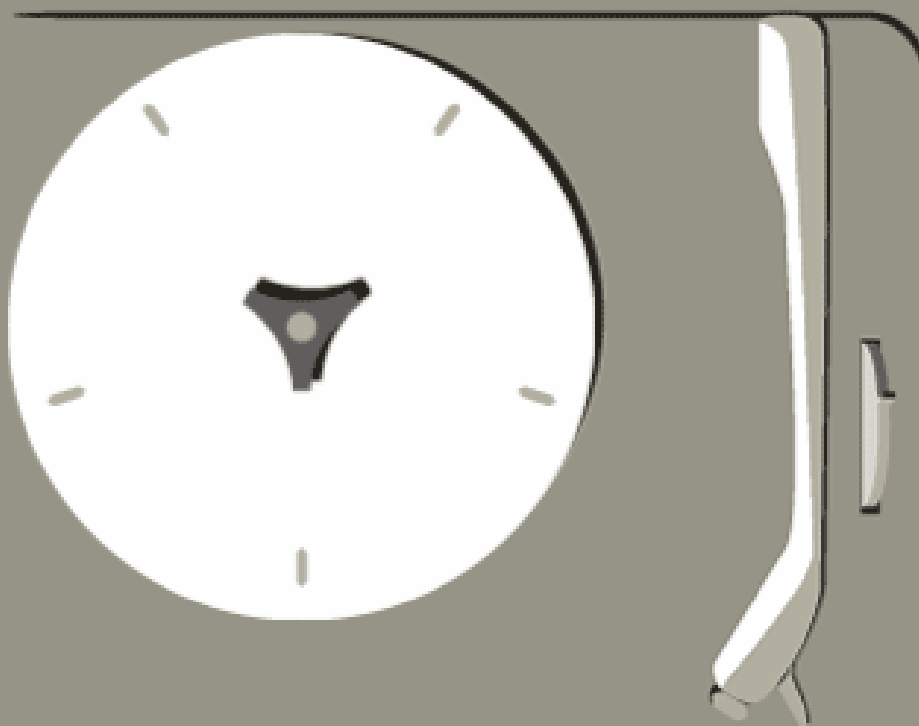

Ais/Design Journal

Storia e Ricerche



WILHELM WAGENFELD, GERD ALFRED MÜLLER, DIETER RAMS, PC3 SV, 1955

AIS/DESIGN JOURNAL

STORIA E RICERCHE

VOL. 1 / N. 2
OTTOBRE 2013

PALINSESTI

ISSN

2281-7603

PERIODICITÀ

Semestrale

INDIRIZZO

AIS/Design
c/o Fondazione ISEC
Villa Mylius
Largo Lamarmora
20099 Sesto San Giovanni
(Milano)

SEDE LEGALE

AIS/Design
via Cola di Rienzo, 34
20144 Milano

CONTATTI

journal@aisdesign.org

WEB

www.aisdesign.org/ser/

DIRETTORE

Raimonda Riccini, Università Iuav di Venezia
direttore@aisdesign.org

CAPO REDATTORE

Rosa Chiesa, Università Iuav di Venezia
Marinella Ferrara, Politecnico di Milano
caporedattore@aisdesign.org

COMITATO SCIENTIFICO

Daniele Baroni, Politecnico di Milano
Alberto Bassi, Università degli Studi della Repubblica di San Marino
Giampiero Bosoni, Politecnico di Milano
Vanni Pasca, ISIA Firenze
Maurizio Vitta, Politecnico di Milano

REDAZIONE

Rossana Carullo, Politecnico di Bari - Formazione
Ali Filippini, Scuola Politecnica del Design, Milano — Allestimenti
Francesco E. Guida, Politecnico di Milano - Design grafico
Francesca Polese, Università Bocconi, Milano - Storia d'impresa
Paola Proverbio, Politecnico di Milano - Archivi
Dario Russo, Università di Palermo - Comunicazione visiva
Sara Zanisi, Associazione AVoce - Storia orale

ASSISTENTI DI REDAZIONE

Giulia Ciliberto, Università Iuav di Venezia
Chiara Mari, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano
Elisabetta Mori, Università degli Studi di Firenze

