



ARCHEOGRUPPO "ESPEDITO IACOVELLI"



© 2024 Archeogruppo “E. Jacovelli”
tutti i diritti sono riservati.
ISBN 9791281575301

Elaborazione grafica della copertina: dott.ssa Gabriella Mastrangelo

Questo libro curato da Giulio Mastrangelo è stato stampato dalla
Tipografia B.M. s.n.c. di A. Mastrangelo & S. Bax - Massafra (TA)
nel mese di settembre 2024

INDICE

Giulio Mastrangelo, <i>Una difficile eredità</i>	pag. 1
Parte prima: Studi e ricerche	pag. 5
Carmela Crescenzi, <i>Documentare per conoscere.</i>	pag. 6
<i>La Casa dell'Igumeno a Massafra</i>	
Giulio Mastrangelo, <i>In Castello Massafra</i>	pag. 22
Angelo Notaristefano, <i>La tela di San Gaetano a Massafra</i>	pag. 50
Giulio Mastrangelo, <i>Notizie storiche relative alla contrada Chiatona</i>	pag. 79
Edoardo Giannotta, <i>Maddalena Capreoli e il suo testamento</i>	pag. 92
Parte seconda: Restauri	pag. 101
Erminio Signorini - Viviana Nardò, <i>Il restauro del dipinto di San Gaetano da Thiene</i>	pag. 102
Chiara Stella Castellano - Maristella Maraglino - Salvatore Fiore - Angela Laterza, <i>Madonna della Buona Nuova. Restauro e valorizzazione della chiesa rupestre</i>	pag. 136
Parte terza: In memoria	pag. 159
In memoria di Attilio Caprara	pag. 159
Roberto Caprara (†), <i>Profilo culturale e umano di Attilio Caprara</i>	pag. 161
Mariangela e Antonio Caprara, <i>Niente più che un Maestro</i>	pag. 167
Giulio Mastrangelo, <i>Attilio maestro di umanità di Cultura</i>	pag. 169
Franco Losavio, <i>Epistula ad Attilium</i>	pag. 173
Domenico Caragnano, <i>Attilio Caprara il maestro con il sorriso</i>	pag. 175
Maria Sara Fornaro D'Accavio, <i>Ad Attilio, magister elegantiae</i>	pag. 181

Alumni 5 [^] E A.S. 1980-1981, <i>Grazie Maestro!</i>	pag. 183
Anna Maria Balestra Monaco, <i>Mio cugino Attilio</i>	pag. 189
Marcello Scalzo, <i>La Puglia nei manifesti: alcuni esempi tra gli anni 20 e 50 del Novecento</i>	pag. 191
In memoria di Nicola Andreace	pag. 206
Carmela Sforza, <i>I ragazzi di via Dante Alighieri</i>	pag. 207
Pietro Mastrangelo, <i>Uno dei “ragazzi” di via Dante</i>	pag. 210
Carla Gallo, <i>Nicola Andreace a scuola e nelle associazioni</i>	pag. 218
Gianni Iacovelli, <i>Quando eravamo giovani...</i>	pag. 222
Giuseppe Mazzarino, <i>Un intellettuale europeo nella periferia dell’Impero</i>	pag. 228
Luigi Arnese, <i>Per Nicola Andreace</i>	pag. 231
Loni Guagliardo Giordano, <i>Caro Nicola</i>	pag. 232
Lucia Palmisano, <i>Nicola Andreace, fraterno amico</i>	pag. 233
Maria D’Onghia, <i>Nicola Andreace professore</i>	pag. 235
Mariella Leogrande, <i>Un gentiluomo d’altri tempi</i>	pag. 237
Alberto Altamura, <i>Ricordando Nicola Andreace</i>	pag. 239
Silva Cuomo Morea, <i>Nicola Andreace: oltre il tempo</i>	pag. 241
Cosimo Quero, <i>Echi di poesia nella pittura di Nicola Andreace</i>	pag. 243
Egidio Fedele, <i>I colori dell’essere</i>	pag. 246
Antonio Mappa, <i>un’antica amicizia</i>	pag. 249
5 [^] B Liceo Sc. Einstein – Mottola (anni 1982-1987). <i>Il nostro professore</i>	pag. 251
Francesco Resta, <i>Nicola Andreace: “Pennello parlante” del territorio</i>	pag. 253
Nino Bellinvia, <i>Biografia di Nicola Andreace</i>	pag. 254
In memoria di don Paolo Ladiana	pag. 255
Sac. Rocco Martucci, <i>Ricordi di Don Paolo</i>	pag. 256

