

## LA TIPO-GRAFIA PUBBLICITARIA IN ITALIA NEL PERIODO 1933-1953 E UN SUO DIMENTICATO PROTAGONISTA: NICOLA D'ARCANGELO

Nello scenario della grafica pubblicitaria in Italia durante il ventennio 1933-53 permangono vivi e operanti almeno due opposti orientamenti stilistici, due diverse modalità estetiche di concepire la grafica ma anche la politica pubblicitaria e i suoi committenti. Il primo è riconducibile agli stilemi tipici del Liberty e dell'Art Nouveau testimoniati, ad esempio, dalle opere di un Gino Boccasile, il *fascistissimo* illustratore barese (Bari, 1901–Milano, 1952), autore (insieme al milanese Dante Coscia) dell'intera propaganda murale della Repubblica Sociale Italiana di Salò (1943-45), più conosciuto come disegnatore della *Signorina Grandi Firme*, icona femminile realizzata dall'aprile del '37 al settembre del '38 per la rivista «Le Grandi Firme», diretta da Pitigrilli (Dino Segre) e da Cesare Zavattini (per gli ultimi numeri); di un Marcello Dudovich (Trieste, 1878–Milano, 1962), di un Leonetto Cappiello (Livorno, 1875–Cannes, 1942), di un Umberto Brunelleschi (Montemurlo, 1879–Parigi, 1949). Nelle loro opere è la Donna, con la D maiuscola, l'archetipo di riferimento costante e privilegiato; la donna nelle sue varie declinazioni cromatiche, posturali, simboliche e sensuali dove le pur raffinate e sinuose volute grafico-cromatiche difficilmente riescono ad occultare uno stile tendenzialmente esornativo tradizionalista, un ductus grafico piuttosto decadente, estenuato. Un cartellonismo ridondante, opulento, carico anche cromaticamente, ma di enorme effetto visivo. Una grafica oscillante tra Déco, Liberty e Art Nouveau. Era l'ideale per le grandi réclames dell'epoca in cui l'affiche, come forma d'arte, raggiunge vertici ineguagliati. Dovremmo, in questo senso, ormai poter fare a meno del termine “illustratore”, sicuramente riduttivo se applicato a questi grandi artisti; scrive giustamente Marco Belpoliti in una recente raccolta di articoli dedicati alla *grafica culturale e letteraria* delle copertine dei libri: «Forse dovremmo liberarci della parola ‘illustratore’, così come la generazione precedente si è liberata della parola ‘cartellonista’. Chi era Marcello Dudovich, se non un artista a tutto tondo, per quanto le enciclopedie e i dizionari continuino a rubricarlo come grafico e illustratore?»<sup>1</sup>.

Il secondo orientamento artistico è chiaramente rivolto altrove, il suo sguardo spazia verso il futuro di cui le grandi avanguardie del Novecento rappresentano l'humus di riferimento costante, ma senza per questo fossilizzarsi in esse. In particolare il Futurismo russo e italiano, il Cubismo, il Bauhaus tedesco, il Costruttivismo, il Razionalismo, anche quello italiano al quale faranno riferimento un Edoardo Persico (nume tutelare, in quegli anni, di ogni progetto modernista in campo grafico, architettonico e tipografico), un Giuseppe Terragni (1904-1943), del quale è da ricordare almeno la Casa del Fascio di Como, progettata nel '32 e realizzata nel '36.

Nel Razionalismo è il *segno architettonico* a caratterizzare la *tipografia generale* della pagina pubblicitaria, la sua costruzione netta e ampia, prosciugata dagli orpelli, rigorosa nelle linee; ma anche l'idea di spazialità che la pervade è idea controcorrente, innovativa e dirompente. Del resto giusto un secolo fa, era il 1908, viene pubblicato quello che è da ritenersi il manifesto fondante del Razionalismo europeo, *Ornament und Verbrechen* (Ornamento e Delitto) dell'architetto moravo Adolf Loos, un testo provocatorio fin dal titolo e in cui si sottolinea l'*utilità sociale* della produzione di oggetti d'uso dalla forma semplice e funzionale. Da Loos deriva poi l'intensa stagione della Wiener Werkstätte viennese, in cui la produzione industriale di oggetti d'uso comune (posate, contenitori, tavoli, sedie, bicchieri, lampade, vasi) segue linee funzionali, rigorose, algide senza alcuna concessione al decorativismo fine a se stesso, all'esornativo vuoto di contenuti.

Dieci anni dopo, nel 1918, viene fondato da Charles-Edouard Jeanneret (Le Corbusier) e da Amédée Ozanfant il movimento architettonico noto come Esprit Nouveau in cui, partendo da una rilettura storico-critica del Cubismo, si attua una rigorosa depurazione da tutti gli eccessi avanguardistici e dalle degenerazioni decorative. Infine, nel 1931, nasce a Parigi un terzo movimento cardine, alla base dell'intera poetica dell'Astrattismo, Abstraction-Création di Jean Hélion, Auguste Herbin e Georges Vantongerloo che a loro volta riprendono spunti e suggestioni dal Cercle et Carré, il movimento artistico attivo tra il '29 e il '30 ad opera di Michel Seuphor e Joaquim Torres-Garcia. Il gruppo di Abstraction-Création pubblica, tra il '32 e il '36, i 5 numeri chiave del periodico «Abstraction-Création. Art non-figurativ».