RELAZIONI INTERNAZIONALI

Lisa Hockemeyer, Politecnico di Milano, Milano;
Kingston University, London

ART DIRECTOR

Daniele Savasta, Università Iuav di Venezia

EDITORIALE	PALINSESTI Raimonda Riccini, Università Iuav di Venezia	4
SAGGI	SULLA TEORIA DELLA PERCEZIONE DI WALTER GROPIUS Michele Sinico, Università Iuav di Venezia	7
	LA CORNICE RITROVATA: AUREOLA V/S IPAD Manlio Brusatin	18
	STYLE OVER SUBSTANCE? THE RECEPTION OF ITALIAN DESIGN IN GREECE Artemis Yagou, MHMK Macromedia University for Media and Communication, Munich	30
RICERCHE	FEDE CHETI: 1936-1975. TRACCE DI UNA STORIA ITALIANA Chiara Lecce, Politecnico di Milano	40
MICROSTORIE	MATERA ANNI SETTANTA: COOPERATIVA LABORATORIO UNO S.R.L. DESIGN E FORMAZIONE NEL MEZZOGIORNO D'ITALIA Rossana Carullo, Politecnico di Bari Rosa Pagliarulo, Politecnico di Bari	59
	GIO PONTI: IL DESIGN S'INNAMORA DEL PALCOSCENICO Silvia Cattiodoro, Università Iuav di Venezia	71
	IL DIRIGENTE ILLUMINATO E IL FABBRICANTE DI IMMAGINI Silvia Pericu, Università di Genova	83
	IL 'PRE DESIGN' E IL MERCATO RIONALE. IL GRUPPO EXHIBITION DESIGN Michele Galluzzo, Università Iuav di Venezia	91
	IL DESIGN DELLA RICOSTRUZIONE. ITALIANI A LOSANNA (1944-1950) Pier Paolo Peruccio, Politecnico di Torino	105
	DAL GIORNALINO AL MANIFESTO. ILLUSTRATORI PER L'INFANZIA, GIOVANI MAESTRI DELLA GRAFICA DI UNO STATO NASCENTE Enrico Cicalò, Università degli Studi di Sassari	112
PALINSESTI	IL DESIGNER COME APPRENDISTA. L'IMPORTANZA DI UNA FORMAZIONE DAL BASSO François Burkhardt, Hochschule der Bildenden Künste Saar	119
RECENSIONI	FOTOGRAFIA D'INDUSTRIA E FOTOGRAFIA DEL PRODOTTO INDUSTRIALE FRAMMENTI PER UNA STORIA Paola Proverbio, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano	126
	LA PARABOLA DEGLI OMEGA WORKSHOPS Ali Filippini, Scuola Politecnica del Design, Milano	135
	GIORGIO CASALI. LA LEGGEREZZA DELLE SUE FOTOGRAFIE 'SCULTURE', TRA ARCHITETTURA E DESIGN Teresita Scalco, Università Iuav di Venezia	143
	STORIE DAI MATERIALI D'ARCHIVIO. TRE INIZIATIVE SU MARCO ZANUSO Alessandra Bosco, Università degli Studi della Repubblica di San Marino	151

DAL GIORNALINO AL MANIFESTO. ILLUSTRATORI PER L'INFANZIA, GIOVANI MAESTRI DELLA GRAFICA DI UNO STATO NASCENTE

Enrico Cicalò, Università di Sassari

Orcid id 0000-0001-9643-0483

PAROLE CHIAVE

Editoria per l'infanzia, Giornalino della Domenica, Grafica pubblicitaria, Graphic design, Illustrazione

In questo articolo si evidenzia il ruolo d'avanguardia dell'editoria per l'infanzia. Attraverso l'analisi del caso di studio del *Giornalino della Domenica*, periodico per ragazzi pubblicato in Italia nei primi decenni del Novecento, si analizzerà il contributo di questo genere di pubblicazione nell'educazione del gusto estetico, nella costruzione dell'opinione pubblica e nella formazione dei giovani artisti che raggiungeranno sulle pagine di questi periodici una visibilità che permetterà loro di approdare alla grafica pubblicitaria e di scrivere importanti pagine della storia della grafica italiana.

1. La nascita del *Giornalino della Domenica*

Esiste un *fil rouge* che lega la storia della letteratura per l'infanzia all'infanzia professionale dei maestri della grafica italiana, così come all'infanzia di un giovane Stato ancora acerbo quale è l'Italia dei primi decenni del secolo scorso.