Nicola Scaligina, <i>Don Paolo Ladiana. Il sacerdote delle vocazioni e dell’Azione Cattolica</i>	pag. 258
In memoria di Raffaele Cervellera	pag. 271
Antonio Conforti, <i>Ricordi di Raffaele Cervellera e del nascente Archeogruppo</i>	pag. 272
Cosimo Mottolese, <i>Raffaele Cervellera</i>	pag. 277
Parte quarta: Recensioni	pag. 283
Barbara Wojciechowska, <i>La via dello zafferano</i>	pag. 284
Eugenio Fischetti, <i>L’antica chiesa madre di San Lorenzo Martire a Massafra</i>	pag. 291
Stefano Vinci, <i>Il Codex Piscatorius Tarentinus tra Età moderna e contemporanea</i>	pag. 295
Maria Carmela Bonelli, <i>La famiglia de Notaristefani di Massafra</i>	pag. 307
Parte quinta: Ringraziamenti	pag. 315
Kikau srl	pag. 316
Eraldo Spinelli, <i>Attori per caso</i>	pag. 317
Mimmo Pascadopoli, <i>associazione Soverato 2000 ODV</i>	pag. 319
Sergio Natale Maglio, <i>Pro Mottola “Enzo Lippolis” APS</i>	pag. 320
Modomec Srl	pag. 321
Elenco dei donatori tegole pro Santuario Madonna di tutte le Grazie	pag. 322

La Puglia nei manifesti: alcuni esempi tra gli anni'20 e '50 del Novecento*

Marcello Scalzo

Premessa

L'Italia con i suoi tesori storici, le città d'arte, gli incantevoli paesaggi è stata, da tempi immemorabili, una meta privilegiata soprattutto di pittori, letterati, musicisti e di ogni altro animo sensibile alla cultura e all'arte. Il "gran tour" nella nostra penisola era un viaggio ambito dall'alta borghesia europea, quasi un "obbligo" specie per gli artisti, che avvertivano la necessità di visitare le città d'arte del centro-nord, quali Milano, Bologna, Firenze e Venezia, per poi proseguire verso Roma, spingendosi poi oltre verso la Campania, Napoli, Pompei, e infine la Sicilia.

La Puglia risultava piuttosto periferica rispetto alle località site lungo il percorso sul fianco ovest della penisola, decisamente più animato rispetto quello est, lungo l'Adriatico. Questo sino all'inizio del secolo scorso, quando lo sviluppo della rete stradale e la diffusione e dei mezzi di trasporto, ferrovie e navi, vide anche nella nostra regione un notevole aumento del turismo, interno ed estero. Negli anni '20 del Novecento anche gli strati medio-alti della popolazione italiana avvertono la necessità di svago e vacanza (Ottaviani 2008, p. 15); ciò porta ad un sensibile incremento anche del turismo interno sempre più appannaggio di una fascia sempre più ampia di popolazione (Marsano 2005, p. 339).

Rapidamente la nostra penisola diviene una delle mete preferite dai turisti europei e d'oltre oceano, per cui di grande importanza risulta la comunicazione e la propaganda, interna ed estera, delle attrazioni del nostro paese. Il mezzo più rapido ed efficace per la divulgazione è senza dubbio la pubblicità sulla carta stampata, e, in particolare, il manifesto destinato all'affissione.

La Puglia diventa una meta attrattiva, vuoi per il clima, per le bellezze artistiche, per il mare, ed anche, e non ultimo, per la gastronomia ed i prodotti della terra.

1. La nascita dell'ENIT

Nel novembre del 1919 nasce l'ENIT, Ente Nazionale per (l'incremento del) le Industrie Turistiche, creato con l'intento di promuovere nei territori nazionali e all'estero le più importanti località italiane.

