28, settembre-ottobre 2007, p. 8





47. Ugo La Pietra inside his display for the MoMA exhibit, 1972



## Parte Terza

### Il progetto della comunicazione audiovisiva industriale: casi studio

Questa ultima parte è dedicata allo studio di sei documenti audiovisivi, acquisiti nel febbraio 2010 presso l'Archivio Nazionale Cinema d'Impresa e presso altre fonti private. Ulteriori documenti, anch'essi visionati tramite proprietari privati, verranno invece brevemente descritti e utilizzati a supporto dei casi studio prescelti. La fonte principale anche in questa sezione è il libro di Adriano Bellotto, *La memoria del futuro*.

La scelta dei casi studio da me operata conserva una logica di percorso che guarda al design italiano e allo sviluppo storico della società industriale italiana, dagli anni '50 sino alla sua consacrazione internazionale, nella mostra *Italy: The New Domestic Landscape*, al MoMa di New York nel 1972.

Il primo film proposto, *La Forma di una Macchina per ufficio* (1959), delinea l'immagine di un'industria in cui l'attenzione è soprattutto rivolta agli operai nelle diverse fasi di lavorazione del prodotto, suggerendo un'immaginario industriale "positivo", tipico del periodo della ricostruzione del Dopoguerra. Compare, tra gli altri, anche il designer Marcello Nizzoli, che viene chiamato "l'artista", in ragione di uno specifico ruolo sociale all'interno dell'industria.

Si passa successivamente a *Elea classe 9000* (1960), dedicato all'omonimo calcolatore che, a sua volta, segna per l'Olivetti e per l'industria italiana una notevole svolta verso la cultura elettronica. Le nuove tecnologie ribaltano lo stereotipo dell'operaio dell'industria meccanica, che subisce una radicale promozione verso compiti indirizzati alla gestione e al controllo delle macchine automatizzate. Il film in questo senso induce a una riflessione sulla centralità che le macchine hanno iniziato a occupare nella società, a scapito dell'attenzione verso i valori umani. A supporto di questa tesi, si ripropone un estratto del discorso introduttivo che Geno Pamploni tenne in un conve-



48. *Le regole del gioco*,  
Massimo Magri, 1969

gno dedicato ai “Linguaggi nella società”, presso il Museo della Scienza e della Tecnica di Milano, nel 1968: «Veniamo a trovarci al centro di uno sviluppo tecnico a cui non si vuole rinunciare e di un mondo sociale che sembra oscillare fra l'esigenza di un maggior progresso tecnico come fonte di benessere e il timore di una degradazione di altri valori che si usa chiamare umani e che sono irrinunciabili».<sup>1</sup> Non secondario è inoltre il fatto che il disegnatore dell'*Elea 9003* sia Ettore Sottsass che, con questo primo progetto all'Olivetti, genera - come anticipato - una vera e propria rivoluzione nel rapporto tra l'industria e la figura del designer, consegnando a quest'ultimo un'autonomia che si rivela vincente anche per numerosi modelli successivi. Gli altri casi come *Valentine* (1968), *Olivetti: Formes et recherche* (1969), *Macchina cerca forma* (1970), testimoniano invece un design che negli anni '60 modifica di nuovo la sua identità, influenzato da nuove culture: sia quella Pop, sia quella dell'avanguardia nel design, sia dai radicali sconvolgimenti societari e politici in corso, primi fra tutti il fenomeno del '68. Si tratta di un'epoca in cui il design italiano è protagonista di numerose sperimentazioni, liberando un'energia creativa che balza agli occhi della critica mondiale. Gli ultimi tre progetti audiovisivi proposti, *Introduction, Italy: The New Domestic Landscape* (1972), *Sottsass* (1972), *Aulenti* (1972), consacrano con le loro immagini l'affermazione internazionale del design Italiano, testimoniando una grande mostra in cui, per la prima volta, viene presentato il design di una nazione al pubblico mondiale. Il terreno di questo evento è il MoMa di New York, dove Emilio Ambasz invita progettisti italiani di diverse generazioni.

Andrea Branzi sottolinea che Ambasz «evidenziò la natura policentrica del design italiano, e la sua sostanziale unità, che andava dalla generazione dei maestri ai giovani delle avanguardie radicali: una unità complessa che determinava la sua ricchezza e giustificava la crescente attenzione internazionale attorno a lui».<sup>2</sup>

Ultima considerazione da farsi è che quasi l'intero repertorio trattato in questa ricerca è stato interamente finanziato e prodotto da Olivetti, compreso il video di apertura dell'esposizione del 1972, *Italy: The New Domestic Landscape: Achievements and Problems of Italian Design*, se si eccettuano *Sottsass* (1972) e *Aulenti* (1972), finanziati invece da altre aziende come ANIC-Lanerossi e Kartell.

# 1. La Forma di una Macchina per ufficio

## 1. *La Forma di una Macchina per ufficio*

Ciò che il film racconta è la storia di un contrasto: tra l'artista e il meccanico, utilità e bellezza, funzionalità e razionalità, appunto il compromesso tra il designer e il progettista tecnico; nel caso specifico tra Marcello Nizzoli e Natale Cappellaro.<sup>3</sup>

### 1.1 Scheda

Regia: Aristide Bosio

Anno: 1959

Produzione: Direzione Pubblicità Stampa Olivetti

Lingua: Italiano

Durata: 16'46"

Colore

## 1.2 Découpage tecnico

L'incipit, con una voce off, introduce il tema principale, quello della produzione della macchina da scrivere *Tetractys*, dalle sue fasi iniziali, di disegno, all'ingegnerizzazione, sino al suo compimento definitivo nel processo di fabbricazione e produzione.

### *Il disegno ed il modello*

«Colui che crea la linea della copertura che “veste” -si potrebbe dire- le macchine, è il designer, un artista specializzato nell'estetica del prodotto industriale, in rapporto alla sua destinazione».

Marcello Nizzoli compare nell'atto di disegnare la forma della macchina da scrivere, un gesto in cui «la linea risponde all'accordo segreto tra utilità ed armonia, tra verità e bellezza». Questi primi schizzi, vengono succeduti dalla realizzazione volumetrica del modello, destinato al raffronto con lo specialista tecnico, Natale Cappellaro.

«Il disegno sensibile di Nizzoli si trasforma in schemi precisi, in una meticolosa trascrizione grafica, in un'interpretazione tecnica di ogni linea, di ogni raccordo».

L'Ufficio Tecnico Progetti e Studi, un ambiente in cui sono al lavoro diversi disegnatori al tecnigrafo, si occupa di definire tecnicamente la forma del prodotto. Altrettanti trasformazioni si succedono nell'Ufficio Tecnico di Officina, dove il progetto viene inviato per subire altre trasformazioni. Si discute ora tra i tecnici di reparto per la creazione dello stampo dell'oggetto. Si tracciano le sezioni su una lamiera e la sagoma viene posata sulla presa copiatrice. Un'immagine animata esplica la fasi di elaborazione in cui viene riprodotto il modello negativo per lo stampo. Un sensibile pantografo provvede successivamente alla “pulitura” della superficie. La prova di accoppiamento tra il positivo, il modello, e il negativo, lo stampo, viene realizzata con successo, a confermare un procedimento tecnico effettuato con precisione.

### *La fusione*

Chiusa la sessione “preparatoria” si apre la successiva, volta alla fabbricazione vera e propria dell'oggetto. Appaiono dunque le vetrate dell'officina Olivetti di via Jervis a Ivrea, dove un automezzo carica lo stampo e si avvia verso la fonderia. Giunti nel luogo, dopo una breve panoramica sui macchinari, la camera si sofferma su due operai che si accingono, con l'ausilio di

un carro ponte, a trasportare il blocco sulla macchina pressocolatrice. Intanto, nei salone dei forni, tutto è pronto per la colata di alluminio. Terminati i preparativi, lo stampo finalmente si chiude: l'alluminio viene versato nel cilindro della pressa, un pistone scatta e lo inietta fra stampo e matrice. Pochi secondi, la pressa si apre ed appare la carrozzeria. La fusione è così riuscita. Un altro operaio alla fresatrice leviga poi la carrozzeria per correggere le imprecisioni, prima di posizionarla su un trasportatore aereo che la conduce, insieme ad altre simili, al banco trapani. Un ulteriore movimento dà accesso al Reparto Vernicatura.

#### *La verniciatura*

Un'animazione del percorso della carrozzeria simula la fase di verniciatura, integrata con delle titolazioni che ne indicano le fasi, che in ordine sono: smerigliatura, controllo, spruzzatura del primo adesivo, verniciatura di fondo, cotture in forno a tunnel, stuccatura, essiccazione a raggi infrarossi, carteggiatura a umido, revisioni, spruzzatura del secondo adesivo, verniciatura definitiva, cottura in forno a tunnel, controllo, montaggio del coperchio e rifinitura, controllo finale. Le immagini dell'officina ricompaiono quindi sui forni, dove le carrozzerie subiscono le diverse fasi qui sopra descritte, ora mostrate nella loro realtà dei fatti, in cui vengono ripresi gli operai al lavoro.

#### *Il montaggio*

Verificate le ultime operazioni, attraverso un trasportatore si avviano le carrozzerie verso il Reparto di Montaggio. Vengono montate intanto le tastiere sulla macchine. Si giunge così alle stagionatrici, dove le carrozzerie vengono posate infine proprio sulle macchine, con un semplice gesto dell'operaio, chiamato "cerimonia della vestizione" dalla voce off. Le macchine ora sono finite, e soggette solamente agli ultimi controlli manuali.

«La *Tetractys* è completa, vestita elegantemente a nuovo, lucida, ed efficiente».

## 1.2 Analisi

Questo film è di per sé una categoria “classica” del cinema industriale, una rappresentazione divulgativa di un processo di produzione dove, secondo una sequenza cronologica, si mostra come un determinato oggetto prende forma secondo le diverse fasi di lavorazione. L'era meccanica, che è quella dove questo processo si inserisce, è inoltre un periodo storico in cui la presenza operaia all'interno delle fabbriche è assai considerevole, tanto che sono numerose le scene in cui viene celebrata l'abilità del singolo lavoratore. Si scorge dunque una sorta di umanesimo nella fabbrica, secondo un'oggettività del racconto che restituisce nel complesso un'industria “ottimista” e positiva. Il punto di particolare interesse resta, come detto, la nascente presenza dell'immagine del designer, definito “artista”. Siamo di fronte a una figura che nell'azienda italiana, e in anticipo sui tempi con Olivetti, inizia a delineare una propria autonomia e importanza e che, per questo motivo, viene mostrata al pubblico nell'atto più significativo, quello del disegno della forma.





**olivetti**

## Tetractys

Nella calcolatrice scrivente super-automatica Tetractys, ingegneri, architetti, geometri e quanti debbono eseguire calcoli complessi hanno uno strumento che alle velocità associa la possibilità del controllo scritto di tutti i passaggi delle operazioni.

Così i calcoli tipici dell'ingegneria, come quelli dei momenti d'inerzia e dei momenti resistenti, delle sollecitazioni semplici e composte, i calcoli delle travi semplici e continue, degli archi, dei telai e delle piastre, le ipotesi di carico, la contabilità dei lavori vengono compiuti con massima rapidità di tempo e con la certezza di una documentazione permanente.



2. Elea classe 9000

## 2. *Elea classe 9000*

«Gli elaboratori elettronici non sono pensati per sostituire l'uomo ma per promuovere un miglioramento delle sue condizioni lavorative, liberandolo dalla fatica e dalla ripetitività delle azioni».

Questo breve film di 32' è dedicato all'elaboratore elettronico *Olivetti Elea 9000*, descrivendone le peculiarità costruttive e le fasi di realizzazione, dal progetto alla costruzione, e illustrandone i campi di applicazione e i vantaggi che offre. Si scorge lungo il filmato una ripetuta attenzione rivolta al cambiamento epocale in corso attraverso la rivoluzione elettronica mondiale, nella quale è coinvolta anche Olivetti. Il cinema in questo caso si pone come strumento di riflessione sul significato dell'iniziata epoca elettronica.

### 2.1 Scheda

Regia: Nelo Risi

Testo: Muzio Mazzocchi Alemanni

Musica: Luciano Berio

Fotografia: Giulio Giannini

Anno: 1960

Produzione: Direzione Pubblicità Stampa Olivetti

Grafica di Giovanni Pintori

Animazione di Gianni Polidori e Giulio Giannini

Formato: 35mm, 16mm

Lingua: Italiano

Durata: 32'

Colore

premi:

Primo premio "Rassegna Confindustria", 9-10 giugno 1960;

presentato alla "Mostra Internazionale del documentario

e del cortometraggio", Venezia 1960;

Rassegna "il cinema e il lavoro", cit.

## 2.2 Découpage tecnico

Sono state individuate tre parti, in cui è stato suddiviso a supporto di un accurata analisi. Ci si avvale direttamente dei testi della voce fuori campo.

### *Introduzione*

«Il XX secolo nasce veramente in questi anni, la seconda rivoluzione industriale non è più una profezia ottimistica o negativa, sta diventando una realtà, l'elettronica e le sue applicazioni rappresentano un elemento decisivo di questa trasformazione».

Il film si apre con una voce off che pronuncia questa frase. Seguono i primi cinque minuti che illustrano cronologicamente i precursori delle moderne macchine da calcolo: il conteggio preistorico, l'abaco, i bastoncini di Napier, il regolo, la *Pascalina* (1642), la macchina di Leibniz, la *macchina di Poleni*, i più moderni calcolatori automatici come quello concepito nel 1821 da Charles Babbage, le prime calcolatrici meccaniche. Segue la costruzione dei primi grandi calcolatori elettronici, anticipati da una breve immagine di un particolare dell'*Elea 9000*. Questi vengono prima supportati da una tecnologia a valvole termoioniche e successivamente da una miglior tecnologia a transistori. Le grafiche animate di Pintori, formalmente disegnate secondo i canoni dello Stile Olivetti, accompagnano schematicamente la descrizione di una voce fuori campo che illustra, in totale stile documentaristico, come l'evoluzione si sia sviluppata e con quali caratteristiche.

«La costruzione dei grandi calcolatori elettronici è stata resa possibile dalla tecnologia elettronica».

Il discorso si incentra successivamente sull'*Elea*. La sezione, caratterizzata in questo breve estratto da uno stile filmico e non più grafico di animazione, si apre con una serie di immagini che riproducono dei dettagli dell'*Elea* in funzione. Compare poi la voce che si sostituisce a quella fuori campo e qualche secondo dopo l'immagine del direttore della divisione elettronica, l'ing. Mario Tchou. Costui dichiara con un linguaggio tecnico gli intenti del progetto *Olivetti Elea 9003*, e annuncia che verranno di seguito descritte le caratteristiche principali dell'*Elea* attraverso le sue fasi di realizzazione, di progetto e costruzione.

*L'Olivetti Elea: realizzazione, costruzione, progetto e commercializzazione*

«immagini tradizionali del mondo della fabbrica, dell'officina».

Ritorna, dopo questa breve premessa, lo stile documentaristico del film in cui compaiono le immagini di Borgolombardo, sede della divisione Elettronica Olivetti nei pressi di Milano, commentate dalla medesima voce narrante nei primi minuti del film. Si accostano ulteriori spezzoni di vita agricola e artigianale, il tutto avviene in una dinamica di intreccio fra tecnologia e tradizione.

«l'unità modulare dell'Elea prende forma».

Si entra così nel "Capannone" dove gli operai Olivetti si occupano della composizione delle parti del calcolatore (piastrine, memorie, ecc.). Si tratta di una tipica officina dove vengono mostrati operai al lavoro (un operaio che fuma mentre assembla i transistori, diodi, resistori, su un circuito stampato). La fase successiva è il montaggio (inserimento, cablaggio, impacchettamento) dei circuiti negli "armadi" destinati al loro contenimento; succede il controllo degli stessi.

«è qui che viene fabbricata anche la così detta memoria del calcolatore, dotata di una eccezionale capacità...Il reticolo di nuclei di ferrite (fisicamente il cuore la memoria) (...) suggerisce un'immagine di un alveare...».

Vengono poi elencate le prestazioni e le funzioni di memoria del computer e di seguito spiegato il funzionamento della stessa memoria attraverso una rappresentazione grafica della tavola pitagorica, che è metaforicamente un alveare. La nota della memoria si chiude con una suggestiva immagine, molto tradizionale e allo stesso tempo caratterizzata come una memoria elettronica, dove una giovane operaia tesse il filo di rame proprio della memoria con un ago.

«i corsi di lezione tenuti da ingegneri e matematici (...) coltivano il vivaio delle nuove forze produttive...».

L'ambientazione si sposta ora nel centro di ricerca dove i tecnici vengono formati per essere poi pronti a lavorare in officina.

«il lavoro delle equipe dei logici (...) è uno studio che prescinde dagli elementi materiali, (...) sconfinata esplorazione mentale che dalla sfera dell'astrazione pura si inserisce in un contesto vitale (...) è così che i concetti si fanno simboli grafici».

Si continua con una panoramica dentro lo studio di ricerca in cui vengono

studiate le applicazioni logiche. Si ritorna in officina e compare l'oscillografo, strumento che controlla i circuiti visualizzando il flusso dei dati. Le scene rappresentate continuano a riproporre la presenza dei tecnici e degli operai al lavoro sui sistemi elettronici. In un altro settore dell'atelier viene ripreso il controllo dei nastri magnetici della memorie.

«ricerca teorica e sperimentazione si incontrano e si fondono (...). I contributi dei vari gruppi di lavoro confluiscono dunque in un unico fine: quello della realizzazione di un sistema il più funzionale possibile per il calcolo, la elaborazione, la comunicazione dei dati».

La chiusura di questa panoramica negli ambienti di lavoro apre a una schematica sintesi della struttura generale del calcolatore e del suo funzionamento. Vengono riproposte le grafiche animate di Pintori a supporto dell'illustrazione strutturale, formale e funzionale del flusso di lavoro della macchina. In questo frangente compaiono anche delle fotografie di alcuni elementi costitutivi dell'*Elea*.

«dalla ricerca scientifica alla produzione in serie: il ciclo si compie».

Il documentario riprende di nuovo aprendo il discorso sulla commercializzazione del calcolatore sul mercato e sulle sedi da dedicare al suo assemblaggio. Nelle riprese si scorgono gli spazi delle officine di Ivrea. In una sala vi è anche il primo prototipo di calcolatore Olivetti, l'*Elea classe 9000*, al servizio della sede centrale dell'azienda nei settori amministrativi e produttivi. La realizzazione del primo prototipo segna la chiusura della parte che il film dedica alla fase di ricerca scientifica e sperimentale nell'officina e nello studio di ricerca.

«le nuove apparecchiature, presentano fra l'altro una carrozzeria che nel design conferma quel carattere d'avanguardia culturale cui il nome Olivetti è indissolubilmente legato».

Un breve immagine dell'*Elea 9003* celebra il design della macchina e lo Stile Olivetti come cultura avanguardistica.

### *Il cambiamento epocale in corso e la rivoluzione elettronica*

«La trasformazione dell'economia tradizionale a base prevalentemente agricola, il progressivo passaggio a forme di vita associata sempre più complesse, la crescita inesorabile di grandi centri urbani, il crogiolo della città, non sono immagini soltanto letterarie.

Una vita regolata da tempi sempre più stretti, un meccanismo sempre più complesso e gigantesco, rendono più probabile l'alienazione sociale. Moltitudine è solitudine. Là dove il discorso non è dialogo, nell'indifferenza dell'incontro casuale o nell'anonimo vicinato degli agglomerati urbani. La folla non sempre è società».

Segue una breve serie di spezzoni di immagini agricole. Ne succedono degli altri, dove però si inizia a scorgere all'orizzonte un paesaggio urbano, periferico, finché questo non diviene totalmente cittadino, animato dalla vita frenetica della città industriale, di cui Milano, la città sede delle riprese, è il simbolo in Italia. Questo breve excursus paesaggistico è supportato anch'esso dal commento della voce off, che denuncia il disagio umano e sociale in corso a causa del mutamento dell'ambiente e degli stili di vita. L'ideale di fabbrica di Adriano Olivetti sembra apparire implicitamente come la risposta a questo annichilimento sociale.

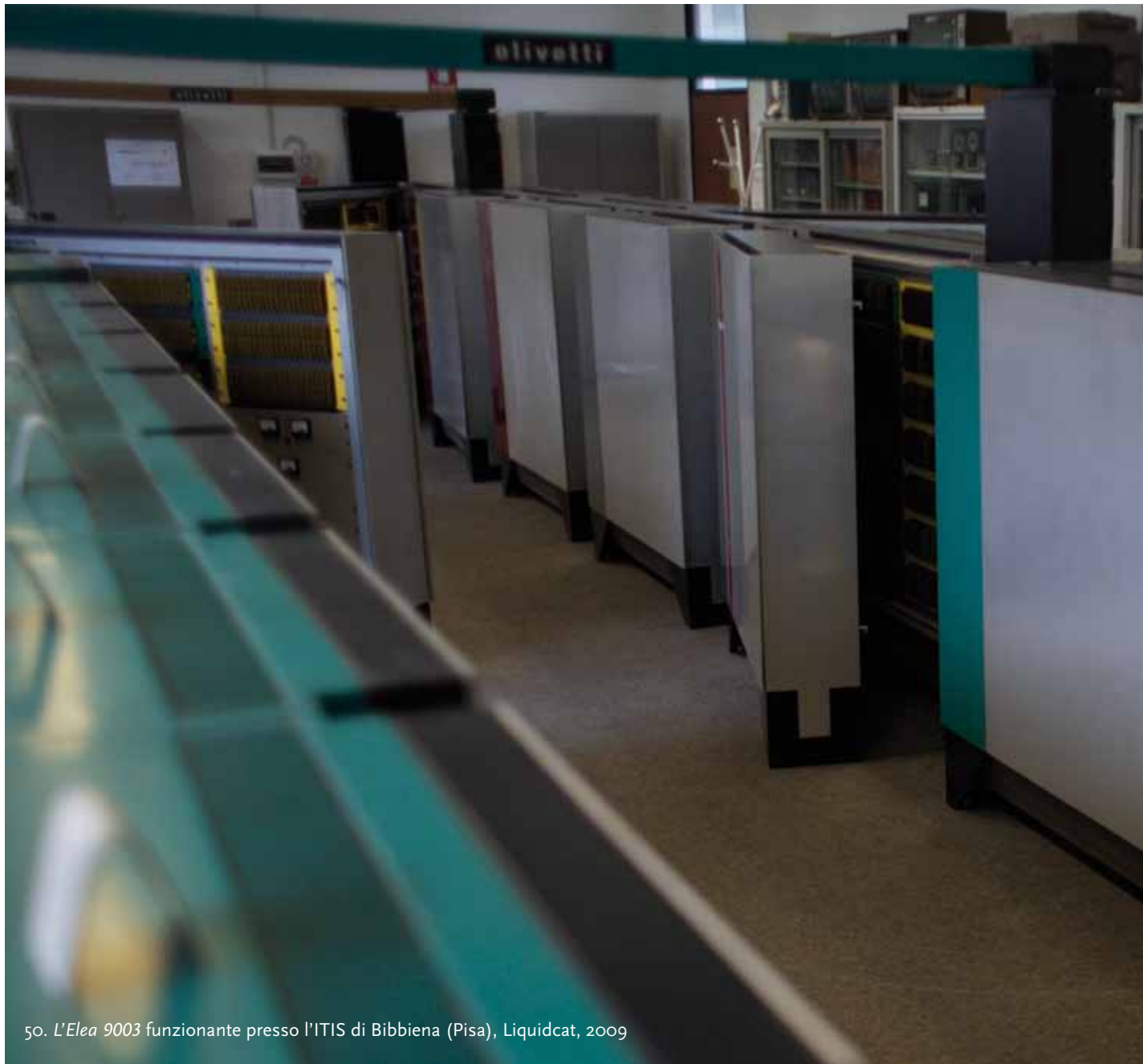
«Dalla borsa alle banche, dalle biblioteche agli archivi, dalle agenzie giornalistiche all'anagrafe: le esigenze di una organizzazione razionale e funzionale si fanno sempre più urgenti».