All'inizio del Novecento, in piena rivoluzione montessoriana, l'editoria per ragazzi conquista una posizione centrale nel panorama culturale internazionale in seguito alla ridefinizione del ruolo del bambino nella società. In tutto il mondo occidentale si affermano nuovi modi di comunicare e interagire con i più piccoli che portano anche alla reinvenzione dell'editoria per l'infanzia. In Italia questa stagione viene caratterizzata dalla pubblicazione, a partire dal 1906, del *Giornalino della Domenica*, settimanale diretto da Vamba e rivolto ai giovanissimi lettori figli della "buona ed operosa borghesia" e futura classe dirigente della nazione. Una pubblicazione di altissima qualità, per testi, immagini, resa tipografica, finalizzata alla valorizzazione dell'infanzia e alla veicolazione degli ideali patriottici e liberal-socialisti dell'Italia postunitaria (*Giornalino della Domenica*, 1909).

2. L'educazione del gusto

Sebbene il suo ruolo politico e ideologico sia ancora oggi controverso (Faeti, 1972), è invece indubbia l'influenza del settimanale nel rinnovamento dei canoni estetici, oltre che morali, degli italiani dei primi decenni del Novecento (GdD, 1920). Il *Giornalino* ambisce infatti ad educare il gusto dei giovani lettori attraverso un'accurata scelta di illustrazioni e copertine (GdD, 1918). Queste ultime, in particolare, che sono pensate come delle vere e proprie *affiches* capaci di comunicare in maniera moderna, sintetica ed efficace,

veicolano il linguaggio d'avanguardia delle illustrazioni reinterpretando tendenze d'oltralpe e anticipando futuri sviluppi. La moderna libertà compositiva delle copertine permette e favorisce la continua reinterpretazione del progetto grafico, compresa la testata, secondo lo stile proposto dall'illustratore. La strategia adottata prevede una continua variazione dei linguaggi, degli stili e dei soggetti, e consente di alternare immagini più semplici ad altre più ricercate, quasi a educare l'occhio in maniera graduale, dolce, paziente, pedagogica.

...l'Arte è sempre stata un succedersi di battaglie. Anche ai nostri tempi se ne sta combattendo una terribilissima e importantissima, che dura fino a quarant'anni or sono, quando ci venne d'oltralpe, un gran vento di novità, dal quale trasse vita ed oggi trae respiro l'arte di eccezione, che potrebbesi dire senza scrupoli, l'Arte del nostro secolo. Ecco dunque la battaglia fra gli Artisti di questo secolo e gli Artisti del passato. [...] Descrivervi anche approssimativamente perché si fa questa guerra e cosa significa e che cos'è - sarebbe affare troppo, troppo lungo - [...]. Bisogna avvicinarsi a opere di questo genere con altri occhi che non sono quelli del viso, poiché in altri elementi si deve basare l'esame di queste opere. Il *Giornalino* si è assunto un po' il compito di prepararvi a questo esame, offrendovi composizioni come molte delle nostre illustrazioni e copertine (GdD, 1920, p.23).

3. La formazione di una generazione di giovani illustratori

L'obiettivo del *Giornalino* è "educare con immagini e parole": parole affidate a nomi di primo piano del mondo letterario nazionale, immagini interpretate da personaggi che diventeranno esponenti di spicco del panorama artistico italiano nei decenni a venire (Pallottino, 2008). Crocevia di giovani talenti che riescono, proprio a partire dalle sue pagine, a imporsi al pubblico illuminato dell'Italia dei primi decenni del Novecento, il *Giornalino* vede come protagonisti delle sue copertine illustratori e artisti affermati e già contesi nel panorama editoriale dell'epoca quali Filiberto Scarpelli, Ugo Finozzi, Aleardo Terzi e Marcello Dudovich. Contemporaneamente vede crescere anche giovani e giovanissimi artisti quali Antonio Rubino, Sergio Tofano, Umberto Brunelleschi, Giuseppe Biasi, Ezio Anichini, Piero Bernardini, Ottorino Andreini, Mario Pompei e Paolo Paschetto che, anche grazie alla formula del concorso (GdD, 1906b), riescono a conquistare quella visibilità e quella notorietà che possono favorire nuovi e fertili percorsi professionali e artistici. Oltre a nutrire di stimoli le menti dei piccoli italiani, la letteratura per l'infanzia alleva così anche grafici e artisti in erba che di lì a pochi anni passeranno al disegno di manifesti e illustrazioni per le maggiori produzioni della nascente industria nazionale. La consapevolezza del ruolo di questo ruolo di incubatore di talenti emerge con orgoglio negli articoli del settimanale. Il *Giornalino* pubblica, per esempio, nel n.8 del 1920 una copertina di Biasi, "Ritorno dal lavoro", già utilizzata dieci anni prima per la copertina del n.46 del 1909 sottolineando

...Noi ricordiamo con piacere, e anche con legittima soddisfazione, come l'originale tecnica di Biasi fosse, nei suoi primi lavori, discussa, e come progressivamente perfezionata, si sia imposta all'ammirazione del pubblico sempre misoneista dinanzi alle nuove manifestazioni degli arditisti dell'arte, insofferenti di viete discipline e di dogmi invecchiati... (GdD, 1909, p.22).



