

# L'ARTE della RECLAME

Potranno continuare a chiamarci dei visionarii. Potranno ostentare una incredulità noncurante e stupida; ma noi andremo ribadendo ovunque — giorno per giorno — le nostre convinzioni; perdendo del tempo utile adesso con la speranza di riguadagnarlo dopo riuscendo a convincere i meno duri o perlomeno gli interessati. Si potrà dare soltanto così all'Italia il primato assoluto che, anche in questo campo, le tocca.

Attualmente in fatto di *réclame* possiamo considerare la Germania, e poi la Francia, come le nazioni le più progredite. L'America detiene il *récord* in fatto di spese ed organizzazioni pubblicitarie. Ciò non meraviglia perchè spende al solito più danari chi più ne ha.

In Italia siamo sconvenientemente arretrati.

La *réclame* viene considerata da molti un sovrappiù inutile e (non essendo debitamente apprezzata nemmeno dalla gran parte degli industriali che se ne servono) produce parti meschini che denotano mentalità retrograde da ippopotamo.

Non vi sono grandi organizzazioni reclamistiche (a togliere l'I. G. A. P. ed altre poche aziende che si interessano di manifesti e di inserzioni sui giornali). Non abbiamo quindi complessi pubblicitarii di grande interesse e di buon gusto: ottima prova della civilizzazione di un popolo.

A Roma, per esempio, esiste un solo quadro di *réclames* luminose (in Piazza dei 500) e tabelle fisse in quasi tutti i ritrovi. Ciò è troppo poco per una capitale.

Occorrerebbero grandi variazioni quotidiane e acrobazie di riflettori abbondantissime per decorare con dignità — di notte — questo cielo imperiale.

Quando il lavoro in buona parte riposa e gli uomini sono sputati da un ritrovo all'altro, in cerca di divertimento: è allora che le varie e policrome luci interessanti otterrebbero il loro effetto proiettando senza riposo nomi e motti di ditte e di industrie colorando — anche se inosservate — la fantasia dello spettatore distratto.

Della pubblicità si è interessato, adesso, a Roma, il Governatorato (... cedendone la proprietà ad altra

impresa!...) e per quanto le strade dell'Urbe si vadano caricando di tabelle fisse colorate, si va di male in peggio.

La *réclame* non basta farla: bisogna farla con criterio.

A che servono quelle centinaia di sputacchiere disseminate, sulle quali il pennello di pittori anti-reclamistici ha impresso segni anti-decorativi?

I capi delle organizzazioni locali, i Prefetti, i Podestà, dovrebbero interessarsi di questo problema che è da porsi in primo piano tra quelli dell'estetica di una città.

È necessario popolare le mure di manifesti che si combattano a pugni di colore: tingere i cieli di luci: erigere monumenti chiari, moderni, utili, e pulitissimi nelle larghe piazze spalancate alla vita.

A che serve il rudero o il monumento del solito avvocato che si ricorda ai posteri in posa oratoria? Non sono questi spazii utili perduti per cose che si possono conservare nei musei o che — come i monumenti anzidetti — sono il parto della vittoria di una camarilla locale che esalta il segretario comunale di tal anno: grande riformatore, essenziale alla vita del paese perchè cambiò per tempo la divisa alle guardie municipali?

Vita! Movimento! Tutte le inutilità: via! Pochi siano gli uomini glorificati per le strade e *degni*: acciò i posteri — certamente di gran lunga superiori a noi — non possano ridere della nostra generazione che è invece così piena di forze attive e creatrici.

Tante cose da riformare vi sono ancora, è vero, — ma tra le altre — anche questa non è da trascurarsi ed, avendo ognuno nella società i suoi compiti, gli artisti che devono donare il bello lo lancino per le strade affinchè l'occhio degli umili e di tutti ne possa godere gratuitamente.

