

The background is a stylized Art Deco stained glass pattern. It features a central vertical orange band with a small white circle at the top. This band is flanked by white triangular shapes that point downwards. Further out, there are layers of orange, light pink, and greyish-green triangular shapes, all pointing downwards. The entire design is set against a dark teal background and framed by vertical gold lines. The overall style is geometric and characteristic of the Art Deco era.

Clelia Jelitro

**Vetrate e Manifesti
Art Decò e dintorni**

Introduzione

Le regole della Geometria

Per **Art déco** si intende un particolare stile che influenzò le Arti e la Moda durante il periodo fra il 1919 e il 1930 in Europa. Nel continente americano, in particolare negli USA ed in Canada, si estese dal 1930 fino al 1940 mentre tale corrente vedeva già il suo tramonto nei paesi europei. Sono coinvolte soprattutto le arti visive come l'architettura, la moda, la grafica ed il design. Il nome deriva per estrema sintesi dalla dicitura “Exposition internationale des arts décoratifs et industriels modernes”, l'Esposizione internazionale di arti decorative e industriali moderne tenutasi a Parigi nel 1925 (un altro nome è Stile 1925). L'Esposizione Universale era stata ideata nel 1907 e progettata nel 1913, ma dovette essere posticipata a causa dello scoppio della prima guerra mondiale. Venne dato vasto rilievo alle nuove tendenze nel campo delle Arti decorative, una serie di discipline artistiche figurative legate alla creazione e decorazione di oggetti d'uso ed industriali. Rispetto all' Art Nouveau gli oggetti assunsero forme più semplici e volumi compatti.



Capitolo 1

Vetrare artistiche

I materiali usati erano innovativi: acciaio, alluminio, lacche e legni intarsiati. Con forme moderne e dinamiche ed ampie curvature. Nella grafica spicca il nome di **Cassandre**, cartellonista pubblicitario e grafico; nella moda **George Barbier**, illustratore e disegnatore di moda ed autore delle famose "figurine"; nel design **Eileen Gray**, anche famoso architetto ed autore di opere come la "casa E-1027"; nella pittura **Tamara De Lempicka**, la cui influenza è valida ancor oggi. Un elaborato oggetto dell'epoca è costituito dalle **Vetrare artistiche**.

Famose le **Vetrare Tiffany** realizzate con vari tipi di vetro sviluppati e prodotti dal 1878 al 1933 nei Tiffany Studios di New York, società fondata da **Louis Comfort Tiffany**, pittore e creatore di gioielli ed elementi di arredo. Molti oggetti sono conservati al "Metropolitan Museum of Art" di New York, tra cui vetri colorati, mosaici murali in vetro, lampade da scrivania e vasi in vetro. Altre vetrare di Tiffany si trovano allo Smith Museum of Stained Glass di Chicago ed al "Charles Hosmer Morse Museum of American Art" a Winter Park in Florida. Una raccolta è sita anche ad Accrington alla "Haworth Art".

Tiffany usava diversi tipi di vetro per le sue celebri creazioni: nella "*Ragazza con fiori di ciliegio*" adopera l'elaborata pittura policroma per viso, il vetro plissettato per il vestito, il vetro opalescente per i fiori, il vetro screziato sul bordo, il vetro *marezzato-fratturato* sullo sfondo ed il vetro iridescente nelle perline. Tiffany brevettò il **vetro Favrile** nel 1892, un vetro dalla caratteristica iridescenza in superficie ottenuto mescolando colori diversi di vetro mentre era incandescente. Le "uzórnye ókna" o "finestre decorate" fecero la loro comparsa in Russia alla fine del XIX secolo per abbellire musei, negozi, università, fabbriche ed alcune stazioni metropolitane. Ben trentadue le vetrare colorate alla stazione Novoslobodskaja di Mosca create da maestri di Riga sulla base di schizzi dell'artista sovietico **Pavel Korin** (1892-1967). Il materiale è di riciclo, vetro colorato prelevato dalle cattedrali cattoliche della Lettonia.

