



**Lucio Venna e il Carnevale di Viareggio
Bozzetti inediti e affiches (1925 – 1928)**

Intorno al 1910 Leonetto Cappiello disegna alcuni cartelloni, svincolati formalmente dagli stilemi francesi *belle époque* di Lautrec o Chéret, che introducono inediti assetti strutturali e linguistici nella storia della pubblicità. Vengono subito in mente, a tal proposito, il manifesto del *Thermogène* con il *pierrot* sputafiamme e quello per il *vermouth* con la zebra della *Cinzano*, che tuttavia si modulano ancora sulla *malie* grafiche dell'immagine *passee-partout* – tanto cara all'artista – utilizzata come supporto generico, e pur suggestiva e talentosa, da abbinare al prodotto reclamizzato.

Più tardi, la lezione delle avanguardie del Novecento interverrà a *ripulire* ulteriormente le fiacche flessuosità *liberty* e gli orpelli decorativi inglobando scansioni e asprezze formali di taglio cubista, futurista e dadaista. L'evidenza di un tale processo di *contaminazione* si palesa, grosso modo, a partire dai primi anni Venti e investe artisti italiani ed europei come Sepo o Depero, Rodchenko o Cassandre. In Italia, oltre il singolare magistero imposto anche in Europa da Cappiello, una nutrita schiera di pittori-cartellonisti come Nizzoli, Carboni, Venna, Seneca, Araca, ecc., e i già citati Sepo e Depero (e si includano alcuni esiti di Dudovich, Mauzan, Nomellini e Codognato, spesso ostinati a perseguire modelli passatisti), evidenzia nelle loro *creazioni* una nuova interazione fra prodotto artistico e committenza facendo leva, appunto, su riferimenti linguistico-formali desunti dalle avanguardie.

Questa nuova condizione del panorama cartellonistico italiano di quegli anni, che sembra privilegiare le istanze futuriste o comunque cubo-futuriste, dispiega una variegata produzione che compete – e spesso supera – quella di altri paesi europei.

Il movimento futurista e il relativo groviglio culturale, fitti di aspettative e progetti interdisciplinari, si proponevano come un ricco ed esplosivo contenitore ideale e formale per la rinnovata grancassa pubblicitaria. Non è un caso che lo stesso Boccioni, al di là di qualche prova cartellonistica¹, rilevasse nel suo *Pittura Scultura Futuriste* alcune scoppiettanti pertinenze con il mondo della *réclame* e le sue correlazioni metropolitane: «*Le affiches gialle, rosse, verdi, le grandi lettere nere bianche e bleu, le insegne sfacciate e grottesche dei negozi, dei bazar, delle "LIQUIDAZIONI", gli smaglianti waterclosets degli tziganes tra le luci e le belle prostitute, ecco ciò che ci ispira e ci affascina*» (1914).

In un simile contesto anche la stagione futurista di Lucio Venna si allinea emblematicamente agli assunti boccioniani o a quelli più esasperati e multiformi del demiurgo Marinetti.

Chi voglia riannodare i fili del mestiere pubblicitario di Venna, dopo i malumori e le delusioni della militanza alla seconda ondata del Futurismo (e come non comprendere l'abbandono dell'artista, avvilito dalla frantumazione avanguardista e dalle *fughe* verso *Valori Plastici*, malgrado le patetiche e goffe dilatazioni futuriste che Marinetti volle prolungare fino al '40), troverà nessi e implicazioni disseminati, qua e là, nel dirompende tragitto degli anni più eccitanti e gloriosi .

Il banco di prova di questo processo artistico-operativo si evidenzia già con le *tavole parolibere* e la relativa *oggettivazione* iconografica espressa attraverso un complesso ordito di segni tipografici e tramite quell'assillo per la sintesi geometrica (quest'ultima perseguita, ostinatamente, in tutta l'opera venniana), in qualche saltuaria copertina (*Inchiesta sulla vita italiana* di Settimelli, 1919; *Un ventre di donna. Romanzo chirurgico* di Marinetti e Robert Enif, sempre del '19) o nelle grottesche illustrazioni del 1920 per *La testa di ferro* che anticipano locandine e manifesti di accattivante ironia².

Su questo tracciato si sviluppa anche l'impegno triennale dell'artista per il *Carnevale di Viareggio* (1926-1928), qualche anno prima del *Burlamacco* e delle *affiches* di Uberto Bonetti che, dal '31 in poi, imporranno una sorta di *monopolio* grafico alla manifestazione versiliese.

