



fondazione
banfi

IX Edizione

SUMMER SCHOOL SANGUIS JOVIS

ARTIFICIALE

Quando la mano dell'uomo migliora la natura



Narrazione per Immagini

Prof. Giovanni De Angelis



@giovannideangelis1



www.giovannideangelis.com



Giovanni De Angelis

www.giovanideangelis.com

IG: @giovanideangelis1



“Donna della Repubblica” per la copertina del settimanale “Tempo” n. 22 del 15-22 giugno 1946:

il volto sorridente di una giovane donna spunta dalla prima pagina de “Il Corriere della Sera” con la notizia della vittoria della Repubblica, diventando ben presto manifesto di rinascita e cambiamento

Anna Iberti, la giovane protagonista della fotografia di Federico Patellani, è stata per decenni un'icona senza nome. Impiegata amministrativa presso il quotidiano Avanti! e futura sposa del giornalista Franco Nasi, la Iberti incrociò probabilmente l'obiettivo di Patellani proprio nei circuiti delle redazioni milanesi. Nonostante la fama del suo sorriso, la sua identità è rimasta celata per decenni a causa della sua profonda riservatezza, venendo svelata solo postuma grazie alle ricerche dei giornalisti Giorgio Lonardi e Mario Tedeschini Lalli.



Il 2 giugno 1946 gli italiani scelsero la Repubblica.

Il 2 giugno 2026 si sono celebrati gli 80 anni di quello storico **referendum istituzionale**.

Quel voto segnò la fine della monarchia dei Savoia e l'inizio della democrazia italiana.

Ecco cosa successe esattamente 80 anni fa:

- **La scelta:** I cittadini votarono per passare dalla Monarchia alla Repubblica. Vinse la Repubblica con circa 12.700.000 voti contro i 10.700.000 della monarchia.
- **Il primo voto delle donne:** Per la prima volta nella storia d'Italia, le donne andarono a votare. Furono circa 13 milioni.
- **La Costituzione:** Nello stesso giorno, gli italiani elessero anche l'Assemblea Costituente. Questa assemblea scrisse la Costituzione italiana, entrata in vigore nel 1948.

In occasione dell'**ottantesimo anniversario del referendum istituzionale** che chiamò gli italiani alle urne per esprimere il voto su Monarchia e Repubblica, il Munaf - Museo Nazionale di Fotografia di Cinisello Balsamo (Milano) ha presentato, dal 31 maggio al 5 luglio 2026, “Donna Repubblica. I giorni del referendum” una mostra fotografica di **Federico Patellani**, per raccontare un periodo cruciale dell’Italia del Novecento: la fine della seconda guerra mondiale, il voto concesso alle donne, il referendum Monarchia-Repubblica e l’elezione dei rappresentanti all’Assemblea Costituente.

MUSEO NAZIONALE DI FOTOGRAFIA

DONNA REPUBBLICA

I GIORNI DEL REFERENDUM

fotografie di
Federico Patellani
e un'installazione di
Studio Azzurro

31.05 —
05.07.26

Progetto e grafica: Studio Azzurro. Installazione: Studio Azzurro. Foto: Studio Azzurro.

Federico Patellani

Il primo grande fotogiornalista italiano



Monzese classe 1911, il grande fotografo aveva abbandonato presto la carriera forense ed era stato tra i primi a credere nel potenziale narrativo del fotogiornalismo. Dopo aver documentato la seconda guerra mondiale come reporter e dopo l'internamento in Svizzera, rientrò in Italia e iniziò a collaborare con la rivista **Tempo**, ispirata al modello americano di **Life**. Fu proprio in questo contesto che realizzò il celebre servizio con Anna Iberti, scattando ben quarantuno fotografie con la sua Leica. I provini oggi conservati al Museo della Fotografia Contemporanea di Cinisello Balsamo testimoniano la cura e l'attenzione con cui venne costruito quel racconto per immagini: Anna davanti ai manifesti, Anna che legge il giornale, Anna con la mano alzata in segno di vittoria. Ma fu quell'intuizione grafica – il volto che emerge da un giornale forato – a fissarsi nell'immaginario collettivo. Una messinscena consapevole, certo, ma non per questo priva di autenticità: perché in quello sguardo sognante Patellani aveva saputo cogliere il riflesso limpido di una speranza nazionale.



4124

Federico Patellani

Il primo grande fotogiornalista italiano



Insieme a Mondadori, e con la fondamentale collaborazione grafica di **Bruno Munari**, il fotoreporter lombardo partecipa all'evoluzione della rivista, che sviluppa un'impaginazione ed un approccio via via più originali.

Patellani crea i **fototesti**, reportage in cui l'immagine è dominante, con grandi fotografie accompagnate da corpose didascalie.

il fototesto ([neologismo](#) nato in quell'epoca), cioè un articolo distribuito su più pagine (mediamente tre o quattro) in cui la successione delle fotografie suggeriva la sequenza di lettura.

Il testo accompagnava l'immagine come [didascalia](#). La fotografia di per sé diceva dell'avvenimento la cosa più importante; la didascalia era di supporto e riportava quanto visto dal fotografo.

Il rapporto gerarchico testo-immagine era ribaltato.

Secondo la testimonianza di Bruno Munari i fototesti nacquero «dall'intenzione di fare quasi dei film, realizzare dei documentari con quelle immagini fotografiche».



Narrare per immagini



WATER DROPS

<https://vimeo.com/63096446?share=copy&fl=sv&fe=ci>



ICKU

<https://vimeo.com/40136982?share=copy&fl=sv&fe=ci>



Metro C



Sogno Venere



**IL TUO 5XMILLE
AL BAMBINO GESÙ
LO VEDI CRESCERE.**

SOSTIENI IL PIÙ GRANDE OSPEDALE
E CENTRO DI RICERCA PEDIATRICO
D'EUROPA.



