# STUDI

DI

# **MEMOFONTE**

Rivista on-line semestrale

11/2013



# FONDAZIONE MEMOFONTE

Studio per l'elaborazione informatica delle fonti storico-artistiche

# www.memofonte.it

# **COMITATO REDAZIONALE**

Proprietario
Fondazione Memofonte onlus

Direzione scientifica Paola Barocchi

Comitato scientifico Paola Barocchi, Francesco Caglioti, Flavio Fergonzi, Donata Levi, Nicoletta Maraschio, Carmelo Occhipinti

> Cura scientifica Barbara Cinelli, Tiziana Serena

Cura redazionale Elena Miraglio, Martina Nastasi

Segreteria di redazione
Fondazione Memofonte onlus, Lungarno Guicciardini 9r, 50125 Firenze
info@memofonte.it

ISSN 2038-0488

# INDICE

Arte e fotografia nell'epoca del rotocalco. Temi e metodi di una nuova tipologia di fonti per la storia visiva della contemporaneità

B. Cinelli, T. Serena, Editoriale	p.1
A. Tori, «Generazione X»: storia e trasformazioni attraverso i rotocalchi di un fototesto a più mani	p.3
C. Fabi, Divulgazione della scultura nel secondo dopoguerra: opere e artisti dentro e fuori le pagine dei rotocalchi	p.25
M. Camilli, Lo scoop sul bandito Giuliano di Ivo Meldolesi: negativi, immagini fotomeccaniche e didascalie nei rotocalchi	p.47
L. D'Angelo, Ri-costruire l'Italia attraverso l'immagine degli artisti: il caso di Giacomo Manzù	p.67
L. Valente, Biografia politica dell'oggetto fotografico. La rivista illustrata della CGIL «Lavoro» e il suo archivio	p.85
C. Brandani, La trasformazione dei modelli autoriali nelle riviste di fotografia negli anni Cinquanta	p.103
L. Iamurri, Il pennello nell'occhio. La pop art sui rotocalchi, prima e dopo la Biennale del 1964	p.125
V. Russo, Arte grafica e moltiplicata attraverso le pagine de «L'Espresso» 1970-1979	p.145
E. Salza, La vertigine della citazione nelle «riproduzioni moltiplicate». Umberto Eco su «L'Espresso» negli anni Settanta	p.165
M. Binazzi, La Lamentatrice di Franco Pinna, dallo scatto alle trasformazioni in immagini fotomeccaniche: biografia sociale di un oggetto fotografico, 1952-2013	p.183
E. Bellini, «Vivere con l'arte»: le case d'artista come modello per il collezionismo dagli interni fotografati di «Casa Vogue», 1968-1980	p.203
Arte & Lingua	
B. Fanini, Dall'invenzione al cartone. Appunti sul lessico artistico di Leonardo	p.227

# ARTE GRAFICA E MOLTIPLICATA ATTRVERSO LE PAGINE DE «L'ESPRESSO» 1970-1979

1. Dalla grafica al multiplo. Frammenti di un dibattito critico.

La vera novità di questi ultimi anni non è costituita da problemi di linguaggio (le avanguardie estetiche ormai variano da circa un secolo) ma dalla diffusione dei multipli: i quali non rispondono più a premesse artigianali. Attraverso la creazione di prototipi, derivano dalla spinta della civiltà industriale. È stata fatta una distinzione tra i veri e propri 'multipli', i cui prototipi vengono distrutti ma sono in funzione di tecniche e materiali nuovi forniti dalle industrie, e 'opere seriali', che possono ancora richiedere l'intervento della mano dell'artista, con limitazione delle copie numerate e un metodo in parte artigianale (per esempio le litografie, le serigrafie, le riproduzioni di certi 'oggetti'). Ha importanza, però, oltre alla distinzione, il fatto che l'opera unica, rispondente a una concezione aristocratica, convive ormai con le opere che si moltiplicano in tutti i modi: né si tratta di un dissidio che tenda a eliminare l'opera unica, la quale ha sempre una sua ragione di esistere non soltanto nelle collezioni ma nei musei, dove tutti possono ammirarla<sup>1</sup>.

All'altezza del 1972, con un'attenzione verso questioni di definizione tutt'altro che marginali, Guido Ballo celebrava le virtù dell'opera d'arte moltiplicata nelle pagine di «Bolaffi arte» in uno scritto dedicato ai *Multipli Jabik*<sup>2</sup>. Assimilate le riflessioni sulla legittimità dell'opera riproducibile ed esplosi i fenomeni di diluizione dell'unico nel multiplo, serialità e moltiplicazione realizzate per mezzo di pratiche note o di più stretta attualità appaiono a quella data argomento critico di una battaglia sociale condotta al grido di arte «alla portata di tutti»<sup>3</sup>.

Il multiplo, opera al plurale che si spinge oltre le possibilità della grafica di tradizione, emerge come oggetto d'arte per eccellenza, per le sue infinite possibilità di esistere come fatto estetico nelle case dei più; e la condizione della moltiplicazione sembra redimerlo dalla sua materialità, in anni in cui l'opera è al centro del dibattito artistico nei termini di progetto, azione, processo.

Il cammino dalla produzione seriale artigianale, in cui si inserisce la «ripetizione grafica» per mezzo delle più tradizionali tecniche incisorie e di stampa, alla serialità industriale, alla base delle nuove tecniche di moltiplicazione di oggetti d'arte rispondenti a rinnovate concezioni di opera e di pratiche artistiche, è il disegno di una progressione storica che a distanza di pochi anni Ballo pone al centro della sua riflessione in *La mano e la macchina* (1976)<sup>4</sup>. Tema portante dell'analisi è appunto il passaggio da una pratica dell'arte che, pur ammettendo la sinergia tra uomo e macchina, rimane fedele a certe sue prerogative artigianali, alla formulazione di operazioni artistiche basate sul predominio del progetto e integrate nel sistema industriale; trasformazione che Ballo concepisce alla luce di una progressiva mutazione della civiltà da un modello di origine aristocratica a organizzazione in società democratica.

Il «valore sociale» dei multipli decantato nell'articolo del 1972 è qui spiegato come fenomeno «indiretto» della trasformazione dei linguaggi nell'arte, ma la questione relativa alla

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Ballo 1972.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> L'operazione condotta con i *Multipli Jabik* cui Ballo fa riferimento consiste nel produrre in serie numerate dieci opere di un gruppo di artisti composto da Rodolfo Aricò, Gianni Bertini, Alik Cavaliere, Gianni Colombo, Riccardo Corte, Gino Marotta, Concetto Pozzati, Edival Ramosa, Emilio Scanavino, Tino Stefanoni.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Ballo 1972.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> BALLO 1976. Il concetto di «ripetizione grafica» è tratto dal capitolo Serialità artigianale, p. 9.

loro «socialità» resta pur sempre centrale; non tanto nei termini di possesso collettivo quanto di condivisione di un comune orizzonte estetico in cui confluiscono esperienze differenziate:

È questo, in sostanza, l'aspetto innovatore della diffusione dei multipli. Chi si abitua a vedere continuamente opere d'arte che a prima vista sembrano illeggibili supera molti pregiudizi e finisce con l'apprezzare i linguaggi di qualsiasi tendenza, perché a poco a poco sa vederle dall'angolo più adatto. E se un operaio, un impiegato, uno qualsiasi torna a casa dal lavoro, può anche godere di un'opera non figurativa con bei colori, con belle forme, che gli fa percepire e gli comunica qualche cosa al di là del motivo di rappresentazione: è in questa aperta possibilità di dialoghi la vera socialità, indiretta, dell'arte<sup>5</sup>.