Emblematica è, in questo ampio scenario europeo, la compresenza lungo tutto il corso del ventennio fascista di entrambi questi opposti orientamenti, in una mai del tutto risolta presa di posizione per l'uno o per l'altro.

Un'ambiguità tipicamente italiana a cui ancora oggi gli studiosi non sanno dare una plausibile spiegazione: una modernità (da molti ancora oggi messa in dubbio) che nello stesso tempo convive con un provincialismo esasperato, un insieme di stilemi tardo ottocento-primi novecento. In tale realtà gli esempi tipici *strapaesani* di Maccari, Longanesi, Bartoli, dello stesso Boccasile, sembrano convivere con le più eblematiche e innovative scelte artistiche, architettoniche e grafico-tipografiche d'una urlante modernità, che in quegli anni proiettavano (inconsapevolmente) l'Italia ai vertici europei (e quindi mondiali) della ricerca e dell'avanguardia grafica. È un ventennio di grande rilevanza, quello dal '33 al '53, per la nostra grafica pubblicitaria, ma anche per l'architettura, l'arte e il design, e di cui anche la tipografia beneficia; un livello mai più raggiunto e che segnerà, negli anni futuri, il progressivo declino verso scelte stilistiche scontate e ripetitive<sup>2</sup>.

Questa seconda corrente tipo-grafica ha nel gruppo gravitante intorno allo Studio Boggeri<sup>3</sup> di Milano, (Irme Reiner, Xanti Schawinski, Max Huber, Erberto Carboni, Marcello Nizzoli, Fortunato Depero, Bruno Munari, Remo Muratore, Ricas (Riccardo Castagnedi) e lo stesso Antonio Boggeri) il suo centro propulsore. Come non ricordare la campagna pubblicitaria dello Studio Boggeri per l'Olivetti oppure il lavoro grafico di Michele Provinciali e Pino Tovaglia, senza però dimenticare il genio grafico a 360 gradi di un Albe Steiner. Nello stesso periodo operano altri personaggi di spicco nel panorama grafico-pubblicitario italiano, come Attilio Calzavara (architetto-grafico oggi quasi dimenticato), artefice di tutte le mostre e i padiglioni fascisti e autore di *Opere pubbliche 1922-1932*<sup>4</sup>, capolavoro dell'editoria di committenza fascista (Ministero dei Lavori Pubblici), in cui Calzavara costruisce un complesso itinerario grafico dove un razionalismo cromatico si sposa alle cupezze tipiche del Novecento sironiano, avvalendosi di scelte stilistiche di grande modernità per l'epoca e riuscendo a imprimere, per pubblicazioni in fondo aride come quelle celebrative dedicate ai grandi lavori pubblici del fascismo, il suo gusto e il suo genio grafico<sup>5</sup>. Ed è da ricordare anche la mostra d'arte grafica del '29 di cui resta l'elegante catalogo stampato dal "razionalista" Guido Modiano<sup>6</sup>. Oppure penso al Fortunato Depero pubblicitario che nel suo manifesto *Il Futurismo e l'arte pubblicitaria*, edito nel '31 sul *Numero Unico Futurista Campari*, scrive: «L'arte avvenire sarà prevalentemente pubblicitaria»<sup>7</sup>; o al futurista Nicolay Diulgheroff (entrambi artefici della Taverna futurista Santopalato di Torino, notevole esempio dell'estetica architettonica d'ambiente del movimento marinettiano), fino ad Erberto Carboni che dal Futurismo, attraverso posizioni stilistiche di matrice astrattista, giunge ad esiti di algida luminosità come, tra le tante, l'opera pubblicitaria realizzata per la radiotelevisione italiana.