Continua una riflessione sull'ammodernamento dei sistemi, dei metodi, degli strumenti, con immagini di uffici dove il lavoro è il prodotto della collaborazione tra l'uomo e la macchina.

«L'accessibilità dell'informazione è condizione essenziale per poter usufruire di un capitale di dati praticamente infinito. Nella congeria sconfinata dei documenti, solo il filo di un discorso metodico e l'impiego di strumenti atti all'indagine e alla relativa utilizzazione dei dati, consentono l'accessibilità dell'informazione. Ed è proprio questo accesso che costituisce l'obiettivo della documentazione, il mezzo della conoscenza, vale a dire del potere dell'uomo»

Si prosegue di nuovo con immagini di uomini al lavoro sulle macchine, negli uffici, negli archivi.

«L'elettronica risponde a questa esigenza con apparecchiature duttili e potenti. Fra esse, l'Elea Olivetti si pone in posizione avanzata, per le sue ampie possibilità di prestazione nei settori più diversi».



50. *L'Elea 9003* funzionante presso l'ITIS di Bibbiena (Pisa), Liquidcat, 2009





La breve trama del lavoro si chiude con l'immagine di una città notturna in movimento. Si riapre una spiegazione grafica nello stile Pintori, l'illustrazione di un esempio concreto di utilizzazione del calcolatore nell'industria automobilistica. La voce off commenta gli sviluppi dell'animazione, in cui si succedono forme geometriche multicromatiche e pittogrammi disegnati "a stile". Di seguito i temi degli esempi animati: servizio commerciale, ordini, magazzini, operazioni amministrative, consegna del prodotto al cliente, reintegro in magazzino, compilazione ordini e solleciti, fornitura pezzi di ricambio, approvvigionamento delle materie prime.

«Di fronte all'immagine compiuta di un grande calcolatore elaboratore elettronico quale l'*Elea* Olivetti, si è tentati di ricorrere ad un linguaggio mitico. Il mito delle attuali possibilità e prospettive, anche se suggestivo, è assai pericoloso. Si tratta del resto di un fenomeno caratteristico di ogni profonda trasformazione tecnologica. Ma è retorica la polemica contro il macchinismo in nome di un presunto umanesimo. La macchina, o l'uomo? è una proposta di scelta che cade di fronte alle modeste considerazioni sulla priorità del soggetto umano in ogni fenomeno storico».

Scorrono immagini di uomini al lavoro sull'*Elea*, ben visibili sono i particolari funzionanti dell'elaboratore elettronico. Tra questi anche lo stampaggio tramite telescrivente delle informazioni prodotte dall'elaboratore.

«L'elettronica (...) sta avviando l'uomo verso una nuova condizione di libertà e di conquista: sottratto alla più faticosa routine (...) può ora proporsi nuove amplissime prospettive nella realizzazione e nello sviluppo di circuiti culturali illimitati».

Il film si chiude con l'immagine crepuscolari della città, seguita dal logotipo "Olivetti" e dai titoli di chiusura.

### 2.3 Analisi

Se si analizza il prodotto di cui il film si interessa, non si può che dedurre che il suo pubblico sia numericamente limitato, non più nell'ordine delle due cifre. Inoltre il filmato non restituisce didascalicamente l'oggetto, pur riprendendolo in un contesto reale e funzionale, ma crea invece un'aura di mistero intorno ad esso, quasi fossimo alle soglie di un epocale cambiamento. Viene in un certo senso esemplificata la scienza cibernetica, frutto dell'interconnessione di elementi altamente tecnologici con l'uomo: la società si sta infatti evolvendo, a dispetto di quanti nelle campagne continuano a vivere la propria esistenza "normale" immersi nell'ambiente rurale. L'evoluzione, che ha come epicentro la città, porta con sé una serie di cambiamenti antropologici, nella vita degli uomini consapevoli ed inconsapevoli.

L'elettronica rappresenta dunque l'oggetto potenzialmente capace di compiere questa rivoluzione e l'azienda Olivetti ne è protagonista con la sua nuova Divisione Elettronica, luogo della sperimentazione che lancia sui mercati di quegli anni il proprio calcolatore elettronico all'avanguardia, *l'Elea 9003*. Questa macchina è il prodotto di un ciclo industrial-artigianale in cui si scorge la ripetuta presenza degli uomini al lavoro. L'intento del documentario è infatti anche quello di interrogare sulla potenziale centralità dell'uomo all'interno di un sistema in cui sono sempre più le macchine a sostituire l'operaio. Adriano Olivetti è in quegli anni il portatore di un nuovo umanesimo nell'industria italiana, ideale che non sbiadisce neanche di fronte alla rivoluzione elettronica, ma viene altresì riproposto come punto centrale di riflessione.

Dal canto suo, Nelo Risi, cineasta, dimostra di conoscere bene i principi della medicina e della psicologia (otto anni più tardi realizzerà *Diario di una schizofrenica*, un film dedicato ad una ragazza che documenta la guarigione dalla stessa malattia), aggiungendovi un breve *excursus* sull'alienazione sociale degli uomini immersi in questo moderno stile di vita. Dal punto di vista della regia, lo stile è quello documentaristico, con panoramiche sugli ambienti, o piuttosto sugli uomini al lavoro immersi nella città e nella campagna. Non mancano anche interessanti testimonianze dei dettagli della macchina, un'attenzione di Risi volta a dimostrare la complessità funzionale della tecnologia elettronica ed accrescere l'impresa dell'Olivetti.

Degno di nota è anche il primo piano sull'ingegner Mario Tchou, che introduce in una inquadratura frontale istituzionale il progetto Elea, qua-

si sottolinearne continuamente la portata rivoluzionaria mondiale. Questa sequenza documentaristica viene più volte interrotta dagli schemi grafico-esplicativi di Giovanni Pintori, dei contenuti tecnico-informativi che illustrano un generale funzionamento dell'*Elea* e alcune sue applicazioni.

Sullo stile della grafica di quest'ultimo si può apprezzare una accurata animazione delle immagini realizzate da Gianni Polidori e Giulio Giannini. Le forme ed i colori che si ritrovano nei poster dell'artista sardo divengono infatti in questo film razionali schemi del funzionamento del computer elettronico. L'astrattismo delle forme tipiche dello stile di Pintori si concretizza in una serie di elementi tecnologici che nel loro assemblaggio restituiscono proprio questa schematica spiegazione dei processi degli elaboratori. Per cui ingranaggi, transistori, nuclei di memoria, nastri magnetici etc, vengono disegnati secondo una caratterizzazione grafica dell'autore, ed inseriti entro un perfetto sistema di forme e colori studiato per una ottimale comprensione visiva. Lo Stile Olivetti non viene dunque meno neanche in questa animazione, lontana parente dell'infografica moderna.

La narrazione è infine accompagnata da una perfetta e studiata colonna sonora di Luciano Berio, compositore di musica elettronica, che esprime accentua i toni utopici e fantascientifici delle immagini.



### 3. Macchina cerca forma

### 3. *Macchina cerca forma*

«Sin dagli inizi, l'Olivetti si dimostrò interessata alle nostre proposte. Voleva lavorare con noi non perché ci considerasse i più bravi a mettere in bella copia il pensiero uscito dagli uffici di marketing, ma ci aveva scelti perché pensava che il nostro modo di scegliere l'oggetto e il suo design avesse senso per ragioni generazionali e culturali, e fosse quindi il modo giusto, più diretto e autentico, di evidenziare le qualità e il valore funzionale del progetto. Potevi, nei limiti di un lavoro industriale, non solo dire ma anche fare quello che ritenevi giusto»<sup>4</sup>

*Macchina cerca forma* illustra i criteri di design, funzionalità, ergonomia, che hanno portato alla realizzazione della *Olivetti Editor 5 (ET45)*. Il film, realizzato da Politecne cinematografica nel 1970, si avvale di un montaggio serrato di immagini oniriche e psichedeliche.

#### 3.1 Scheda

Regia: Massimo Magri

Testo: Ettore Sottsass

Musica: repertorio

Fotografia: Adolfo Fogli, Ugo Piccone, Hans Wisser

Anno: 1970

Produzione: Politecne Cinematografia e Direzione Relazioni Culturali,  
Disegno Industriale, Pubblicità Olivetti

Formato: 35mm

Durata: 15'

Colore

### 3.2 Découpage tecnico

Il film si apre con un grande sole ripreso in fase di tramonto. La musica orientale-indiana batte il ritmo dei brevi titoli di testa. L'incipit viene interrotto improvvisamente dall'alternarsi di diverse immagini: una griglia quadrata dove ogni singolo quadrato contiene una lettera, l'immagine fotografica in bianco e nero di una donna il cui look rispecchia la moda del tempo, il dito di una mano con l'unghia lunga. L'accompagnamento musicale è tratto da *La gazza ladra* di Gioacchino Rossini. L'unghia del dito si scontra con un piano di appoggio, e viene di seguito mostrato il suo dispiegamento. Viene riprodotto uno status di disappunto.

Nasce così lo studio del comportamento del dito della mano con l'unghia lunga e smaltata, filmato, in diverse prospettive e inquadrature, nell'atto di schiacciare il pulsante di una macchina da scrivere elettrica. Lo studio si allarga alle due mani e alla complessiva gestione della tastiera, le cui proporzioni devono essere adeguate a questo nuovo stereotipo di segretaria alla moda. Intervengono immagini fotografiche di gesti quotidiani, in bianco e nero, che rafforzano l'idea di uno studio che entra nel dettaglio della gestualità umana, volto ad esprimere il concetto di ergonomia del prodotto. Il sonoro è in continuo mutamento, ora la base musicale a supporto è contemporanea. Si verifica successivamente come l'inclinazione della tastiera della macchina da scrivere possa essere pensata entro una ideale posizione per chi scrive. Compaiono i primi frames grafici dei disegni ergonomici del corpo umano. Interessante in questa fase sono i salti logici proposti nella sceneggiatura dallo stesso Sottsass, come le mani rivolte in una preghiera *yoga*, allusione iperbolica all'equilibrio psicofisico che un accurato studio ergonomico di una macchina può consentire al suo utilizzatore. Il gesto dello scrivere ora assume una forma poetica, poi scientifica, e dopo ancora spirituale. Di nuovo diviene scienza cibernetica, uomo e macchina diventano quasi un tutt'uno. In una stanza infatti, due scienziati commentano in più lingue il lavoro muscolare che una sorta di sismografo registra su rotoli di carta bianca. A questo punto ulteriori successioni di svariate immagini ci introducono i dettagli dell'oggetto: anche la rotella con cui il foglio inserito nella macchina da scrivere viene regolato, deve avere una propria dimensione ergonomica. Lo sguardo dell'utilizzatore al lavoro è invece la tematica che segue: si testa l'altezza del piano di scrittura del foglio in cui sia possibile avere una leggibilità ottimale. I volti in primo piano delle segretarie al



## OLIVETTI EDITOR

La macchina per scrivere elettrica a spazatura differenziata che introduce nella corrispondenza e nei documenti degli uffici direzionali i valori estetici e le proporzioni dei caratteri tipografici. La rigorosa precisione della battuta elettrica è ulteriormente valorizzata dal nastro di polietilene che garantisce la massima nitidezza d'impressione. Ogni pagina scritta con la Olivetti EDITOR esprime il prestigio di chi firma e il rispetto per chi legge, sanziona l'importanza di una carta intestata.



51. Pubblicità  
*Olivetti Editor*, 1970

lavoro vengono riproposti secondo canoni stilistici della moda contemporanea, in alcuni casi estremizzati, come l'occhiale di misura eccessiva o le ciglia finte di lunghezze spropositate. L'idea stereotipata di una segretaria modaiola si consolida anche attraverso questa ironia estetica, contestualizzata tuttalpiù da frames che ritraggono l'obiettivo di un fotografo di moda nell'intento dello scatto. Sottsass inserisce qui anche immagini paesaggistiche di orizzonti lacustri e agresti, un paragone tra gli orizzonti naturali che l'occhio scorge nel mondo e il posizionamento della linea di scrittura della macchina da scrivere, studiata per apparire ad altezze il più funzionalmente percepibili nitidamente all'interno del cono ottico (molte belle pagine come questa faranno un..." è la frase che compare sul foglio). Ora viene ripresa la macchina frontalmente, per intero, linee orizzontali ne definiscono la forma. La segretaria appare nell'atto di vestirsi, su fondo bianco. Nella vestizione si scorge il seno della donna, un'allusione alla libertà sessuale da poco conquistata dalla società. Si guarda alla complessità del corpo umano, alla sua scientificità e alla sua spiritualità, proponendo immagini della cultura indiana e l'*Uomo Vitruviano* di Leonardo Da Vinci.

Infine, macchina e segretaria divengono un tutt'uno entro una gestualità che è ormai entrata nella quotidianità di ogni ufficio, l'atto del sedersi, del mettersi comoda, del regolare il foglio e dello scrivere. La base sonora alterna in questo frangente pause di silenzio, voci e melodie orientali. La sessione si chiude di nuovo con un paesaggio soleggiato. Negli ultimi minuti, sostenuti da un pezzo di Rossini, un carrello mobile ritrae da vicino la macchina da scrivere, seguendone la superficie, mostrando dettagli, materiali e meccanismi. Infine il film si chiude con una breve sessione di immagini solarizzate e colorate della macchina da scrivere.

### 3.3 Analisi

Il documentario nasce da un'idea di Ettore Sottsass, che si avvale della collaborazione della regia e della produzione della *Politecne Cinematografica*. Nello specifico, è Massimo Magri ad occuparsene: «D'altra parte capivo che raccontare con corpi, gesti, paesaggi e ambienti, il mondo della forma era difficile. L'orizzonte di chi scrive a macchina. Il rispetto per chi alla macchina da scrivere lavora. Il rapporto tra il corpo e la cosa, tra la cosa e il corpo. Tra lavoro e gioco, tra gioco e lavoro. Alla fine trovammo il nostro compromesso: dopo un'introduzione sugli orizzonti, sul sogno, sul corpo e sull'ergonomia, raccontammo la *ET45* con un'infinita carrellata, in macro, sulla sua forma, tasto per tasto, dettaglio per dettaglio»<sup>5</sup>

L'Olivetti, come lo stesso Magri ha testimoniato nell'intervista concessa per la corrente indagine, si dimostrò poco interventista, lasciando molta libertà nella stesura della sceneggiatura, ideata dallo stesso Ettore. L'intento del film è dunque quello di raccontare il mondo della forma, del design, dell'ergonomia, secondo un linguaggio che alterna il realistico e il simbolico.

Il soggetto del film dimostra come gli scenari dell'industria sono mutati in poco più di un decennio. Se ci si confronta infatti col precedente *Forma Macchina per ufficio*, si può notare come ora il racconto delle caratteristiche del prodotto abbia nuovi orientamenti. L'operaio è assente ed è la forma che ha assunto il ruolo di protagonista. Il processo di fabbricazione ha lasciato invece il posto all'utente finale che entra in rapporto con l'oggetto.

L'aspetto divulgativo-didattico dei primi film Olivetti è così tramontato in favore di nuovi modelli ideativi, le cui forme aprono a diverse sperimentazioni. Questa trama utilizza un linguaggio che si può di per sé attribuire all'immaginario di Sottsass. Il regista sembra poi aver integrato questo linguaggio attraverso riferimenti che prendono spunto dalla cultura del tempo. Diversi salti logici alternano infatti immagini della macchina da scrivere a immagini paesaggistiche, scientifiche, pop, di moda, yoga, di gestualità relative all'utilizzazione della macchina da scrivere.

L'accompagnamento musicale, che segue a sua volta i descritti salti logici, muta di conseguenza in continuazione il proprio motivo. Da pezzi alla moda come Gioacchino Rossini, utilizzato da Kubrick nel celebre *Arancia Meccanica*, si passa a *tablas* indiane, a pezzi tratti da brani di rock contemporaneo, a musiche d'ambiente. Anche molte immagini sono ispirate alle culture del tempo, come le segretarie in stile *Swinging London*, o piuttosto

l'esotismo di alcuni paesaggi, la libertà sessuale ravvisabile nell'abbigliamento della segretaria. Per certi versi alcuni di questi motivi sembrano provenire dell'immaginario britannico di Antonioni, in film come *Blow Up*. La narrazione, con un'oggettività frammentata nel suo sviluppo da continue invasioni di altre immagini, conserva comunque chiaramente l'obiettivo di comunicare lo studio e lo sviluppo della forma dell'oggetto. Certo è che, curiosa nota storica sul film, questo grado sperimentale e metaforico venne mal accettato dal pubblico in una delle sue più importanti presentazioni, presso la XI Rassegna Cinematografica di Cagliari nel maggio 1970, dove venne fischiato da una scolaresca. Tuttavia, la giuria assegnò, sempre in quell'occasione, il Primo Premio nella *Categoria C* (ossia film che non hanno un fine specifico di informazione ma contribuiscono al prestigio dell'industria, per un pubblico indifferenziato).



## 4. Olivetti: Formes et recherche / Concept and forms

#### 4. Olivetti: Formes et recherche / Concept and forms

*Olivetti: formes et recherche / concept and forms* è il documentario della mostra itinerante che tocca le città di Parigi, Barcellona, Madrid, Edinburgo, Londra, Tokyo.

In questo video Gae Aulenti, che ha disegnato lo spazio espositivo, accompagna lo spettatore attraverso i suoi spazi, che illustrano le forme e i concetti propri dello stile Olivetti, e dunque design, architettura, grafica, advertising, pubblicità.

Hanno collaborato alla realizzazione dell'allestimento anche Ettore Sottsass, Mario Bellini e Rodolfo Bonetto, sotto il coordinamento di Hans von Klier.

##### 4.1 Scheda

Regia: Philippe Charliat

Testo: Riccardo Felicioli

Anno: 1969

Produzione: Philippe Charliat per Direzione Relazioni Culturali, Disegno Industriale, Pubblicità Olivetti

Note: Ideazione Giorgio Soavi, grafica Giorgio Colombo e Roberto Pieraccini

Formato: 16mm

Lingua: Francese, Inglese

Durata: 23'

Colore

#### 4.2 Découpage tecnico

Questo film è stato girato all'interno della mostra allestita dal 19 novembre 1969 al 1 gennaio 1970 a Parigi, al *Musée des Arts Décoratifs*. Si susseguono dunque le immagini di questo specifico evento, guidate silenziosamente dalla figura umana di Gae Aulenti, l'architetto che introduce lo spettatore negli ambienti da lei disegnati. Una voce off commenta il percorso, accompagnata da un sonoro musicale in continuo cambiamento, a seconda dello spazio e dell'oggetto rappresentato (nella versione inglese):

«Gae Aulenti has created an immagine of return, a place where one can wonder feel it, it has streets, squares, crossroads and reflecting by familiar volume of its buildings the crowds come and go among these objects, holding machines. there are present demand on in this town wich is birth on inventions unreal at the same time. In these streets, in these crossings, things are described and degressive there are there for the benefit of all».

#### 4.3 Analisi

Anche il cinema concorre così all'affermazione internazionale dello *Stile Olivetti*, una mostra ad esso dedicata diviene quindi un soggetto da documentare, nei suoi molteplici spazi, materiali, colori. La promozione dell'identità visiva rimane dunque l'obiettivo principale di questo documentario, impreziosito dalla figura dell'architetto che esplora l'allestimento, una comparsa d'autore. Infine va spesa qualche parola per il sonoro che, seguendo le forme all'avanguardia del design olivettiano presente nell'esposizione, assume dei toni utopici e fantascientifici, sia nei testi che nella musiche, dove ci si trova quasi proiettati in un prossimo futuro. Un esempio singolare di questo momento è quando la camera si sofferma su un oggetto assolutamente innovativo come il *TCV 250*, una video consolle disegnata da Mario Bellini nel 1965. Si ripropone inoltre in questo paragrafo la descrizione dello spazio espositivo pubblicata sul periodico aziendale "Notizie Olivetti", al fine di restituire una maggior oggettività dello spazio filmato per documentare l'evento:

Innovatrici forme di incontro tra l'industria e la cultura contemporanea costituiscono il tema della mostra che la Olivetti ha ordinato a Parigi nel Museo delle Arti Decorative al Palazzo del Louvre, e inaugurata il 19 novembre con la partecipazione di artisti, esperti, esponenti della cultura, dell'economia e della politica. Le diverse sezioni dell'esposizione chiamata Olivetti: formes et



recherche (architettura industriale, ricerche di disegno industriale e di grafica, comunicazioni pubblicitarie, prodotti, utilizzazione dei più vari supporti di immagine, opere figurative espressamente commissionate ad artisti), mostrano concreti esempi di rapporto tra l'industria e le varie attività culturali, ciascuna considerata nell'ambito della propria autonomia e dei propri valori. In questo senso la mostra vuole proporre un superamento della concezione tradizionale che, al fine della formazione della "immagine aziendale" (corporate image) prevede spesso la pura e semplice utilizzazione dei mezzi di comunicazione culturali in funzione subordinata all'industria. Tra gli artisti più importanti la cui collaborazione è posta in evidenza nella mostra sono inclusi pittori, architetti, designers come Alechinsky, Aulenti, Campigli, Cassinari, Chermayeff, De Chirico, Eiermann, Glaser, Guttuso, Kahn, Le Corbusier, Manzù, Nizzoli, Pintori, Scarpa, Shahn, Sutherland, Tange e Zanuso. Modellini e disegni di architetture, diapositive e fotografie di fabbriche, mostre di grande valore culturale come la collezione Mattioli di pitture moderne e la grande raccolta di affreschi salvati dall'alluvione di Firenze, manifesti, calendari, oggetti regalo, messaggi pubblicitari, film, libri, litografie, macchine, sono distribuiti lungo un percorso articolato in 23 ambienti, tutti in forma diversa e ricavati su una superficie totale di 900mq. L'architetto Gae Aulenti, che ha curato l'allestimento, ha ottenuto effetti di esposizione particolarmente efficaci facendo sbalzare i vari settori di mostra da un fondale reso senza dimensioni mediante l'impiego di un ininterrotto rivestimento scuro su pavimenti, pareti e soffitti delle sale. Proiezioni di diapositive e di film contribuiscono all'animazione dei vari temi, accanto a soluzioni scenografiche di singolare effetto, come un cumulo di 40 macchine per scrivere portatili Valentine (tipiche per il loro colore rosso), una grande bianca "testa" di macchina utensile che gira su se stessa trasferendo l'attenzione dalla pesantezza della massa al rigore delle linee, e una fuga di macchine per ufficio viste attraverso uno schermo che guida l'occhio a scoprire il valore modulare del loro disegno.<sup>6</sup>

Questo documentario testimonia la forte politica che la Direzione Relazioni Culturali, Disegno Industriale, Pubblicità Olivetti mette in atto in quel periodo, sotto la guida di Renzo Zorzi:

Nel periodo di passaggio tra li anni 60' e 70' si manifesta con più vigore l'azione di stimolo esercitata anche sul repertorio filmico della DRCDIP (Direzione Relazioni Culturali, Disegno Industriale, Pubblicità Olivetti). Anzitutto, mediante la ricerca di un equilibrio tra i vari generi di produzione. In questi anni è presente un clima fortemente innovativo, con la tendenza ad incoraggiare i soggetti riguardanti le nuove tecnologie, a proporre un cinema tendenzialmente al servizio di un'identità complessiva.<sup>7</sup>

## 5. Valentine

## 5. Valentine

Il design era un po' pop e anche le scritte (erano gli anni '66-'67), era rossa; l'idea era di fare un oggetto molto vendibile, molto popolare, che potesse andare in tutte le case.<sup>8</sup>

Questo ultimo caso studio sono dei brevi filmati pubblicitari della macchina da scrivere *Valentine*, progettata da Ettore Sottsass nel 1968.