A sinistra: Aleardo Terzi, copertina del *Giornalino della Domenica* n. 40, anno IV, 1909.
A destra: Antonio Rubino, copertina del *Giornalino della Domenica* n. 4, anno IV, 1909.

Dopo l'esperienza del *Giornalino* i giovani illustratori inizieranno infatti ad esplorare nuovi campi di sperimentazione nei quali riusciranno ad imporsi come indiscussi protagonisti: tra i più noti, Terzi e Sinòpico che si affermarono nella cartellonistica, settore in cui operarono anche altri nomi - come Rubino, Bernardini, Sto, Angoletta e Mateldi - che tuttavia continueranno ad essere ricordati soprattutto per le loro inconfondibili illustrazioni per il mondo dell'infanzia.

3. Il contributo alla costruzione di uno stato unitario

Al *Giornalino della Domenica* viene inoltre riconosciuto il merito di aver contribuito anche ad un'altra crescita, quella dello Stato unitario, attraverso la formazione delle menti e degli sguardi degli italiani del futuro. A favole, racconti e poesie si affiancano documentari, inchieste, immagini, opinioni e idee dell'Italia postunitaria, che raccontano la ricchezza e la varietà delle realtà locali, contribuendo alla divulgazione delle culture e delle tradizioni regionali.

...Far conoscere l'Italia agli italiani dell'avvenire visto che purtroppo quelli del presente si dàn così poca cura di conoscerla. [...] Bisogna [...] far scoprir loro non le incolore vedute de' nostri paesi, come al freddo raggio d'una lanterna magica sulla tela delle proiezioni, ma la vita che palpita, varia e interessante nelle sue manifestazioni, in ogni parte d'Italia, illuminata dalla pura fiamma del genio de' nostri migliori scrittori e dei nostri migliori artisti (GdD, 1909, pp. 8-9).

La sua organizzazione quasi confederativa permette di dare voce a tutte le specificità

territoriali che partecipano così alla costruzione di un'immagine unitaria della giovane Italia. Ciò consente anche alla cosiddetta "colonia dei sardi" di trovare un importante spazio di espressione, anche grazie all'interesse per quell'aura ancora esotica, primitiva e fiabesca che caratterizza la Sardegna dell'epoca. Dalle copertine e dalle pagine del *Giornalino* emergono, tra gli altri, nomi come quelli di Giuseppe Biasi, Primo Sinòpico, Pino e Melchiorre Melis, Edina Altara, chiamati a raccontare il mito di una terra incantata e a reinterpretare in chiave moderna le tradizioni popolari, per poi ritagliarsi ruoli di primo piano nei diversi settori della grafica italiana del Novecento (Altea, 1990).



A sinistra: Filiberto Mateldi, manifesto Lana Marca Gatto, 1933. A destra: Bruno Angoletta, manifesto Italstrade S.A., 1941.

4. Qualità ed èlitarità

Tra gli obiettivi dichiarati della pubblicazione la qualità (GdD, 1909): qualità della veste editoriale, qualità del progetto grafico, qualità dei testi e delle immagini. Per raggiungere tale obiettivo vengono utilizzate tecnologie di fotoincisione all'avanguardia (GdD, 1906a), materiali di pregio, il lavoro di scrittori e illustratori tra i più affermati o talentuosi del panorama nazionale. L'ambizione è quella di realizzare una pubblicazione di "lusso" trascurando il fatto che tale ambizione avrebbe potuto incontrare solo il favore di un pubblico ridotto, quasi settario (GdD, 1906a).