E' da inserire in questo contesto la forte presenza culturale e grafica della Triennale di Milano<sup>8</sup>, in particolare la sua V edizione del maggio del '33, diretta da Mario Sironi e dedicata all'architettura moderna e all'arte figurativa; o e la VII edizione inaugurata il 6 aprile 1940<sup>9</sup>, l'ultima sotto il fascismo, col manifesto e la copertina della *Guida* disegnati da Enrico Ciuti, ancora un razionalista, con la personale dedicata ad Erberto Carboni. Sarà proprio la VII Triennale del '40 a segnare l'apice del razionalismo tipografico italiano: in quell'occasione la Nebiolo bandì un concorso per il disegno di un alfabeto. Troviamo poi la Galleria del Milione fondata nel '30 dal napoletano Edoardo Persico chiamato da un personaggio di notevole spessore culturale come Pier Maria Bardi. Persico la dirigerà insieme ai fratelli Ghiringhelli e a Daniele Roma. Il pubblico avrà così la possibilità di vedere per la prima volta in Italia (siamo agli inizi degli anni '30) opere di Paul Klee, Seligman, Kandinsky, Juan Gris, Jean Arp, Baumeister, gli astrattisti italiani. Accanto alla Galleria del Milione è da ricordare anche la Galleria Pesaro (della quale nel Fondo D'Arcangelo si conserva una lettera spedita da Milano il 17 febbraio del '32 indirizzata allo stampatore abruzzese). Questa Galleria d'arte era stata fondata nel '40 dal calabrese Lino Pesaro, artefice delle prime mostre di Achille Funi, Mario Sironi, Ubaldo Oppi, pieno Novecento quindi, e dal '27 delle esposizioni futuriste. Chiuderà nel '38 col suicidio di Lino Pesaro a seguito di una serie di tracolli non solo economici.

In questo frangente si inserisce la breve parentesi grafica riconducibile al movimento di Novecento, di cui un notevole esempio è il Mario Sironi grafico-pubblicitario per la Fiat. E' poi obbligatorio ricordare l'intensa, seppur breve, avventura estetica del periodico «Campo Grafico» (1933-1939)<sup>10</sup> con l'apporto di grandi personalità: Carlo Dradi<sup>11</sup>, Attilio Rossi<sup>12</sup>, Marcello Nizzoli, Bruno Munari, Max Huber, Herbert Bayer (Bauhaus), Erberto Carboni, Luigi Veronesi il quale seppe declinare al meglio l'esperienza accumulata col Bauhaus e col maestro Lazlo Moholy-Nagy determinandone lo stile inconfondibile in cui rivestono importanza la fotografia, il fotomontaggio, la tipografia. Oppure l'apporto dato alla grafica pubblicitaria da Giovanni Pintori (come non ricordare la copertina astrattista disegnata per il giubilare *Olivetti 1908-1958*) che con Marcello Nizzoli (sua

la celebre *Lettera 32*, macchina da scrivere targata Olivetti), è stato l'artefice della grafica Olivetti, di cui nel '50 diventa direttore artistico realizzando, fino al '67, centinaia di annunci, pieghevoli, allestimenti, vetrine. Un rapporto direi osmotico quello tra i grandi grafici italiani e le aziende per le quali hanno lavorato. E i campisti sono in fondo la punta di diamante di questo fervore rivoluzionario in *campo grafico* (appunto), avendo ribaltato la moderna estetica della composizione che pervade l'intero mondo della carta stampata (provenendo tutti dal mondo della tipografia): non solo il libro e il manifesto, ma anche biglietti da visita, carta da lettere, biglietti del tram.

E il 1933 è un anno cruciale per l'Europa. Hitler prende il potere e, contestualmente, viene soppressa la Bauhaus di Walter Gropius. Emblematica stretta di vite intorno a un polo di enorme respiro, mentre in Italia, in pieno fascismo, parte l'avventura di «Campo Grafico». Una “contraddizione” che risale al '32 quando viene inaugurata la mostra della rivoluzione fascista in cui coesistono Futurismo, Novecento, Razionalismo, Strapaese. Ma il '33 è anche l'anno della V Triennale di Milano, con la sua architettura razionalista in cui ancora contraddittoriamente spicca il grande murale di Massimo Campigli, Mario Sironi, Giorgio De Chirico e Achille Funi. Una contraddizione che si estende al padiglione razionale della Stampa, opera di Baldessari, dove viene ospitata una mostra grafica inopinatamente affidata a Raffaello Bertieri (artefice di simmetrie neoclassiche) e non a «Campo Grafico». Insomma un elenco di contraddizioni estetiche che, in fondo, consentono una compresenza stilistica che definisce il fascismo, a livello estetico, come salutare fucina di opposte tendenze: modernità e tradizione.