La questione sociale del multiplo affrontata nei contributi critici di Ballo degli anni Settanta intrattiene relazioni di attualità con il contesto socio-culturale non soltanto nazionale, ma le vicende storiche del multiplo e della sua definizione critica vantano allora anni di storia. Nel volume del 1976 Ballo ne ripercorreva alcune tappe, chiamando in causa gli eversivi oggetti Dada, sottolineando la centralità delle operazioni estetiche condotte nell'ambito del Bauhaus, infine individuando gli anni Sessanta quale momento di maggiore sviluppo delle poetiche dell'arte moltiplicata per il verificarsi delle ricerche Optical, di Arte cinetica e programmata, della Pop art e del New Dada<sup>6</sup>. Alle porte degli anni Sessanta assumono particolare rilevanza alcune azioni preliminari, che Ballo identificava nella fondazione a Parigi delle edizioni MAT di Daniel Spoerri (1959), nell'attività editoriale della Galleria Danese a Milano, nonché nel contributo creativo e teorico di artisti quali Bruno Munari e Enzo Mari e di collettivi come il Gruppo T. Ma determinante appare nel 1966 l'apporto di Denise René, che utilizza e definisce il significato del termine 'multiplo' in rapporto alle edizioni prodotte dalla sua galleria<sup>7</sup>.

La parabola dell'opera in edizione culminata nel multiplo è oggetto di una celebrazione pressoché immediata che tra la fine degli anni Sessanta e i primi anni Settanta irrompe nel circuito espositivo internazionale<sup>8</sup>. In questo panorama si inserisce la mostra *Multiples: The First Decade* a cura di John Tancock, tenutasi dal 5 marzo al 4 aprile 1971 presso il Philadelphia Museum of Art, in cui il multiplo nella sua accezione di oggetto d'arte prodotto in edizioni guadagnava definitiva autonomia dalle precedenti formule di produzione grafica, generalmente escluse dalla mostra e rievocate in qualità di esperienze pregresse:

The antecedents of today's multiple art should at this point be mentioned, not to establish its respectability by referring to its pedigree but mainly to point out the differences, the potentialities. It is the field of printing and the graphic arts that the possibilities of a wide propagation of the same pictorial image were first glimpsed<sup>9</sup>.

Si adottava una prospettiva non inedita, in certo accordo con le formule già proposte da Spoerri e René secondo cui il multiplo veniva configurandosi in antitesi alla tecniche

\_

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> BALLO 1976, p. 145. I termini virgolettati nel capoverso che precede la citazione ricorrono nel capitolo *Qualità* nella quantità, p. 144.

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Ci si riferisce in particolare al capitolo *Sviluppi delle poetiche e della diffusione dei multipli*, BALLO 1976, pp. 165 e sgg. <sup>7</sup> Per una più estesa storia del multiplo in relazione alle vicende artistiche delle Avanguardie e degli anni Sessanta/Settanta, si rinvia ai contributi pubblicati in *THE SMALL UTOPIA* 2012, catalogo della mostra tenutasi a Venezia-Ca' Corner della Regina dal 6 luglio al 25 novembre 2012.

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup> A questo proposito si consideri l'elenco fornito da Germano Celant nel contributo a sua firma pubblicato nel catalogo della mostra di Venezia, in cui si citano tra le altre: *Ars Multiplicata* (Wallraf-Richartz Museum, Köln, 1968), 3-∞: *New Multiple Art* (Whitechapel Art Gallery, London, 1971), *Multiples: The First Decade* (Philadelphia Museum of Art, 1971); *Multiples* (Neuer Berliner Kunstverein, Berlin, 1974). Cfr. CELANT 2012, p. 25. Nel contesto del medesimo catalogo si veda anche la riflessione di Maria Gough. Cfr. GOUGH 2012, pp. 31-32.

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup> MULTIPLES: THE FIRST DECADE 1971, p. n.n.

tradizionali di riproduzione e quale oggetto in serie prodotto industrialmente<sup>10</sup>, ma che tuttavia doveva apparire per nulla scontata se messa a confronto con le scelte compiute soltanto pochi anni prima nel contesto della mostra *Ars Multiplicata*. Di questa prima esposizione, che si era tenuta a Colonia dal 13 gennaio al 15 aprile 1968, il catalogo testimonia infatti l'individuazione di una più ampia questione incentrata sulla pratica della moltiplicazione sottesa alla produzione artistica seriale, che pertanto legittimava la compresenza in mostra di grafiche e di oggetti d'arte.

Nei primi anni Settanta, ratificata l'esistenza di una nuova declinazione dell'opera che trova nella definizione di 'multiplo' una formula accreditata, l'arte moltiplicata appare emergere dalle tribune delle riviste specialistiche anche nei termini di una convulsa e controversa questione di fortuna critica e di mercato.

Il supplemento interno a «Studio International» che Charles Spencer cura per il numero di settembre 1972 ne passa in rassegna aspetti e vicende, fornendo un'articolata piattaforma di interventi che, oltre a comunicare ai lettori un'informazione altamente specializzata, restituisce il panorama delle contraddizioni e degli equivoci generati dalla pratica del multiplo in un ormai strutturato sistema di mercato<sup>11</sup>. Si denunciano l'ambiguità dell'offerta fieristica<sup>12</sup>, la generalizzata trasformazione del multiplo in costoso esemplare di una serie limitata<sup>13</sup>, il falso mito della democratizzazione del mercato<sup>14</sup>, il perseguimento di una massiccia operazione commerciale incapace di garantire bontà e qualità del prodotto artistico<sup>15</sup>.

Lo scenario descritto sembra destinato ad essere confermato a distanza di un anno da Jole De Sanna nel contributo dal titolo *I multipli esistono veramente?*, pubblicato nelle pagine di «Domus» nel novembre 1973. Ripercorsi alcuni momenti delle vicende artistiche, teoriche ed editoriali responsabili dell'affermazione del multiplo, messi in luce i diversi orientamenti difesi e agiti nella sua pratica, l'autrice approda a un focus incentrato su questioni di mercato in cui si ripropongono le contraddizioni dovute alla gestione dei multipli da parte delle gallerie specializzate. Si presenta una situazione fatta di monopoli, realizzazioni di oggetti in serie limitate, vendite a prezzi iniqui, produzioni ibride ed equivoche in cui torna l'impiego delle formule seriali della grafica più tradizionale, che si conclude in una mesta considerazione: «'Multiplo' è divenuto un mero termine, un termine fortunato e alla moda, utile per conferire l'apparenza di un rinnovamento alle cose di sempre»<sup>16</sup>.

D'altronde è proprio sul declino commerciale del multiplo e sull'ascesa del mercato della grafica che Charles Spencer si era pronunciato pochi mesi prima in *The life and death of the multiple*, pubblicato nel settembre 1973 di nuovo nelle pagine di «Studio International». Particolarmente attento alla situazione inglese, ma con aperture al contesto internazionale, il contributo di Spencer decretava:

Multiple object publishing has virtually ceased in Britain; there is no London gallery which continues to regularly display new work, and no manufacturer or publisher actively commissioning. This is in marked contrast to the print boom, where not only are the older publishers producing new editions, and some galleries editing work by their own artists, but a variety of new agencies, mostly without any print experience, are utilizing national advertising space and mail-order processes to reach a vast new public<sup>17</sup>.