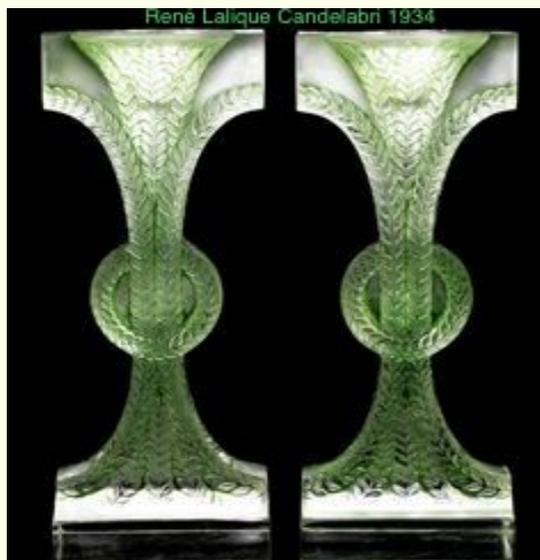
Capitolo 2



Cristalli artistici

René-Jules Lalique è un altro acclarato nome nell' Art Deco, il cui talento spaziò dalla cristalleria all'oreficeria. Fu il primo a credere nella commercializzazione dei profumi realizzando raffinate boccette in fine cristallo. Creò gioielli per personaggi famosi dell'epoca, come l'attrice Sarah Bernhardt. Il desiderio di “creare qualcosa di non visto fino ad allora” fece di lui l'inventore della moderna gioielleria.

Partecipò a molte competizioni e nel 1900 esibì le sue opere alla Grande Esposizione Universale di Parigi, anno in cui venne insignito della Legione d' onore francese. Le particolari tecniche utilizzate per la lavorazione del vetro gli permisero di ottenere uno stile basato sul contrasto tra vetri chiari e scuri. Talvolta arricchiti dall' uso di una patina, smalto o vetro colorato. Il **Museo Lalique**, che si trova a Wingen-sur-Moder, contiene più di 650 opere di René Lalique e dei suoi successori tra gioielli, oggetti in vetro e cristallerie.



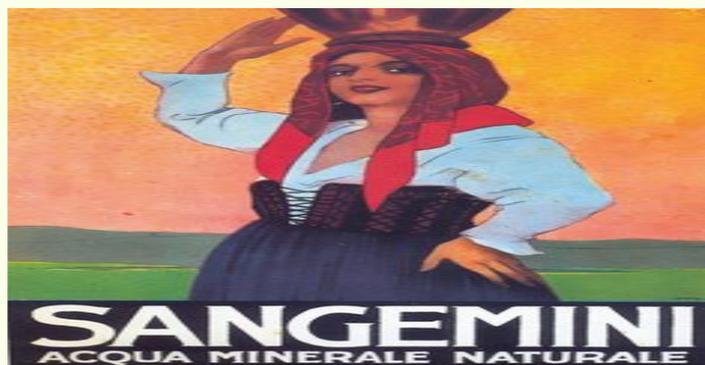
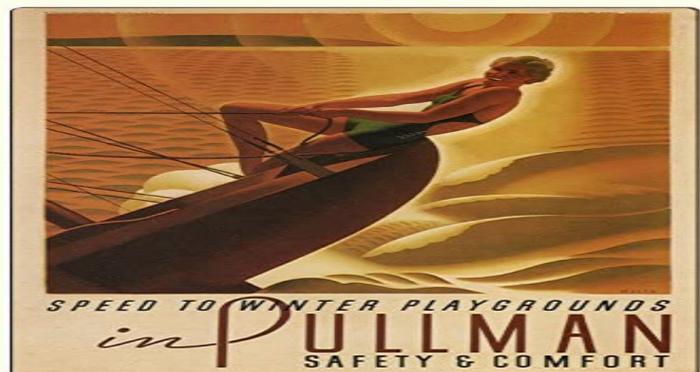
Capitolo 3