Per queste avanguardie grafiche operanti in pieno fascismo le spinte innovative non si limitano alla sola pubblicità commerciale o aziendale ma investono anche il complesso mondo della tipografia, mondo che risente a sua volta di esigenze estetiche contrapposte: da una parte l'egemonia di Raffaello Bertieri e del suo periodico «Il Risorgimento Grafico» (e presente con alcuni numeri nel Fondo D'Arcangelo), che negli anni dovrà comunque fare i conti con i campisti e la loro azione modernizzatrice, come ben evidente nelle copertine di Adriano Graziotti, Ugo Zovetti, Bruno Munari, tutte del '35, due anni dopo la nascita di «Campo Grafico». Dall'altra la grande famiglia dei *caratteri tipografici razionalisti italiani* del periodo 1930-40, con il lavoro tipografico di Alessandro Butti, Guido Modiano<sup>13</sup>, Aldo Novarese, Ezio d'Errico (eclettico pittore astrattista, scrittore e docente alla scuola tipografica Vigliardi-Paravia<sup>14</sup>), Giulio da Milano<sup>15</sup>, il quale dirige a Torino il periodico «Graphicus» e palestra della nuova tipografia (presente anch'esso con qualche numero nel Fondo D'Arcangelo), autore di eleganti caratteri da stampa come il *Veltro* (1934), il *Neon* (1935), il *Razionale* e il *Mecano* (entrambi del '36), disegnati per la fonderia di caratteri Nebiolo di Torino di cui è direttore artistico. Giulio da Milano è un tipografo (artista) che si propone lo svecchiamento dei logorati stilemi primo novecenteschi, come, per intenderci, quelli di un Salvatore Landi, da una parte, e dello stesso Bertieri<sup>16</sup> dall'altra, ma anche di un Gianolio Dalmazzo, di un Isidoro Arneudo<sup>17</sup>, di un Cesare Ratta<sup>18</sup> (del quale, nell'archivio D'Arcangelo, sono conservate alcune lettere indirizzate allo stampatore abruzzese). Con l'eccezione, nel contesto della nuova tipografia, del lavoro e delle teorie di Carlo Frassinelli, suo il capolavoro *Trattato di architettura tipografica*, da lui pubblicato nel '41<sup>19</sup>.

In questa svolta la tipografia non è più elemento descrittivo (esornativo) del prodotto ma componente dell'immagine stessa, insieme ad un uso modernissimo della fotografia, dello sviluppo, del fotomontaggio, come attesta il lavoro pionieristico sul fotomontaggio di Vinico Paladini (Mosca 1902-Roma 1971), ma anche di recuperi avanguardisti del Dada, come nel Man Ray dei *rayogrammes* con l'oggetto impressionato direttamente sulla pellicola, oppure dello stesso Persico, o di Pagano.

E' da sottolineare il ruolo dirompente di altri periodici come «Casabella», diretta da un grande architetto e designer come Gio Ponti, di «Stile» (sempre Ponti), de «L'ufficio moderno», diretto da Guido Mazzali, a cui collaborano anche Erberto Carboni e Dino Villani che dirigeva all'epoca l'ufficio pubblicità della Motta, il cui logo aziendale, la grande M, era stato disegnato da Saverio Pozzati, in arte Sepo. «L'ufficio moderno» ebbe collaborazioni importanti per molte copertine: Munari, Schawinski, Veronesi, Carboni. Senza dimenticare l'esperienza di una rivista di grande modernità come «Aria d'Italia», ideata e pubblicata a Milano tra il '39 e il '41 da Daria Guarnati, parigina, collezionista e amica di artisti e letterati (Malaparte, De Pisis, Gio Ponti). Una rivista in cui utopicamente si combinano la valorizzazione del patrimonio artistico italiano con quello letterario, attraverso un colto montaggio tipografico-editoriale di testi e immagini con uno spirito davvero modernista.

Su tutti spicca il lavoro teorico e pratico di Edoardo Persico, uno scandaglio a più livelli condotto dall'infelice genio napoletano (gli ambiti in cui spaziava: architettura, grafica, tipografia, letteratura, editoria), sua ad esempio la scelta di pubblicare sulle due pagine contrapposte immagini o foto, per dare ad esse maggiore respiro. E' il *moderno* che ora irrompe in un'Italia dalle molte facce. Il moderno della pittura, della grafica, dell'architettura, della musica, della tipografia, della letteratura. E' il *moderno culturale europeo* che infine si impone e che prosegue gli ideali, ormai affievoliti, delle prime avanguardie storiche (quello che nel gergo artistico-letterario vedrà contrapposti Stracittà a Strapaese).