...Ed è grande conforto per noi, intenti da un anno all'altro a questo lavoro non vòlto a scopi bottegai e a volgari compensi, il constatare come il nostro pubblico, pur essendo di ottima qualità, vada via via aumentando di quantità. Il nostro giornalino,

come fu ideato e creato, non poteva naturalmente mirare a una immediata tiratura: se questa avesse voluto avrebbe preso un altro indirizzo, con veste di minor prezzo, abbassando, snaturando e adattando le proprie idee e i propri gusti al livello intellettuale dei più, invece di dirigersi a un pubblico eletto di sane idee e di gusti fini, cui preme trasmetterli puri e intatti ne' propri figli (GdD, 1909, pp.8-9).

Il carattere elitario della pubblicazione viene considerato la causa principale della prematura, seppur provvisoria, chiusura nel 1911, dopo qualche anno dalla rinuncia alla pubblicazione del primo editore Bemporad, a causa dei debiti accumulati negli anni[1]. Tale decisione è in parte legata anche ai cambiamenti sopravvenuti nel frattempo nel panorama nazionale dell'editoria per l'infanzia. Il *Giornalino della Domenica* aveva vivacizzato notevolmente l'offerta delle pubblicazioni per ragazzi che nel 1908 si è arricchita, infatti, di quello che diverrà il suo principale concorrente: il *Corriere dei Piccoli*.

Il nuovo periodico sarà capace di attrarre molte delle firme che hanno dato lustro al *Giornalino* e di parlare a un pubblico più ampio grazie ad un costo più contenuto, ad un carattere più ludico e leggero e, soprattutto, grazie alla scelta di una formula più popolare basata sui *characters* importati da oltreoceano (Pallottino, 2011), da cui la redazione del *Giornalino* prese subito le distanze rivendicando la propria italianità e ribadendo la propria ambizione a costruire, invece, oltre che un gusto nazionale, una nazione.

...Gusto italiano è il nostro, nell'argomento dei nostri scritti, nei versi delle nostre poesie, nei disegni dei nostri artisti, poiché tutta l'opera nostra è creata e indirizzata a questo determinato scopo, mentre sappiamo quanto nuoccia il tradire le prime manifestazioni del gusto estetico nei giovani con idee e vignette accattate di seconda mano dagli stranieri, importando nell'anima nazionale tradizioni non nostre, uno spirito non nostro, un'arte non nostra, e preparando così le nuove generazioni a quel servaggio intellettuale contro il quale tutti i nostri grandi, fino al Carducci, insorsero e nobilmente lottarono (GdD, 1909, pp.8-9).

Tuttavia l'editore Bemporad sembra non prendere le stesse distanze dalla nuova pubblicazione, visti i cospicui spazi pubblicitari acquistati intuendo sin dal primo numero le potenzialità del concorrente (*Corriere dei Piccoli*, 1909). Dopo poco più di un anno Bemporad abbandonerà la pubblicazione del *Giornalino*.

A qualche decennio dalla sua chiusura, gli ideali culturali e politici così amorevolmente nutriti porteranno alla costituzione della Repubblica italiana il cui emblema, caso vuole, sarà disegnato da Paschetto, proprio una delle firme che diedero lustro alle copertine del *Giornalino della Domenica*.

Bibliografia

- Altea G., Magnani M. (1990). *Le matite di un popolo barbaro. Grafici e illustratori sardi 1905-1935*. Cinisello Balsamo: Silvana.
- (1909). *Corriere dei piccoli*, 2 (Anno I).
- Faeti A. (2011). *Guardare le figure. Gli illustratori italiani dei libri per l'infanzia*. Roma: Donzelli.
- (1906 a). *Giornalino della Domenica*, 11 (Anno I).
- (1906 b). *Giornalino della Domenica*, 23 (Anno I).
- (1909). *Giornalino della Domenica*, 52 (Anno IV).

(1918). *Giornalino della Domenica, 1 (Anno VII)*.

(1920). *Giornalino della Domenica, 39 (Anno VIII)*.

Pallottino P. (2008). *L'irripetibile stagione de "Il Giornalino della Domenica"*. Bologna: Bononia University Press.

Pallottino P. (2011). *Storia dell'illustrazione italiana. Cinque secoli di immagini riprodotte*. Firenze: VoLo.

NOTE

1. Il *Giornalino della Domenica* viene pubblicato continuativamente tra il 1906 e il 1908 dall'editore Bemporad. Le pubblicazioni proseguono sino al 1911 per poi riprendere nel 1918 e chiudersi definitivamente nel 1927.↵

AIS/DESIGN JOURNAL
STORIA E RICERCHE
VOL. 1 / N. 2
OTTOBRE 2013

PALINSESTI