Le radici del Manifesto

Le radici del manifesto artistico moderno si rifanno all'Art Nouveau parigina della Belle Époque. Un nome tra tutti quello di **Jules Chéret**: con i suoi manifesti cromo-litografici cominciò una vera e propria rivoluzione grafica che catalizzò nella capitale francese giovani artisti stranieri, lo slovacco **Mucha** ed il belga **Livemont** per citarne solo alcuni. Fu anche promotore di pubblicazioni specialistiche, quali "Les Maîtres de l’Affiche". In suolo italico cartellonisti importanti, **Dudovich**, **Villa**, **Hohenstein**, **Mazza**, **Metlicovitz**, collaborarono in special misura con le "Officine Grafiche Ricordi". Oltralpe, il tedesco **Heine**, l'olandese **Van Hoytema**, l'inglese **Beardsley** ed oltre oceano l' americano **Hutaf** contribuirono all' arte cartellonista con i loro lavori di grafica anche nel mondo dell'editoria. Con la prima guerra mondiale gli artisti, soprattutto italiani e russi, si avvicinarono ad uno stile sperimentale allontanandosi da linee sinuose ed arzigogolati dettagli dell' Art Nouveau. I futuristi Depero e Prampolini lavorarono accanto a personalità del decennio passato, Dudovich e **Cappiello**. Costruttivisti russi, **Stenberg**, **Prusakov** e **Borisov**, produssero soprattutto Manifesti cinematografici, prolungando, ancora per un po', la solare tradizione paesaggistica. La più importante collezione privata italiana, con sedi a New York e Bologna, di Manifesti storici è rappresentata dalla "**Massimo & Sonia Cirulli Archive**" da 25 anni attiva nel settore dell' Arte italiana del XX secolo. A testimonianza del ruolo attivo svolto dalla pubblicità riguardo i profondi cambiamenti in campo socio-artistico negli anni '20-'30 del secolo scorso. Di cui furono indiscussi protagonisti grandi artisti dell'epoca: Duilio Cambellotti, i futuristi (Giacomo Balla, Fortunato Depero, Guglielmo Sansoni- in arte Tato- ed Enrico Prampolini), Mario Sironi, Lucio Fontana, Leonetto Cappiello, Marcello Dudovich, Nicolaj Diulgheroff, Gino Boccasile, Erberto Carboni, Bruno Munari, Sepo, Federico Seneca. Una nuova forma di espressione artistica sperimentale, quella dell' **Arte Pubblicitaria**, legata in qualche modo alle nascenti logiche di mercato nonché alla propaganda politica, ma dotata di un fascinioso potere simbolico. Preziosa testimonianza storico-politica, del costume, delle grandi imprese economiche. E della Cultura di un secolo ricco di fermenti ed innovazioni.

Capitolo 3



Le radici del Manifesto

Il manifesto storico non è di facile reperibilità è ciò è dovuto a cause contingenti: veniva stampato su un foglio di carta in poche centinaia di copie per essere appeso ai muri delle città e, successivamente, strappato. Alcune copie erano destinate alla questura oltre a quelle in dotazione all'artista ed allo stampatore. Migliore sorte avevano i Cartelloni cinematografici, almeno quelli distribuiti nei cinema e non ritirati. In tutto il mondo vi sono accaniti cultori del genere pubblicitario, disposti anche a sborsare cifre esorbitanti. Un caso tra tanti, il Manifesto realizzato da Franz Schulz-Neudamm nel 1926 per il film di Fritz Lang "Metropolis" pagato nel 2005 da un collezionista californiano l'incredibile cifra di 690.000 dollari. Accanto ad importanti Aste per il collezionismo, come le **Swann Galleries** a New York e **Bolaffi** in Italia, sono sorti Spazi espositivi dedicati alla pubblicitistica del passato: in Italia i **Musei di Mart** di Trento e Rovereto ed il **Museo nazionale Collezione Salce** di Treviso (con oltre 25 mila manifesti tra Art Nouveau, Liberty e grafica moderna, è la più importante collezione di affiches in Europa grazie allo straordinario archivio di grafica pubblicitaria creato dal Nando Salce), sono tra i principali.