La creazione dell'ENIT è fortemente caldeggiata dal Touring Club Italiano preposto alla promozione e al coordinamento dell'attività turistica e alberghiera, dipendente dal Ministero dell'Industria, Commercio e Lavoro ed è strettamente collegato alle Ferrovie dello Stato. Il ruolo strategico del settore è tale che viene creata dal 1937 una Direzione Generale del Turismo, sotto il Ministero della Stampa e della Propaganda, il potente Ministero della Cultura Popolare, detto Minculpop che coordina tutte le iniziative (Villari-Cimorelli 2010, p. 20)

L'Ente realizza campagne pubblicitarie su giornali e riviste e promuove la diffusione di manifesti e locandine; con una visione



Fig. 1. 1925 circa, Plinio Codognato, Puglie. Fig. 2. 1920 circa, Duilio Cambellotti (attr.), Puglie. Fig. 3. 1927, Anonimo, Santa Cesarea R.R. Terme.

moderna e lungimirante, l'ENIT si dota in breve tempo di una rete capillare di uffici nel mondo, collaborando tra gli altri con le Ferrovie italiane, alcuni istituti bancari e società di trasporti marittimi.

A tale sinergia si aggiunge nel 1927 il CIT, Compagnia Italiana del Turismo, istituzione voluta con l'intento di proporre l'Italia

quale meta del turismo internazionale e per organizzare i viaggi di vacanza degli italiani verso l'estero.

Dal gennaio 1933 l'Ente si dota di una propria rivista, pubblicata anche in tedesco, francese e inglese, in un grande formato, con numerose fotografie (alcune a colori), e attraverso articoli e servizi informa il turista sulle possibili destinazioni e sui servizi offerti (Villari-Cimorelli 2010, p. 20).

Ma è il poster, il manifesto stradale, economico, colorato e facilmente diffondibile, che meglio promuove le destinazioni più affascinanti, i siti storici di interesse culturale, i prodotti e gli eventi tipici della nostra penisola.



Fig. 4. 1930, ARACA (Enzo Forlivesi Montanari), Fiera del Levante. Fig. 5. 1930, Giulio Cisari, Fiera del Levante. Fig.6. 1931, Virgilio Retrosi, Fiera del Levante.

2. Il manifesto di propaganda turistica

Sin dai primi decenni del Novecento i poster stradali e le locandine hanno ormai acquisito una loro autonomia come genere artistico, per cui per raccontare i più bei luoghi d'Italia vengono ingaggiati i migliori cartellonisti dell'epoca, tra i quali Araca, pseudonimo di Enzo Forlivesi Montanari, Gino Boccasile, Mario Borgoni, Giulio Cisari, Plinio Codognato, Mino Delle Site, Fortunato Depero, Thyahrt, al secolo Ernesto Michahelles, Francesco Vacca e altri.

I manifesti di propaganda turistica vengono affissi soprattutto all'interno delle stazioni ferroviarie e marittime, nei primi

aeroporti civili, nei posti di confine, negli uffici pubblici e in quelli di rappresentanza italiana all'estero; infatti oltre all'ENIT i principali committenti sono proprio le Ferrovie dello Stato (il cui logo spesso compare accanto a quello dell'Ente), le più importanti compagnie di navigazione e altri enti per lo sviluppo turistico locale (Scalzo 2023, p. 221). Peraltro il manifesto turistico, particolarmente nel periodo del Ventennio, è anche un mezzo per rafforzare in patria la coscienza collettiva sulle risorse e sull'unicità del Paese (Cimorelli-Roffi 2017, pp. 153).

Il progresso delle tecniche di stampa raggiunge con la cromolitografia risultati eccellenti che permettono di riprodurre un ampio numero di sfumature a colori. I manifesti così ottenuti hanno una resa cromatica decisamente realistica; il procedimento



Fig. 7. 1938, Francesco Vacca, V° Mostra Sindacale d'Arte. Fig. 8. 1938, Fortunato Depero, Taranto. Fig. 9. 1938, Fortunato Depero, Bari.