INQUADRA IL CODICE

5X1000
FERRA NELLI CARDIA: NICOLA SANTORI
80403930581
CODICE ISCRIZIONE OSPEDALE BAMBINO GESÙ



Bambino Gesù
L'OSPEDALE PEDIATRICO

5x1000



Girasoli

Storytelling

Prima di tutto, devi avere un soggetto forte: un personaggio o un tema che porti avanti. Poi hai la sequenza, cioè un ordine logico o emotivo delle immagini. Gioca con la luce e il colore per evocare un'atmosfera.

Il contesto, perché le foto non esistono nel vuoto, sono sempre in dialogo con lo spettatore.

Devi costruire un arco narrativo chiaro, con un inizio, un mezzo e una fine.

Ogni immagine è un tassello della trama, che svela indizi o crea tensione.

Poi hai i dettagli, che danno spessore al mondo: oggetti, ambienti, simboli.

E non dimenticare un conflitto, perché senza un po' di scompiglio, le foto sono solo belle statiche.

Patellani ti raccontava storie quasi come poesie, adesso invece ogni immagine deve vendere un prodotto, un'idea, un sogno.

È chiaro: si è passati da una narrazione personale e poetica a una narrazione funzionale, con l'obiettivo di creare un legame emotivo ma, ovviamente, per vendere.

storytelling di marca oggi: cosa vuol dire creare storie tra fisico e digitale:

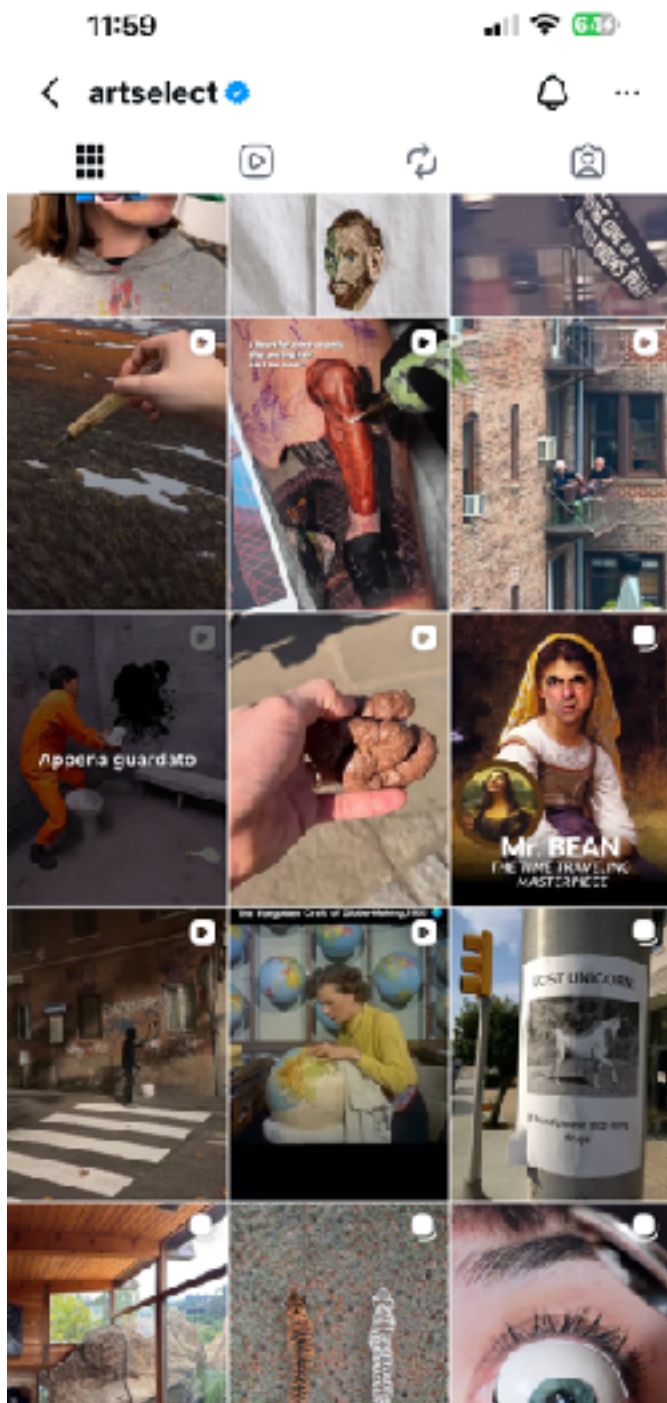
1. la frammentazione delle esperienze: oggi le persone si muovono tra realtà fisica, social, VR, e quindi il brand deve essere coerente ovunque.
2. l'autenticità: i consumatori, che ovviamente sono degli esperti della delusione, vogliono storie vere, non finzioni.
3. l'immersione: il brand deve entrare nella vita delle persone, non essere solo un prodotto.
4. La personalizzazione: racconti che si adattano al pubblico, perché il mondo non è una sola platea passiva.
5. La sostenibilità: i brand devono raccontare un impegno reale, o le loro storie crollano come castelli di carta.

Duane Michals

Things are Queer
1973



Zach King



<https://www.instagram.com/reel/DaLJjyIMrWh/?igsh=anc2ejl2MnVsZG9v>

<https://www.instagram.com/reel/DVwF9qrEVy3/?igsh=MXJlemxuYnkyaDRzcg==>

GRAZIE PER L'ATTENZIONE!