<sup>&</sup>lt;sup>10</sup> Per un'analisi delle concezioni di multiplo sostenute da Spoerri e René si veda il capitolo *Sviluppi delle poetiche e della diffusione dei multipli*, BALLO 1976, pp. 195, 206, 229, 238-239.

<sup>&</sup>lt;sup>11</sup> MULTIPLES SUPPLEMENT 1972.

<sup>&</sup>lt;sup>12</sup> SPENCER 1972.

<sup>&</sup>lt;sup>13</sup> MORGAN 1972.

<sup>&</sup>lt;sup>14</sup> Daley 1972.

<sup>15</sup> GOLDMAN 1972.

<sup>&</sup>lt;sup>16</sup> DE SANNA 1973, p. 4.

<sup>&</sup>lt;sup>17</sup> SPENCER 1973, p. 93.

## 2. Multipli e grafiche nelle pagine de «L'Espresso».

La stampa periodica generalista e i rotocalchi in particolare costituiscono significativi luoghi in cui osservare le interferenze tra fenomeni artistici e contesti socio-culturali; tanto più nel caso della produzione di opere d'arte grafica e moltiplicata, che come pratiche artistiche e operazioni di mercato hanno implicato un ampliamento del pubblico di riferimento. In questo orizzonte si colloca l'esempio de «L'Espresso» che, pur acquisendo negli anni Settanta aspetto e maniere del rotocalco, continua a distinguersi per il tenore della sua proposta culturale<sup>18</sup>.

Oggetto negli anni Settanta di una divulgazione visiva e testuale, serie di grafiche e multipli approdano alle pagine de «L'Espresso» assumendo fisionomie di costume e di mercato, definendo una piattaforma di accesso al mondo dell'arte riconducibile a una formula di collezionismo per i più, e diluendo le criticità del dibattito specialistico nel più ampio contesto di una proposta differenziata. All'interno della rivista, immagini di multipli e grafiche occupano infatti, anche se in diversa misura, una posizione di tutta centralità negli spazi pubblicitari, e il tema dell'arte grafica e moltiplicata emerge dalla rubrica *Il lato debole* che ne valorizza l'aspetto più mondano<sup>19</sup>. Una più ristretta selezione di testi pubblicati nelle rubriche *Arte, Gallerie* e *La parte dell'occhio* affronta infine, nella seconda metà degli anni Settanta, le questioni più spinose connesse alla fortuna della grafica d'arte. Nell'insieme si viene delineando un panorama in cui la serialità grafica sembra guadagnare posizioni sul multiplo, restando tuttavia vittima di un cortocircuito commerciale responsabile di alcune derive.

Negli anni compresi tra il 1970 e il 1972, ancora pubblicato nell'originario formato 'lenzuolo', «L'Espresso» partecipa direttamente alla promozione del collezionismo d'arte grafica e moltiplicata in una progressione di iniziative nate dalla collaborazione con galleristi ed editori.

Ad aprire la sequenza nel 1970 è *Grafica '69*, che prosegue l'esperienza del volume *Grafica '68* proponendo mensilmente opere di artisti selezionati da Guido Giuffrè, realizzate in centocinquanta esemplari raccoglibili in volume<sup>20</sup> (Fig. 1). L'iniziativa, che agli abbonati alla rivista riserva la possibilità di prenotare l'intera collana e permette di acquistare a prezzi favorevoli gli esemplari posti in vendita libera, coinvolge l'attività della galleria e stamperia d'arte Il Torcoliere, le cui proposte espositive vengono recensite e segnalate nelle rubriche *Le mostre* e *Gallerie* del supplemento «L'Espresso colore». La collezione comprende acqueforti di Enrico Baj, Attilio Steffanoni, Sergio Saroni e Giuseppe Guerreschi, litografie di Ennio Morlotti, Bruno Bruni e Giulio Turcato, una serigrafia su specchio di Concetto Pozzati, un'opera di Enrico Castellani realizzata ad impressione su carta e una di Mario Ceroli in balsa su carta<sup>21</sup>.

La fidelizzazione a «L'Espresso» permette l'ingresso in un club di amatori ristretto ma non esclusivo, e la rivista funziona da piattaforma commerciale di incontro tra proposta artistica e un pubblico ampio maggiormente differenziato. Il filtro del critico e la produzione

\_

<sup>&</sup>lt;sup>18</sup> Sulla fisionomia e la storia redazionale de «L'Espresso» dagli anni Cinquanta agli anni Settanta si veda la scheda della rivista in *ARTE MOLTIPLICATA* 2013, pp. 342-347.

<sup>&</sup>lt;sup>19</sup> Sulla rubrica *Il lato debole* si veda SALZA 2013.

 $<sup>^{20}</sup>$  «L'Espresso», 1970: n. 1, p. 16; n. 3, p. 18; n. 5, p. 18; n. 9, p. 18; n. 17; n. 19; n. 22; n. 25; n. 28; n. 30; n. 31; n. 32; n. 33; n. 39. «L'Espresso colore», 1970: n. 16, p. 33; n. 34; n. 41.

<sup>&</sup>lt;sup>21</sup> Nel dettaglio, la sequenza delle opere è costituita da: Enrico Baj, *Il Conte Suwarow Rymnisky durante la campagna di Russia*, acquaforte a cinque colori; Ennio Morlotti, *Cactus*, litografia a sette colori; Concetto Pozzati, *Naturina in posa all'italiana*, serigrafia a sette colori su specchio; Mario Ceroli, *L'aria di Daria*, balsa su carta; Bruno Bruni, *Nudino*, litografia a quattro colori; Enrico Castellani, *Superficie bianca*, impressione su carta; Attilio Steffanoni, *Ombra*, acquaforte a due colori; Sergio Saroni, *La rana sulla scatola*, acquaforte a quattro colori; Giuseppe Guerreschi, *Figura in verde*, acquaforte a due colori; Giuseppe Guerreschi, *Figura in blu*, acquaforte a due colori; Giulio Turcato, *Senza titolo*, litografia a tre colori.

limitata agiscono come dispositivi impiegati a garanzia del valore delle opere, così che agli occhi dell'abbonato gli esemplari non perdano in autorevolezza. Ma quel che appare più significativo è che, visivamente ancor prima che concretamente, la pubblicità lascia entrare nelle case degli italiani una proposta diversificata, un panorama della ricerca artistica contemporanea di cui i linguaggi di Castellani, Pozzati e Ceroli costituiscono il fronte più avanzato; ma anche uno scenario in cui confluiscono molteplici concezioni e pratiche artistiche, in cui convergono linguaggi grafici, pittorici, scultorei, tecniche tradizionali e più attuali.

Una seconda proposta avanzata congiuntamente da «L'Espresso» e Il Torcoliere giunge alla fine del 1971 e ricorre nella rivista con vicende alterne per circa un anno<sup>22</sup> (Fig. 2). Rispetto al suo più diretto antecedente, la nuova iniziativa presenta un'associazione di amatori d'arte – tale è definita nel testo della pubblicità – impegnata a selezionare opere da proporre ai suoi associati<sup>23</sup>. La piramide si rovescia: sono i membri di *Prova d'artista* a ricevere questa volta un abbonamento alla rivista, nelle cui pagine è inizialmente prevista a cadenza bimestrale la presentazione di un gruppo di opere realizzate con diverse tecniche da uno degli artisti scelti<sup>24</sup>.