E' all'interno di questo complesso scenario estetico che si colloca l'opera di Nicola D'Arcangelo<sup>20</sup>, un tipografo-artista con uno stile personalissimo permeato (soprattutto nei calendari da muro e in certa grafica d'occasione) da quello che ho definito *esoterismo numerologico*, in cui la lettura grafico-simbolica deve attraversare una *griglia iconico-ermeneutica* né semplice né lineare (una sorta di catarsi prima di giungere alla comprensione). Paradossalmente D'Arcangelo, pur tipografo di professione, è proprio alla tipografia che non affida completamente il suo genio che, lo vedremo, permea invece la produzione grafico-pubblicitaria, pur se con esiti non sempre dello stesso livello (in ciò i punti più deboli sono a mio avviso i manifesti). D'Arcangelo lavora tipo-graficamente a più livelli: libri, nuptialia, opuscoli e stampati commerciali, manifesti, cartoline, calendari, grafica d'occasione, grafica pubblicitaria, campionari per cartiere (in primis la Fabriano), carta da lettere, etichette per vini e altri alimenti, ecc. Lo spettro è ampio e lui riesce a imprimere in ognuno la propria cifra stilistica sempre riconoscibile. Ma prima Atri e poi Pescara diventano per lui progressivamente realtà troppo legate a un provincialismo tipo-grafico dal quale vuole riscattarsi. Ecco quindi aprirsi a Milano, a Torino, ai suoi artisti e grafici, ai grandi tipografi. Pur lontano dai centri della cultura, della grafica, della tipografia, riesce a farsi conoscere e apprezzare, come emerge dalla corrispondenza e soprattutto dai tanti articoli a lui dedicati da periodici specializzati (soprattutto in Germania e Inghilterra). In Italia stringe rapporti professionali e d'amicizia di prim'ordine: Cesare Ratta, Dardo Battaglini, Luigi Servolini, Piero Trevisani, la Galleria Pesaro. In ogni caso si ha l'impressione che D'Arcangelo non ebbe rapporti documentabili con esponenti della *nuova grafica e della nuova tipografia* (D'Errico, da Milano, Modiano, Rossi, Dradi, e che fosse anche abbastanza estraneo alle problematiche scaturite dalle avanguardie europee, che abbiamo visto essere alla base delle posizioni assunte dalla nuova grafica italiana, quella dei *campisti* in primo luogo. Nonostante ciò è tra i partecipanti alla Mostra italiana di arte grafica di Milano del '29 (Castello Sforzesco, 25 aprile - 30 maggio), promossa e ordinata dalla Scuola del Libro e dalla Fondazione Aldo Manuzio<sup>21</sup>.

D'Arcangelo persegue un proprio ideale estetico. L'elevata qualità della sua multiforme produzione, sia grafica che tipografica, non sfugge all'occhio attento degli studiosi. La rivista berlinese di grafica «Deutscher Drucker», nel numero monografico del '42 dedicato ad alcune figure rappresentative di grafici italiani, dedica al tipografo abruzzese due ampie pagine illustrate, in italiano e tedesco, firmate da Giuseppe Pizzuto<sup>22</sup>. In questa il Nostro appare in compagnia di alcuni tra i maggiori tipografi del tempo come Giuseppe Muggiani, Carlo Frassinelli, Pietro Vera, Luigi Giordana, Carlo Matelli, Roberto Allievi, Mario Ramella, Enzo Pinci, Armando Gorlini e Mario Fresching. Il valore artistico e innovativo della tipografia d'arcangeliana si evidenzia nella grafica commerciale, dove sembrano fare capolino elementi che tenderei ad accostare ad un certo razionalismo e in cui si fondono schemi compositivi di matrice futurista e di certa aeropittura in cui si alternano linee rette, volute, archi, spazi vuoti. Su tutti prevale, però, un *lettering* tipografico di notevole eleganza stilistica con l'uso di caratteri bastone senza grazie, che in alcuni documenti sembrano intersecare il Fascio Littorio<sup>23</sup> e la cui decodifica non è immediatamente agevole. Anche le campiture cromatiche con colori piatti (azzurro, arancione, verde) utilizzano l'oro e l'argento araldici. Quest'ultimo *colore-non colore*, come ha scritto Wittgenstein, non è infatti un colore ma un metallo. L'argento e l'oro di D'Arcangelo sembrano familiarizzarci con due tra i colori più antichi e misteriosi, le cui origini (pittoriche) si perdono nei secoli. Nel Medioevo, ci ricorda Belpoliti<sup>24</sup>, l'argento era uno dei sei colori del Blasono araldico (oro, argento, rosso, nero, azzurro e sinoplo); inoltre all'argento (o bianco) spettava il compito di rappresentare la speranza (nel sistema simbolico medievale i colori araldici sono collegati alle tre virtù teologali e alle quattro virtù cardinali, come ben documentato da Narciso Silvestrini in un saggio del 1994 (*IdeeFarbe. Farbsysteme in Kunst und Wissenschaft*).

Tutta la grafica pubblicitaria, anche quella di più effimero uso, manifesta in D'Arcangelo una profonda elaborazione, con bozzetti preparatori in cui si percepisce la mano dell'artista. Stamperà alcune xilografie del pittore abruzzese Armando Cermignani (Castellammare Adriatico, 1888–Roma, 1956), per il miele prodotto

dall'azienda di Valentino Caracciolo (Roma e Castellamare Adriatico), e per il dolce abruzzese "Parrozzo", in uno stile floreale di vago retrogusto Liberty, subito riconoscibile e forse lontano dagli stilemi darcangeliani. Di grande eleganza è poi l'uso, in alcuni biglietti augurali, di stoffa in tulle colorata e traforata, chiusa all'interno di due cartoncini fustellati a formare un nome (Liana, Angela, ecc.), idea che utilizzerà (senza il tulle ma con carta dorata) anche per la Cartiera Fabriano (es. un opuscolo del 1935) e per l'Azienda di Soggiorno di Pescara (per Veglie Settembrine). E' l'idea di leggerezza e di soffio che traspare e colpisce in questi manufatti cartacei.