Fig. 10. 1938, Fortunato Depero, Brindisi. Fig. 11. 1938, Fortunato Depero, Foggia. Fig. 12. 1938, Fortunato Depero, Lecce.

cromolitografico consente la riproduzione molto fedele di tecniche di pittura quali acquerello, guazzo, tempera e olio. In un periodo in cui la comunicazione pubblicitaria, e la propaganda in genere, è quasi esclusivamente di tipo “grafico” su giornali, riviste e manifesti, le committenze per artisti, pittori, cartellonisti e grafici, di certo non manca.

3. La Puglia e le sue località nei manifesti

Non sono numerosi i manifesti dedicati alla Puglia e alle sue località nel periodo editi tra gli anni ‘20 e ‘60 del secolo scorso; i poster esaminati, ben lungi da essere una carrellata esaustiva delle opere che riguardano la nostra regione, si sono rivelati una selezione sorprendentemente ricca e varia.

Il primo manifesto dedicato alla nostra regione, risultato della collaborazione dell’ENIT con le Ferrovie dello Stato, è quello realizzato intorno al 1925 da Plinio Codognato (1): “Puglie”. Il soggetto privilegiato è Castel del Monte, iconico monumento federiciano, dal notevole impatto storico e visivo; d’altronde la Puglia era rinomata soprattutto per le architetture romaniche e barocche. I fiori di pesco in primo piano, l’atmosfera primaverile con il verde vivido dei prati, l’edificio illuminato dal sole, il cielo di un azzurro carico, concorrono nel creare un’atmosfera di grande suggestione, grazie anche alle indovinate scelte coloristiche.

Benché non sia un manifesto, un’altra interessante rappresentazione di Castel del Monte la troviamo sulla copertina della serie “Guide Regionali Illustrate” dedicata alle Puglie, a cura dalla Direzione Generale delle Ferrovie dello Stato col concorso del Touring Club italiano; i disegni presenti sul piccolo opuscolo, edito dopo il 1920, sono di Duilio Cambellotti (2) e Paolo Paschetto.

Un poster, sempre realizzato dall’ENIT e dalle F.S., è quello di autore anonimo su Santa Cesarea Terme (Lecce), datato al 1927 circa; rappresenta la località pugliese arroccata su una scogliera, su cui si staglia villa Sticchi con in primo piano una pianta di agave. Il contrasto tra i cupi colori della scogliera e quelli tenui del cielo,

sembrano evocare le tonalità di un'alba sul mare. Villa Sticchi è una architettura in stile eclettico progettata dall'ingegnere Giovanni Pasca negli ultimi anni del XIX secolo; l'edificio è concepito in stile moresco, con la chiara volontà del progettista di realizzare un'opera che fosse un ideale collegamento tra la cultura occidentale e quella orientale.

Ritengo opportuno segnalare alcune locandine che, pur non pubblicizzando località pugliesi, promuovono importanti manifestazioni che si svolgevano, o ancora si svolgono, nella nostra regione. Decisamente l'evento il più importante ed "iconico", è la Fiera del Levante, iniziativa nata a Bari nel 1929 come evento fieristico locale, e diventato l'anno seguente campionaria internazionale.

Il logo secondo la tradizione (la nave con le vele spiegate) venne realizzato dal pittore futurista Thayaht, al secolo il fiorentino Ernesto Michahelles; il primo manifesto del 1930 è però opera del grafico ARACA, pseudonimo di Enzo Forlivesi Montanari (3).



Fig. 13. 1951, Virgilio Retrosi, Foggia. Fig. 14. 1951, Giuseppe Lobefaro, Fiera di Foggia. Fig. 15. 1951, Giulio Cisari, III Premio Taranto

Benché la caravella rossa con le vele gonfiate dal vento, con la statua di San Nicola sulla prua, resta da allora l'immagine iconica dell'evento, altri manifesti furono realizzati nello stesso anno e in seguito.

Del 1930 è la locandina di Giulio Cisari (4), ancora di sapore

fin de siècle, dove ai lati del riquadro centrale con la caravella, due fanciulle sorreggono un imponente tralcio decorato da frutta, su due basamenti adornati dagli stemmi della città di Bari e dal Fascio littorio.