Grande errore commettono quindi quelle amministrazioni comunali che alzano le tariffe delle affissioni facendo disertare le pareti dalla carta stampata. Dimostrando di non avere capito per niente quanto può essere bella la pubblicità che oggi è considerata, purtroppo!, come semplice campo di grasse speculazioni.

Le autorità dovrebbero invece vigilare — come ho già scritto infinite altre volte — e (con la creazione di opportune, intelligenti e giovani commissioni di tecnici (vietare l'affissione di carta antiartistica ed antidecorativa.

Ciò è logico ma nessuno se ne interessa con successo.

Perchè?

Per colpa dei cosiddetti artisti che si occupano senza competenza della materia raffazzonando la elaborata fregnaccia del cliente idiota che rimane soddisfatto, paga bene ed acquista — con poche marche da bollo — il diritto di impiastrisciare tutte le mura della penisola.

Un circuito chiuso di speculazioni e di pressioni impedisce la richiesta vigilanza — che, se attuata intelligentemente, metterebbe subito da parte tutti i commercianti di carta colorata — ma si avvicina sempre più il giorno in cui le strade canteranno in festa con i loro colori allegri tutte le acrobazie degli ingegni.

O perchè non si dovrebbe mantenere con le opere, all'altezza di Arte, questa attività modernissima che impiega, dall'artista al viaggiatore, dall'uomo sandwich al tipografo ed all'elettricista, tutta una vasta schiera di lavori umani?

Fermiamoci al manifesto murale:

Molti credono che sia facile fare un cartello pubblicitario. Se è idiota (e quindi inutile alla ditta che lo compra) si fa in due minuti. (Esempio: Manifesto per un sapone, un uomo ed una donna che si lavano le mani sorridendo). Un cartellone è invece più faticoso di un quadro e richiede, nell'artista, un temperamento molto speciale.

Mi spiego: Il quadro si fa per imprimere con i colori su una tela le sensazioni ricevute osservando

la natura, se stessi, le cose o gli altri. Se un avvenimento non produce nessuna commozione artistica non si può fare il quadro; come, si riderebbe al solo pensarlo, non si può fare un'opera d'arte dietro ordinazione.

Il manifesto, invece, si deve fare proprio dietro ordinazione. E, perchè sia d'Arte, ha bisogno di essere oltre che bello, tecnico. Deve essere imperniato su di un trovata. Comprensibile a colpo d'occhio ed originale. Deve essere semplice, chiaro, di grande visibilità, orientato verso le scritte (che non è assolutamente di buon gusto mantenere in basso a commento dell'illustrazione) dello *decorativo*.

Tutte queste qualità possono venir fuori dagli ingegni moderni che — oltre ad avere dell'intuito e della genialità — posseggano tecnica e coscienza artistica.

Chi non ha coscienza soprattutto farebbe bene a ritirarsi in buon ordine: per farlo dovrebbe avere, la medesima: ecco perchè, in fondo, sono sempre quelli i venditori di bozzetti che circolano ad ogni piè sospinto. Ma non c'è da rammaricarsi a lungo e, quantunque possa sembrare il contrario anche in Italia la pubblicità dovrà perfezionarsi in Arte, come nelle nazioni che dicevo e che mandano anche da noi, ogni tanto, qualche bel manifesto interessante.

Le strade saranno allora bellissime: brillanti di colori puliti e si potrà godere gratuitamente di interessanti: spettacoli pubblici (= pupazzi meccanici della Pubblicità non sono forse molto graditi nelle sale di proiezione dalla folla degli spettatori?)

E tutto il nostro mondo vivrà in allegria e realtà, con le case i palazzi, le strade, le piazze ed ogni cosa, questa vita agile che ci assilla e che è tutta una lotta continua per *superarsi*.

ENZO BENEDETTO

“ Il Colosseo, il Foro Romano, sono glorie del passato; ma noi dobbiamo costruire le glorie del presente e del domani,,.

MUSSOLINI



“ Futurismo, Religione di Orgoglio Italiano ,,.

MARINETTI