L'elemento più significativo di questa seconda campagna commerciale in cui convivono dapprima opere uniche e seriali è individuabile nell'introduzione del concetto di multiplo, che amplia le prospettive delineate da una più tradizionale proposta grafica. Grafiche e multipli tirati in novanta esemplari e dieci prove d'autore vengono infatti a comporre l'insieme di opere riservate ai soci su richiesta di *Prova d'artista*. I nomi di Bruni e Steffanoni ritornano nell'esecuzione di litografie e acqueforti, ma le cartelle annunciate in pubblicità non compaiono riprodotte sulla rivista; Baj è nuovamente autore di un'acquaforte, *I funerali dell'anarchico Pinelli*, che dialoga con l'omonima opera più volte riprodotta nelle pagine de «L'Espresso» fino alla metà degli anni Settanta<sup>25</sup>; si aggiunge il nome di Luciano De Vita, di cui nel maggio 1971 si recensiva su «L'Espresso colore» la mostra alla Galleria Il Torcoliere<sup>26</sup>, qui autore di una *Crocefissione* realizzata ad acquaforte. I veri e propri multipli sono invece individuati nella serigrafia su specchio di Pozzati dal titolo *La rosa in montagna* e in *Lui* di Ceroli, opera in legno d'abete ideata dall'artista che proprio alla fine del 1971 esponeva al Nuovo Torcoliere, riprodotta nelle prime inserzioni accanto a una serie di analoghe opere uniche e multiple con cui intrattiene un serrato dialogo visivo.

Le iniziative patrocinate da «L'Espresso» e Il Torcoliere in questa primissima stagione degli anni Settanta si inseriscono in un più ampio contesto commerciale che vede un numero importante di stamperie e gallerie d'arte pubblicizzare nelle pagine della rivista le propria attività nella produzione di opere d'arte grafica e moltiplicata.

Nell'ambito della grafica, le inserzioni delle milanesi Litografica Internazionale e Grafica Oggi detengono un relativo primato visivo per ricorrenza e presenza di immagini. La prima

<sup>&</sup>lt;sup>22</sup> Nell'arco di tempo che separa *Grafica '69* dalla nuova iniziativa del 1971, il marchio *L'Espresso Club* era comparso accanto al nome dell'editore Marotta nella promozione di un album in duecento esemplari composto da ventuno serigrafie tratte da disegni e collages di Maurice Henry. «L'Espresso», 1971: nn. 27, 28, 29, p. 18; n. 30, p. 14; n. 31, p. 19; n. 33, p. 20; n. 35, p. 19; n. 38, p. 22. Nel corso del 1972, inoltre, comparirà nella pubblicità del primo volume della collana *Gli autografi* edita da Bolaffi in edizione limitata di cinquecento esemplari, con testi di Giovanni Arpino, Italo Calvino, Alberto Moravia, Pier Paolo Pasolini, Mario Soldati, e grafiche di Roberto Crippa, Lucio Del Pezzo, Ennio Morlotti, Aligi Sassu, Giuseppe Zigaina. «L'Espresso», 1972: nn. 15, 19, 24, 30, 34.

<sup>&</sup>lt;sup>23</sup> «L'Espresso», 1971: n. 40, p. 14; n. 41. «L'Espresso», 1972: n. 4, p. 14; n. 5, p. 16; n. 6, p. 14; n. 7, p. 14; n. 14, 17, 32, p. 18; n. 34, p. 18; n. 35, p. 16; n. 36, p. 19; n. 37, p. 14; nn. 38, 40, p. 7.

<sup>&</sup>lt;sup>24</sup> Questa evenienza si verifica solo per le opere di Mario Ceroli, di cui vengono riprodotte in differenti combinazioni cinque sculture e due multipli: Farfalla (1966), Ceroli 69 (1969), Io (1969), Volo di gabbiani (1969), Mani e finestra (1970), Lui (1970), Millimetri (1971).

<sup>&</sup>lt;sup>25</sup> F.D., *Enrico Baj*, «L'Espresso colore», 19, 1972, p. 41; G. MARMORI, *Falce e pennello*, «L'Espresso colore», 37, 1973, pp. 4-13; voce della rubrica *Gallerie* a cura di F. Vincitorio, «L'Espresso», 26, 1975, p. 75. <sup>26</sup> «L'Espresso colore», 18, 1971, p. 27.

promuove una tradizionalissima collana di astucci con acqueforti di Renzo Vespignani, litografie di Aligi Sassu e grafiche di Franco Gentilini, e tramite un'apposita inserzione propone ai lettori de «L'Espresso» l'acquisto a prezzi speciali di acqueforti e litografie di artisti tra cui figurano, oltre ai già citati Sassu e Vespignani, Ugo Attardi, Robert Carroll, Karl Plattner, Rafael Alberti, Domenico Cantatore, Enotrio Pugliese ed Alberto Ziveri<sup>27</sup>. La seconda mette in atto una strategia pubblicitaria più articolata, associando alla riproduzione delle opere grafiche realizzate da Chillida e Lam un testo in cui si celebra il valore della proposta commerciale qui accresciuta dalla realizzazione di una serie di scritti capaci di informare gli acquirenti e di accompagnarli nella scelta<sup>28</sup>.

La presenza di queste tipologie di materiali è da considerarsi solo esemplificativa di un fenomeno costantemente presente nella storia della rivista e destinato a crescere con l'adozione nel marzo 1974 del formato tabloid, che incrementa la consistenza della rassegna. «L'Espresso» si rivolge infatti a un pubblico ampio ma colto, che legge di politica, economia e cultura seguendo importanti firme del giornalismo e delle critica italiana, e che dunque può a ragione ritenersi interessato al collezionismo d'arte. Con le dovute distinzioni tra i casi, la proposta sembra tuttavia restare generalmente ancorata ai canoni di una grafica tradizionale, o legata ai nomi dei più consueti maestri<sup>29</sup>. In questo panorama si inseriscono pubblicità di edizioni d'arte grafica che si risolvono in elencazioni di virtù e di nomi in cui persino viene meno l'apporto del dato visivo, come nel 1970 l'inserzione di Graphis Arte<sup>30</sup>.

Sul versante dei multipli, due occorrenze del 1972 aprono una breccia nel muro delle iniziative volte a sponsorizzare serie di acqueforti e litografie. L'immagine di *Untitled Head* n. 1 di Roy Lichtenstein affiora dalla pubblicità di Multicenter<sup>31</sup> (Fig. 3), realtà milanese attiva in prima linea nella promozione di oggetti d'arte moltiplicata e in relazione esclusiva con la californiana Gemini, tra le detentrici del primato internazionale regolarmente citata negli elenchi degli editori attivi sin dagli anni Sessanta. Sotto l'immagine del multiplo si manifesta con discrezione una lista di opere realizzate tra il 1970 e il 1971, che dispiega un potente fronte di autori americani ed europei appartenente allo scenario artistico dominante: Albers, Ceroli, Christo, Davis, Dine, Francis, Johns, Jones, Kienholz, LeWitt, Nauman, Oldenburg, Paolini, Pistoletto, Rauschenberg, Stella, Twomby, Warhol e Wesselmann. Nomi che aprono la prospettiva a una dimensione internazionale, in cui fermentano pratiche d'avanguardia che hanno largamente sostituito il concetto di opera con quello di oggetto d'arte.