### 5.1 Scheda

Anno: 1969-70

Produzione: Direzione Pubblicità - Ufficio Editoriale e Audiovisivi Olivetti - Servizio Macchine Portatili Olivetti

Formato: 35mm, 16mm

Colori



52. *Olivetti Valentine*, Ettore Sottsass, 1969

## 5.2 Valentine, nuova portatile

Si riporta un articolo dal titolo Valentine, nuova portatile, comparso su Notizie Olivetti del 1969, dove anche lo stesso Sottsass espone il significato di questa macchina:

*Valentine*. È la nuova macchina per scrivere portatile che la Olivetti sta lanciando in questi mesi sul mercato mondiale: nuova soprattutto per la forma, per la soluzione tecnica della custodia, per il tipo di campagna pubblicitaria che l'accompagna. Anche da un punto di vista industriale la *Valentine* costituisce l'espressione di una nuova politica; è prodotta nello stabilimento di Barcellona, divenuto il centro principale di produzione di tutti i modelli di macchine per scrivere portatili, per tutti i mercati, compreso quello italiano.

La forma. È stata scelta dai designer una linea decisamente diversa da quella tradizionale delle altre nostre portatili (caratterizzate da linee continue, raccordate). La tastiera si stacca dal resto della macchina in maniera netta, resa ancora più evidente dall'accostamento dei colori rosso e nero, in modo da fare dello strumento di scrittura un "oggetto" atto a farsi notare, ad essere utilizzato anche da un pubblico meno professionalmente motivato alla scrittura meccanica. La *Valentine* ha una custodia, anch'essa rossa, a forma di scatola, in cui si infila tenendola per la maniglia posta sul retro della macchina stessa. La campagna pubblicitaria per il lancio della Valentine è stata ideata tenendo conto che la macchina vuol essere un prodotto di largo consumo.

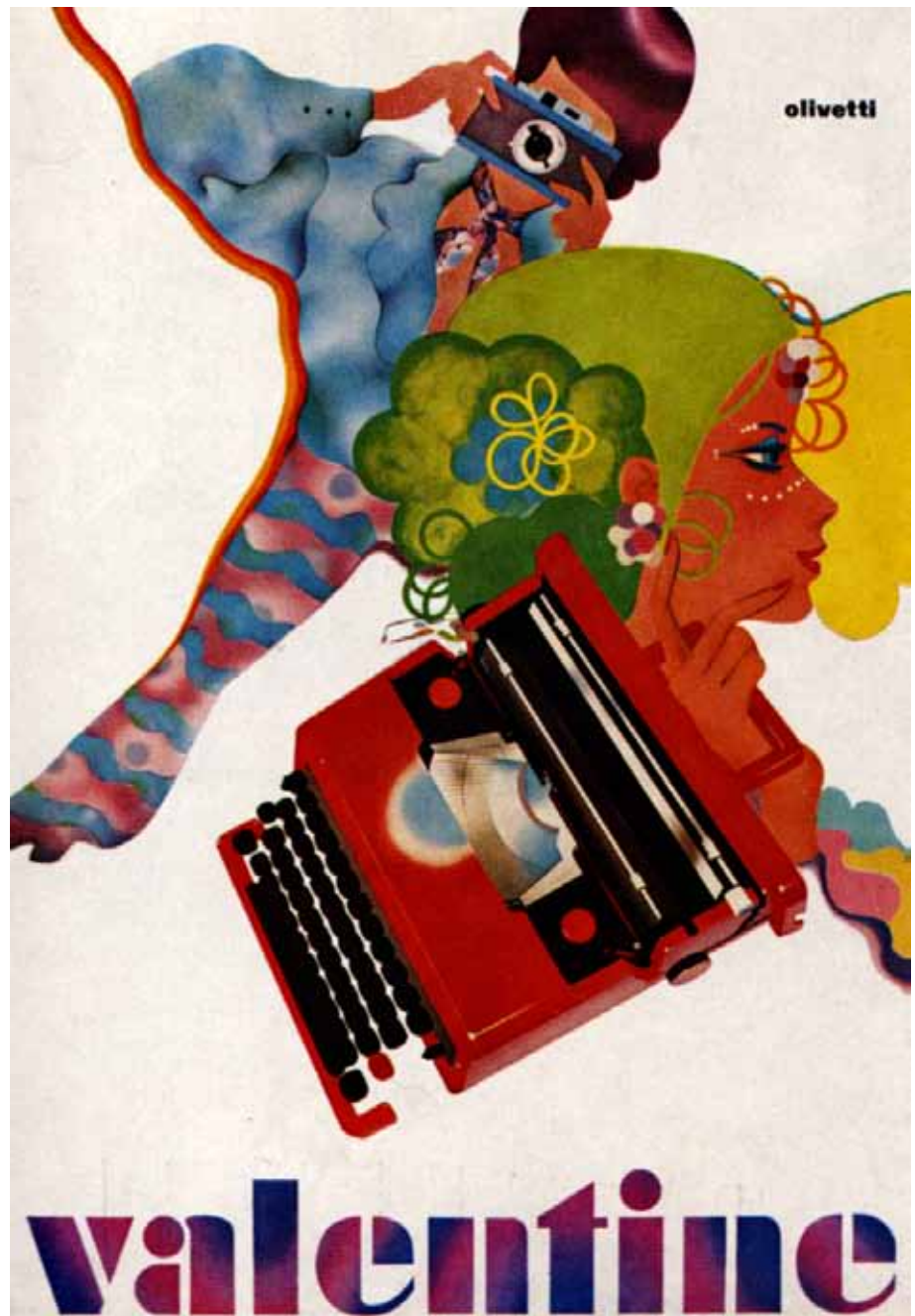
Ecco il perché dei grandi manifesti nelle vie della città, nelle metropolitane, nelle stazioni ferroviarie: degli avvisi sulle riviste popolari; dei brevi film destinati al cinema.

Il designer della *Valentine*, Ettore Sottsass jr. ha coordinato tutte le componenti della campagna pubblicitaria, realizzata dai vari nostri uffici tecnici. A Sottsass abbiamo chiesto di dirci qualcosa sui significati concettuali della Valentine.

«La portatile, oggi, diventa un oggetto che uno si porta dietro come si porta dietro la giacca, le scarpe, il cappello, voglio dire queste cose alle quali si bada e non si bada, queste cose che vanno e vengono, queste cose che tendiamo a smitizzare sempre di più, perché non andiamo più a farci fare i vestiti in Bond Street e in fondo neanche dal sarto sotto casa, ma abbiamo la forte tendenza ad andarli a cercare fra i residui di eserciti più o meno in disarmo e ad ogni modo abbiamo la forte tendenza a comperarli in posti dove si fa presto, dove i gesti diventano sempre più scorrevoli e sganciati, dove ci sentiamo sempre meno condizionati forse per lasciare che poi l'impegno o gli impegni si dirigano verso altre zone o altri problemi. La *Valentine* l'abbiamo disegnata pensando un po' a queste cose e pensando che una biro, un cappello, una

giacca, una portatile possono anche far parte, ad un certo punto, di un tipo di ritmo, di un catalogo di valori, di una misura di spazi o di ambienti che non siano inevitabilmente quelli della proprietà, del sussiego, della continuità, della definizione e tutte queste cose, ma possono anche essere gli ambienti, gli spazi, i ritmi, le dimensioni e i valori di una continua creatività, della permanente sconfessione e ricreazione dei linguaggi, di un permanente spostamento degli equilibri e alla fine di una specie di permanente gioco di strizzatine d'occhio, di strette di mano, di passaggi di idee, di proposte»

Continua Sottsass: «la *Valentine* ha finito per essere un oggetto rosso fatto con una materia sufficientemente moderna e popolare, con un disegno sufficientemente moderno ma anche sufficientemente popolare, un oggetto da essere situato con relativo successo in tutti i posti, ma anche abbastanza aggressivo e anche abbastanza preciso nella sua formulazione da suscitare intorno a sé reazioni di apertura piuttosto che di chiusura, voglio dire che dove c'è si vede e quando c'è suscita intorno una catena di spostamenti ottici e psichici che mettono tutti nella condizione (restando naturalmente dentro nei limiti di questi problemi) di ricominciare da capo la sistemazione delle cose: voglio dire che bene o male questo oggetto rosso, abbastanza aggressivo e popolare, diventa un po' un catalizzatore di azioni e di movimenti. Dato che ci hanno chiesto di pensare a disegnare anche l'annuncio di questo prodotto, abbiamo cercato di fare qualcosa che rappresentasse e spiegasse queste idee, e siamo andati a mettere la *Valentine* in più posti possibili per vedere come si comportava e cosa succedeva intorno e abbiamo fatto un sacco di fotografie. Così dopo un po' siamo venuti in possesso di una grossa documentazione, una specie di reportage del viaggio fatto fra la gente da un oggetto invece che da una persona, e non è neanche andata poi tanto male, perché tutti erano abbastanza contenti di giocare con questa *Valentine* e di starle insieme e per il resto anche lei, questo oggetto rosso, finiva per confondersi abbastanza bene con le cose che già ci sono nel mondo, le cose naturali e le cose artificiali che fanno questa gran confusione nella quale viviamo. C'è ancora da dire che forse tutta la grafica con la quale abbiamo annunciato la *Valentine*, non è perfetta: forse si scosta molto dalla antica, famosa, favolosa, classica impostazione della Olivetti, ma spero ci sarà perdonata la presunzione - che certo non è irriverenza - per aver tentato un'apertura verso i nuovi tempi e anche verso la nuova struttura dei programmi dell'industria che affronta ogni giorno responsabilità più vaste e società più coscienti. Forse si potrà continuare a fare cose sempre meno peggio se la fortuna ci assiste. E poi mi sembra importante di dire che a disegnare questo oggetto mi hanno aiutato anche Albert Leclerc e Perry King».<sup>9</sup>



53. Manifesto *Olivetti Valentine*, 1969

## 5.2 Le serie pubblicitarie

Queste serie pubblicitarie vengono coordinate anch'esse dallo stesso Sottsass il quale, come "Notizie Olivetti" testimonia, sperimenta l'inserimento della portatile entro il vissuto quotidiano.

Il materiale d'archivio presenta sei diverse serie, ognuna della durata di circa 1', di diversa ambientazione: tre serie ambientate nella Londra dei Beatles; una serie, destinata al mercato giapponese, con varie ambientazioni, cittadine e naturali; una serie più astratta ambientata nello spazio; una serie dove compare un flipper.

### 5.2.1 La Londra dei Beatles

Tre serie conservano questo tipo di ambientazione, la Londra dei Beatles, dove giovani alla moda si muovono egocentricamente con la *Valentine* in mano, "nascosta" nel suo guscio rosso, come fosse una valigia rossa. L'oggetto rosso desta curiosità nei passanti, che seguono con lo sguardo l'oggetto misterioso, rivelato nella sua identità di macchina da scrivere alla fine dello *short*.

Nel primo *short* il detentore della *Valentine* è un giovane su una moto, osservato da una ragazza che lo insegue finché, nell'incontro finale, i due scrivono a macchina. Nel secondo, sempre un giovane, con un cane, scambia un incrocio di sguardi che coinvolgono una ragazza e la *Valentine*. Viene esaltato in questi due primi casi, l'aspetto estetico della macchina da scrivere alla moda, inserito entro un ambiente appartenente a un immaginario giovanile di quella generazione, la *Swinging London*. L'ultimo mostra invece diverse persone vestite in modo eccentrico che, aggirandosi con la *Valentine* in diversi luoghi cittadini, ne mostrano la sua versatilità attraverso agili movimenti gestuali in cui, in una scena, la macchina da scrivere viene lanciata in aria.



### 5.2.2 Pubblicità per il Giappone

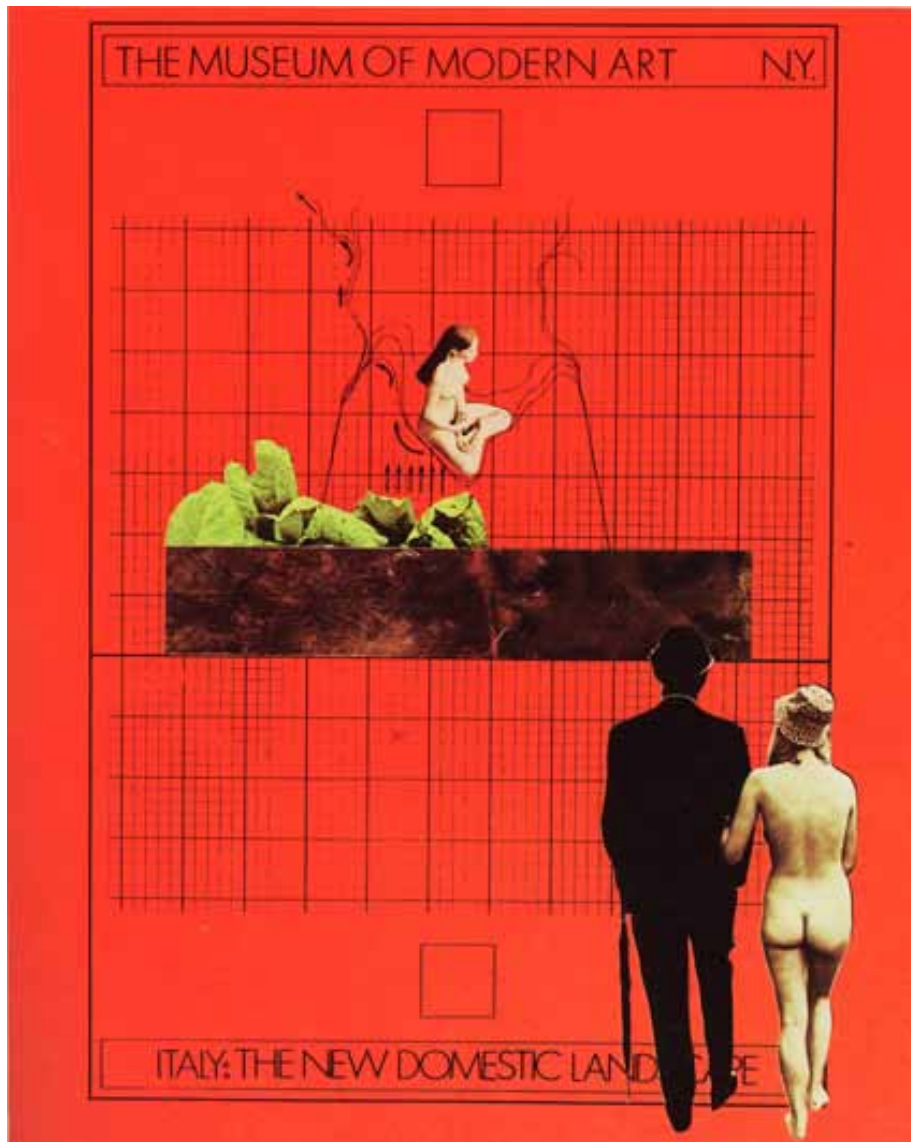
Destinata al mercato giapponese è invece un'altra serie pubblicitaria dove la versatilità dell'oggetto viene espressa mediante la sua onnipresenza in diversi luoghi, paradossalmente anche pericolosi. La *Valentine* viene infatti immortalata entro situazioni estreme: come "riparatore" in una giornata di pioggia, utilizzata per togliere l'acqua all'interno di un gommone lungo un ripido fiume, diviene un gioco in spiaggia per una bambina piccola e seduta nell'attesa del treno.

### 5.2.3 Valentine nello Spazio

Quasi surrealista è il contesto che accompagna questa serie, dove la macchina da scrivere si comporta come un satellite aerospaziale, in un dialogo di gesti con una ragazza alla moda che, a sua volta, simula nella gestualità un astronauta.

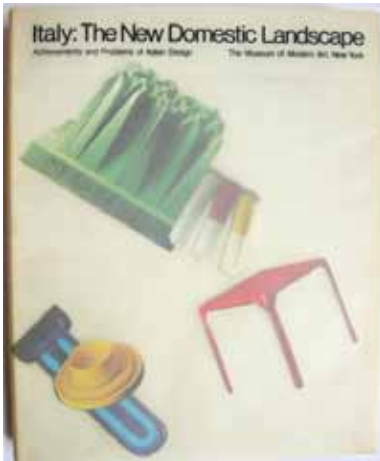
### 5.2.4 Flipper ed immaginario pop

Immagini solarizzate a forti contrasti cromatici dell'interno di un flipper, con rispettivi suoni, fanno da sfondo invece all'ultima serie. Suoni, campanelli, colori, luci, accompagnano due ragazzi che, dopo le immagini del flipper, vengono ripresi nell'atto di scrivere con la *Valentine*, "La portatile rosa", come commenta una voce off.



54. Image for *New Domestic Landscape* exhibition display, Gruppo 9999, 1972

## 6. Italy: The New Domestic Landscape



55. Copertina del volume *Italy: The New Domestic Landscape*, Emilio Ambasz, 1972

Il fenomeno dell'Italia nell'ultimo decennio come forza dominante nel design del prodotto di consumo ha influenzato il lavoro di ogni altro paese europeo e sta ora avendo i suoi effetti negli Stati Uniti. Il risultato di questa esplosione di vitalità tra i designer italiani non è semplicemente una serie di variazioni di stile, del design dei prodotti. Ancor più importante è una consapevolezza crescente del design come attività per mezzo della quale l'uomo crea artefatti per mediare tra le sue speranze e aspirazioni, e la pressione e le restrizioni che gli vengono imposte dalla natura e dall'ambiente artificiale che la sua cultura ha creato. L'Italia è diventata un micromodello in cui una vasta gamma di possibilità, le limitazioni e gli aspetti critici del design contemporaneo sono messi a fuoco in modo molto nitido. Molte delle tematiche e i designer contemporanei nel mondo sono ben rappresentate dai diversi e spesso opposti approcci che si sviluppano in Italia. Lo scopo di questa mostra, quindi, non è solo quello di fare un resoconto sugli attuali sviluppi del design italiano, ma di usarli come quadro concreto di riferimento per molti temi di interesse per i designer di tutto il mondo.<sup>10</sup>

Casi studio:

Introduction di Giacomo Battiato

Sottsass di Massimo Magri

Aulenti di Massimo Magri

### 6.1 Il contesto

Questi cortometraggi appartengono alla mostra *Italy: The New Domestic Landscape* del MoMa di New York, al tempo la più importante manifestazione di design mai organizzata. L'anno è il 1972 (23 maggio-11 settembre): i giovani designers ed architetti italiani, invitati da Emilio Ambasz, curatore della mostra, presentano delle proposte abitative. La mostra si divide in due sezioni principali, una dedicata agli oggetti più classici, appartenenti alla storia del design italiano, l'altra, situata in un unico padiglione, al "New Domestic Landscape".

Progetti che, nella loro globalità, dovrebbero rappresentare una nuova immagine della casa, (inserita in un contesto urbano o naturale), una ipotesi del nostro "paesaggio domestico" di domani nella interpretazione della cultura specialistica d'avanguardia: di chi, dunque, dovrebbe maturare per noi, in

anticipo, le nostre istanze future.<sup>11</sup>

L'indagine nel corrente paragrafo si occupa proprio di questi sistemi audiovisivi e va in particolare a studiare quello introduttivo della prima sezione e due appartenenti alla seconda sezione.

L'introduzione, girata da Giacomo Battiato tra Milano e Piacenza, apre come già detto la prima sezione; è stata, tra le altre cose, sviluppata e coordinata dalla Olivetti, tramite Renzo Zorzi, Riccardo Felicioli e Pierre Denivelle. L'azienda di Ivrea ha inoltre prodotto il sistema grafico degli "orientation leaflet", dei volantini distribuiti gratuitamente ai visitatori della mostra al fine di orientare il loro percorso all'interno di essa.

Gli altri due, entrambi girati da Massimo Magri, sono esempi scelti invece all'interno di un sistema composto da sei video, di cui ognuno è volto a rappresentare invece le principali figure esposte nella seconda sezione, il "New Domestic Landscape".

Emilio Ambasz chiese infatti ai singoli progettisti del secondo padiglione di fornire dei filmati che spiegassero i propri ambienti alterati. Questi progetti multimediali (oggi conservati presso il MoMa e dagli archivi italiani di Firenze, Milano, Parma e Torino) rappresentano in ordine: Gae Aulenti, Ettore Sottsass, Joe Colombo, Alberto Rosselli, Marco Zanuso e Richard Sapper, Mario Bellini, Gaetano Pesce, Archizoom, Superstudio, Ugo La Pietra, Gruppo Strum e 9999. Interessante è inoltre il fatto che siano state le aziende italiane a finanziare e a produrre questi girati filmici: ANIC-Lanerossi, Kartell, Boffi, Ideal-Standard,, Elco-FIARM, FIAT, Cassina, C&B Italia, Pirelli. Infine, si ricorda che i seguenti video sono stati recentemente riproposti in una mostra itinerante intitolata *Enviroments and Counter Experimental Media in Italy*, curata da Luca Molinari.<sup>12</sup>



56. Manifesto *Environments and Counter-Environments, Experimental Media in Italy: The New Domestic Landscape*, MoMA 1972, Columbia University 2009



57. Performance al MoMa di New York per Italy: The New Domestic Landscape, Gruppo 9999, 1972

58. Immagine per l'esibizione al MoMa di New York di Italy: The New Domestic Landscape, Gruppo 9999, 1972

59. Manifesto *Environments and Counter-Environments*, *Experimental Media in Italy: The New Domestic Landscape*, MoMA 1972, SAM Basilea, 2010

## 6.2. Introduction

## 6.2 Introduction di Giacomo Battiato

Questo video in Cinemascope venne proiettato su una superficie specchiante all'interno della prima sezione della mostra *Italy: The New Domestic Landscape*, con l'obiettivo di introdurre gli oggetti più "classici" della storia del design italiano.