Nel 1931 Virgilio Retrosi (5) realizza per ENIT e F.S. un manifesto sempre per la Fiera del Levante: il maniero federiciano di Castel del Monte è al centro della composizione, da qui si innalza un fascio di bandiere, con in primo piano un ciliegio in fiore, in lontananza sull'orizzonte si stagliano alcune vele latine.

Durante il Ventennio le Corporazioni spesso organizzavano mostre ed iniziative: nel 1938 Francesco Vacca (6) realizza il manifesto per la V° Mostra Sindacale d'Arte, allestita nel Castello Svevo di Bari, la cui sagoma appare nel dipinto sul cavalletto presente sul poster; l'esposizione conteneva una sezione dedicata agli antichi abiti pugliesi, come evoca la donna dipinta in un tipico costume regionale.

Nel 1938 Fortunato Depero (7) realizza 96 illustrazioni a colori per gli stemmi delle province italiane; le immagini sono ispirate ai monumenti o alle tradizioni delle città (la caravella e il capitello romanico per Bari, il Monumento del Marinaio per Brindisi, San Michele Arcangelo per Foggia, i costumi tipici per Lecce, gli scorpioni e la moneta di TAPAΣ per Taranto) e contengono inoltre



Fig. 16. 1951, Gino Boccasile, Maggio di Bari. Fig. 17. 1951, Gino Boccasile, MV 125. Fig. 18. 1952 ca., Gino Boccasile, Pasta Ambra.

alcune considerazioni di Mussolini sui capoluoghi pugliesi.

Virgilio Retrosi, già autore del manifesto del 1931 per la Fiera del Levante, realizza per ENIT e F.S. un altro su Foggia: un leone desunto da un protiro romanico stringe tra le zampe un fascio di grano maturo, sul fondo i gialli campi di cereali e il promontorio del Gargano che si staglia su un cielo azzurro e terso. Le prossime locandine, entrambe del 1951, pubblicizzano due eventi svolti in località pugliesi: la Fiera di Foggia e il III Premio Taranto.

Nella prima di Giuseppe Lobefaro (8), la forma della provincia foggiana, è dominata dall'imponente statua del lavoratore della terra, a cui si affianca un trattore, simbolo di modernità; a fare da corona sono i tipici prodotti della terra: gli agrumi, il grano, gli olivi, la vite; sul fondo una sagoma nera di un profilo di una statua greca classica è simbolo di cultura e tradizione millenaria.

Il manifesto di Giulio Cisari per il concorso letterario di Taranto ci presenta TAPΑΣ il mitico eroe fondatore della città che cavalca un immaginifico delfino, più indietro un'antica imbarcazione; le figure in rosso si stagliano sullo sfondo che degrada dal blu all'azzurro creando un effetto di profondità.

Ad un altro evento il "Maggio di Bari" è dedicato il manifesto dell'ENIT del 1951 realizzato dal molto discusso, ma decisamente più famoso e conosciuto, grafico pugliese: Gino Boccasile (9). La



Fig. 19. 1956, Giorgio De Chirico, Donna pugliese in costume tipico. Fig. 20. 1959, Mino delle Site, Lecce. Fig. 21. 1960, Mino delle Site, Il Salento.

composizione, insolitamente per le opere del pittore, è essenziale: una rosa rossa su una conchiglia, su sfondo monocromo. Sempre del 1951 è manifesto pubblicitario che Boccasile dedica alle moto MV 125 impegnate nella Corsa motociclistica Milano Taranto. Tre bambini su uno scooter MV Agusta CSL rosso, guardano sfrecciare i piloti della competizione che sembrano emergere da una nuvola di fumo e polvere.