L'inserzione sembra tradurre in riferimento concreto le osservazioni espresse da Tommaso Trini nel suo contributo *Multiples in Italy* pubblicato nel citato dossier di «Studio International», che testimonia al 1972 il fervore del panorama italiano nella promozione dell'arte moltiplicata, con aperture di mercato verso un più ampio pubblico e conseguente diffusione di campagne pubblicitarie ben oltre le pagine delle riviste specializzate:

Recently the market has witnessed an explosion in the field of multiples. In Milan two new galleries specializing in multiples and graphics have appeared, the Multicenter and the Bon à

-

<sup>&</sup>lt;sup>27</sup> «L'Espresso», 1970: nn. 21, 38. «L'Espresso», 22, 1971, p. 2. «L'Espresso economia/finanza», 15, 1970, p. 2.

<sup>&</sup>lt;sup>28</sup> «L'Espresso colore», 38, 1972, p. 19. «L'Espresso colore», 17, 1973. «L'Espresso», 19, 1973, p. 22. Si veda anche l'inserzione pubblicitaria senza immagini pubblicata su «L'Espresso colore», 23, 1973, p. 14.

<sup>&</sup>lt;sup>29</sup> Si veda a questo proposito la pubblicità del primo *Trittico* realizzato dal Nuovo Torcoliere con litografie e acqueforti di Morlotti, Renato Guttuso e Piero Guccione, comparsa sul finire del 1974. «L'Espresso», 1974: n. 45, p. 157; n. 47, p. 34.

<sup>&</sup>lt;sup>30</sup> Nel 1970 Graphis Arte pubblicizza una serie di dodici «incisioni d'autore» eseguite da Attardi, Brindisi, Ciarrocchi, Calabria, Caruso, Fiume, Guerreschi, Maccari, Mattioli, Mazzacurati, Tornabuoni, Vespignani, Zancanaro e altri. Questa stessa formula di pubblicità solo testuale ricorrerà più avanti negli anni, come nell'inserzione delle Edizioni Salamon avente per oggetto serie limitate di «incisioni originali» di artisti tra cui figurano Baj, Biasion, Cantatore, Campagnoli, Caruso, Casorati, Mastroianni, Paulucci, Santomaso. Si vedano rispettivamente «L'Espresso», 9, 1970, p. 20 e «L'Espresso», 46, 1975, p. 93.

<sup>&</sup>lt;sup>31</sup> «L'Espresso», 17, 1972, p. 23.

tirer, and numerous others are concentrating more in this sphere. Publicity is on the increase expecially outside the specialist magazines. The most notable success has been the flood of new collectors from the ranks of the middle-class, which has never previously bothered with modern art<sup>32</sup>.

Il testo di Trini prosegue con un denso focus sulle realtà attive in ambito nazionale e torna con più attenzione sul caso di Multicenter, fornendo ulteriori elementi per la lettura di questa che appare una semplice inserzione pubblicitaria ospitata nelle pagine de «L'Espresso», e che invece si conferma una nuova tipologia di fonte:

The Multicenter of Milan, a new multiples gallery which has exclusive rights over Gemini and works hand in hand with Castelli Graphics and jointly with the Galleria Multipli of Turin, has made the most important move of late. It is planning a large-scale production of new multiples and has already produced works by Christo, Vincenzo Agnetti and Paolini. But even it has opted to promote very select and quite expensive multiples, like the more recent ones of Rauschenberg, and those of Johns, Stella, Lichtenstein, Nauman, Oldenburg, Twombly, Wesselmann etc<sup>33</sup>.

Di tutt'altra specie, ma identificativo di un'apertura verso il mercato dei multipli che ha già contagiato settori non propriamente attivi nel campo dell'arte, è il testo dal titolo *Sette artisti al Motta Duomo*, che nelle pagine de «L'Espresso colore» celebra l'iniziativa promossa dall'Organizzazione Negozi e Grills della Motta. Si tratta della realizzazione di multipli richiesti a un gruppo di artisti italiani che intrattiene relazioni trasversali con il mondo delle 'arti applicate', tra cui figurano Emilio Scanavino, Arabella Giorgi, Carlo Zauli, Renzo Oggioni, Carmine di Ruggiero, Ilario Rossi, Francesco e Raffaele Spizzico:

Dopo aver ricordato che il concetto di unicità dell'opera d'arte, sia pure per motivi diversi, è stato superato, e che in ogni caso un 'multiplo' è un oggetto che sta all'opera singola come una litografia o un'incisione sta al suo originale, il critico ha sottolineato che la Motta non ha voluto immettere nell'operazione alcun sospetto di industrializzazione, limitando comunque il numero degli esemplari secondo la volontà dei singoli artisti ed entro quelle che sono generalmente considerate le 'soglie' minime perché una copia continui ad avere valore di originale. E in effetti, questi 'multipli' vanno da un minimo di dieci a un massimo di cento esemplari<sup>34</sup>.

L'operazione, che fa seguito a una precedente realizzazione di cartelle di serigrafie e si traduce ora in oggetti che accompagnano le confezioni o si presentano come contenitori, testimonia la diffusione *extra moenia* del 'nuovo' concetto di multiplo ma comprova le profonde trasformazioni da esso subite nel passaggio in società, perdendo in genuinità e acquisendo la fisionomia di una comune pratica commerciale.

Parallelamente agli spazi della pubblicità, le vicende di multipli e grafiche si svolgono in questi primi anni de «L'Espresso» nel contesto della nota sezione di costume *Il lato debole* a cura di Camilla Cederna, tra i consigli rubricati alla voce *Dove - si compra*. Si tratta di segnalazioni non accresciute dalla presenza di dati visivi, la cui significatività risiede nella rilevanza sagacemente conferita agli aspetti più *à la page* della società del tempo, con un'attenzione verso l'ambiente milanese.

Le circostanze qui evocate descrivono un orizzonte in cui si collocano congiuntamente arte grafica e moltiplicata, aspetti di un'attività condotta spesso da medesimi galleristi, e di un

<sup>33</sup> Trini 1972.

<sup>&</sup>lt;sup>32</sup> Trini 1972.

<sup>&</sup>lt;sup>34</sup> Sette artisti al Motta Duomo, «L'Espresso colore», 49, 1972, p. 39. Dalla prima parte del testo si evince che il critico cui si fa riferimento è Roberto Sanesi.

collezionismo di media taglia trasversale ai singoli generi individuati dalla critica e dagli specialisti. In questo contesto si conferma il primato della grafica d'arte, dei maestri del Novecento e di autori non ancora storicizzati, oggetto ricorrente di segnalazioni di mostre e di consigli per gli acquisti che disegnano una precisa mappatura di persone e luoghi.