Nella grafica cosiddetta d'occasione, (biglietti per anniversari, cresime, augurali, inviti, morti, nascite, nozze), in quella pubblicitaria, nelle cartoline, nei bozzetti, nelle carte intestate, questi *elementi architettonici* sono alquanto evidenti, soprattutto riguardo alla costruzione dei titoli, delle frasi, degli spazi anche cromatici, delle direttrici. Per tali motivi la sua grafica d'occasione è a mio avviso tra i vertici, insieme ai campionari per carte Fabriano, della sua produzione *tipo-grafica*. In questa tipologia di grafica si evidenziano elementi di sapore futurista con una spiccata linearità geometrica, incastri del lettering e dei colori che diventano un tutto armonico, equilibrato. D'Arcangelo impone all'osservatore un continuo lavoro iconico di decodifica delle sue costruzioni cromatiche e simboliche. Nulla sembra lasciato al caso: segni, linee, lettere, cifre, hanno un loro recondito, arcano significato le cui complesse problematiche interpretative solo la progressiva investigazione dell'archivio aquilano (soprattutto i bozzetti, le lettere, gli articoli, gli appunti) aiuterà a comprendere pienamente.

Una tipografia, la sua, che gioca anche sul *valore simbolico* delle lettere e in cui le linee formano campiture dov'è riconoscibile una certa eco razionalista, ma anche di altre tendenze, quasi che D'Arcangelo avesse assorbito molta energia artistica europea. A volte lo stampatore pescarese utilizza la cassa tipografica anche per fini estetici, laddove il corpo del carattere e la sua *silhouette* gli consentono un uso *artistico* e non strettamente *tipografico*. I calendari, invece, costituiscono un elemento a sé, la sua cifra riconoscibile, direi il blasone darcangeliano per eccellenza. Essi sono una sorta di *laboratorio permanente di ricerca grafica* nel quale il tipografo abruzzese realizza alcune delle sue opere più emblematiche e complesse. Il raffinato ed elaborato lavoro sui numeri, le scritte e le scelte cromatiche (che la visione degli innumerevoli bozzetti preparatori sta ulteriormente chiarendo) costituiscono la particolarità maggiore del D'Arcangelo *stampatore d'arte*. Il calendario diventa momento di riflessione da accordare con fatti e circostanze esterne che influenzano il *ductus* generale delle scritte, delle scelte grafiche, dei colori (anniversari, politica, sport, eventi). La raccolta quasi completa di questi calendari (39) a cui vanno aggiunti 10 esemplari del periodo atriano molto più classici, e che vanno dal 1916 al 1928 con molte mancanze, costituisce in assoluto un unicum in Italia, sia per qualità conservativa, sia per estensione temporale. Parte di questo corpus (esemplari doppi) è stata destinata, come anche altre tipologie doppie (campionari Cartiere Miliani Fabriano, grafica d'occasione), alla Tipoteca Italiana Fondazione - Museo del Carattere e della Stampa di Cornuda.

Nei volumi che stampa (377 unità bibliografiche) D'Arcangelo resta invece ancorato a stilemi più tradizionali; non dimentichiamo, infatti, che i suoi interlocutori in campo tipografico sono in fondo esponenti della tradizione tipografica classica, come Bertieri, Ratta, Trevisani, Servolini (anche se è da notare la presenza, nella biblioteca di lavoro, di un testo cardine della *nuova tipografia*, come il *Trattato di architettura tipografica* di Carlo Frassinelli). Altri testi di tipografia presenti sono il classico *Come nasce un libro* di Raffaello Bertieri (1931) e *Giambattista Bodoni* di Piero Trevisani, un volumetto didattico del '51. Come si vede, se si esclude Frassinelli, una letteratura specialistica fortemente orientata verso i canoni della tipografia classica e tradizionale, in un ambito storico in cui a Milano operava la Scuola del Libro della Società Umanitaria.

La biblioteca di lavoro di un tipografo e di un grafico è lo specchio delle sue idee, dei suoi orientamenti, dei suoi punti di riferimento. Quella di Nicola D'Arcangelo, da questo punto di vista, è abbastanza scontata e per certi versi deludente (dal punto di vista quantitativo). A parte Frassinelli e Bertieri (di cui conserva un solo titolo tra i tanti da lui pubblicati), mancano importanti opere sulla tipografia, sulla storia della grafica, sul cartellonismo. Mancano in assoluto i cataloghi di mostre, i repertori, i saggi. Sono presenti invece rari campionari di caratteri da stampa della Nebiolo. Anche tra i periodici di tipografia e grafica si avverte un carattere provvisorio; pochissime annate e lacunose che fanno pensare che il tipografo le abbia conservate, almeno la maggior parte, per esigenze di documentazione della propria attività.