### 6.2.1 Scheda

Regia: Giacomo Battiato

Art Director: Oliva Collobiano

Testi: Emilio Ambasz

Fotografia: Dido Mariani

Musica: Tito Fontana

Anno: 1972

Produzione: Sergio Lentati, Politecne Cinematografica

Note: Il sistema di ripresa di questo film è in Cinemascope

Formato: 16mm

Durata: 9'30"

Colore

### 6.2.2 Découpage tecnico

Il film si apre con piazza Duomo in notturna, mentre una voce off in lingua inglese parla sopra la silenziosa atmosfera milanese, scorrendo sul design italiano e il suo significato storico.

La camera indietreggia, sta guardando il lato della cattedrale gotica che volge verso la Galleria Vittorio Emanuele, posizionata proprio alla sua entrata. Si scorgono così lentamente le linee della Galleria milanese, vuota, illuminata nel suo splendore Ottocentesco, finché un gruppo di oggetti intelligentemente posizionati iniziano pian piano a comparire lungo il percorso che il carrello arretrante ci mostra nel quadro della macchina da cinepresa. Questi oggetti appartengono alla "classicità" del design italiano, mentre un secondo gruppo di oggetti viene posizionato su impalcature a livelli superiori di altezza. Infine si giunge in Piazza della Scala, la camera volge l'obiettivo alla sua facciata illuminata. L'avvicinamento segna un cambiamento spaziale verso gli interni del teatro, anch'esso vuoto, buio, si guarda ora verso il palco. Accompagna questo breve passaggio un sottofondo musicale lirico, come se fossero in corso delle prove di uno spettacolo. Giunti sul palco, abitato ancora da un terzo gruppo di oggetti della storia del design italiano, la camera, con una rotazione, volge l'obiettivo al pubblico, e il teatro improvvisamente si illumina. Questo palco si scopre nei credits del libro ufficiale della mostra essere il teatro Municipale di Piacenza. Si ritrova infatti uno speciale ringraziamento, oltre che al Comune di Milano, anche alle autorità piacentine per l'ultima parte del film.<sup>13</sup>

Riguardo ai gruppi, possono essere catalogati attraverso tre categorie:

- Il primo gruppo, posizionato sul pavimento dentro la Galleria, raccoglie *Objects selected for their formal and technical means*, si riconoscono alcuni oggetti come la *Selene stacking chair* (1961) e *Giunone* (1969) di Vico Magistretti, la *Poltrona* di Mario Bellini (1967), la *Poltrona Ciprea* di Tobia e Afra Scarpa (1968), *l'Arco* di Achille e Piergiacomo Castiglioni (1962), il *Wall brackets* di Marcello Siard (1966), il *Glifo* di Enzo Mari (1969), il *tavolo pieghevole* di Giancarlo Piretti (1970), i *4 gatti* di Mario Bellini (1966).
- Il secondo gruppo, posizionato su alte impalcature nella Galleria, raccoglie *Objects selected for their sociocultural implications*. Anche qui si possono scorgere alcuni oggetti le sedie *Golem* di Vico Magistretti (1969), la sedia *Charlotte* di Sergio Asti (1968), la *Lampada Pipistrello* di Gae Aulenti (1965), il divano *Safari* componibile in due parti (1968), *Bracciodiferro* (1968), la *Pol-*



*trona Mies* (1969) degli Archizoom, il *Joe Sofa* di Paolo Lomazzo, Donato D'Urbino e Jonathan De Pas (1970), la *UP 5 Donna* di Gaetano Pesce (1969), la *Venere 70* di Alfredo Pizzo Greco (1970), i *Sassi* di Piero Gilardi (1967) con il *Pratone* del Gruppo Sturm (1970), la *Seduta Mezzadro* (1955) e la lampada da terra *Toio* (1962) di Achille e Piergiacomo Castiglioni, la *Poltrona* di Giorgio Ceretti, Piero Derossi, Riccardo Rosso Torneraj (1969), la *Primate* di Achille Castiglioni (1970).

- Il terzo gruppo, che si trova invece all'interno del teatro, raccoglie *Objects selected for their implications of more flexible patterns of use and arrangement*. Si riconoscono il *Serpentone* di Cini Boeri (1970-71), la *Poltrona Sacco* di Piero Gatti, Cesare Paolini e Franco Teodoro (1969), il *Set di Tavolo e Sedie* di Fabio Lenci (1970), la *Rampa* di Achille e Piergiacomo Castiglioni (1963), *l'Anfibio* di Alessandro Becchi (1971), il *Tuttuno* di Internotredici (1969)

### 6.2.3 Analisi

La funzione didascalica di questo film consentiva agli spettatori di avere una panoramica generale sull'universo del design italiano presentato nella prima parte della mostra.

Il filmato si apre con un primo piano sulla facciata notturna del Duomo di Milano, dichiarando, con l'immagine di uno dei luoghi più conosciuti del capoluogo lombardo, l'epicentro della sperimentazione e dello sviluppo del design italiano. Stesso discorso si può fare sulla Galleria Vittorio Emanuele e sul Teatro alla Scala, che sono le ambientazioni successive.

Il percorso conserva una propria logica oggettiva, che sta nell'ordine di rappresentazione e nei raggruppamenti coordinati che seguono di pari passo l'ordine della mostra.

Il set, a testimonianza dello stesso Magri, che presenziò alle riprese, viene costruito minuziosamente, in modo da proporre una percorso studiattissimo, dove l'inquadratura conserva una prospettiva centrale che da Piazza Duomo percorre l'intera Galleria Vittorio Emanuele. L'ambientazione mostra inoltre una Milano fredda, notturna e spopolata, in nome di un'attenzione orientata unicamente alle forme degli oggetti. Il discorso che accompagna l'intero film, discute i principi e l'originalità della scuola italiana, secondo un linguaggio da manuale. Lo si ripropone di seguito:

«During the last decade, italian design has emerged as the dominant force in

consumer product design. It exemplifies the works of every other European country, and is now having its effect in the US. The outcome of this burst of vitality of Italian designers is not only remarkable theories of stylistic operations in product design but also a more fundamental and growing awareness of design as an activity whereby man creates artifacts in order to reconcile his aspirations for the future with the cultural and natural limitations and pressures of the present. Italy and Italian design constitute a micro-model where a wide range of the possibilities as well as the critical problems of international contemporary design are brought into sharp focus. Consequently, this exhibition has attempted to report not only on current design developments in Italy, but also to examine a number of issues which concern designers the world over. One such issue is the meaning of design in today's world. Among Italian designers we find three prevailing trains of thought. The conformists, the reformists, and the contestatories.

The first so-called 'conformist' group predominates. These designers conceive their work as an activity unto itself, and do not contest its social and cultural context, but rather continue to refine already established forms and functions. Concerned with the aesthetic quality of single, traditional objects - a chair, a table, a bookcase - they distinguish themselves by their bold use of colour and their imaginative exploitation of new hard and soft synthetic materials, and advanced molding techniques.

Moving on to the second group, we find the 'reformists', who are convinced that reformation of design cannot develop unless structural changes have occurred to present society. They do not invent new designs, but rather re-design known objects with new, ironic and sometimes self-deprecatory social, cultural and aesthetic references. Some are involved in a process of revival, re-creating forms of the first periods of modern design - mainly Art Nouveau and Bauhaus. Others indulge in ironic manipulations of the social/cultural meanings attached to the objects existing as status symbols. Still others pick up their clues from Pop Art, representing items from our surrounding milieu, transforming them in scale.

A sub-group, the 'anthro pop designers', return to the human figure in the self-deprecatory attempt of purification. Others claim to add nothing to nor alter our environment, and give their designs the guises of natures. To avoid proliferation of new matrices, some designers employ existing industrial elements, such as tractor seats, for their design.

Another sub-group produces objects whose function is not evident from the form, but is in fact concealed by it. Others yet will carry the doctrine of functionalism to an extreme, and search for the most bizarre functions to justify their formal creations.

As we have just seen, the so-called 'reformist' designers justify their activity by giving to their designs shapes which deliberately attempt a commentary on the roles that these objects are normally expected to play in our society. Caught in the dilemma of being trained as creators of objects but incapable of being able to control either the significance or the ultimate uses of these objects, these designers are unable to reconcile the conflicts between their social concerns and their design practices, and have thus developed a rhetorical mode to cope with these contradictions. In fact, they are strongly motivated by a profound concern for the designer's role in the society, which fosters consumption as inducing individual happiness in order to ensure social stability. We must point out, however, that the division between the two main trends of thought aforementioned - the conformists and the reformists - are in reality not that clear-cut. In their oscillations, both these trends reflect the contradictions and paradoxes that result from simultaneously doubting the benefits of the consumer society while engaging in the role of voyeurs of their technological breed.

The third attitude to design, which we have designated as contestatory, attempts to deal with such a situation. This contestatory attitude shows two main trends in Italy. Each, however, tries to get to the root in very different ways. The first is committed to a more (...) position, absolutely refusing to take part in the present socio-industrial system. Here, 'anti-object' literally means not making objects, and the designer's pursuits are concerned either with political action and philosophical postulation, or with total withdrawal.

Those of the second position share with the preceding group the disbelief that an object can be designed as a single isolated entity without regard for its physical and social context, but their reaction to the problem is not the passive one of abstention, but rather, the active one of critical participation. They have thus come to conceive of objects and of their users as an ensemble of interrelated processes, where the way one affects the other results in constantly changing patterns of relationships. To the traditional preoccupation with the aesthetic object, the contemporary designer has in this manner added a concern for an aesthetic of the uses made of these objects. This holistic approach is reflected in the design of objects which are flexible in function, and permit multiple modes of use and arrangement. Such objects can be offensive to anyone who is used to dealing with shapes that are finite and can act as a reference because they refuse to adopt a fixed shape and to be a reference to anything. As opposed to the traditional object, the shape of these objects becomes what the user wants it to be, and therefore provides an open-ended manner of use. These objects are conceived in terms of environmental ensembles and connect different modes of social interaction, while at the same time allowing the user to make his own statement about

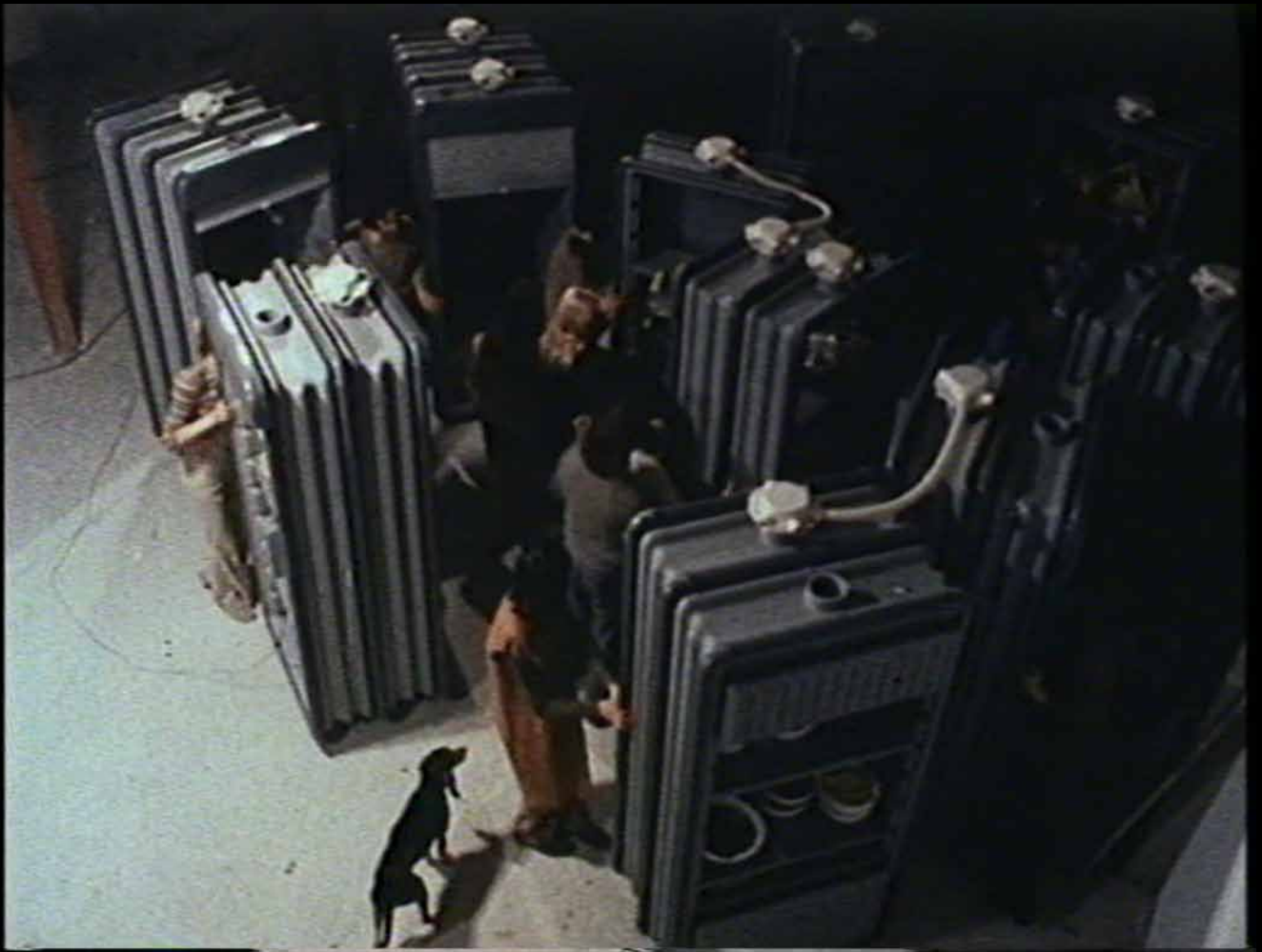
privacy and community. The results of this mode of (...) design do in fact seem to correspond to the preoccupations of a changing society. Therefore, the main concern of this exhibition has been with exploring and furthering this environmental approach.

The Museum of Modern Art invited a group of known Italian designers and conducted a competition for young Italian designers to propose their environmental concepts and to translate them into physical designs. The designers were requested to explore the domestic landscape with a sense for its places and to propose the spaces and artifacts which give them form, the ceremonies and behaviours which assigned them meaning. Special attention has been paid to the individual's need for spaces of an adaptable and fixed nature in which to openly express previously unrealized and unthought-of relationships.

In complement to these physical designs, a number of designers believed that no substantial solution can emerge from physical design, but rather from social and political involvement have also been invited to present their point of view to provide a cultural context to these environments. The exhibition also presents, in a separate part, a number of objects. These examples of design produced in Italy in the last decade have been selected not with an historical intent, but with the purpose of identifying the different design positions evolving in Italy. The exhibition you are now going to see is therefore organized into two complementary parts; first: objects and second: environments».



### 6.3. Ettore Sottsass jr.



60. *Ettore Sottsass jr.*, Massimo Magri, 1972

### 6.3 Ettore Sottsass jr.

Ettore Sottsass immagina uno scenario domestico composto da un sistema a catena di contenitori di plastica grigi, dotati di ruote scorrevoli e cavi in plastica di collegamento reciproco.

Ogni contenitore è destinato a una funzione diversa: c'è il fornello per cucinare, il frigorifero, il guardaroba, la doccia, il juke-box, la biblioteca e una seduta per la lettura. Rappresentano un catalogo di possibilità entro cui ognuno può scegliere, secondo la propria cultura, i contenitori a lui più funzionali, e organizzare inoltre, tramite il loro avvicinamento o allontanamento, esperienze solitarie o di convivenza spaziale dell'abitare.

Non soltanto questi contenitori si possono raggruppare o polverizzare, ma possono anche assumere configurazioni continue, snodate come serpenti o irrigidite come muraglie cinesi, creare zone trasparenti o chiuse, strette e profonde o larghe e aperte, disegnare insomma la scena più adatta per il dramma che uno intende svolgere o sta svolgendo.<sup>14</sup>

#### 6.3.1 Scheda

Regia: Massimo Magri

Art Director: Oliva Collobiano

Testi: Franco Gaieni

Fotografia: Hans Visser

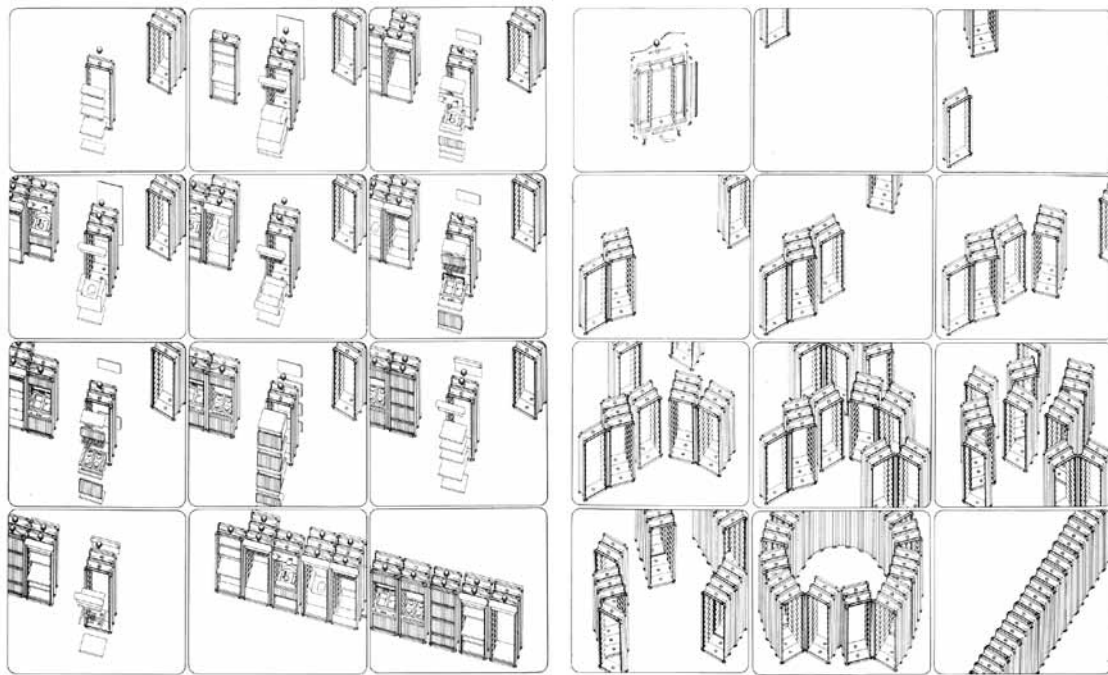
Anno: 1972

Produzione: Politecne Cinematografica

Formato: 16mm

Durata: 9'30''

Colore



61. Prototipi di modulo in plastica abitabile, Ettore Sottsass jr., 1972

62. Disegno a colori del modulo in plastica, Ettore Sottsass jr., 1972

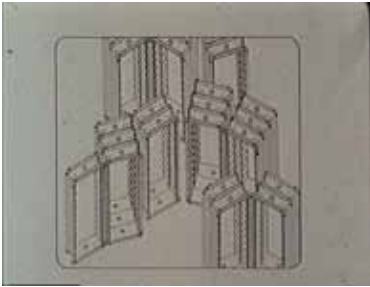
63. Disegni tecnici di composizioni possibili con i moduli in plastica, Ettore Sottsass jr., 1972



### 6.3.2 Découpage tecnico

Il film si apre con *One of these days* dei Pink Floyd, che fa da sottofondo a una sequenza di immagini dei disegni assonometrici dei contenitori di plastica, dove le posizioni si modificano e il loro numero si incrementa. Immagini sovrapposte del volto di una donna, la protagonista, e di uno spazio interno vuoto, introducono poi quello che è il set dove si svolge la narrazione dell'intero cortometraggio, volto a mostrare le funzionalità e i significati del progetto proposto da Ettore Sottsass. La donna si muove infatti in questo cupo spazio industriale, seguita da una camera manuale e senza dialoghi, dove iniziano a comparire i contenitori, uno ad uno. Questa sequenza è caratterizzata da continue e brevi interruzioni che mostrano in alternanza l'immagine iniziale del volto della donna ed un'inquadratura fissa e prospettica dei mobili e del loro potenziale sviluppo.

A questo punto, presentato il contesto, inizia l'interazione della protagonista con i singoli contenitori di plastica, secondo diverse fasi immaginarie ed oniriche. Sullo sfondo, diversi pezzi di un altro brano dei Pink Floyd, *Echoes*. La prima presenta una struttura circolare in cui i mobili ne costituiscono le mura. La seconda è uno scenario tetro che simula un film *horror*, con la smorfia in primo piano della protagonista sanguinante al volto, un corpo sdraiato sopra un fascio di rami secchi e un nano che sgattaiola fra i contenitori con una sirena in mano. La protagonista giace seduta e isolata all'interno di uno dei contenitori. Una terza sequenza mostra la donna all'interno di un tunnel composto dai mobili cavi, incitata da chiassose voci off di una folla. La camera vira poi sul muro della stanza, dove si intravedono le ombre di bandiere sventolanti e figure umane coi pugni alzati verso l'alto, che si muovono nella stanza trasportando i contenitori. Si alterna a questo scenario l'immagine ripetuta della protagonista, alle cui spalle compaiono delle bandiere rosse. La quarta sequenza assume dei toni più polizieschi, l'ambientazione definita dai mobili ricrea un'atmosfera notturna, dove si registra la comparsa di figure umane vestite di nero, che dialogano e minacciano la protagonista, tramite cristalli taglienti finché, raggiuntala, per punirla la feriscono. Chiude la sessione la mano morta dell'attrice, tagliata al polso e con una sigaretta fra le dita. Successivamente ritorna di nuovo l'attrice, che osserva su un libro la struttura anatomica degli organi dell'udito, isolata e seduta all'interno di uno dei contenitori, e circondata dai libri entro un'atmosfera quasi surrealista. Seguono inquadrature frontali del suo volto



64-67. Ettore Sottsass jr.,  
Massimo Magri, 1972

quasi in estasi, immagini che mostrano piccoli contenitori zen, di nuovo i disegni assonometrici che mostrano diversi sviluppi dei contenitori. L'excursus onirico si chiude con l'apertura di situazioni quotidiane di vissuto all'interno dei mobili in plastica, continuamente in movimento entro questo ambiente domestico. L'attrice si dedica alle pulizie, alla cucina. Sopraggiunge l'uomo di casa e insieme si accingono a prendersi cura di un bambolotto di plastica. Compare anche una coppia di vecchi, che sistemano gli abiti nel guardaroba. L'atmosfera che si respira in questa breve scena è di tensione familiare, cupa, negativa, espressa dalle numerose smorfie di insofferenza dell'attrice. L'ultima sequenza mostra in contrasto un ambiente più collettivo, dove numerosi giovani in movimento elaborano situazioni più creative dei mobili, volte all'unione e a una più positiva convivialità. Il film si chiude con i titoli di coda e la presentazione di tutti collaboratori della produzione, sfumando in ultima stanza celebre sul coro *You'll never walk alone*.