Da questa fitta maglia di relazioni emergono significativamente alcune realtà specializzate nel commercio della grafica contemporanea, che risulta godere di crescente fama: la galleria milanese di Nora Caronti, che tratta opere di Alviani, Baj, Colombo, Ceroli, Dangelo, Danzi, Dova, Harloff, Peverelli, Giò Pomodoro e Rossello<sup>35</sup>, e L'Ariete grafica, costola dell'omonima galleria d'arte anch'essa con sede a Milano, la cui specialità – si scrive – risiede nel produrre «'edizioni' che alle volte sono estensioni, più spesso dei multipli (comunque pezzi firmati e studiati apposta per essere moltiplicati)» di artisti tra cui figurano Consagra, Castellani, Pistoletto, Melotti, Pomodoro, Dorazio, e dove si prevedono mostre di «edizioni commestibili» di Spoerri e Arman<sup>36</sup>.

Altrettanto significative appaiono le segnalazioni che aprono una prospettiva verso realtà alternative, come quella dedicata alla neonata sezione di grafica diretta da Rita Upiglio presso la ditta di tessuti per arredamento Carlo Del Beccaro<sup>37</sup>. Ma il dato più interessante, per il compiersi di un'indiretta celebrazione dello specifico successo collezionistico della grafica d'arte intesa nel suo senso più ampio, sembra provenire da una nota di costume che ha il tono di un consiglio per la casa, in cui si promuovono le virtù della tedesca cornice Ra-Lo di cui Olivero a Milano detiene l'esclusiva nazionale:

È di moda l'arte grafica; le collezioni di incisioni e disegni si moltiplicano. Qual è il miglior modo di 'montare' un'opera grafica, quando non si vuole conservarla in cartelle, ma averla tutti i giorni sotto gli occhi appesa al muro? Una cornice non-cornice. Si chiama appunto Ra-Lo (dal tedesco Rahmenlose, senza cornice) il nuovo sistema brevettato in Germania, che consiste in una lastra di vetro dai bordi molati, un cartone passepartout di fondo, e un pannello di faesite, più una serie di ganci speciali, ribaditi nel pannello, che non devono essere tolti per cambiare il quadro. Sulla parte anteriore i terminali dei ganci sono quasi invisibili; sul retro, tengono il quadro scostato dal muro perché sia meglio inserito nell'ambiente<sup>38</sup>.

In accordo con quanto si verifica nel panorama delle inserzioni pubblicitarie, la promozione dei multipli nel contesto della rubrica occupa spazi più limitati, ma di nuovo la presenza di ricorrenze all'interno di una cornice dedicata a fatti di costume e società indica quanto il fenomeno dell'arte moltiplicata, per quanto mediato dall'azione delle gallerie, abbia assunto agli inizi degli anni Settanta la fisionomia di un realtà diffusa.

Oltre alla segnalazione dedicata a L'Ariete grafica, che mette in evidenza la continuità nel lavoro di promozione di edizioni grafiche e multipli, un consiglio per gli acquisti menziona l'attività di Plura edizioni. Altra importante protagonista di questi anni, citata con L'Ariete grafica tra le realtà emergenti individuate da Charles Spencer nel contributo comparso su «Studio International» alla fine del 1973, anch'essa si distingue per la compresenza nel suo catalogo di opere d'arte moltiplicata tra cui «piccole sculture-multiplo» come «un arcobaleno di Lucio Dal Pezzo [sic]» e «un mostro di Volpini» <sup>39</sup>.

Infine una segnalazione del 1973 introduce alla figura di Pino Creperio, «artigiano del metallo», collaboratore degli scultori e titolare di una galleria di «oggetti d'arte contemporanea» che annovera «sculture, multipli, minisculture, gioielli»<sup>40</sup>. Si apre qui una parentesi sul gioiello

.

<sup>&</sup>lt;sup>35</sup> «L'Espresso colore», 13, 1971, p. 17.

<sup>&</sup>lt;sup>36</sup> «L'Espresso colore», 5, 1971, p. 19. Nel testo, per un refuso, Arman compare come Armand.

<sup>&</sup>lt;sup>37</sup> «L'Espresso colore», 14, 1970, p. 19.

<sup>&</sup>lt;sup>38</sup> «L'Espresso colore», 11, 1970, p. 27.

<sup>&</sup>lt;sup>39</sup> «L'Espresso colore», 34, 1970, p. 19. Nel testo citato, Dal Pezzo è un refuso per Del Pezzo.

<sup>&</sup>lt;sup>40</sup> «L'Espresso colore», 32, 1973, p. 15. Segnalazione siglata I.V.

d'arte cui sono riconducibili alcune segnalazioni precedentemente comparse all'interno della rubrica<sup>41</sup> e un'incredibile doppia pagina pubblicata su «L'Espresso» nel dicembre 1970, dove tre fotografie in bianco e nero di Elisabetta Catalano ritraggono l'attrice americana Pamela Tiffin con indosso gioielli che la didascalia attribuisce a Gino Marotta, Mario Ceroli e Giò Pomodoro<sup>42</sup> (Fig. 4). Ma quel che più interessa ai fini di questa analisi è che persino alcuni gioielli disegnati dagli artisti sono in quegli anni entrati a far parte della grande famiglia dell'arte moltiplicata. Lo testimonia la nota relativa all'attività di Gem Montebello di Giancarlo Montebello e Teresa Pomodoro, che promuove edizioni numerate di gioielli di autori quali Aricò, Consagra, César, Del Pezzo, Fontana, Richard Hamilton, Lalanne, Ramosa, Man Ray, Soto, Sottsass, Tadini e Joe Tilson, descritti nella rubrica come «multipli più piccoli e più preziosi degli altri»<sup>43</sup>.

Approdata nel 1974 dalle pagine de «L'Espresso colore» a quelle del nuovo tabloid, la rubrica *Il lato debole* non sembra fornire ulteriori spunti per una riflessione sull'arte grafica e moltiplicata fino alla sua chiusura nel 1976. La parola in quegli anni torna alle pubblicità, e con minore frequenza ma con grande effetto raggiunge i nuovi spazi della sezione *Cultura*.

Se nel contesto della proposta commerciale di opere grafiche si profila uno scenario generalmente poco significativo, in cui si inseriscono proposte come la serie di incisioni su oro a tiratura limitata emessa da Ars Giulia<sup>44</sup>, curiose immagini di multipli e di situazioni associate alla loro promozione emergono dall'analisi di alcuni numeri de «L'Espresso» del 1975 e 1976.

Con un collage di fotografie realizzate in occasione di un mondano evento di inaugurazione, l'azienda Elam – attiva nel campo dell'arredamento – comunica di aver avviato la presentazione nei suoi punti vendita di una serie di multipli di artisti prodotti dal noto editore Jabik & Colophon<sup>45</sup> (Fig. 5). L'avvio del progetto è affidato ad una personale di Nicola Carrino, che nello showroom romano presenta Costruttivo 74. A distanza di pochi mesi, attraverso una serie di seducenti pubblicità collocate in seconda di copertina e realizzate con immagini fotografiche di alta qualità, l'azienda Alessi comincia a promuovere i multipli della serie Alessi d'Aprés progettati da Pietro Consagra, Giò Pomodoro e Carmelo Cappello: Girevole (1975), oggetto-scultura in acciaio inossidabile ruotante su un perno centrale e poggiante su una base in ghisa satinata; Guscio n.1 (1972), oggetto-scultura in acciaio lucido riflettente rivestito internamente con polipropilene colorato (Fig. 6); Forma Orizzontale Circolare (1974), scultura in lastra d'acciaio inossidabile stampata<sup>46</sup>. Si tratta di opere progettate per essere prodotte illimitatamente ma in esemplari progressivamente numerati e firmati a garanzia della loro autenticità, venduti nei negozi tra gli articoli di regalo. «Libere dalle leggi del mercato» e dal «ghetto un po' artificiale delle gallerie d'arte»<sup>47</sup>, le tre realizzazioni propongono a quell'altezza una versione industriale del multiplo in cui confluiscono suggestioni provenienti dall'ormai diffusa cultura del design.