Quello che però emerge dallo studio della sua biblioteca di lavoro è che D'Arcangelo si sentiva un tipografo (attento anche alle problematiche relative all'insegnamento professionale) e uno sperimentatore grafico. In

questo senso dal punto di vista strettamente tipografico D'Arcangelo cura particolarmente gli aspetti paratestuali del libro: frontespizio, impaginazione, specchio di stampa, interlineazione, marginatura, colophon, utilizzando a volte carte di produzione artigianale o semiartigianale (particolarmente evidente in alcuni nuptialia, in alcuni stampati commerciali e nel notevole *Viaggi in Abruzzo* di S. Razzi).

Prestigiosi periodici specializzati europei ospitano suoi lavori, il «Risorgimento Grafico» di Bertieri utilizza una sua opera per una copertina. Insomma D'Arcangelo lavora in un contesto di grande fermento culturale. La raccolta per l'*Albo d'oro* (non realizzato) comprendente 10 cartelle con ritagli di giornale e lettere di elogio o di premiazione a concorsi, testimoniando in tal modo l'enorme mole di lavoro svolto negli anni.

Questo patrimonio tipo-grafico di primordine costituisce un elemento di ricerca non solo regionale che si inserisce nel più ampio contesto artistico nazionale del ventennio '33-53 testimoniando, forse per la prima volta in maniera organica e documentata, l'apporto non certo secondario che una regione in fondo decentrata come l'Abruzzo seppe offrire e che la recente acquisizione del "Fondo Tipo-Grafico D'Arcangelo", da parte dell'Università dell'Aquila, potrà finalmente ricostruire in tutti i suoi particolari.

[dal Catalogo: G. Millevolte (a cura di), *Nicola D'Arcangelo*, Tipoteca Italiana fondazione, Cornuda (TV) 2010].

Massimo Gatta

## NOTE

<sup>1</sup> M. Belpoliti, *Diario dell'occhio*, contributi di I. Lupi e M. Barenghi, Le Lettere, Firenze 2008, p. 88.

<sup>2</sup> Vedi in proposito l'ottimo saggio, anche dal punto di vista iconografico, di G. P. Ceserani, *Vetrina del Ventennio 1923-1943, ricerche iconografiche* di A. Jemolo, Laterza, Bari 1981; ma cfr. anche G. Priarone, *Grafica pubblicitaria in Italia negli anni Trenta*, Cantini, Firenze 1989 e *Grafica e design a Milano 1933-2000*, (a cura di) A. Colonetti, Abitare Segesta, Milano 2001. Per un discorso generale cfr. invece G. Fioravanti, L. Passarelli, S. Sfligiotti, *La grafica in Italia*, Leonardo, Milano 1997. Per l'utilizzo del manifesto pubblicitario nel Ventennio fascista rimando a S. Gundle, *Un Martini per il Duce: l'immaginario del consumismo nell'Italia degli anni Venti e Trenta*, in A. Villari (a cura di) *L'arte della pubblicità. Il manifesto italiano e le avanguardie 1920-1940*, Silvana editoriale, Cinisello Balsamo 2008, pp. 46-69. Per il razionalismo in tipografia cfr. E. Tallone, *Triennale di Milano. I caratteri razionalisti italiani del periodo 1930 & 1940*, Tallone, Alpignano 2006 [plquette a tiratura limitata fuori commercio] e Id., *Annitrenta. A specimen of italian rationalist types of the 1930s and 1940s*, Tallone, Alpignano s.n.t. [plquette a tiratura limitata fuori commercio].

<sup>3</sup> Cfr. le uniche due monografie disponibili: *Lo Studio Boggeri 1933-1973: comunicazione visuale e grafica applicata*, introduzione di H. Bayer, Amilcare Pizzi, Cinisello Balsamo 1974 e *Lo Studio Boggeri 1933-1981: archetipi della seduzione grafica*, (a cura di) B. Monguzzi, Electa, Milano 1981.

<sup>4</sup> Cfr. [A. Calzavara], *Opere Pubbliche 1922-1932*, Ministero dei Lavori Pubblici, Roma 1933.

<sup>5</sup> Per questo grande e trascurato architetto e grafico rimando a A. Calzavara, *Tra Futurismo e visual design: Attilio Calzavara e il progetto grafico di Opere pubbliche 1922-1932*, Iiriti editore, Reggio Calabria 2005; vedi anche M. Gatta, *Architetture grafiche di Attilio Calzavara*, «FMR bianca», Modo italiano, Milano 2008, pp. 90-97 e E. Torelli Landini, *Attilio Calzavara. Opere e committenza di un architetto fascista*, fotografie di N. Sapieha, The Wolfsonian Foundation, Miami Beach-Genova 1994.

<sup>6</sup> Cfr. *Mostra italiana di arte grafica*, Tipografia Modiano, Milano, 1929 (catalogo della mostra, Milano, Castello Sforzesco, 25.4 - 30.5.1929).

<sup>7</sup> Si cita dalla pregevole ristampa anastatica, SPES, Firenze 1991, pp. 19-21.

<sup>8</sup> Cfr. *Come comete. Annunci e messaggi nella grafica della Triennale*, Charta, Milano 2004.