### 6.3.3 Analisi

Il film riflette l'ideale utopico che Sottsass propone in questo suo progetto, un prototipo di mobili in plastica, in una logica anticommerciale che, a detta sua, rappresentano «più una serie di idee che non una serie di prodotti finiti». L'obiettivo è quello di costruire uno spazio domestico dove l'individuo possa essere esente da ogni condizionamento di "possesso" degli oggetti, fattore che giustifica la semplicità formale e materica dei container. Vi è inoltre un tentativo di universalizzare le funzioni dell'abitare con questi mobili componibili, dal momento che ogni individuo può potenzialmente scegliere le unità a lui necessarie.

Questo contesto conserva, in linea con gli eventi dell'epoca, un forte carattere di contestazione. In primis nel personaggio principale, Vanessa, che è una donna, simbolo di una femminilità che ha mosso i primi grandi passi verso l'emancipazione del proprio ruolo nella società. In seconda istanza, e conseguentemente a questa affermazione, si muove anche una critica al nucleo familiare, luogo scontato di una felice convivenza. I gesti quotidiani della donna nell'atto di pulire la casa o di cucinare, dipinti secondo un punto di vista propriamente femminile, esprimono un'insofferenza che, dal punto di vista di Sottsass, chiude la persona nell'isolamento familiare,





69-75. Ettore Sottsass jr.,  
Massimo Magri, 1972

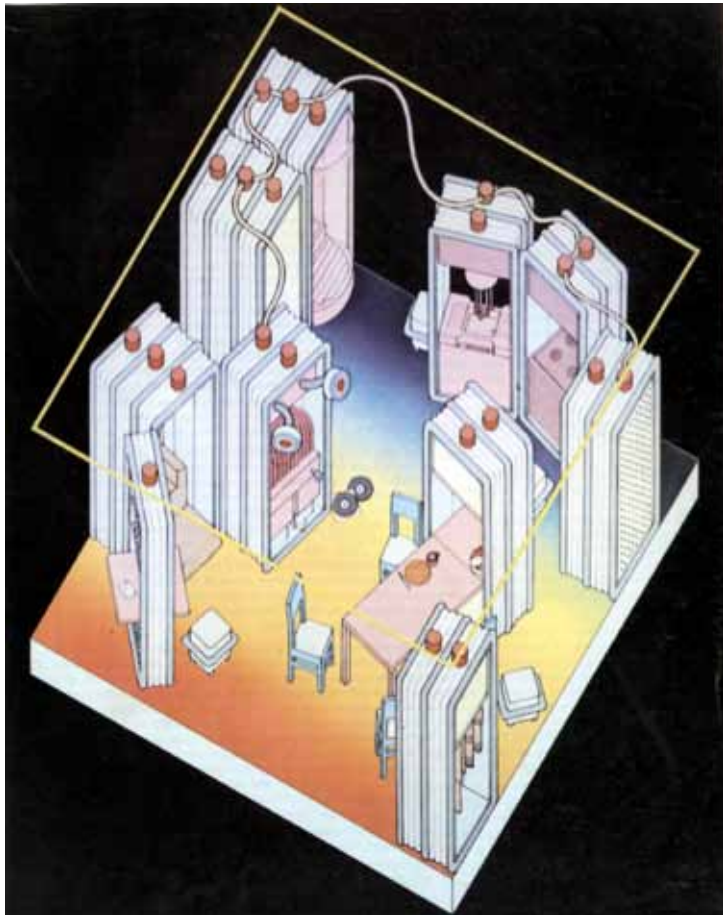
espresso mediante l'allontanamento solitario entro un contenitore di plastica. In alternativa viene proposto un modello di convivenza collettiva, tipico della cultura comunitaria di aggregazione Sessantottina, come quella gli *hippies*, dove l'individuo vive all'interno di una condizione di anarchia, libero di scegliere come abitare lo spazio domestico, una possibilità che si concretizza nel progetto di questo scenario utopico. Lo stesso Sottsass afferma sul progetto:

L'idea è che uno che abita in mezzo a questi mobili possa avvicinarli o allontanarli dai suoi parenti quando gli viene voglia di farlo: così che possa manifestare con i mobili stati della sua avventura solitaria, o della avventura del gruppo perché gli stati, le necessità, i drammi, le gioie, le malattie, le nascite e le morti si avvicinano anch'esse nello spazi.<sup>15</sup>

Un'altra considerazione a riguardo spetta al riferimento politico dell'immagine in cui compaiono delle ombre con i pugni alzati e le bandiere rosse sventolanti, un altro chiaro spunto dichiaratamente contestativo, che si associa alle teorie marxiste del decennio. Magri, dal canto suo, organizza questa narrazione utilizzando diversi linguaggi alternati, anch'essi molto vicini d'ispirati alla cinematografia del tempo. I disegni assonometrici in bianco e nero dello stesso Sottsass vengono ripetutamente proposti per dettagliare tecnicamente le diverse soluzioni compositive dei mobili. L'accostamento sequenziale di questi ultimi crea inoltre delle animazioni, seppur statiche, che movimentano questi disegni. Certe situazioni descritte nel *découpage* si ispirano a scene di generi come l'horror e il poliziesco, riproducendo modelli diffusi nella cultura di massa. Gli aggressori di Vanessa sembrano infatti appartenere a una mafia stereotipata. Le doppie esposizioni, lo status psichico confusionario dell'attrice, e certe ambientazioni oniriche, sembrano invece richiamare l'usanza diffusa al tempo delle prime diffusioni su larga scala delle droghe e la loro capacità di riprodurre immagini irrazionali. Peter Lang, Luca Molinari e Mark Wasiuta, che hanno recentemente mostrato questi film al pubblico dopo poco più di quarant'anni dalla loro produzione, hanno dato il merito al regista di aver ricreato un perfetto teatro brechtiano («Credit is due to the director Magri for staging a Brechtian theater denuded of distracting contexts»)<sup>16</sup>. In effetti la narrazione non presenta una sequenza logica e chiara di immagini, ma una successione di eventi scollegati fra loro. L'unità di tempo, luogo e narrazione viene stravolta. Il rapporto fra rappresentazione e spettatori abolisce effetti di immedesimazione, di empatia, di riconoscimento universale di valori e segni. Il pubblico

è una materia passiva: la messa in scena diventa ipnosi.

Questa è la parola più adatta per definire il video di Magrì, effetto ottenuto attraverso la rinuncia dell'autore a fornire il pubblico di un giudizio critico. Lo straniamento è dunque lo strumento migliore per non cadere nell'espressionismo, un modo disincantato oggettivo di raccontare e commentare le vicende dello scenario domestico proposto da Sottsass. Un modo che costringe di più a farci pensare a farci prendere una decisione morale etica nei confronti della società, lungi dal turbamento di passioni del romanticismo.



76. Disegno a colori del modulo in plastica, Ettore Sottsass jr., 1972

77. Fotografia, Metafore, Ettore Sottsass jr., 2002



## 6.4. Gae Aulenti



78. *Gae Aulenti*, Massimo Magri, 1972

## 6.4 Gae Aulenti

Il principio cosciente della progettazione è quello di ottenere forme che possano essere creatrici di esperienze e che nello stesso tempo possano accogliere le esperienze di ognuno con la serenità, determinata da una autonoma capacità critica, di uno sviluppo senza sforzi<sup>17</sup>

Il progetto di Gae Aulenti propone un habitat flessibile, costituito da da tronchi di piramide in materiale plastico (fibra di vetro, poliuretano) combinabili in diverse soluzioni, in modo da formare, di volta in volta, un letto, un piano, sedie inclinate.

### 6.4.1 Scheda

Regia: Massimo Magrì

Art Director: Oliva Collobiano

Anno: 1972

Produzione: Sergio Lentati, Politecne Cinematografica

Note: Beatrice Romand partecipa come attrice,

Margaret Tynes canta il brano che accompagna il film

Formato: 16mm

Durata: 4'25''

Colore

#### 6.4.2 Découpage tecnico

Una ripresa aerea mostra lo spazio progettato da Gae Aulenti, uno spazio in plastica di colore rosso, costituito da tre elementi principali, uno dei quali lineare e gli altri due angolari. Un personaggio femminile si muove nello spazio quadrilaterale, in un atteggiamento di esplorazione. Alcuni brevi fotogrammi mostrano una visione prospettica dell'ambiente. L'attrice, dopo aver "provato" l'interazione con gli elementi costitutivi dell'opera, si siede ad un tavolo situato al suo interno, con un continuo atteggiamento di curiosità per ciò che la circonda. Primi piani del suo volto si alternano a brevi frames di immagini domestiche: libreria, vasi con piante grasse, prodotti gastronomici. Compaiono anche altre giovani ragazze nell'atto di mangiare. Analogamente, le scene successive mostrano il raffronto tra la solitaria esplorazione dello spazio dell'attrice, l'apparizione al suo fianco di altri giovani con cui interagisce, e diversi frames che, oltre ai contenuti già citati, propongono immagini della vita operaia e di contestazione studentesca. Per esempio giovani che riflettono fumando di fronte a dei libri, una donna all'interno in uno status di riflessione, una ragazza che prepara la valigia, una scena notturna in cui l'attrice si corica sotto le coperte, affiancata da un ragazzo intento nella lettura di un libro. Nell'atto finale ritorna la ripresa aerea dello spazio, popolato da una serie di giovani, di cui ognuno è occupato in una diversa funzione: dormire, cucinare, arredare.

#### 6.4.3 Analisi

Il film è ambientato interamente entro lo spazio domestico progettato da Gae Aulenti, che richiama una sorta di "monocale" per giovani, dove vige un'idea comunitaria di convivenza. La gioventù ritratta è quella della contestazione sessantottina: colta, libera, autogestita, e vicina alle idee operaie. A supporto delle immagini provenienti da quel repertorio, non mancano fotogrammi che mostrano manifestazioni operaie e studenti in rivolta. Lo scenario qui dipinto conserva quindi una proposta positiva di modello dell'abitare quotidiano, come paradigma ipotetico di un modello più ampio, societario. Risulta inoltre forte la matrice architettonica degli elementi plastici, di cui Aulenti dichiara esplicitamente il rapporto: «Non uno degli



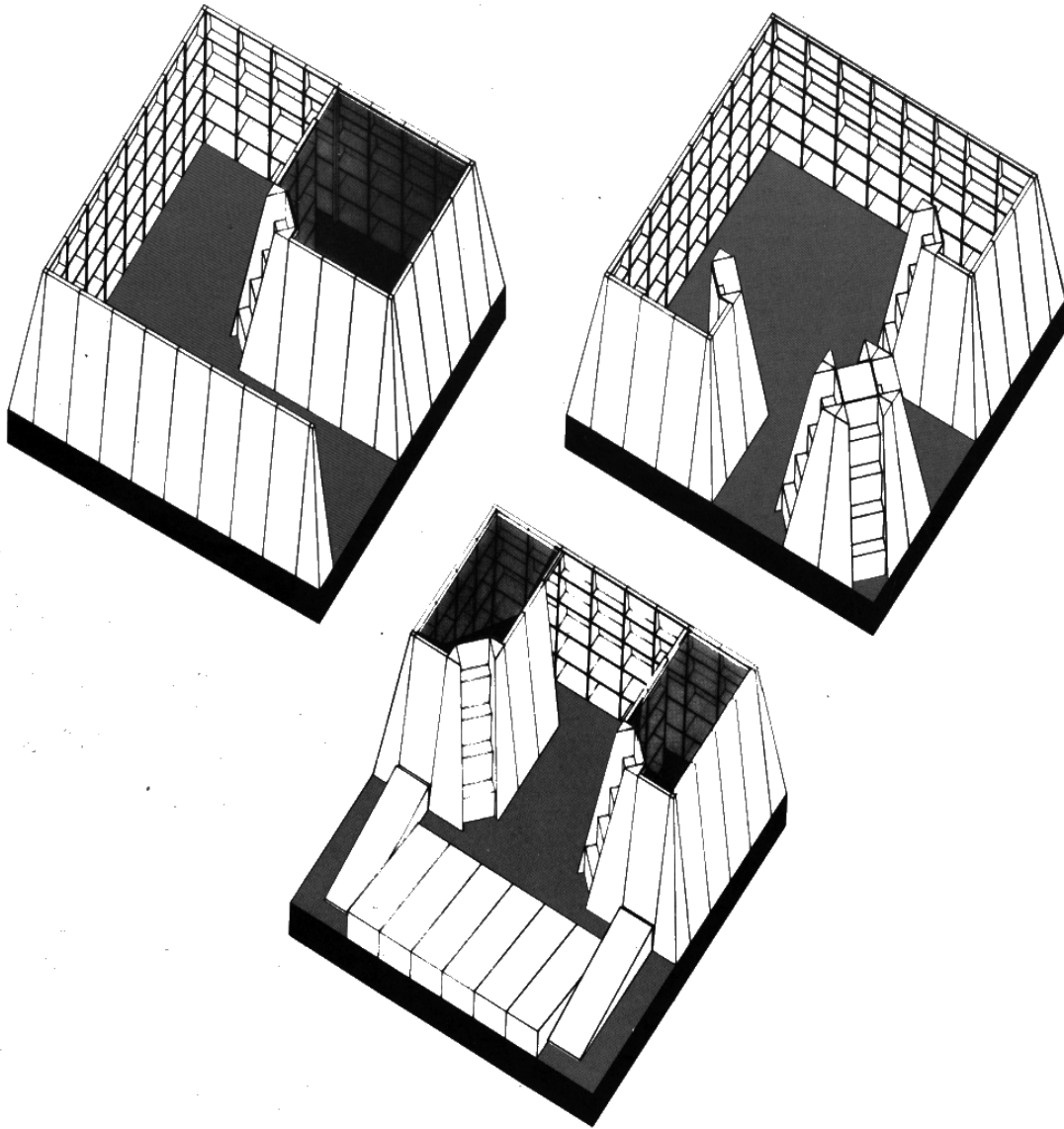




oggetti dell'uomo, sia esso monumento o tana, può sfuggire al suo rapporto naturale con la città, che è la manifestazione fisica della condizione umana».<sup>18</sup> Massimo Magri osserva a riguardo come i tronchi di piramide siano ispirati alle forme degli "osservatori astronomici indiani"<sup>19</sup>, inserendo un personaggio in meditazione all'interno dell'abitacolo di uno di essi. Infine non si può non notare la ricercatezza delle inquadrature e del montaggio. Le prime sono studiate per riproporre lo spazio da una perfetta visione aerea centrale, dove i titoli d'inizio si inseriscono all'interno dei vuoti dello spazio architettonico, generando una simbiosi titolo-immagine. Molto studiati sono anche i primi piani dell'attrice a cui fanno sfondo precise visioni prospettiche che delincono lo spazio domestico. Sequenze serrate ed alternanti generano invece il parallelismo tra la situazione solitaria e quella comunitaria dell'attrice, alle quali si fonde anche l'immaginario contemporaneo dei fotogrammi di vita operaia e studentesca e i brevi istanti - quasi dei loop - delle luci e delle sirene del Luna Park.



79-87. *Gae Aulenti*,  
Massimo Magri, 1972



88. Disegno tecnico del progetto di Gae Aulenti, 1972

89. *Gae Aulenti commenting upon original exhibit materials*, photo: Peter Lang, 2008



## 7. Documenti integrativi

In questo ultimo paragrafo si riportano gli ulteriori documenti utilizzati per studiare il contesto d'indagine del caso Olivetti. Oltre ai citati casi studio, sono stati visionati, in sede privata, i seguenti film:

*Quattro operazioni a macchina*, di Aristide Bosio, 1956

Filmato animato a colori che illustra, con la consulenza di Natale Cappellaro, i principi di funzionamento ed applicazioni della nuova macchina calcolatrice superautomatica scrivente: Tetractys.

*Dall'Elea alla Programma 101*, a cura di Pietro Contadini, 2001

L'Associazione Archivio storico Olivetti presenta la testimonianza di Pier Giorgio Perrotto, uno dei protagonisti dell'avventura elettronica.

*Mestieri della Memoria*, a cura della Fondazione Natale Cappellaro, 2004

Una documentazione dell'evento promosso ad Ivrea dalla Fondazione Natale Cappellaro

*Lettera 22*, di Emanuele Piccardo, 2008

Documentario realizzato sulla figura di Adriano Olivetti, con uno sguardo specifico alle architetture olivettiane.



NOTE:

- 1 *Linguaggi nella società e nella tecnica : convegno promosso da C. Olivetti & C., Spa* per il centenario della nascita di Camillo Olivetti, Milano, Edizioni di Comunità, 1970, XIX introduzione
- 2 Branzi Andrea, *Il design italiano 1964-1990*, Milano, Electa, 1996, p. 138
- 3 Bellotto Adriano, *La memoria del futuro*, Ivrea, Archivio Storico del Gruppo Olivetti, 1994, p.68
- 4 Magrì Massimo, *Documentare il design*, Disegno Industriale (diid) 28, settembre-ottobre 2007, p. 4
- 5 Magrì Massimo, *Documentare il design*, Disegno Industriale (diid) 28, settembre-ottobre 2007, p. 8
- 6 *Olivetti al Louvre*, "Notizie Olivetti", Ivrea, n.7, 1969, p.1
- 7 Bellotto Adriano, *La memoria del futuro*, Ivrea, Archivio Storico del Gruppo Olivetti, 1994, p.80
- 8 Fundarò Anna Maria, Martorana Antonio, *Storie e progetti di un designer italiano, quattro lezioni di Ettore Sottsass Jr.*, Firenze, Alinea Editrice, 1983, p. 43
- 9 *Valentine, la nuova portatile*, "Notizie Olivetti", Ivrea, n.5, 1969, p. 3
- 10 Ambasz Emilio, *Italy: The New Domestic Landscape: Achievements and problems of Italian Design*, New York, The Museum of Modern Art in collaboration with Centro Di, Florence, 1972, Introduction, traduz. di Andrea Branzi
- 11 *L'inquinamento domestico, una mostra a New York*, *Abitare* 107, luglio-agosto 1972, pp 114
- 12 *Enviroments and Counter Experimental Media in Italy: The new Domestic Landscape - MoMA 1972* a cura di Luca Molinari, Peter Lang e Mark Wasiuta. 13 aprile - 8 maggio 2009, sede della Columbia University (Arthur Ross Gallery). 27 marzo - 27 giugno 2010, Swiss Architecture Museum SAM, Basilea
- 13 Ambasz Emilio, *Italy: The New Domestic Landscape: Achievements and problems of Italian Design*, New York, The Museum of Modern Art in collaboration with Centro Di, Florence, 1972, p.14
- 14 Sottsass Ettore, *Scritti*, Vicenza, Neri Pozza Editore, 2002, p. 232
- 15 Raggi Franco, *N.Y. M.O.M.A: "Italy: the new domestic landscape"*, Casabella 366, giugno 1972
- 16 *Domestic Disturbances*, [http://www.archpaper.com/e-board\\_rev.asp?News\\_](http://www.archpaper.com/e-board_rev.asp?News_)

ID=3460, 05.06.2009

17 *L'inquinamento domestico, una mostra a New York*, *Abitare* 107, luglio-agosto 1972, pp 112-159

18 Raggi Franco, *N.Y. M.O.M.A: "Italy: the new domestic landscape"*, *Casabella* 366, giugno 1972

19 Magrì Massimo, *Documentare il design*, *Disegno Industriale (diid)* 28, settembre-ottobre 2007



90. Adriano Olivetti davanti alle officine di Ivrea



## Parte Quarta

### Il cinema industriale oggi. Quale significato?

Questa ultima parte viene dedicata a una riflessione che prende spunto dai diversi interrogativi nati dalle riflessioni finora trattate. Il primo passo è infatti quello di capire quale sia il significato odierno di un lavoro dedicato al cinema industriale dei decenni passati. Nello specifico, si vuole focalizzare l'attenzione sugli aspetti di design, relazionando i casi studio specifici proposti con gli scenari di progettazione della comunicazione contemporanea. Successivamente si procede spostando l'attenzione sul potenziale valore degli archivi, proponendo anche un ipotetico approccio per una diffusione intelligente dei repertori, anche in ragione dell'esperienza personale presso l'Archivio di Ivrea.

## 1. Un genere anacronistico

Nella prima parte della ricerca, illustrando la parabola discendente degli anni '70, si è volutamente lasciata in sospeso una descrizione del contesto dei decenni successivi, limitandosi ad affermare che è la nuova politica aziendale a modificare la produzione audiovisiva, verso altri modelli di advertising e pubblicità, a scapito del film industriale. La produzione di documentari conserva tuttavia un limitato prosieguo, anche se confinata in un ruolo di per sé marginale e svalutato dalle stesse aziende. Infatti solo il "sottogenere" d'addestramento ritrova una propria funzionalità pratica nelle logiche aziendali, secondo una diffusione più propriamente amatoriale tramite i nuovi supporti video. A questi ultimi si deve una nuova concezione delle tecniche di ripresa che divengono universalmente accessibili grazie alle nuove tecnologie a basso costo, come le telecamere. In questo modo gli specialisti, con i propri prezzi di mercato, trovano sempre meno spazio all'interno di progetti aziendali, in favore di una produzione amatoriale e a basso costo, e conseguentemente di qualità scadente. Gli anni '80-'90 testimoniano con numerosi esempi questo "abuso" nella creazione infinita di immagini destinate spesso a una fruizione anonima.

Repubblica del 7 luglio 1984 dedica un articolo a Filmselezione '84, una rassegna romana che segnala i migliori cinquanta film industriali nazionali, da destinare successivamente alle più grandi manifestazioni internazionali. Si ripropone un estratto dell'articolo, dove compaiono alcuni commenti dei giurati presenti, fra cui Pierluigi Borghini, presidente dei giovani industriali del Lazio, e i giornalisti Anna Maria Mori, Aldo Falivena e Giovanni Grazzini.