Nel contesto delle rubriche della sezione *Cultura*, si consuma invece la parabola sociale della grafica d'arte, che proprio negli ultimi anni di questa cronologia, tra il 1977 e il 1979,

<sup>&</sup>lt;sup>41</sup> «L'Espresso colore», 1972: n. 21, p. 17; n. 40, p. 17. La sezione in cui è inserita la seconda segnalazione è siglata I.V.

<sup>&</sup>lt;sup>42</sup> «L'Espresso», 52, 1970, pp. 22-23.

<sup>&</sup>lt;sup>43</sup> «L'Espresso colore», 17, 1971, p. 29. Tra i nomi citati ipotizziamo che quello che compare scritto come Arcò sia un refuso per Aricò.

<sup>&</sup>lt;sup>44</sup> Incisioni di Ugo Attardi, Corrado Cagli, Carlo Levi, Giovanni Omiccioli, Gregorio Sciltian, Rufino Tamayo, Orfeo Tamburi. «L'Espresso», 1975: n. 29; n. 50, p. 48; n. 51-52, p. 26.

<sup>45 «</sup>L'Espresso», 28, 1975.

<sup>&</sup>lt;sup>46</sup> La serie comprende un multiplo di Dusan Dzamonja che non appare riprodotto su «L'Espresso». Le descrizioni dei multipli si rifanno ai testi delle inserzioni pubblicitarie. «L'Espresso», 1975: n. 42; n. 46. «L'Espresso», 1976: n. 14; n. 16.

<sup>&</sup>lt;sup>47</sup> Ibidem.

sembra essere illustrata da una prosaica serie di pubblicità comparse nelle pagine de «L'Espresso».

All'altezza del 1974 Giulio Carlo Argan pubblica un intervento dal titolo *Il pittore in fotocopia*, che affronta in via esclusiva il tema della grafica analizzandola alla luce dei cambiamenti intercorsi nelle pratiche e nell'uso di «dispositivi tecnici di alta precisione» in un momento storico che, parafrasando Benjamin, definisce «epoca della riproducibilità meccanica dell'opera d'arte». Avendo constatato la centralità della grafica come pratica artistica con un suo pubblico e con un mercato per certi versi concorrenziale, Argan individua una questione «[...] al centro della situazione, del problema stesso dell'arte». Il concetto della pluralità dell'opera prodotta in esemplari è portatore di nuovi valori che ai canoni di opera unica e di proprietà esclusiva contrappone le nuove frontiere dell'«associazione operativa dell'artista e dello stampatore» e della fruibilità allargata, profilando il futuro superamento del mercato dell'arte a cui è ancorato. La grafica si configura dunque nei termini di una pratica eversiva in grado di inserirsi nel «sistema dell'informazione» e di trasporre i suoi «valori artistici» nella «cultura di massa» <sup>48</sup>.

La fiducia che Argan ripone nei mezzi grafici e nelle interferenze costruttive con il contesto socio-culturale contemporaneo sembra per lo più destinato a restare utopia. È a questa conclusione che conduce se non altro l'osservazione macroscopica del fenomeno nel contesto allargato della rivista, dove le pubblicità testimoniano con continuità un uso della serialità grafica destinato negli anni a scadere in una indifferenziata operazione di vendita, dalla cui analisi emergono traiettorie utili a comprendere quali proposte visive negli anni Settanta possono raggiungere con più agio le case del 'ceto medio' (Fig. 7).

A confermare questa parabola sono i contenuti delle brevi note pubblicate tra la fine del 1975 e il 1979 nelle pagine de «L'Espresso», in cornici di testo collocate all'interno delle rubriche *Gallerie* e *La parte dell'occhio* curate da Francesco Vincitorio. Apre la serie *Un museo tutto di rame* – il cui titolo deriva dalla parte conclusiva dell'intervento in cui viene chiamata in causa la Calcografia Nazionale –, che nel brano iniziale propone all'attenzione del lettore alcune problematiche connesse alla fortuna delle «opere moltiplicabili» quali stampe e fotografie:

In sintesi, i termini del dibattito sono questi. Se, a prima vista, le opere riproducibili portano ad una maggiore diffusione dell'arte, in realtà esse fanno sorgere una serie di svariati problemi. Piccoli e grandi. Dalla truffa delle serigrafie e delle foto numerate (che, invece, sono moltiplicabili in quantità quasi illimitata), alla possibile strumentalizzazione sociale delle immagini, attraverso operazioni feticistiche e conformistiche: le 'stampe sacre' durante la Controriforma ne sono un esempio eloquente. Perciò, molti chiedono di non lasciare, come adesso, campo libero ai privati e di dar vita ad organismi pubblici, che affrontino seriamente, scientificamente, tali questioni<sup>49</sup>.

Nudo sotto l'albero<sup>50</sup> e Befana del maestro<sup>51</sup>, pubblicati rispettivamente a ridosso delle festività del 1975 e del 1977, affrontano a distanza di due anni il medesimo problema della degenerazione della grafica d'arte, per la bassa qualità della proposta commerciale e perché fatta oggetto di un consumo sociale tendenzialmente incosciente. Con la differenza che, mentre nel secondo caso si rileva un'ormai acquisita capacità di difesa da parte del pubblico nei confronti delle trovate di più basso livello, nel primo si arriva a denunciare un vero e proprio fenomeno di «analfabetismo visivo nazionale»:

-

<sup>&</sup>lt;sup>48</sup> G.C. ARGAN, *Il pittore in fotocopia*, «L'Espresso», 16, 1974, pp. 82-83.

<sup>&</sup>lt;sup>49</sup> Un museo tutto di rame, «L'Espresso», 42, 1975, p. 99.

<sup>&</sup>lt;sup>50</sup> Nudo sotto l'albero, «L'Espresso», 51-52, 1975, p. 75.

<sup>&</sup>lt;sup>51</sup> Befana del maestro, «L'Espresso», 50, 1977, p. 103.

Gli aspiranti donatori, con la cultura artistica che si ritrovano, fra un artista serio e un mestierante, a colpo sicuro, scelgono il secondo. In genere, si tratta di scarabocchi da accapponare la pelle: i fiori, il paesaggetto, nudo di donna. Se l'acquirente è snob si arriva al ghirigoro astratto. Un po' più chic, e c'è la sottospecie del concettuale di concetto. Cioè, i generi più stantii dei più vieti epigoni<sup>52</sup>.

Alla fine del decennio, *Grafica d'ignoto*<sup>53</sup> sentenzia il decadimento della proposta commerciale prendendosi gioco di tutta quella serie di iniziative «licenziose» ricondotte alla falsa definizione di grafica d'autore, e prendendo a tiro l'operazione *Natura silente* promossa dall'Istituto Italiano d'Arte per la Grafica d'Autore, chiaramente comparsa nelle pagine della rivista<sup>54</sup>.