Non possiamo omettere un esempio di pubblicità commerciale del 1952 (per la Pasta Ambra di Noicattaro) che ci mostra una delle figure decisamente più conosciute e maggiormente iconiche di Gino Boccasile: le sue ragazze, meglio conosciute come le “Signorine Grandi Firme”. L’artista è abilissimo nel far coesistere la concreta puntualità dei dettagli attendibili e l’irrealismo dell’immagine in cui affonda lo sguardo desiderante dei lettori. Le ragazze di Boccasile nelle posture, nella debordante energia dei corpi che sembrano uscire fuori dai vestiti, sono modelli di procace spregiudicatezza erotica, ma nel gioco illusionistico del disegno, diventano singolari esempi di vitalità.

Nel 1956 il grande Giorgio de Chirico (10) realizza, per l’edizione 1956 del calendario della Ramazzotti “Costumi d’Italia”, il dipinto di una ragazza di Lucera nel suo costume tradizionale intenta a filare, immersa in un tipico e suggestivo paesaggio del Tavoliere; la figura femminile raffigurata è bella, come pure lo scenario che la circonda, grazie anche alle scelte cromatiche dell’artista.

I manifesti del pugliese Mino Delle Site (11) sono connotate da una sapiente sintesi grafica, ciò lo accosta decisamente agli autori coevi francesi Sepo, Paul Colin e Cassandre (Scalzo 2020, pp. 952 ss.). L’essenzialità dei suoi poster è data dall’uso di forme semplici e dagli scenari resi sinteticamente con tratti veloci e ampie superfici di colore. Come nel caso del manifesto per Lecce dove il bagliore del disco solare prende la forma di una facciata di chiesa barocca di Santa Croce; in primo piano, in forte contrasto chiaroscurale, il Sedile la Colonna di Sant’Oronzo. Il poster per il Salento è scandito da linee che definiscono spazi geometrici che contengono alcuni tipici scorci: i siti messapici, il menhir di

Bagnolo, le grotte sul mare, definiti con semplici superfici colorate.



Fig. 22. 1952 circa, Anonimo, Itinerario pugliese (da un opuscolo della Caltex Petroli)

Conclusioni

Nella prima metà del secolo scorso i muri delle strade sono un enorme museo all'aperto, e i poster pubblicitari le opere da esporre, i cui fruitori sono i tanti passanti, sebbene distratti e frettolosi. Da qui la necessità di attirare la loro attenzione con manifesti dal linguaggio semplice e immediato, dalle figure elementari, dai colori sgargianti, vivaci, stesi di getto, senza mediazione: il messaggio trasmesso deve risultare veloce, comprensibile e diretto.

L'Italia è un paese vivace, dinamico: lo stile dei manifesti che la descrive deve essere ben definito, esplicito, dai colori brillanti e, a volte, con qualche ventata di fantasia. Durante il Ventennio il governo fascista investe notevoli risorse per la promozione del turismo, con l'obiettivo di aumentare la visibilità nella nazione e decretarne la supremazia storica e culturale oltre che considerare

il settore turistico come una fonte di reddito del paese.

Ma negli anni '60 però cambiano radicalmente la società, le regole commerciali e la comunicazione, per cui la pubblicità deve essere aggiornata, stare al passo coi tempi, deve adattarsi alle nuove regole del mercato, decisamente improntate su un consumismo vorace, impulsivo e niente affatto meditato. Questo significa meno manifesti stradali, in quanto la pubblicità è sempre più legata alle modalità di diffusione sulla carta stampata e attraverso i media, quali radio e televisione.

Sempre tra gli anni '50 e '60 la riproduzione di fotografie nei poster turistici, prima sporadica dopo sempre più massiccia, fa sì che il manifesto "dipinto" scompaia ben presto dai canali della comunicazione: pubblicizzare una località o un monumento con un poster fotografico è decisamente più rapido, facile ed economico da produrre, sebbene resti indiscutibilmente più



Fig. 23. 1987, Attilio Caprara, omaggio al Carnevale massafrese. Fig. 24. 1967, Nicola Andreace - Attilio Caprara, Carnevale massafrese.

indistinto e impersonale. Ciò decreta inesorabilmente il declino dei tanti grafici pubblicitari che per oltre mezzo secolo si erano dedicati, con acume, perizia, creatività e passione, a questa forma “artistica” della comunicazione.