Cinquanta film (spiega Borghini) possono sembrare molti, ma in realtà, rispetto alle potenzialità e al prestigio dell'industria italiana, sono poca cosa. Bisogna ammettere che, salvo rare eccezioni, le aziende stentano a capire l'importanza della promozione audiovisiva, che, oltre a spiegare al pubblico e agli addetti ai lavori la novità e la bontà di certi prodotti, è utilissima a divulgare e promuovere una certa immagine dell'azienda stessa. Forse i dirigenti sono spaventati dai costi di realizzazione di un film; in realtà un documentario industriale costa quanto qualche pagina di pubblicità su un giornale". Sta di fatto che la maggior parte dei documentari italiani, compresi molti di quelli visti al "Filmselezione '84", hanno caratteristiche piuttosto arcaiche: sono un po' noiosi, con l'immane voce fuori campo dal tono professorale, ricalcano le strutture del documentario anni 50 piuttosto che le modalità del cinema pubblicitario dei nostri giorni. Anzi, raffrontati con la ricchezza, l'

invenzione, la novità dello spot, questi documentari sembrano appartenere ad un altro mondo. “Il fatto è” spiega Luigi Felici, responsabile dell’area immagine della Confindustria “che fino a ieri, da parte delle aziende, si pensava al documentario industriale semplicemente come una specie di catalogo animato della produzione da dare in pasto ad un pubblico affamato di immagini. Oggi che questa fame di immagini è soddisfatta da altri media, c’è la necessità di riconquistare spettatori e il problema principale è proprio quello di rendere anche il documentario industriale il più cinematografico possibile. E una volta riconquistati spettatori anche le aziende avrebbero maggior interesse a produrre e producendo di più si migliorerebbe anche la qualità.”<sup>1</sup>

Questo articolo, che da solo commenta i tentativi di rianimazione di un ormai anacronistico film industriale, suggerisce quale sia il punto di vista più corretto nel riguardare oggi (come già dagli anni ‘80) a questi modelli, proponendo una sorta di archeologia della storia del cinema. Questo giudizio libera così qualsiasi tentativo di ridefinire una continuità storica del genere, che è una pretesa impossibile, con la quale si è scontrata anche la nostra ricerca.

L’intento ora è dunque quello di guardare questa produzione con uno sguardo più cosciente e reale, illustrando quale sia il suo potenziale valore e significato storico. Lo scenario attuale si configura infatti come una realtà complessa, in cui questi modelli storici possono indicare delle valide soluzioni progettuali. Questa tesi vuole, in questa ultima parte, mostrare proprio tali possibili soluzioni, oltre che suggerire come e perché sia necessario ridare visibilità a determinati repertori.

## 2. Il film industriale e l'audiovisivo contemporaneo

Attualmente la comunicazione audiovisiva d'impresa si inserisce in una dimensione quasi unicamente commerciale, cui prendono parte gli spot pubblicitari, i video istituzionali, i progetti multimediali. Un ulteriore utilizzo di questi supporti si ritrova in altri ambiti promossi dall'industria, come le fiere e gli eventi di vario genere.

Marisa Galbiati individua due principali finalità della comunicazione video d'impresa:<sup>2</sup> la prima è quella di promuovere l'immagine istituzionale dell'impresa verso l'esterno (i valori, la mission, la vision, la filosofia, i prodotti); la seconda è quella di informare e comunicare ai nodi periferici di una rete i processi che riguardano la vendita di un prodotto, l'organizzazione di un processo e altre informazioni. Questa breve introduzione testimonia che gli obiettivi odierni non sono molto distanti da quelli del film industriale, se non nel valore quasi unicamente commerciale che oggi giorno contraddistingue ogni esercizio di comunicazione d'impresa. Le imprese infatti hanno sempre riscontrato un particolare interesse per l'audiovisivo come mezzo di comunicazione. Tuttavia, se si osservano nel dettaglio i modelli storici del film industriale, sembrano essere piuttosto lontani dall'odierna comunicazione audiovisiva d'impresa. Dunque, in sintesi, analogia negli scopi, differenza nei modi di comunicazione e di produzione.

L'evoluzione della società e dell'industria ha di fatto confinato la ragione d'esistenza dei documentari industriali al suo tempo. Le cause sono molteplici, ma sono già ravvisabili nella crisi che colpisce il genere nei primi anni Settanta, e quindi l'avvento della televisione, i nuovi mercati, l'assenza di finanziamenti, i nuovi assetti organizzativi dell'industria. Un altro grande cambiamento va individuato anche nel pubblico, che allora nutriva la propria conoscenza tecnica tramite questi documentari, spesso proiettati anche nelle sale cinematografiche. Questo compito informativo, che è stato gradualmente scalzato dalla televisione e successivamente dai nuovi media come internet, deve comunque far riflettere sulla natura della stessa informazione di massa, che ha modificato letteralmente i propri codici.

I film industriali (soprattutto i primi), illustrano complessi processi inerenti il mondo dell'industria o, piuttosto, come i Critofilm di Ragghianti, tematiche culturali di vario genere, occupando un tempo di narrazione medio di 10'. È opportuno interrogarsi su quanto un format del genere possa avere senso e successo rispetto ad un pubblico odierno. Oggi l'informazione

è infatti sempre più accessibile e facilmente reperibile in tempo reale, secondo modalità temporali immediate. La fruizione stessa dell'opera non è da considerarsi scontata. Se ora si può scegliere fra infinite possibilità di offerta informativa, all'epoca del film industriale si ritrovava questa possibilità solo dentro specifiche categorie mediatiche, come il cinema, i cinegiornali, i documentari. In questo caso, i tempi di proiezioni sono accettati dal pubblico secondo criteri stabiliti dalla durata del film. Oggi l'utente ha invece la preoccupazione di raggiungere l'informazione nel modo più immediato possibile, costringendo il mercato audiovisivo a studiare logiche progettuali diverse. Nel panorama contemporaneo, dunque, il film industriale si prefigura così anacronistico e quasi utopico, essendo anche lontano dalle aspettative del pubblico. La committenza degli anni '60, inoltre, non interferisce quasi mai nel lavoro dei registi, con la promessa da parte di questi di una rappresentazione positiva dell'azienda, un evento che oggi sarebbe eccezione. Adesso probabilmente un documentario industriale d'autore troverebbe un modesto spazio solamente entro specifici festival destinati a un pubblico ristretto, così come lo furono le Rassegne della Confindustria, ma in una concezione storico-archeologica del soggetto in questione. Alcune aziende hanno tuttavia sviluppato una valorizzazione del proprio repertorio filmico, come il corrente caso studio Olivetti. Non mancano forti criticità riguardo al tentativo che, seppur lodevole, appare ancora limitato nella sua diffusione culturale.

### 3. Un possibile valore odierno del film industriale

Si analizza ora quale possa essere concretamente il valore di questi documentari entro uno scenario progettuale contemporaneo, dove le imprese si servono dell'audiovisivo secondo i principi già suggeriti da Marisa Galbiati. In questa fase di giudizio conclusivo, non solo è stato decisivo l'affronto dei studio qui apportati, ma anche le esperienze personali di progetto maturate presso il Laboratorio di Movie Design, corso che si occupa proprio di audiovisivo, e in certi casi specificamente applicato all'impresa.

È oggi quanto mai evidente che i nuovi media digitali sono un terreno di conquista per le imprese, uno scenario in cui il designer della comunicazione ha quindi la responsabilità di una ricerca consapevole delle forme e dei linguaggi necessari alla comunicazione aziendale. Sono numerose le opportunità offerte alle industrie dal panorama mediatico per raggiungere il proprio pubblico, superando le tradizionali forme puramente informative di advertising. Il web consente infatti l'utilizzo di piattaforme virtuali (blog, social network, community, ecc.) in cui avviene un coinvolgimento diretto del pubblico, tramite un modello di comunicazione one to one che rivolge i propri messaggi secondo logiche di personalizzazione. Lo stesso discorso vale per il settore delle relazioni pubbliche, gli eventi, le fiere, che divengono strategicamente luoghi in cui l'azienda promuove se stessa attraverso diverse entità culturali. Il contatto con il pubblico ha raggiunto così l'apice nella gerarchia degli obiettivi delle imprese.

La produzione audiovisiva digitale in questo sistema si pone come uno strumento ideale per comunicare con il pubblico, secondo le diverse forme create nell'era digitale del web 2.0, come testimonia il caso delle web tv. La prof.ssa Francesca Piredda suggerisce a questo proposito un approccio più consapevole per affrontare il progetto audiovisivo, indicando tre coppie di parole chiave destinate a essere un costante riferimento per lo stesso progettista: immaginario-scenario, memoria-conoscenza, scrittura-traduzione.<sup>3</sup> Il designer ritrova in questo orientamento una guida in cui superare le difficoltà e le contraddizioni che caratterizzano la comunicazione visiva contemporanea, troppo spesso legata unicamente alle dinamiche del consumismo. In questo sistema il film industriale può proporsi come un modello cui riferirsi per sperimentare innovative forme di progetto. Dal punto di vista culturale, perché fa parte di un'epoca in cui l'industria si preoccupa di proiettare se stessa verso la collettività, secondo logiche estranee alla pubblici-

tà, e per questo motivo dotate di un valore che va al di là dei prodotti e della marca. Dal punto di vista delle pratiche del progetto perché non manca l'utilizzo di tecniche ricercate, effetti speciali, animazione di qualità, tecniche di ripresa specializzate, sperimentazioni visive, derivanti da professionisti legati al settore del cinema e da una cultura d'impresa volta alla realizzazione di un proprio stile industriale.

Nell'ipotetico approccio proposto da Francesca Piredda, il documentario industriale entrerebbe dunque a far parte dell'immaginario-scenario come un possibile riferimento per la progettazione: immaginario nel senso di vere e proprie figurazioni della cultura industriale italiana di quei tempi, proponendosi come un archivio culturale di immagini in movimento. Scenario come un ipotetico modello di relazione tra committente e regista.

Massimo Magri ad esempio si fa interprete di un linguaggio appartenente a uno dei personaggi più influenti nella storia del design, nonché maestro in tutti i sensi, Ettore Sottsass (*Macchina cerca forma*). In molte inquadrature si intravede la linea di pensiero di Sottsass che, entro una apparente narrazione confusionaria composta da diversi salti logici, esprime invece chiaramente il proprio ideale nella concezione di una macchina da scrivere, un perfetto equilibrio tra la forma e la funzione. La visione di questo film ha generato la percezione immediata dell'eccellenza delle immagini e dei soggetti, di cui l'Olivetti è garanzia, avendo raccolto intorno a sé i migliori professionisti dell'epoca. Questo audiovisivo potrebbe essere infatti la perfetta esplicitazione del concetto di ergonomia attraverso un valido esempio funzionale. Ma ciò che ancora incuriosisce è come all'interno di un filmato come questo vi sia anche la libertà di lanciare un messaggio politico. Il regista, il designer e l'azienda sembrano infatti vivere un'interessante dimensione extra-industriale, dove un film su un prodotto diviene l'occasione per sperimentare e per lanciare altri messaggi.

Questa osservazione non vuole essere un nostalgico modo di guardare a un'epoca in cui le logiche pubblicitarie non erano ancora prevalenti. Certo esempi scadenti si verificavano anche a quei tempi, come tra l'altro hanno testimoniato molti critici (paragrafo 1.4.4). L'intento è piuttosto quello di mettere in luce le ragioni del successo di questo film, almeno secondo il punto di vista di un progettista. Molte di queste considerazioni possono diventare così un parziale riferimento in futuri scenari di progetto di comunicazione audiovisiva. Oltre alla sopraccitata complessa dimensione autoriale, anche la perfetta e coerente semplicità linguistica di alcuni film come *La*

*Forma di una Macchina per ufficio* può diventare un altro spunto per i progettisti. Il regista è infatti obbligato nel racconto di un ciclo di produzione a una scrupolosa e attenta costruzione sequenziale della narrazione entro tempi relativamente brevi, un'operazione che, se osservata nel dettaglio, si presenta come un'interessante modello funzionale. L'alto grado informativo di questi cortometraggi ne accresce inoltre il valore tecnico.

A supportare questo livello informativo vi è spesso l'animazione, come nel caso di *Elea classe 9000*, dove i disegni sintetici di Giovanni Pintori illustrano difficili concetti dell'appena nata tecnologia elettronica. Oggi questa pratica progettuale può diventare un modesto riferimento nella realizzazione degli scenari *instructables*, come testimonia ancora questo articolo di Francesca Piredda:

(...) gli scenari di comunicazione, intesi come *instructables*, possono divenire strumenti del progetto, consentendo di mettere in relazione diverse immagini mentali, che partecipano alla costruzione di un mood e di un concept di comunicazione condivisi. In questo modo, offrono la possibilità di "disegnare" collettivamente un'identità sostenibile, nel senso di negoziabile ed inclusiva, capace di sostituire gradualmente la spettacolarizzazione consumistica in favore di una condivisione di conoscenze.<sup>4</sup>

Il suo riconoscibile segno grafico viene sviluppato da specialisti come Gianni Polidori e Giulio Giannini. Il risultato sono meravigliose scene animate in cui colpisce la semplicità delle forme e la vivacità cromatica. Questo esempio non ha nulla da invidiare alla contemporanea infografica, la rappresentazione delle informazioni che oggi viene molto praticata nel campo della comunicazione visiva. Si prefigura piuttosto come un interessante esempio per questa disciplina, un potenziale riferimento stilistico. Si consideri a riguardo come Pintori caratterizzi questi disegni tecnico-informativi restituendo con successo l'identità Olivetti, straordinariamente percepibile in questi dettagli grafici. L'opera di Pintori diviene in questo senso multidisciplinare, declinata entro un progetto audiovisivo. Questo tentativo è apprezzabile per la sua coerente restituzione stilistica, qualcosa che ancora oggi potrebbe aiutare a costruire una "buona" comunicazione coordinata. Lo *Stile Olivetti* conferma in questo esempio un'attenzione scrupolosa che si sviluppa in ogni circostanza progettuale, in cui qualità, eccellenza, distinzione e buon gusto sembrano divenire la normalità. Questa possibile valorizzazione di repertori è tuttavia oggi resa impossibile dalla loro non-circolazione, dal momento che molti archivi li custodiscono gelosamente. Questi



repertori potrebbero potenzialmente rappresentare uno straordinario riferimento per i designer contemporanei.

Per quanto riguarda invece la coppia memoria-conoscenza, si riporta di seguito la frase di Carlo Lizzani, già citata nell'introduzione alla seconda parte, in cui si parla del film industriale come "specchio dei tempi" o, piuttosto, come "pezzi d'autore che illuminano zone finora rimaste in ombra" che "potrebbero darci alcuni ritratti del nostro paese, e alcuni diagrammi del suo sviluppo"<sup>5</sup> Si può notare come il valore storico di conservazione di immagini del repertorio industriale sia già stato ravvisato sul finire degli anni '80, come testimonia questa citazione. Una studiata operazione di divulgazione del film industriale rappresenterebbe in questo senso un arricchimento della conoscenza nell'ambito della progettazione, attraverso la proposizione di alcuni modelli audiovisivi. Questa considerazione trova compimento nell'eccezionalità dei casi studio dell'Olivetti fin qui analizzati. Che cosa dire infatti del valore storico di film come *Olivetti: Formes et recherche / Concept and forms* e *Italy: The New Domestic Landscape*? L'esposizione di New York, citata in numerosi libri di storia del design, rivive in questi video gli ideali e le utopie dei progettisti chiamati da Emilio Ambasz. L'audiovisivo riesce a restituire punti di vista che mostrano i progetti nel dettaglio, la loro funzionalità, l'idea. Nella mostra progettata da Gae Aulenti a Parigi si scorge l'allestimento di uno dei grandi nomi dell'architettura italiana contemporanea, esplorato "dal vivo" lungo le sue superfici. *Valentine* è invece, come afferma Lizzani, uno "specchio dei tempi", in cui viene costruito un contesto giovanile e modaiolo intorno a un oggetto-icona Pop quale è la macchina da scrivere progettata da Sottsass. Anche una disciplina come la moda troverebbe dunque un interesse nell'osservazione di questi documenti audiovisivi.

Da ultimo i termini scrittura-traduzione suggeriscono il rapporto che si instaura tra il regista ed il designer, nell'interpretazione del lavoro, delle intenzioni e del progetto di quest'ultimo. La coppia Magri-Sottsass esemplifica questa dinamica relazionale attraverso i film riportati come casi studio (*Macchina cerca forma*, Sottsass). Il racconto audiovisivo riflette infatti tutti gli elementi che ruotano intorno al progetto di design: l'oggetto stesso, i suoi dettagli, il progettista ed i suoi ideali, le utopie, l'azienda. Il regista compie una vera e propria operazione in cui il linguaggio fisico del designer si traduce in immagini in movimento. La costruzione di questo contesto prevede un lavoro complesso, ottenuto «dal rapporto fra messa in scena e

messa in quadro»<sup>6</sup>, ovvero nella traduzione delle proprietà dell'oggetto sopra descritte nell'inquadratura. *Macchina cerca forma* è forse il film che illustra nei suoi minuti finali questo concetto sotto una forma che è in assoluto la più semplice riscontrata. Massimo Magri realizza infatti tramite un carrello una sequenza continua che segue le linee della macchina da scrivere, restituendone l'identità formale, il materiale, il dettaglio, la marca. Questa descrizione è l'esempio più oggettivamente puro di un linguaggio che traduce le caratteristiche del design di un oggetto. Lo stesso film viceversa propone invece immagini visionarie e di altri repertori quando deve invece preoccuparsi di parlare del progettista e delle sue intenzioni. Queste ultime osservazioni suggeriscono quindi come nel comunicare il design sia decisivo per il regista interpretare innanzitutto il punto di vista del designer, secondo una pratica che è quasi quella di una collaborazione.

Per tornare invece alla visibilità di questi film, l'esperienza personale condotta presso l'Archivio di Ivrea ha messo in luce una serie di problematiche relative alla valorizzazione di questi materiali d'archivio la cui diffusione resta limitatissima, se non impossibile. Non si discute il lavoro prezioso di questi archivi a cui, tramite il lavoro dei documentaristi, si deve il merito di aver riqualificato una larga parte della storia industriale italiana. Nell'era dell'informazione si auspica però la trasformazione di questi documenti in patrimonio comune affinché possano contribuire, con la loro riproposizione, alla creazione o ricreazione di nuovi scenari progettuali. Forse gli archivisti ignorano l'utilità che questi documenti possiedono per un progettista di comunicazione visiva, perché troppo preoccupati del loro valore storico o della proprietà intellettuale. Questo sistema dovrebbe certamente essere studiato secondo intelligenti logiche di accesso ai materiali che ne eviterebbero un qualsiasi abuso. Il web sembra infatti terrorizzare gli archivi per l'anarchia che sembra regnare nello scaricamento continuo di foto e video. Alcune aziende hanno comunque già oggi stabilito una politica commerciale di valorizzazione dei propri archivi, distribuendo al pubblico audiovisivi di repertorio che immortalano oggetti mitici, come ha fatto la Piaggio con la Vespa. Analogamente altre aziende hanno distribuito i documentari industriali raccolti in speciali DVD, si guardi il caso di Edison e del regista Ermanno Olmi.

Walter Mattana segnala invece come negli Stati Uniti ci siano degli interessanti tentativi di condivisione dei materiali d'archivio tramite la realizzazione di una libreria virtuale online.<sup>7</sup> È il caso dei *Internet Archive-Prelinger Ar-*

*chives* che, oltre a raccoglierne svariate tipologie e a renderle disponibili per il download, ne consente il riuso in chiave creativa.

Tutto questo è infatti possibile perché questi film, che vengono chiamati “ephemeral” (termine coniato dall’archivista statunitense Rick Prelinger)<sup>8</sup> in ragione della propria limitata considerazione entro la storia del cinema, sono di pubblico dominio per inesistenza o per il mancato rinnovo del copyright. Mattana sottolinea come questo caso rappresenti un’anomalia nell’intricato panorama di regolamentazione dei diritti d’autore degli audiovisivi.

Questi enormi contenitori di film corrono comunque il rischio di diventare una raccolta infinita di titoli, delle scatole chiuse, il cui unico punto di visibilità rimane confinato entro una pagina web. Difficilmente infatti questi indirizzi rientrano nelle comuni fasce di consultazione.

Il problema resta quindi innanzitutto quello di dare visibilità ai repertori.

Come si può dunque far sì che documenti eccezionali come *Macchina cerca forma* o *Elea classe 9000* entrino a far parte di un circuito di condivisione? Certo sarebbe impossibile dare una soluzione teorica al problema ma si vuole citare di seguito alcuni esempi virtuosi che possono offrire alcune interessanti ipotesi. L’esperienza di Ivrea, presso la Fondazione Natale Cappellaro, ha mostrato come una cultura industriale passata quale è quella dell’Olivetti possa divenire un’esperienza di interazione per gli studenti e quindi un luogo educativo e di conoscenza. Alcuni spazi di questo piccolissimo museo sono studiati per operazioni di interazione in questo senso. Questa organizzazione del museo suggerisce, nella sua semplicità, un metodo di diffusione in cui si instaura un dialogo tra la cultura industriale e il pubblico. Gli enti scolastici sono infatti potenzialmente un destinatario ideale dove diffondere e fare rivivere la tradizione industriale. In questa logica gli audiovisivi potrebbero entrare a far parte delle biblioteche universitarie, affermandosi come uno strumento vivo di consultazione, un ponte fra le scatole chiuse quali sono gli archivi e un pubblico diversificato che inizierebbe a delinearsi all’interno degli atenei.

Questa ricerca si conclude dunque rilanciando il film industriale come opportunità di apprendimento nella progettazione di comunicazione visiva. Si auspica inoltre che diventi uno stimolo per altri a parlare di questo argomento. I film studiati sono stati infatti per noi una scoperta meravigliosa, che ha contribuito ad accrescere notevolmente la cultura del progetto di comunicazione, a maggior ragione se si pensa che in alcuni casi studio compare come co-autore una figura mitica nella storia del design come quella di

Ettore Sottsass, la cui sensibilità ha arricchito ulteriormente questo lavoro. Infine si vogliono spendere queste ultime righe per augurare ai progettisti e alle industrie una ricerca di ideali che superino il puro valore commerciale nel difficile compito della comunicazione d'impresa, una bellezza riscontrata concretamente nella filosofia di Adriano Olivetti che, nella continua proposta dei propri valori umani, ha costruito una realtà forse irripetibile, eppure assolutamente desiderabile.