Capitolo 4



Manifesti e Riviste di moda

Per sostituire gli uomini impegnati al fronte, le donne sono costrette a praticare professioni considerate per tradizione maschili e ne consegue la necessità di vestire in modo pratico. La vita e il seno vengono nascosti in tuniche tubolari, decorate da disegni geometrici e con qualche decorazione applicata, arricchite dagli accessori, coordinati dal punto di vista del colore e del materiale impiegato. Cuffiette, cappelli asimmetrici, berretti, sciarpe e foulard con tessuti semitrasparenti o di pelliccia, cinture e sciarpe. Attorno al 1910 la gonna arriva alle caviglie, nel 1920 scopre metà polpaccio. L'immagine iconica adesso è quella della donna magra e sportiva, non più curve ma forme esili e slanciate. Le nuove linee delineano **geometrie** con i tessuti di produzione industriale e i disegni del tessuto vengono accortamente tagliati e cuciti in modo che il taglio stesso crei motivi geometrici. Proprio all' Expo parigina del 1925 il padiglione della moda evidenzia le nuove tendenze di una femminilità tradizionale, dalla sessualità raffinata, non ambigua. Il nuovo gusto fu rappresentato in **Manifesti e Riviste di Moda** dell' epoca in Italia e nel resto del mondo: Cordelia, Vogue, Almanacco della Donna italiana, Lei, Grazia, ecc.



Capitolo 5



Rivista di Musica Ars et Labor

Rivista mensile quindicinale illustrata, “**Ars et Labor**” era diretta da **Giulio Ricordi**, e trattava principalmente di musica e di musicisti, ed in senso lato del mondo culturale e dello spettacolo dell’epoca. La casa editrice Ricordi fu fautrice di una delle riviste artistiche più interessanti del primo Novecento, non solo per i contenuti ma anche dal punto di vista della veste tipografica, raffinatamente Liberty. Il periodico fu pubblicato per la prima volta nel gennaio 1906 successivamente alla rivista “Musica e Musicisti”, nata nel 1902, il cui nome diverrà il sottotitolo del nuovo quindicinale. Oltre ad articoli su cantanti e musicisti, anche spartiti e opere liriche, foto di manifestazioni ed eventi teatrali oltre a riportare notizie e splendidi servizi fotografici sulle esposizioni artistiche, sulla storia del costume e della moda, nonché sulla geografia del territorio nazionale. La rivista dedicò una rubrica all’Esposizione internazionale del 1906 di Milano per tutta la durata della manifestazione ed ebbe un proprio stand negli spazi del Salone delle Arti Grafiche. Vennero realizzati padiglioni ed edifici fieristici nell’area alle spalle del Castello Sforzesco. L’Esposizione volle onorare la realizzazione del Traforo del Sempione dell’anno precedente: il Manifesto ufficiale, dell’artista triestino Leopoldo Metlicovitz, scelto tramite un concorso, rappresentava un’allegoria del progresso tecnico. I frontespizi, le copertine a colori ed i testi illustrati erano mirabile opera degli stessi artisti che per la Casa Editrice Ricordi realizzarono i manifesti murali di maggiore formato e fama: **Dudovich, Metlicovitz, Malerba, Laskoff, Dal Monte, Anichini, Terzi, Ornano**, per citarne alcuni. Scriveva Dudovich in un suo diario: “...fu per l’insistenza di mia moglie che da cartellonista divenni disegnatore di moda, per illustrare i suoi articoli...”. Fu illustratore di copertine, curatore della rubrica di moda e mondanità della rivista di Ricordi fino al 1911. Il periodico concluse le pubblicazioni a seguito della scomparsa di Giulio Ricordi nel 1912. È dello stesso anno la fusione con il “Secolo XX”.