Addenda

Due ultime illustrazioni. Nel lontano 1987 Attilio Caprara mi donò una piccola cosa preziosa: una sua xilografia (12,5x17,5cm) che rievocava il Carnevale massafrese nella sua edizione del 1967, per la quale, collaborando con Nicola Andreace, ne aveva realizzato la locandina. L’omaggio mi toccò e mi commosse: la mia copia era la N°4 di 10, e Attilio nel donarmela aggiunse che ne aveva tirato pochissime copie per farne regalo ai famigliari e agli amici a lui più cari. Che dire, era una sorta di investitura in quella ristretta cerchia, in quei pochi a cui Attilio accordava la sua amicizia; fu questo episodio che, in virtù della nostra conoscenza e frequentazione decennale, mi portò a passare, rivolgendomi a lui, dal “Lei” al “tu”. Ed è al ricordo di Attilio che dedico questo mio piccolo scritto.

** Dedicato alla memoria di Attilio Caprara*

Note

1) Plinio Codognato (Verona 1878 - Milano 1940) è stato un pubblicitario e illustratore italiano. Nel 1913 realizza il suo manifesto più celebre, il cartellone pubblicitario per l’Aida di Verdi all’Arena di Verona. In seguito si trasferisce a Milano diventando il pubblicitario ufficiale della FIAT, creando, oltre a quelli per la casa automobilistica torinese, quelli per Pirelli, Atala, OM, Circuito di Cremona, Cinzano, Campari, Marsala Florio, Liebig e Grafofoni Columbia e altri ancora.

2) Duilio Cambellotti (Roma 1876 - Roma 1960) è stato un artista, pittore, illustratore e architetto italiano. Sensibile alle esperienze

d'avanguardia (simbolismo, secessione) e alle problematiche sociali, affiancò alla scultura (bronzi, terracotte) una intensa attività come scenografo (Shakespeare, D'Annunzio, spettacoli classici a Siracusa). Si dedicò all'affresco ma, consapevole dell'attualità della grafica, privilegiò la xilografia, il cartellonismo e l'illustrazione (Dante; Le mille e una notte; Trilussa; libri per l'infanzia). Interessante anche la sua produzione nel campo della ceramica, della vetrata, dell'arredo e dell'architettura.

3) ARACA al secolo Enzo Forlivesi Montanari (Santiago del Cile 1898 - Milano 1989) è stato un artista internazionale, pittore e grafico, che ha operato in Europa e nell'America del Sud. Nel nostro Paese firmò la sua produzione con lo pseudonimo "Araca".

4) Giulio Cisari (Como 1892 - Milano 1979). Grafico e pittore italiano, si dedicò soprattutto alla realizzazione di manifesti e alla illustrazione di libri; le sue copertine, i suoi numerosi ex-libris, opere che rivelano spesso l'influsso stilistico di uno dei suoi maestri A. De Carolis, hanno dato un'impronta a buona parte dell'editoria italiana fino alla seconda guerra mondiale. Saltuariamente architetto e scenografo, ha pubblicato scritti sulla tecnica dell'incisione xilografica.

5) Virgilio Retrosi (Roma 1892 - Roma 1975). Pittore, grafico, soprattutto ceramista, studia alla Regia Accademia di Belle Arti di Roma allievo di Duilio Cambellotti che affiancherà anni dopo come insegnante. A metà degli anni Trenta abbandona la ceramica per dedicarsi quasi totalmente alla grafica pubblicitaria e alla progettazione di gioielli.

6) Francesco Vacca (Bari 1900 - Bari 1957). Pittore e occasionalmente grafico, attivo soprattutto negli anni Trenta e Quaranta con soggetti di ambito barese, paesaggi pugliesi e nature morte.

7) Fortunato Depero (Fondo, TN 1892 - Rovereto 1960) è stato un pittore, scultore, designer, illustratore, scenografo e costumista italiano. Aderente al movimento futurista, fu tra i firmatari del manifesto dell'"aeropittura" (1926) e, con E. Prampolini, tra i più vivaci rappresentanti del "secondo futurismo"; a tale corrente

artistica Depero apportò un gusto spontaneo per la battuta sapida, di carattere popolare e più precisamente radicato nel folclore dell'Alto Adige e con Balla e Prampolini studiò le applicazioni del futurismo alle "arti applicate" (tipografia, pubblicità, e, soprattutto, arazzi, cui si dedicò per venti anni). Esercitò anche con successo la scenografia.