E mentre su «L'Espresso» si esauriscono la vicende delle edizioni d'arte per l'ampio pubblico, la sezione sperimentale della VI Biennale Internazionale della Grafica d'Arte sul finire del 1978 apre a Firenze uno squarcio nel panorama delle nuove pratiche<sup>55</sup>. Ampliando gli orizzonti critici ed espositivi a questioni di moltiplicazione, riproducibilità, progettualità, ed auspicando una revisione del tradizionale concetto di grafica d'arte, *La spirale dei nuovi strumenti* stravolge le consuetudini facendosi testimone di una stagione sperimentale che esiste e non è di certo finita.

<sup>&</sup>lt;sup>52</sup> Nudo sotto l'albero, «L'Espresso», 51-52, 1975, p. 75.

<sup>&</sup>lt;sup>53</sup> *Grafica d'ignoto*, «L'Espresso», 16, 1979, p. 195.

<sup>&</sup>lt;sup>54</sup> «L'Espresso», 9, 1979, p. 113.

<sup>&</sup>lt;sup>55</sup> La spirale dei nuovi strumenti 1978.



Fig. 1: Pubblicità della serie *Grafica '69* con opere di Baj, Morlotti, Pozzati, Ceroli, Bruni, Saroni, Castellani, Steffanoni, Guerreschi. «L'Espresso», 33, 1970



Fig. 2: Pubblicità dell'associazione *Prova d'artista* con opere di Baj, Ceroli, De Vita, Pozzati. «L'Espresso», 40, 1972



Fig. 3: Pubblicità Multicenter. L'opera riprodotta è *Untitled Head* n. 1 (1970) di Roy Lichtenstein. «L'Espresso», 17, 1972



Fig. 4: Doppia pagina con fotografie di Elisabetta Catalano. Dalla didascalia: l'attrice Pamela Tiffin indossa gioielli di Marotta, Ceroli e Giò Pomodoro. «L'Espresso», 52, 1970



Fig. 5: Pagina pubblicitaria con riprese fotografiche della personale di Nicola Carrino presso lo showroom Elam a Roma. «L'Espresso», 28, 1975



Fig. 6: Pubblicità della serie *Alessi d'Aprés*. L'opera riprodotta è il multiplo di Giò Pomodoro *Guscio n. 1* (1972). «L'Espresso», 46, 1975



Fig. 7: Pubblicità *Edizioni d'arte angolare* con opere di Annigoni, Frai, Migneco, Messina, Cascella, Dova. «L'Espresso», 43, 1977.

# **B**IBLIOGRAFIA

#### ARS MULTIPLICATA 1968

Ars Multiplicata: Vervielfältigte Kunst seit 1945. Catalogo della mostra, Köln 1968.

## ARTE MOLTIPLICATA 2013

Arte moltiplicata. L'immagine del '900 italiano nello specchio dei rotocalchi, a cura di B. Cinelli, F. Fergonzi et alii, Milano 2013.

#### MULTIPLES: THE FIRST DECADE 1971

Multiples: the first decade, Catalogo della mostra, a cura di J.L. Tancock, Philadelphia 1971.

#### BALLO 1972

G. BALLO, [testo senza titolo], «Bolaffi arte», 21, 1972, p. 107.

## **BALLO 1976**

G. BALLO, La mano e la macchina: dalla serialità artigianale ai multipli, Milano 1976.

## **CELANT 2012**

G. CELANT, The Small Utopia, in THE SMALL UTOPIA 2012, pp. 15-28.

#### **DALEY 1972**

J. DALEY, Democracy as Commercialization, «Studio International», 184, 947, 1972, pp. 99-100.

## DE SANNA 1973

J. DE SANNA, I multipli esistono veramente?, «Domus», 528, 1973, pp. 1-4.

#### GOLDMAN 1972

J. GOLDMAN, Charge it..., «Studio International», 184, 947, 1972, pp. 101-102.

# GOUGH 2012

M. GOUGH, The Art of Production, in THE SMALL UTOPIA 2012, pp. 31-39.

#### La spirale dei nuovi strumenti 1978

La spirale dei nuovi strumenti: progetto grafica fotomedia multiplo off-media nelle aree di ricerca dell'arte contemporanea, Catalogo della mostra, Firenze 1978.

# Morgan 1972

C.L. MORGAN, Mais... c'est un multiple, n'est-ce pas?, «Studio International», 184, 947, 1972, pp. 103-104.

# MULTIPLES SUPPLEMENT 1972

Multiples supplement, a cura di C. Spencer, «Studio International», 184, 947, 1972, pp. 94 e sgg. Contributi di C. Spencer, R. Block, J. Daley, J. Goldman, H. Swart, C.L. Morgan, T. Trini.

## **SALZA 2013**

E. SALZA, Arte della copia e misteri della riproduzione. Le illustrazioni di Brunetta Mateldi in 'L'Espresso", in ARTE MOLTIPLICATA 2013, pp. 281-300.

# SPENCER 1972

C. SPENCER, Post Berlin preoccupations, «Studio International», 184, 947, 1972, pp. 94-97.

# Spencer 1973

C. SPENCER, The life and death of the multiple, «Studio International», 186, 958, 1973, pp. 93-94.

# THE SMALL UTOPIA 2012

The Small Utopia: ars multiplicata, Catalogo della mostra, a cura di G. Celant, Milano 2012.

# Trini 1972

T. TRINI, Multiples in Italy, «Studio International», 184, 947, 1972, p. 105.

## **ABSTRACT**

Nel corso degli anni Settanta la questione dell'opera seriale approda alle pagine de «L'Espresso» testimoniando l'affermazione di un fenomeno diffuso che oltrepassa i confini del dibattito specialistico, dove la fortuna del multiplo ha assunto un'indiscussa centralità. Nel contesto della rivista l'arte moltiplicata assume fisionomie di costume e di mercato, intrecciando relazioni visive e testuali con una più popolare proposta di arte grafica che sembra destinata a prevalere, ma anche a scadere nel tempo in controverse operazioni commerciali. Dall'analisi di un eterogeneo sistema di fonti, che si articola negli spazi di pubblicità e rubriche avvicendando linguaggi ineguali, è possibile restituire il profilo storico delle vicende dell'arte seriale nelle sue interferenze con il contesto socio-culturale italiano di un decennio, riflettendo sugli esiti di una relazione che si avvera nelle pagine della rivista. «L'Espresso» svolge contestualmente, oltre alla funzione di 'piattaforma commerciale', il ruolo di 'diario di società' e di 'tribuna specializzata', con un'attenzione che dalle segnalazioni della rubrica *Il lato debole* giunge agli interventi critici della sezione *Cultura*, fornendo nuovi documenti per lo studio della contemporaneità.

In the 1970s, popular magazines such as «L'Espresso» dealt with the issue of serialisation in the visual arts. This fact shows the spread of the phenomenon outside the boundaries of the debate of experts, among whom the issue of the multiple had already become a central topic. In this magazine, multiple art is seen as reflecting social and commercial values, interlacing visual and textual connections with graphic arts. This new system of representation seems to prevail because of its popularity but was also inclined to controversial marketing operations. This paper analyses a variety of sources, which are present both in advertisements and columns and which create different language contexts. Through themit is possible to outline a historical profile of serialisation in the visual arts which interferes with the social and cultural context in Italy in the 1970s. «L'Espresso» works as a 'commercial platform' as well as a 'social journal' and 'specialist forum', presenting a special position in the column *Il lato debole* and in the section *Cultura*, thus providing new documentary evidence for the study of contemporary art.