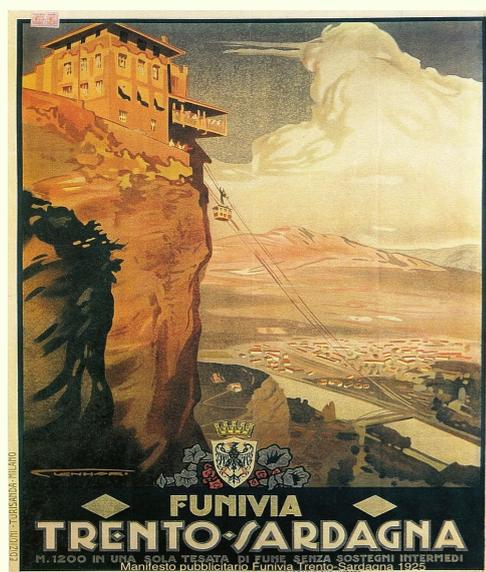


Capitolo 6

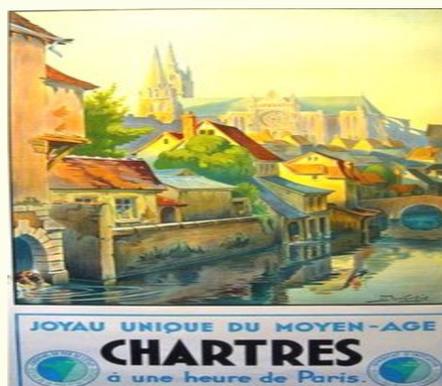


Manifesti di Località turistiche

I Manifesti interessarono anche molti luoghi della Penisola italiana: le campagne pubblicitarie dovevano favorire l'ingresso nei circuiti turistici delle località più belle in ambito artistico e paesaggistico. Spesso i siti interessati divenivano sede di eventi culturali: ad esempio, riguardo alla costa salernitana, ad Amalfi si legarono le celebrazioni marine dell'antica repubblica, Ravello fu collegata ai concerti wagneriani, Salerno con le mostre d'arte moderna, e Paestum con le rappresentazioni classiche. Nei Manifesti del periodo sono, spesso, riportate le sigle dell'ENIT (Ente Nazionale Industria Turistica, poi Ente Provinciale per il Turismo) e delle Ferrovie dello Stato, accanto allo stemma sabaudo (solo per i lavori degli anni '20-'30). Anche le montagne approfittarono della nascente cartellonistica, esemplare il caso dei maggiori centri turistici delle Dolomiti, Cortina d'Ampezzo, Merano, Madonna di Campiglio, Ortisei, San Martino di Castrozza, che diedero l'avvio già dalla fine dell'Ottocento ad una produzione artistica di notevole impatto.



Manifesti di Località turistiche



Conclusioni



Un gusto
innovatore

Grazie al progresso delle tecniche fotografiche, litografiche e tipografiche la grafica pubblicitaria, ricreata in Francia da **Toulouse Lautrec** e **Jules Chéret**, è assurta a “nuova arte” in tutto il mondo. In Italia i promotori del rinnovamento sono stati, tra gli altri, i famosi cartellonisti Carpanetto, Villa, Metlicovitz, Beltrame, Umberto Brunelleschi, Dudovich, Chini che hanno contribuito a diffondere oggetti, assurti a status symbol, di marchi della produzione industriale e artistica inerenti i settori dell’automobile, dell’abbigliamento, della villeggiatura, dei generi alimentari, come ad esempio l’Olio Sasso illustrato da Plinio Nomellini. Una cifra stilistica improntata ad una maggiore libertà di espressione ed innovazione, tratti distintivi della nuova arte, è stata resa possibile grazie alle caratteristiche insite nelle tecnica grafica stessa, incline alla sintesi della forma e alla linearità del segno. Un’eleganza stilizzata, pochi incisivi dettagli, colori pieni e metallici, per un messaggio di forte ed immediato impatto.

In suolo italico le prima produzioni si attestano verso la fine dell’800. Gli autori più acclamati sono i triestini Leopoldo Metlicovitz, Marcello Dudovich, Leonetto Cappiello, poi andato in Francia, il tedesco Adolf Hohenstein, che lavorò in Italia per la Ricordi. Con l’accelerare del progresso industriale il manifesto pubblicitario divenne indispensabile veicolo d’informazione per il grand pubblico legandosi allo sviluppo della società consumistica: la Fiat, i grandi magazzini come Mele e Rinascente, le Riviste di Arte e Spettacolo, le destinazioni turistiche, i grandi alberghi furono i principali committenti. Alcuni Cartelloni sono divenuti icone di modernità, come la campagna pubblicitaria per il bitter **Campari** curata dal pittore futurista **Depero**. Anche negli anni ’30 l’influenza dalle avanguardie sarà notevole. Dal dopoguerra in poi il manifesto scaturisce dalla collaborazione fra vari protagonisti di un’agenzia e non è più l’opera di un singolo artista. Tra gli artisti più famosi del periodo vanno citati **Armando Testa** e **Ernesto Carboni**.