<sup>9</sup> Cfr. *VII Triennale di Milano. Esposizione internazionale delle arti decorative e industriali moderne e dell'architettura moderna. Attribuzione delle ricompense*, Triennale, Milano 1940.

<sup>10</sup> Cfr. A. Rossi, *Campo Grafico 1933-1939*, Electa, Milano 1983; A. Rossi, *Campo Grafico ai tempi di Raffaello Bertieri*, in *Onoranze a Raffaello Bertieri*, Centro di Studi Grafici, Milano 1966; *Campo Grafico. La sfida della modernità*, (a cura di) M. Dradi e P. Rossi, Centro di studi grafici, Milano 2003; e il fondamentale A. Rossi, C. Dradi, *Millenovecentotrentatré: nasce a Milano la grafica moderna*, Comune di Milano, n. 9, Milano 1973. Ma vedi anche M. Picasso, *1945-1995. Cinquant'anni di grafica a Milano*, Centro di studi grafici, Milano 1996; M. Chiabrando, *Le edizioni di «Campo Grafico». Storia curiosa di un elenco mai completato*, «Charta», n. 79, 2005, pp. 58-63.

<sup>11</sup> Cfr. M. Dradi, Carlo Dradi, *Memorie, lettere, testimonianze a vent'anni dalla morte*, Milano 2002, s.n.t. [edizione privata].

<sup>12</sup> Per un profilo non solo artistico, ma anche tipografico, vedi L. Caramel (a cura di), *Attilio Rossi: le opere 1933-1994*, Giunti, Firenze 1996. Mi permetto di rimandare anche a M. Gatta, *Le città visibili di Attilio Rossi. Buenos Aires, Milano, Imperia in chiosstro di china*, in «Charta», n. 69, 2004, pp. 74-77.

<sup>13</sup> Cfr. M. Chiabrando, *L'architetto della pagina. Guido Modiano e la "nuova tipografia" italiana*, in «Charta», n. 84, 2006, pp. 64-69.

<sup>14</sup> Qualche notizia in P. Casana Testore, *La Casa Editrice Paravia. Due secoli di attività: 1802-1984*, Paravia, Torino 1984.

<sup>15</sup> Cf. M. Chiabrando, *Un artista al neon. Giulio da Milano, il pittore che disegnava caratteri*, in «Charta», n. 99, 2008, pp. 36-41 e [Giulio] da Milano, (a cura di) M. Rosci e G. Zanasi, *Galleria d'arte Sant'Agostino*, Torino 1998, in particolare il saggio della Zanasi, *Vita di un maestro pittore e grafico*, pp. 19-25. Ma cfr. anche E. Tallone, *Giulio da Milano e i suoi tipi italiani*, Tallone, Alpignano 2007.

<sup>16</sup> Per un profilo generale del grande tipografo cfr. *Onoranze a Raffaello Bertieri*, Centro di Studi Grafici, Milano 1966.

<sup>17</sup> Sui quali cf. E. Tallone, *Bei caratteri sotto la Mole. Gianolio e Arneudo enciclopedisti della stampa*, in «Charta», n.78, 2005, pp. 44-47.

<sup>18</sup> Sul celebre direttore della Scuola tipografica del Comune di Bologna rimando a *La tipografia emiliana. Numero dedicato a Cesare Ratta*, Stabilimenti Poligrafici Riuniti, Bologna ottobre 1920. Ma vedi anche il rarissimo A. Majani, *Il Canto Caratteristico di un Poeta Tipico per onorare un Maestro del Libro*, disegni di Nasica, Bologna s.d. [1980 ca.], ristampa anastatica, stampata in 100 esemplari numerati, dell'edizione di Bologna, Stabilimenti Poligrafici Riuniti 1921.

<sup>19</sup> C. Frassinelli, *Trattato di architettura tipografica*, Carlo Frassinelli, Torino 1940 [ma 1941]; ma cfr. anche M. Chiabrando, *La bella stampa. Carlo Frassinelli, dall'editoria alla serigrafia*, in «Charta», n. 91, 2007, pp. 60-65.

<sup>20</sup> Per il quale rimando alla documentata monografia di G. Millevolte, *I De Arcangelis tipografi editori*, Textus, L'Aquila 2005.

<sup>21</sup> *Mostra italiana di arte grafica*, Tipografia Modiano, Milano 1929 (catalogo della mostra, Milano, Castello Sforzesco, 25.4 – 30.5.1929), cit.

<sup>22</sup> Cfr. G. Pizzuto, *Alcune figure rappresentative di grafici italiani*, in «Deutscher Drucker», a. XLIX, n. 4, 1943, inserto.

<sup>23</sup> Sul quale rimando all'ottimo articolo di N. Ajello, *Fascio Littorio. Il logo di Mussolini*, in «la Repubblica», domenica 3 dicembre 2006, pp. 34-35.

<sup>24</sup> M. Belpoliti, *Diario dell'occhio*, cit., p. 55.