8) Gino Boccasile (Bari 1901 - Milano 1952). Pittore e grafico, forse il più conosciuto illustratore pugliese noto soprattutto per le vivaci copertine che tra il 1937 e il 1938 disegnò per il periodico illustrato "Le grandi firme" (vi compariva immancabilmente una figura femminile dai fianchi alti e dalle gambe lunghissime, che fu chiamata appunto la signorina Grandi Firme); durante il Ventennio fu autore di cartoline di propaganda per le Forze Armate e per il Regime fascista. Aderì con convinzione alla Repubblica di Salò realizzando famosi manifesti che acclamavano alle gesta della Germania nazista e della RSI. Finita la guerra, dopo un breve periodo di detenzione, tornò a realizzare poster di pubblicità commerciale ed a illustrare libri.

9) Sono scarse le notizie biografiche su Giuseppe Lobefaro (Bari 1891 - Bari 1986) pittore dilettante si occupò di pubblicità, dell'organizzazione e dell'allestimento di eventi fieristici soprattutto in Puglia.

10) Giorgio de Chirico (Volos, Grecia, 1888 - Roma 1978). Decisamente uno dei grandi maestri del XX secolo; pittore, scultore, scrittore, grafico, studiò dapprima ad Atene, poi col fratello Andrea (Alberto Savinio) a Monaco di Baviera, a Parigi e a Firenze. Nella capitale francese incontra G. Apollinaire, M. Jacob, P. Picasso. In Italia durante il servizio militare frequenta C. Carrà, abbracciando i soggetti della pittura metafisica. Nel 1925 ritorna a Parigi sperimentando le tematiche del surrealismo mediate dalla rievocazione di motivi classici, proponendo dipinti di un realismo d'effetto d'ispirazione secentesca. Autore decisamente prolifico è stato sempre polemico nei confronti dell'arte contemporanea.

11) Domenico Delle Site, detto Mino (Lecce 1914 - Roma 1996) Pittore, grafico e scultore italiano, studia alla Scuola Statale di

Arte di Lecce, nel 1930 si trasferisce a Roma per proseguire nell'apprendimento. Aderisce alla corrente post futurista dell'Aeropittura partecipando attivamente a mostre e iniziative degli artisti futuristi. Dopo la seconda guerra mondiale è stato influenzato anche dal cubismo e dall'astrattismo. Non dimentica la sua terra natale a cui dedica numerosi dipinti e opere grafiche.

Bibliografia

CIMORELLI Dario, ROFFI Stefano (2017), Pubblicità. *La nascita della comunicazione moderna*, Silvana Ed., Milano.

MARSANO Beba (2005), Manifesti. *Grafica e pubblicità*, Electa, Milano.

MAZZA Marta (a cura), (2017), *Illustri persuasori tra le due guerre. Manifesti dalla collezione Salce*, Silvana Ed., Milano.

OTTAVIANI Lorenzo (2008), *Travel Italia - L'età d'oro del manifesto turistico*, L'Ippocampo, Milano.

PRIATORE Giuseppe (1989), *Grafica pubblicitaria in Italia negli anni Trenta*, Cantini Ed., Firenze.

SCALZO Marcello (2020), *Riflessioni sulla grafica pubblicitaria francese nella prima metà del XX secolo in Linguaggi grafici. Illustrazione*, Publica, Alghero.

SCALZO Marcello (2023), *L'Italia sui muri. Località e città italiane nei manifesti turistici tra primo e secondo dopoguerra*, in *Atti del Convegno IMG 2023*, L'Aquila.

WEILL Alan (1994), *L'Affiche de Tourisme dans le Monde*, France Loisirs, Paris.

VILLARI Anna, CIMORELLI Dario (a cura), (2010), *Manifesti - Posters. Viaggio in Italia attraverso la pubblicità 1895-1960*, Silvana Editoriale, Milano.