

# il futurismo e l'arte pubblicitaria

glorie, prodotti e arte del passato e del presente.  
stile futurista - precursori - plagiari

l'arte dell'avvenire sarà potentemente pubblicitaria-

tale audace insegnamento ed inoppugnabile constatazione l'ho avuta dai musei, dalle grandi opere del passato-

tutta l'arte dei secoli scorsi è improntata a scopo pubblicitario: esaltazione del guerresco, del religioso; documentazioni di fatti, cerimonie e personaggi nelle loro vittorie, nei loro simboli, nei loro gradi di comando e di splendore-

anche i loro prodotti eccelsi erano in simultanea glorificazione: le architetture, le reggie, i troni, drappi, alabarde, stendardi, stemmi ed armi di ogni foggia-

non c'è opera antica se non inghirlandata di trofei pubblicitari, di loro arnesi di guerra e vittoria, timbrati da sigle e simboli originali di potenti casati, con una libertà autoincensoria ultra-reclamistica-



anche oggi abbiamo i nostri capitani che affrontano poderose imprese per la valorizzazione delle loro battaglie, delle loro campagne per i propri prodotti e progetti-

ad esempio **PIRELLI**, re di selve infinite di caucciù, proprietario di montagne di gomma, produce milioni di pneumatici per dare ed accrescere la velocità al mondo-

non è questo un poema? un dramma? un quadro? una formidabile architettura della più alta poesia, della più magica tavolozza, della più diabolica fantasia?-

**ANSALDO - FIAT - MARCHETTI - CAPRONI**  
**- ITALA - LANCIA - ISOTTA FRASCHINI -**  
**ALFA ROMEO - BIANCHI** ecc. non sono can-

tieri di miracoli che creano e gettano furie meccaniche - sirene meccaniche - aquile meccaniche, fornite di precisi registri perfetti, di ali e polmoni pulsanti, capaci di ogni sorta di voli, a picco - a spirale - obliqui - conquistando distanze ed altitudini inverosimili - creando la nuova superdelizia: l'estasi della **velocità** e dello **spazio**?-



**BALBO**  
**DE PINEDO-DE BERNARDI**  
**DAL MOLIN-MADDALENA**

questi nomi hanno creato degli autentici miracoli, offrono agli artisti degli spettacoli ben più potenti che „una mucca al pascolo“ od „una capra all'abbeveratoio“ od „una natura morta“-

le battaglie aeree sopra le metropoli, le trasvolate continentali e transatlantiche, i cantieri che producono centinaia di macchine e motori al giorno, sono spettacoli ed ambienti di alta ispirazione artistica e moderna-

ebbene, rarissimi sono gli artisti che vedono, studiano ed esaltano questa nuova natura splendente e trionfante d'oggi-

l'arte del passato, è bene ripeterlo per la milionesima volta, servì ad esaltare il passato; lo stile classico ed arcaico del passato, servì per glorificare la vita di allora-

lo splendore nostro, le glorie nostre, gli uomini nostri, i prodotti nostri, hanno bisogno di un'arte nuova altrettanto splendente, altrettanto meccanica e veloce, esaltatrice della dinamica, della pratica, della luce, delle materie nostre-

anche l'arte deve marciare di pari passo all'industria, alla scienza, alla politica, alla moda del tempo, glorificandole-

tale arte glorificatrice venne iniziata dal futurismo e dall'arte pubblicitaria-

l'arte della pubblicità è un'arte decisamente colorata, obbligata alla sintesi - arte fascinatrice che audacemente si piazzò sui muri, sulle facciate dei palazzi, nelle vetrine, nei treni, sui pavimenti delle strade, dappertutto; si tentò perfino di proiettarla sulle nubi-

arte viva, moltiplicata, e non isolata e sepolta nei musei-

arte libera d'ogni freno accademico-

arte gioconda - spavalda - esilarante - ottimista-

arte di difficile sintesi, dove l'artista è alle prese con l'autentica creazione-

il cartello è l'immagine simbolica d'un prodotto, è la geniale trovata plastica e pittorica per esaltarlo ed interessarlo-