NOTE:

1 Mottini Franco, *Ma che aria vecchia ha il film Industriale*, Repubblica 07 luglio 1984, p.19

2 Galbiati Marisa, *Lecture dinamiche dell'arte con le tecnologie digitali*, Milano, Guerini Studio, 2000, pp. 117-118

3 Piredda Francesca, *Design della comunicazione audiovisiva*, Milano, Franco Angeli, 2008

4 *instructables* - Piredda Francesca, *Design e comunicazione delle pratiche sociali tra cinema, televisione e Web*, *Convergencias*, n.2, 2008, [http://convergencias.esart.ipcb.pt/artigos\\_area/Artes-Visuais/pagina\\_2](http://convergencias.esart.ipcb.pt/artigos_area/Artes-Visuais/pagina_2)

5 Lizzani Carlo, Prefazione a Paparoni L. (a cura di), *Nuovo Repertorio del film industriale*, Confindustria, Sipi, Roma 1988, p.8

6 Piredda Francesca, *Design della comunicazione audiovisiva*, Milano, Franco Angeli, 2008, p.66

7 Mattana Walter, *Ephemeral Film*, in *Linea Grafica*, n. 369, 2007, pp. 52-56

Appendice 1  
Cronologia  
del Repertorio Olivetti

*filmografia 1949-1960*

Critofilm, Carlo Ludovico Ragghianti, 1954-1964  
Comunità millenarie, 1954-1955  
Cenacolo di Andrea del Castagno, 1954-1955  
Stile di Piero della Francesca, 1954-1955  
Lucca città comunale, 1954-1955  
Stile dell'Angelico, 1954-1955  
Storia di una Piazza, 1954-1955  
L'arte dei Rosai, 1957  
Urne etrusche a Volterra, 1957  
L'arte della moneta nel tardo impero, 1958  
Pompei Urbanistica, 1958  
Pompei città della pittura, 1959  
Terre alte di Toscana, 1961  
Certosa di Pavia, 1961  
Fantasia di Botticelli: la "Calunnia", 1961  
Tempio Malatestiano, 1962  
Antelami: Battistero di Parma, 1963  
Canal Grande, 1963  
Stupinigi, 1964  
Un millesimo di millimetro, Virgilio Sabel, 1949  
Il martelletto, Aristide Bosio, 1950, 8'  
Incontro con la Olivetti, 1950  
Infermeria di fabbrica, 1951  
Trasporti interni, 1951  
La Telescrivente Olivetti, Aristide Bosio  
Quattro operazioni a macchina, Aristide Bosio, 1956  
Una fabbrica e il suo ambiente, 1957  
Sud come Nord, Nelo Risi, 1958  
Comunità in cammino, Aristide Bosio, 1958  
La memoria del futuro, Nelo Risi, 1958  
La forma di una macchina per ufficio, Aristide Bosio, 1959  
Ricerca d'ambiente eporediese, Ludovico Avalle, Renzo Negri, 1960  
Terracotta a Castellamonte, Ludovico Avalle, Carlo Alberto Giordano, Renzo Negri, 1960  
Divisione macchine utensili, Aristide Bosio, 1960  
Elea classe 9000, Nelo Risi, 1960

*filmografia 1960-1970*

Olivetti n. 1, Aristide Bosio, 1964, 2'  
Olivetti n. 2, Aristide Bosio, 1964, 2'  
Summa Prima 20, Aristide Bosio, 1964, 1'  
Lettera 32, Aristide Bosio, 1964, 2'  
Pellegranaggio a Lourdes, Aristide Bosio, 1961  
La via del lavoro, 1961  
Telecomunicare, Virgilio Tosi, 1965, 12'  
Il diavolo nella bottiglia, Sergio Spina, 1968  
Nei segreti della materia vivente. Le leggi dell'ereditarietà, Fulvio Tului, 1970  
Intelligenza animale. Psicobiologia della memoria e Intelligenza artificiale. La bionica, Fulvio Tului, 1970  
Uno, mille, un milione  
La scoperta della logica  
Stampante veloce MZ  
Un mare di numeri  
Auditronic 770. Minicomputer contabile  
La macchina del Tempo, Antonello Branca, 1968, 16'  
Ordine e Spazio, Aristide Bosio, 1964  
La Olivetti italiana, Aristide Bosio, 1969, 10'  
TC 600 per la gestione globale nei magazzini  
Le marcatrici Olivetti per le casse di risparmio, Franco Fortini, 1968, 8'  
Lettura dei documenti. Il Sistema CMC7  
Le regole del gioco  
Software Olivetti  
N6 M 401. Una macchina, un'officina  
Auctor. Meccanica a controllo elettronico, Aristide Bosio  
Elettrocrittura, Aristide Bosio, 1967, 11'  
Teknez, Aristide Bosio, 1964, 14'  
N/C Il controllo numerico: una svolta nella storia dell'officina, Aristide Bosio  
Tempo da dare, Massimo Magrì, 1969  
Le message, Jean Michel Folon, 1969  
Pompeo e Zeno, 1970  
Parole, 1970  
Il Canzoniere del Petrarca  
Arte Programmata, 1963  
Giochi di persuasione  
Henri Matisse  
Kyoto, 1969  
Un calcolatore, dei ragazzi  
Informazione leitmotiv. L'informazione è ciò che conta, Nato Frasca 1969  
Information en 24 Heures , 1967

Estrellas y deportes. Mexico, 1968  
Gli affreschi fiorentini, 1968-1971  
Olivetti formes et recherche, Philippe Charliat, 1969  
Software Olivetti, 1969, 8'  
Cosmotronic. Olivetti for information, Adolfo Fogli, 1970, 4'  
Valentine, 1970  
Per gioco. Macchine tradizionali, Massimo Magrì, 1970, 6'45"  
Lo sviluppo delle macchine operatrici, Aristide Bosio, 1970, 15'  
*filmografia 1970-1980*  
Louis Kahn Architect  
Olivetti Plant, 1972  
Le artificiose machinae. La storia del motore, Gian Luigi Lomazzi, 1972  
Macchina cerca forma, Massimo Magrì, 1972  
Disegno Italiano, 1972  
Olivetti and Sapporo Winter Olympic Games, 1972  
Introduction, Italy: The New Domestic Landscape, Giacomo Battiato, 1972  
Diario dattilografico, Giacomo Battiato, 1972, 10'  
Divertimento for Olivetti Machines, 16 voices, percussion, and.., Bob Gill, 1973, 10'  
Micromondo, dalle valvole al circuito integrato  
Dalla ricerca al progetto. La pressa elettrodinamica  
Principi di calcolo, Aristide Bosio, 1973, 32'  
Il sistema Autit 5, Giovanni Cecchinato, 1974  
Il sistema Autit 7, Giuseppe Abbati, 1974  
TC 800, Giovanni Cecchinato, 1974  
Sistemi per la Banca, Borsa, Portafoglio, Titoli, 1970  
Sistemi Olivetti per la Banca. I terminali, 1974  
System Familiae Audit, 1974  
Gli arazzi egiziani, 1974  
Processo di montaggio  
Minifabbriche  
ET 101, Giorgio Callà  
ET 201-221  
La classe 40. Logos 42, 1976  
Syntax, Lucia Ferrante, 1980, 12'  
La nuova linea dei Sistemi di Gestione Olivetti: BCS 2000/2003  
Il robot SIGMA. Applicazioni, 1980  
Olivetti Synthesis 45/80, 1978  
TES 401  
TES 501  
Jukebox, Hans Von Klier, Ettore Sottsass  
Implicor, Hans Von Klier, Ettore Sottsass  
The Corporate Image, Bob Gill, 1979, 27'  
Notizie Olivetti TV n. 1, SIGMA, UMI, Notizie Brevi, 1975

Notizie Olivetti TV n. 2, Informatica per la produzione, Residence La Serra, Notizie Brevi, 1976  
 Notizie Olivetti TV n. 3, TC 800, Colonie di Vacanza, Notizie Brevi, 1978  
 Notizie Olivetti TV n. 4, Speciale "le buone vacanze", 1978  
 Notizie Olivetti TV n. 5, UCM, Campioni del computer, Notizie Brevi, 1978  
 Ivrea speaks. Interviste al management, 1974  
 La scelta della qualità/The Quality Road to Success, Pier Paride Vidari, 1990, 10'  
 Olivetti One. A day in Europe, 1991

*filmografia 1980-1991*

Copia 105  
 ET221  
 ETV260  
 ETV 300  
 Icarus. Il nuovo progetto di spazio  
 Olivetti Bridge  
 Olivetti M 10  
 Olivetti M 20  
 Olivetti M 24  
 Olivetti peripherals  
 Olivetti registratori di cassa  
 Stampanti per tutti i Computers, 1987  
 Design Center, Antonello Branca, 1985  
 Piezo ink Jet, Achille Berbenni , 1986  
 La servopenna. Lo scrivere di oggi e domani, Achille Berbenni, 1982  
 La microspia elettronica a scansione nello studio dei circuiti integrati, 1985  
 Computers by Computers  
 Olivetti per il commercio  
 Essere un Campione, J.J. jalbert, 1982  
 Olivetti computers per lo sport, 1984  
 Olivetti Design Process, 1979-1983  
 Olivetti Design, 1981  
 I restauri della Cappella Brancacci, Folco Quilici, 1984-1989  
 I vetri romani dell'età imperiale , 1987-1988  
 Il Cenacolo di Leonardo, 1983-1986  
 La ricerca Olivetti nell'elaborazione della voce, Olivetti Speech Recognition, John Laver, 1989  
 Olivetti Industria, Pier Paride Vidari, 1987  
 Olivetti oggi  
 Olivetti per i neolaureati, 1987  
 L'arte della calligrafia nel Giappone, 1988  
 Mars  
 Ampliamento degli uffici Olivetti a Ivrea, 1989





## 1. FILM D'ARTE, FILM E VIDEO INDUSTRIALI (1949-1991)

### 1.1 FILM D'ARTE

Critofilm, Carlo Ludovico Ragghianti, 1954-1964, 18 titoli  
Comunità millenarie, 1954-1955  
Cenacolo di Andrea del Castagno, 1954-1955  
Stile di Piero della Francesca, 1954-1955  
Lucca città comunale, 1954-1955  
Stile dell'Angelico, 1954-1955  
Storia di una Piazza, 1954-1955  
L'arte dei Rosai, 1957  
Urne etrusche a Volterra, 1957  
L'arte della moneta nel tardo impero, 1958  
Pompei Urbanistica, 1958  
Pompei città della pittura, 1959  
Terre alte di Toscana, 1961  
Certosa di Pavia, 1961  
Fantasia di Botticelli: la "Calunnia", 1961  
Tempio Malatestiano, 1962  
Antelami: Battistero di Parma, 1963  
Canal Grande, 1963  
Arte Programmata, 1963  
Stupinigi, 1964  
Giochi di persuasione  
Henri Matisse  
Kyoto, 1969  
Louis Kahn Architect  
Olivetti Plant, 1972

### 1.2 PRODUZIONE INDUSTRIALE

Quattro operazioni a macchina, Aristide Bosio, 1956  
La forma di una macchina per ufficio, Aristide Bosio, 1959  
Divisione macchine utensili, Aristide Bosio, 1960  
Ordine e Spazio, Aristide Bosio, 1964  
Tekne3, Aristide Bosio, 1964, 14'  
Elettroscrittura, Aristide Bosio, 1967, 11'  
La Olivetti italiana, Aristide Bosio, 1969, 10'  
Software Olivetti  
N6 M 401. Una macchina, un'officina  
Auctor. Meccanica a controllo elettronico, Aristide Bosio  
N/C Il controllo numerico: una svolta nella storia dell'officina,  
Aristide Bosio  
Processo di montaggio  
Minifabbriche  
ET 101, Giorgio Callà  
ET 201-221

La classe 40. Logos 42, 1976  
La nuova linea dei Sistemi di Gestione Olivetti: BCS 2000/2003  
Olivetti Synthesis 45/80, 1978  
Il robot SIGMA. Applicazioni, 1980  
Syntax, Lucia Ferrante, 1980, 12'

### 1.3 DIDATTICO-SCIENTIFICI E DIVULGATIVI

Incontro con la Olivetti, 1950  
Infermeria di fabbrica, 1951  
La Telescrivente Olivetti, Aristide Bosio  
La memoria del futuro, Nelo Risi, 1958  
Elea classe 9000, Nelo Risi, 1960  
Telecomunicare, Virgilio Tosi, 1965, 12'  
Il diavolo nella bottiglia, Sergio Spina, 1968, 10'  
Uno, mille, un milione  
La scoperta della logica  
Stampante veloce MZ  
Un mare di numeri  
Auditronic 770. Minicomputer contabile  
La macchina del Tempo, Antonello Branca, 1968, 16'  
Le marcatrici Olivetti per le casse di risparmio, Franco Fortini, 1968, 8'  
Tempo da dare, Massimo Magri, 1969  
TC 600 per la gestione globale nei magazzini  
Lettura dei documenti. Il Sistema CMC7  
Le regole del gioco  
Un calcolatore, dei ragazzi  
Informazione leitmotiv. L'informazione è ciò che conta, Nato Frasca 1969  
Software Olivetti, 1969, 8'  
Cosmotronic. Olivetti for information, Adolfo Fogli, 1970, 4'  
Nei segreti della materia vivente. Le leggi dell'ereditarietà, Fulvio Tului, 1970  
Intelligenza animale. Psicobiologia della memoria e Intelligenza artificiale. La bionica, Fulvio Tului, 1970  
Per gioco. Macchine tradizionali, Massimo Magri, 1970, 6'45"  
Lo sviluppo delle macchine operatrici, Aristide Bosio, 1970, 15'  
Le artificiose machinae. La storia del motore, Gian Luigi Lomazzi, 1972  
Diario dattilografico, Giacomo Battiato, 1972, 10'  
Micromondo, dalle valvole al circuito integrato  
Dalla ricerca al progetto. La pressa elettrodinamica  
Principi di calcolo, Aristide Bosio, 1973, 32'  
La servopenna. Lo scrivere di oggi e domani, Achille Berbenni, 1982  
La microspia elettronica a scansione nello studio dei circuiti in-

tegrati, 1985  
Design Center, Antonello Branca, 1985  
Piezo ink Jet, Achille Berbenni, 1986  
La ricerca Olivetti nell'elaborazione della voce, Olivetti Speech Recognition, John Laver, 1989  
Ampliamento degli uffici Olivetti a Ivrea, 1989

### 2. SPOT E SHORT PUBBLICITARI (1958-1992)

Olivetti n. 1, Aristide Bosio, 1964, 2'  
Olivetti n. 2, Aristide Bosio, 1964, 2'  
Summa Prima 20, Aristide Bosio, 1964, 1'  
Lettera 32, Aristide Bosio, 1964, 2'  
Pompeo e Zeno, 1970  
Parole, 1970  
Il Canzoniere del Petrarca  
Valentine, 1970  
Copia 105  
ET221  
ETV260  
ETV 300  
Icarus. Il nuovo progetto di spazio  
Olivetti Bridge  
Olivetti M 10  
Olivetti M 20  
Olivetti M 24  
Olivetti peripherals  
Olivetti registratori di cassa

### 3. OLIVETTI PER LO SPORT (1967-1988)

Information en 24 Heures, 1967  
Estrellas y deportes. Mexico, 1968  
Olivetti and Sapporo Winter Olympic Games, 1972  
Essere un Campione, J.J. Jalbert, 1982  
Olivetti computers per lo sport, 1984

### 4. MOSTRE E ATTIVITÀ DI CORPORATE (1962-1992)

Gli affreschi fiorentini, 1968-1971  
Olivetti formes et recherche, Philippe Charliat, 1969  
Le message, Jean Michel Folon, 1969  
Introduction, Italy: The New Domestic Landscape, Giacomo Battiato, 1972  
Gli arazzi egiziani, 1974  
The Corporate Image, Bob Gill, 1979, 27'

I restauri della Cappella Brancacci, Folco Quilici, 1984-1989  
I vetri romani dell'età imperiale, 1987-1988  
Il Cenacolo di Leonardo, 1983-1986  
L'arte della calligrafia nel Giappone, 1988

#### 5. EVENTI (1961-1992)

La via del lavoro, 1961  
Divertimento for Olivetti Machines, 16 voices, percussion, and...,  
Bob Gill, 1973, 10'  
Ivrea speaks. Interviste al management, 1974  
Notizie Olivetti TV n. 1, SIGMA, UMI, Notizie Brevi, 1975  
Notizie Olivetti TV n. 2, Informatica per la produzione, Residence  
La Serra, Notizie Brevi, 1976  
Notizie Olivetti TV n. 3, TC 800, Colonie di Vacanza, Notizie Bre-  
vi, 1978  
Notizie Olivetti TV n. 4, Speciale "le buone vacanze", 1978  
Notizie Olivetti TV n. 5, UCM, Campioni del computer, Notizie  
Brevi, 1978  
Computers by Computers  
Olivetti per il commercio

#### 6. VIDEO DI IMMAGINE ISTITUZIONALE (1980-1991)

Olivetti Industria, Pier Paride Vidari, 1987  
Olivetti oggi  
Olivetti per i neolaureati, 1987  
La scelta della qualità/The Quality Road to Success, Pier Paride  
Vidari, 1990, 10'  
Olivetti One. A day in Europe, 1991

#### 7. FABBRICATI INDUSTRIALI (1957-1959)

Una fabbrica e il suo ambiente, 1957  
Sud come Nord, Nelo Risi, 1958

#### 8. FORMAZIONE E ADDESTRAMENTO

Il martelletto, Aristide Bosio, 1950  
Trasporti interni, 1951  
Sistemi per la Banca, Borsa, Portafoglio, Titoli, 1970  
Il sistema Autit 5, Giovanni Cecchinato, 1974  
Il sistema Autit 7, Giuseppe Abbati  
TC 800, Giovanni Cecchinato, 1974  
Sistemi Olivetti per la Banca. I terminali, 1974  
System Familiae Audit, 1974  
TES 401  
TES 501

#### 9. DOCUMENTAZIONE DI PRODOTTO (1984-1991)

Stampanti per tutti i Computers, 1987  
Mars

#### 10. SERVIZI SOCIALI (1974-1978)

#### 11. MOVIMENTO E COMUNITÀ (1958-1961)

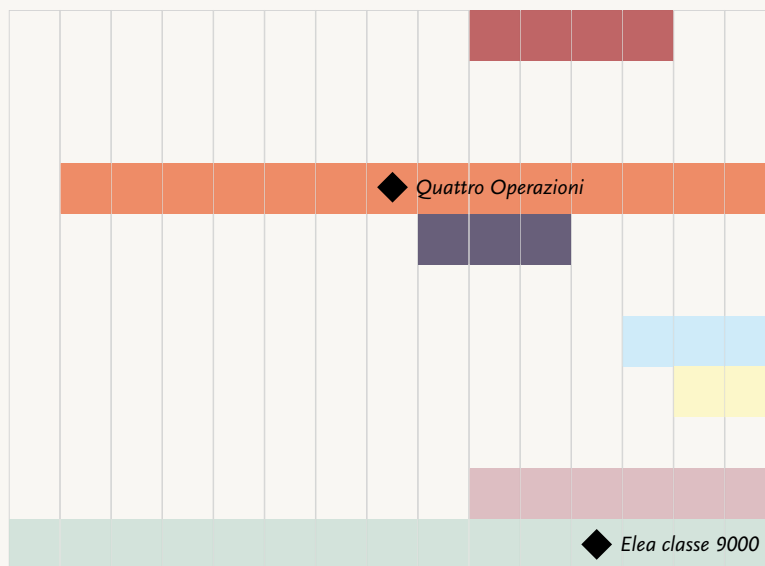
Comunità in cammino, Aristide Bosio, 1958  
Ricerca d'ambiente eporediese, Ludovico Avalle, Renzo Negri,  
1960  
Terracotta a Castellamonte, Ludovico Avalle, Carlo Alberto Gior-  
dano, Renzo Negri, 1960  
Pellegranaggio a Lourdes, Aristide Bosio, 1961



**Appendice 3**  
 Rappresentazioni grafiche  
 del Repertorio Olivetti

# 1949-1992 Cronologia p

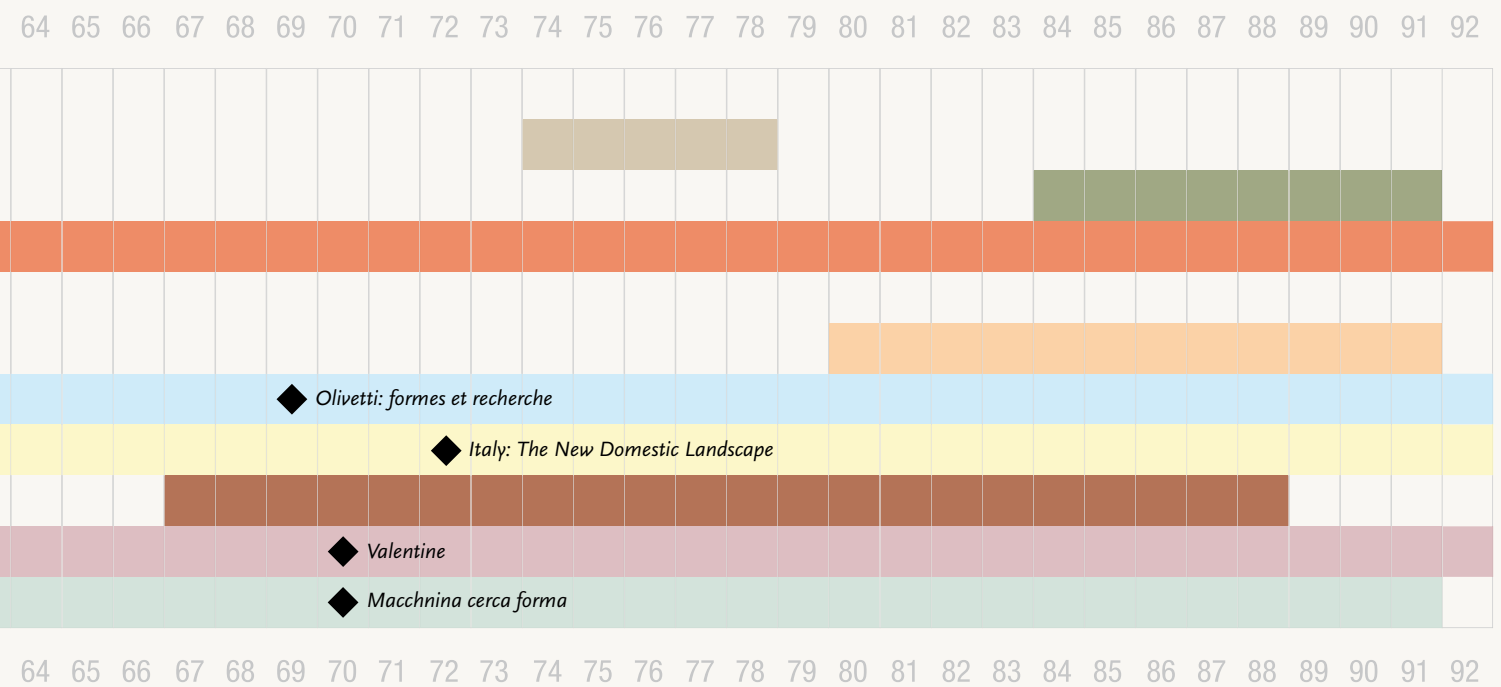
49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63



49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63

- 1  Film d'arte, film e video industriali
- 2  Spot e short pubblicitari
- 3  Olivetti per lo sport
- 4  Mostre e attività di
- 5  Eventi
- 6  Video di immagine