esaltando con il genio i nostri prodotti, le nostre imprese, cioè i fattori primi della nostra vita, non facciamo che dell'arte purissima e verissima, moderna-

l'arte pubblicitaria offre temi e campo artistico d'ispirazione completamente nuovi-

l'arte pubblicitaria è fatalmente necessaria-

arte fatalmente moderna-

arte fatalmente audace-

arte fatalmente pagata-

arte fatalmente vissuta-

## **W** GLI ARTISTI CREATORI GLI INDUSTRIALI E I PRODUTTORI

un solo industriale è più utile all'arte moderna ed alla nazione che 100 critici, che 1000 inutili passatisti-



i futuristi furono i primi pittori, poeti ed architetti che esaltarono con la loro arte l'opera moderna-

dipinsero automobili in velocità-

dipinsero lampade scoppianti di luce-

dipinsero locomotive sbuffanti e ciclisti veloci-

i futuristi stilizzarono le loro composizioni con uno stile violentemente colorato; con una plastica riassuntiva e geometrica moltiplicarono e scomposero i ritmi degli oggetti e dei paesaggi per accrescere la dinamicità e per rendere effi-

cace la loro idea veloce, il loro stato d'animo e la loro concezione-

a contatto continuo con il paesaggio d'acciaio, di luce e di cemento armato dei nostri tempi, i futuristi crearono una nuova tecnica, una nuova prospettiva multipla, una plastica aerea e volante, un'arte magnificamente dotata di tutte le qualità necessarie per una grande arte pubblicitaria- i migliori e più geniali cartellonisti hanno preso a prestito, tolto o rubato addirittura ritmi, prospettive, sagome e trovate ai futuristi-



per esempio: all'esposizione mondiale d'arte decorativa di parigi del 1925 tutte le nazioni presentarono cartelli futuristi-

davanti al teatro des champs-elysées, all'entrata, fui allora sorpreso da due enormi cartelli, del quotato pittore francese COLIN, cartelli di scuola boccioniana perfetta: muscoli in velocità e panneggi accartocciati a guisa di imbuto compenetrati di ballerina in turbine-

anche i giganteschi e geniali cartelli di CASSANDRE, che oggi predominano, sono di uno stile prettamente dinamico e meccanico futurista-

anche le vetrine della maggior via di lusso del mondo, cioè della quinta „avenue“ di new-york sono la maggior parte futuriste- costruzionismo dinamico e colorato-

decorativismo espresso con i più vari materiali: legni, metalli, panni, velluti, sete, cartonaggi, paglie, dolciumi, sigari, vetri, scatolami- sono torri di libri, paesaggi di cravatte, foreste e monumenti di matite, trofei di cappelli, flore e villaggi di paralumi, cavalcate di generi alimentari-

sono plastici in argento e oro, sui quali siedono, giacciono o stanno in piedi, impellicciati manichini di ebano con perle e collane luminose- i pigiama coloratissimi sono decorati futuristicamente-

anche gli sfondi di queste vetrine superbe ed immense sono dipinti con uno stile nettamente dinamico-

sono alberi, sono nuvole, sono marine astratte;

colori veloci, linee vibranti, forme veloci; sono visioni sfumate, dipinte con un delicatissimo senso telegrafico evanescente-

l'influenza dello stile futurista in tutte le applicazioni e creazioni pubblicitarie è evidente, decisiva, categorica-

io stesso mi vedo ad ogni angolo di strada, ad ogni spazio riservato alla pubblicità, più o meno plagiato o derubato, con più o meno intelligenza, con più o meno gusto-

i miei vivaci colori, il mio stile cristallino e meccanico, la mia flora, fauna ed umanità metallica, geometrica e fantastica è molto imitata e sfruttata-

questo mi fa molto piacere; benchè io mi sia dedicato all'arte pubblicitaria con tempo molto limitato, constato e non esito a dichiarare di aver fatto molta scuola, ma aggiungo anche che in questo campo avrò ancora molto da dire-

**fortunato depero**