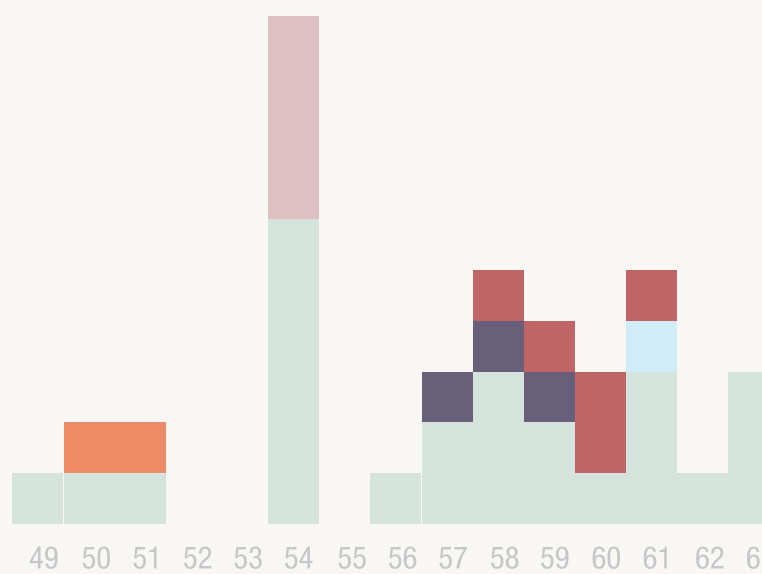
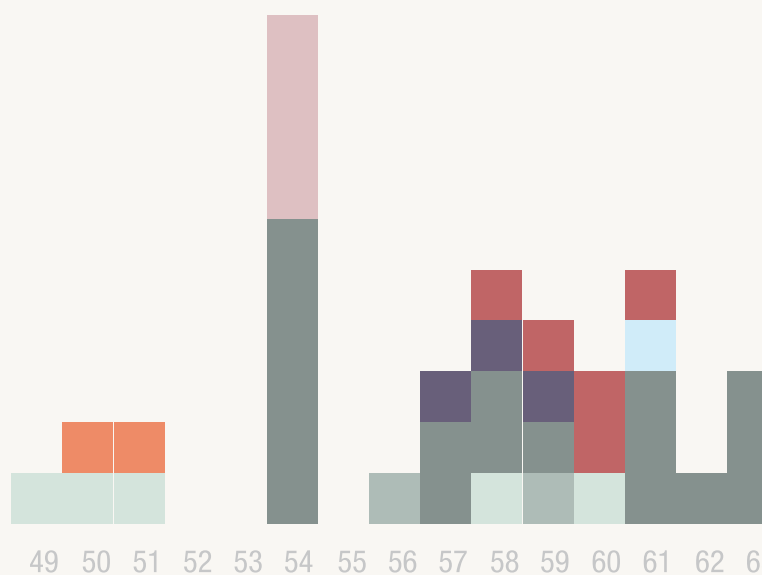
# per genere del Repertorio Olivetti



- |               |   |                            |    |                      |
|---------------|---|----------------------------|----|----------------------|
| Corporate     | 7 | Fabbricati industriali     | 10 | Servizi sociali      |
|               | 8 | Formazione e addestramento | 11 | Movimento e Comunità |
| Istituzionale | 9 | Documentazione di prodotto |    |                      |

# 1949-1992 Cronologia c

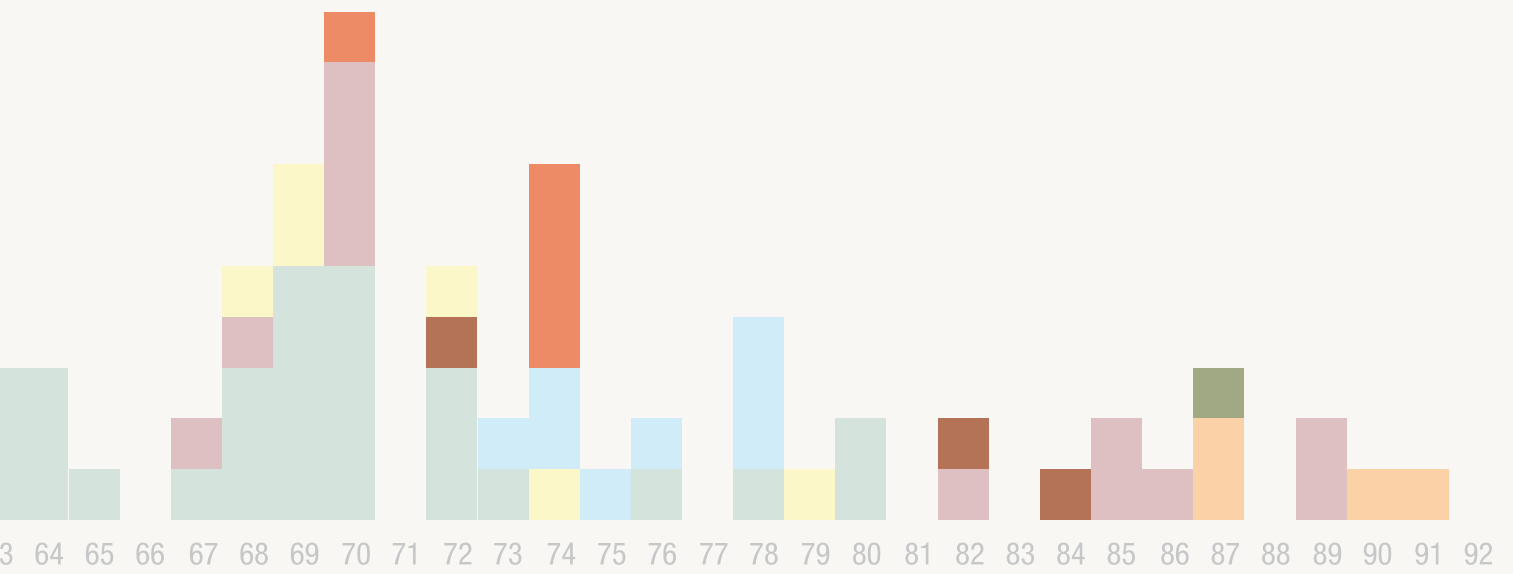
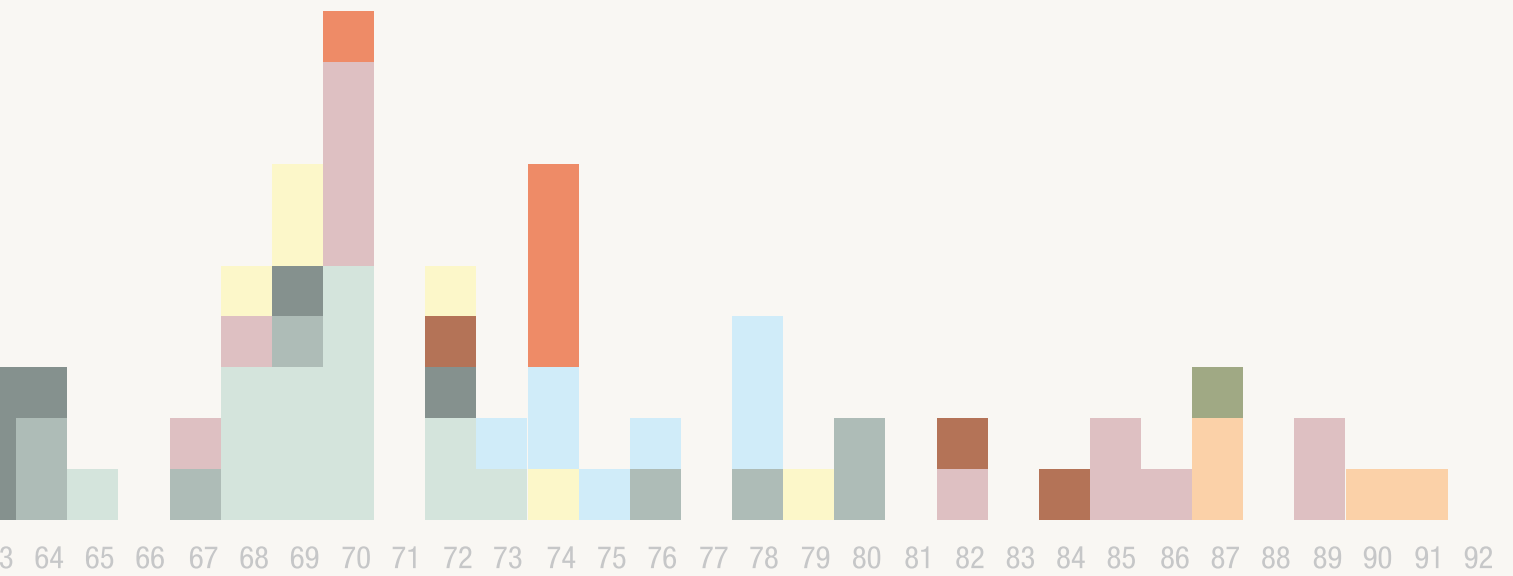
## Appendice 3 Rappresentazioni grafiche del Repertorio Olivetti



- 1 Film d'arte, film e video industriali
- 2 Spot e short pubblicitari
- 3 Olivetti per lo sport
- 4 Mostre e attività d
- 5 Eventi
- 6 Video di immagin



# dei film prodotti per genere



Corporate

7 Fabbricati industriali

10 Servizi sociali

Istituzionale

8 Formazione e addestramento

11 Movimento e Comunità

9 Documentazione di prodotto

## bibliografia

AA. V.V., *Cinema e industria*, Milano, Franco Angeli Editore, 1971

Atken, Ian (Editor), *Encyclopedia of the Documentary film*, New York, Routledge, 2005

Aulenti Gae, *Gae Aulenti Catalogo della mostra*, Milano, Padiglione d'arte contemporanea, novembre-dicembre 1979, Milano, Electa, 1979

Ambasz Emilio, *Italy: The New Domestic Landscape: Achievements and problems of Italian Design*, New York, The Museum of Modern Art in collaboration with Centro Di, Florence, 1972

Baroni Daniele, Vitta Maurizio, *Storia del design grafico*, Milano, Longanesi, 2003

Barsam Richard Meran, *Nonfiction film: a critical history*, Bloomington, Indiana, Indiana University Press, 1992

Baule Giovanni, *Artefatti di transizione*, Milano, Polidesign, 2001

Bellotto Adriano, *La memoria del futuro*, Ivrea, Archivio Storico del Gruppo Olivetti, 1994

Berta G., *Le idee al potere. Adriano Olivetti tra la fabbrica e la comunità*, Milano 1980

Bordwell David, Thompson Kristin, *Storia del cinema e dei film*, Editrice il Castoro, Milano, 1994

Burder John, *The work of the industrial film maker*, New York, Communication Arts book, Hasting House Publisher, 1973

Branzi Andrea, *Il design italiano 1964-1990*, Milano, Electa, 1996

Branzi Andrea, *Introduzione al design italiano*, Milano, Baldini & Castoldi, 1999

Carboni Mario, a cura di, *Sottsass 700 disegni*, Mart Rovereto, Skira, 2005

Celant Germano, *Marcello Nizzoli*, Milano, Edizioni di Comunità, 1968

CimballImage, *Il movie design per la comunicazione d'impresa : un progetto per il gruppo Cimbali-Faema / a cura di Marisa Galbiati e Andrea Terranova*, Milano, Poli.Design, 2003

Costa Antonio, *Il cinema e le arti visive*, Torino, Einaudi, 2002

Di Carlo Carlo, a cura di, *Il cinema di Michelangelo Antonioni*, Venezia, Editrice Il Castoro, 2002

Di Giammatteo, Fernaldo, *Storia del cinema*, Venezia, Marsilio, 1998

Dreyfuss Simone, *Esercizio Informale, Oggetti Sacri E Piccole Architetture Esistenziali come Diagrammi Spirituali nelle Opere di Ettore*

Sottsass Jr / Aut. ; Rel. Arturo Dell'acqua Bellavitis ; Co-rel. Antonella Dedini. - Milano, Politecnico

Ellis Jack C., McLan Betsy A., *A new history of documentary film*, New York, The Continuum International Publishing Group Ltd, 2005

Fasola Marco, *Il modello fisico come esperienza di metodo. Caso studio: Olivetti e la macchina da calcolo scrivente Divisumma 18*, rel. Marinella Levi; correl. Raimonda Riccini, Francesco Trabucco, Milano : Politecnico, 2006/07

Fundarò Anna Maria, Martorana Antonio, *Storie e progetti di un designer italiano, quattro lezioni di Ettore Sottsass Jr.*, Firenze, Alinea Editrice, 1983

Galbiati Marisa, *Lecture dinamiche dell'arte con le tecnologie digitali*, Milano, Guerini Studio, 2000

Galbiati Marisa, *Movie design: scenari progettuali per il design della comunicazione audiovisiva e multimediale*, Milano, Poli.design, 2005

Galbiati Marisa, Piredda francesca, *Design per la web TV*, milano, Franco Angeli Editore, 2010

Germak Claudio, *Design e industria in Piemonte*, Torino, Umberto Allemandi & C., 2008

Giannarelli Ansano, Savorelli Silvia, *Il film documentario, forme tecniche e processo produttivo*, Roma, Dino Audino Editore, 2007

Grierson John, *Grierson on Documentary*, London, Faber and Faber, 1966

Hoger Hans, *Ettore Sottsass jun*, Berlin, Ernst Wasmuth Verlag, 1993

Horn Richard, *Memphis: Objects, Furniture and Patterns*, Running Pr; Rev Exp Su edition, 1986

Hediger Vinzenz and Vonderau Patrick , *Films That Work: Industrial Film And The Productivity Of Media (Film Culture In Transition)*, Amsterdam University Press, 2009

Journot Marie-Thérèse, *Piccolo dizionario del cinema*, Torino, Lindau, 2004

Kicherer Sibylle, *Olivetti, a study of the corporate management of design*, London, Trefoil Publications LTD, 1990

*Linguaggi nella società e nella tecnica: convegno promosso da C. Olivetti & C., Spa per il centenario della nascita di Camillo Olivetti*, Milano, Edizioni di Comunità, 1970

Lizzani Carlo, Prefazione a Paparoni L. (a cura di), *Nuovo Repertorio del film industriale*, Confindustria, Sipi, Roma 1988

Nichols Bill, *Introduzione al documentario*, Milano, Il castoro, 2006

Occhetto Valerio, *Adriano Olivetti*, Ivrea, Cossavella editore, 2000

Olivetti Adriano, *Città dell'uomo*, Milano, Edizioni di Comunità, 1960

Olivetti SpA, Direzione Corporate Image (a cura di), *Design Process Olivetti 1908-1983*, Milano, Olivetti SpA, 1983

Olmi Ermanno, *Ermanno Olmi. Gli anni Edison, Documentari e cortometraggi. 1953-1999*, Milano, Feltrinelli, 2008

Pamploni Geno, *Architettura e urbanistica negli anni cinquanta alla Olivetti*, Ediz. in proprio, Firenze 1974

Pasculli Ettore, *Milano Cinema Prodigio*, Venezia, Canal & i Nodi, 1998

Petranzan Margherita, *Gae Aulenti*, Ginevra-Milano : Rizzoli-Skira, 2002

Petrie Duncan, Kruger Robert, *A Paul Rotha Reader*, Hardback, University of Exeter Press, 1999

Pieraccini Roberto, *Progetto d'immagine, uno studio grafico all'interno dell'Olivetti*, Roma, La nuova Italia Scientifica, 1989

Piredda Francesca, *Design della comunicazione audiovisiva*, Milano, Franco Angeli, 2008

Poma Marco, *Arte comunicazione impresa*, Milano, Guerrini Scientifica, 2003

Radice Barbara, *Memphis: Research, Experiences, Failures and Successes of New Design*, New York, Thames & Hudson, 1995

Radice Barbara, *Sottsass*, Milano, Electa, 1993

Ragghianti Carlo Ludovico, *Critofilm di Carlo L. Ragghianti. Tutte le sceneggiature*, Fondazione Centro Ragghia, 2006

Ragghianti Carlo Ludovico, *Il linguaggio artistico*, Einaudi, Torino, 1979

Rauch Andrea, *Graphic Import-export*, in *Il modello italiano*, Skira editore, 1998

Renov Michael, *Theorizing documentary*, New York, Routledge, 1993

Rondolino Gianni, *Tomasi Dario*, Manuale del film, Torino, UTET, 1995

Soavi Giorgio, *Adriano Olivetti una sorpresa italiana*, Milano, Rizzoli, 2001

Sottsass Ettore, *Exposition*, Parigi, Editions du Centre Pompidou, 1994

Sottsass Ettore, a cura di Milco Carboni e Barbara Radice, *Metafore*, Milano, Skira, 2002

Sottsass Ettore, *Scritti*, Vicenza, Neri Pozza Editore, 2002

Sottsass Ettore, *Vorrei sapere perchè / I wonder why*, Milano, Electa, 2007

Tassone Aldo, *I film di Michelangelo Antonioni: un poeta della visione*, Roma, Gremese Editore, 2002

Testori Giovanni, Spanzotti G. Martino, *Gli affreschi di Ivrea*, Centro Culturale Olivetti, Ivrea, 1958

Verdone Mario, *Il cinema del lavoro*, Roma, Realtà Editrice in Roma, 1961

Vinti Carlo, *Gli anni dello stile industriale 1948-1965*, Venezia IUAV, Marsilio, 2007

## RIVISTE

Aa. Vv., *Col ferro e col fuoco Rassegna di film sul lavoro*, Pisa, Edizioni Del Cerro, 1985, p. 66

Bertieri C., A Trieste, *la IX Rassegna del Cinema industriale*, "Bianco e Nero" (Roma), n. 5-6, maggio-giugno 1968, p.89

*Concept et formes*, "Graphis", Zurigo, n.156, 1971-72, pp, 346-347

*Il prof. Video*, "Notizie Olivetti", Ivrea, a. XV, n. 6, settembre 1974, p.1

*Immagine Olivetti a Los Angeles*, Domus 594, maggio 1979, pp 44-49

Kermit Lasner, *Olivetti, a man and style*, «Horizon», New York, novembre 1959

*L'inquinamento domestico, una mostra a New York*, Abitare 107, luglio-agosto 1972, pp 112-159

Magri Massimo, *Documentare il design*, Disegno Industriale (diid) 28, settembre-ottobre 2007

Mattana Walter, *Ephemeral Film*, in Linea Grafica, n. 369, 2007, pp. 52-56

Mottini Franco, *Ma che aria vecchia ha il film Industriale*, Repubblica 07 luglio 1984, p.19

*Olivetti al Louvre*, "Notizie Olivetti", Ivrea, n.7, 1969, p.1

Punt Michael, *What the Film Archive Can Tell Us About Technology in the Post-digital Era*, Design Issues, Spring 2005, Vol. 21, No 2: 48-62



Raggi Franco, N.Y. M.O.M.A: *"Italy: the new domestic landscape"*, Casabella 366, giugno 1972

Rossellini Roberto, *Le immagini al servizio della conoscenza*, in Aa. Vv., Cinema e Industria. Ricerche cit, p. 148

*Stile Olivetti a Francoforte sul Meno*, in "Notizie Olivetti", n.73, novembre 1971, pp. 70-71

*Valentine*, la nuova portatile, "Notizie Olivetti", Ivrea, n.5, 1969

Verdone Mario, *Del documentario tecnico-industriale o "tecnofilm"*, "Bianco e Nero, Roma, n 3-4, 1967, p. 7

Zorzi Renzo, *Design Process*, "GO" (Ivrea),a.VII, n.2 , giugno 1979

## sitografia

<http://www.abitare.it/>

<http://www.arcoliv.org/>

<http://www.archphoto.it/>

<http://www.archpaper.com/>

<http://www.museotecnologicamente.it/>

<http://www.educational.rai.it/lezionididesign/designers/ZORZIR.htm>

<http://www.industryfilmarchive.com/>

<http://www.youtube.com/profile?user=industryfilmarchive#g/u>

<http://www.archive.org/>

<http://www.lastoriasiamonoi.rai.it/puntata.aspx?id=312>



# filmografia

## FILMOGRAFIA ITALIANA

La notte, Michelangelo Antonioni, Italia, Francia, 1956  
Sperduti nel buio, Nino Martoglio, Italia, 1914  
Assunta Spina, Francesca Bertini e Gustavo Serena, Italia, 1915  
Sole, Alessandro Blasetti, Italia, 1929  
Terra Madre, Alessandro Blasetti, Italia, 1931  
Avanti c'è posto, Mario Bonnard, Italia, 1942  
Campo de' fiori, Mario Bonnard, Italia, 1943  
Caccia tragica, Giuseppe De Santis, Italia, 1947  
Riso amaro, Giuseppe De Santis, Italia, 1949  
Non c'è pace tra gli ulivi, Giuseppe De Santis, Italia, 1950  
Terra trema, Luchino Visconti, Italia, 1948  
Altura, Mario Sequi, Italia, 1950  
Patto col Diavolo, Luigi Chiarini, Italia, 1950  
Fari nella nebbia, Gianni Franciolini, Italia, 1942  
Signori in carrozza!, Luigi Zampa, Italia, 1951  
Celestina (il sole negli occhi), Antonio Pietrangeli, Italia, 1953  
Hanno rubato un tram, Aldo Fabrizi, Italia, 1954  
Il ferroviere, di Pietro Germi, Italia, 1956  
La sfida, di Francesco Rosi, Italia, 1958

## FILMOGRAFIA STRANIERA

Tempi moderni, Charlie Chaplin, Usa, 1936  
Blow Up, Michelangelo Antonioni, Uk, 1966  
Berlin, Symphonie einer Grossstadt (Berlino, sinfonia di una grande città), Walter Ruttmann, Germania, 1927  
Metall des Himmels (Metallo del cielo), Walter Ruttmann, Germania, 1935  
Acciaio, Walter Ruttmann, Italia 1933

Il ritorno di Vasili Bortnikov, Vsevolod Pudovkin, Urss, 1953  
La linea generale, Sergej Mikhajlovi Ejzenštejn. Urss, 1929  
Tursib, Turin, Urss  
Il ponte, Joris Ivens, Olanda 1927  
Zuiderzee, Joris Ivens, Olanda 1930-1934  
La terra, Aleksandr Petrovi Dovženko, Urss, 1930  
Il poema del mare, Aleksandr Petrovi Dovženko, Julia Solntseva, Urss, 1956  
A noi la libertà, di René Clair, Francia, 1932  
Com'era verde la mia valle (How Green Was My Valley), John Ford, Usa, 1941  
Furore (The Grapes of Wrath), John Ford, Usa, 1940

## DOCUMENTARI STRANIERI

Design for Dreaming, William Beaudine, Usa, 1956  
Eames Lounge Chair, Charles and Ray Eames, Usa, 1956  
La sortie de l'usine Lumière à Lyon, Fratelli Lumière, Francia, 1895  
Nanook of the North, Robert J. Flaherty, Usa-Francia, 1922  
Night Mail, Herbert Smith, Uk, 1935  
Song of Ceylon, Basil Wright, Uk, 1934

## DOCUMENTARI ITALIANI

Lettera 22, Emanuele Piccardo, Italia, 2009  
N.U., Nettezza urbana, Michelangelo Antonioni, Italia, 1948  
Comacchio, Fernando Cerchio, Italia, 1942  
Ombrellai, Francesco Maselli, Italia, 1952  
Ricerche sul metano e sul petrolio, Virgilio Sabel, Italia, 1952  
Zolfara, Achille Saitta, Italia, 1947

Cava dei colori, Giuliano Tomei, Italia  
Tre canne un soldo, Florestano Vancini, Italia, 1953  
Ceramiche umbre, Glauco Pellegrini, Italia, 1949  
La colonia di Suna, Ermanno Olmi, Italia, 1953-1954  
La pattuglia di passo S. Giacomo, Ermanno Olmi, Italia, 1954  
Il tempo si è fermato,, Ermanno Olmi, Italia, 1959  
La via del petrolio, Bernardo Bertolucci, Italia, 1966  
L'Italia non é un Paese Povero, Joris Ivens, Italia, 1960