Va ricordato, peraltro, che il rapporto di Venna con Viareggio include i lavori per la prima e seconda *Mostra della réclame* (1928 e '29) e il bozzetto per il carro *Stenterello al Carnevale* del '34, patrocinato e finanziato dal *Dopolavoro Provinciale Fiorentino* (fig. 1).

Ma per tornare al carnevale viareggino e all'opera di Lucio Venna (e per quegli anni sorprende anzitutto la variegata produzione pubblicitaria che investe molteplici stampati: dai manifesti alle locandine, dalle cartoline alle riviste, dagli spartiti musicali ai francobolli chiudilettera) l'esordio avviene con l'aggiudicazione del secondo concorso della manifestazione nel 1926. (Alle spalle dell'artista ci sono appena quattro anni di lavoro pubblicitario ma la militanza futurista e il mestiere di pittore, nonché la relativa vocazione alla sintesi grafica, lo vedono già protagonista permettendogli di superare con agilità il periodo del *tirocinio*. Tra il 1922 e il '26 la produzione cartellonistica si è notevolmente intensificata e comprende una serie di manifesti e lavori più minuti ormai stilisticamente significativi. Negli anni 1925-26 compaiono sui muri italiani le prime *affiches* dello *Studio*

¹ Di Boccioni sono noti il *Manifesto per l'esposizione di pittura e scultura a Brunate* (1909), *Helvetia* (s.d.) o le copertine per la rivista *Touring* (1908). A questi lavori si possono aggiungere le note illustrazioni per l'*ACI* eseguite fra il 1904 e il 1905. La sua attività pubblicitaria resta comunque distante dal Boccioni futurista e legata al gusto *liberty*, a parte qualche suggerimento dinamico nelle auto in corsa per *Touring*.

² Il lavoro dell'artista è ampiamente documentato nei miei due volumi che trattano l'opera di Venna futurista e Venna cartellonista (*Lucio Venna – Dal secondo Futurismo al cartellone pubblicitario*, Grafis Edizioni, Casalecchio di Reno, luglio 1987; *Lucio Venna – Il siero futurista*, Bandecchi e Vivaldi, Pontedera, novembre 1998).

Venna Innocenti³ per gli ammortizzatori *Excelsior* – già di grande livello quello con il clown in motocicletta –, per le corse o i circuiti con sfreccianti e proietti automobili o con il popolare e prodigioso lucido *Solerol*, quest'ultimo tuttavia ricavato da modelli desunti da Capiello e Mauzan⁴).

Il manifesto stampato nel 1926 (*fig. 2*) riannoda su quella lavagna di atramento, che Capiello aveva introdotto e diffuso fino dagli anni Dieci⁵, la memoria della militanza futurista per la sintesi grafico-geometrica e la serrata narrazione del messaggio mediale (un *pierrot* sulla barca-chitarra con la vela gonfiata a mezzaluna sul mare di stelle filanti). È facile desumere dall'asciutto contesto iconografico – nonché cromatico – il duplice incastro narrativo che tramuta i riferimenti convenzionali di un *reale* marino (il navigante, la barca, la vela, le onde del mare: Viareggio, dunque) con quelli allegorici del carnevale (la maschera del *pierrot* che canta rivolto alla luna, ritto sulla chitarra lambita e spinta dalle stelle filanti).

Per questo lavoro e il relativo corredo pubblicitario – suscettibile di piccole varianti nelle locandine, sugli spartiti musicali o sulla copertina della rivista *Viareggio in Maschera* – una serie di appunti a grafite o pastello mostrano, in parte, il percorso creativo dell'artista che insiste sull'*idea-forza* di un progetto *in fieri*, via via aggiustato lentamente sulla pagina.

La successione ipotetica di questo sviluppo formale, confluito poi nella stesura definitiva del manifesto, sembrerebbe avviarsi – almeno da questi fogli a volte tracciati con veloci grafie – dal disegno con il singolo *pierrot* visto di fronte (*fig. 3*), subito corretto dal motivo ritmato con le tre figure parzialmente sovrapposte e ricorrente in altri lavori dell'artista (*fig. 4*)⁶. Il ripensamento successivo riduce a due le figurine del progetto (*fig. 5*) per poi insistere risolutamente sul *pierrot* di spalle che confluirà nella versione definitiva (*fig. 6*) come evidenzia il bozzetto più *finito* – firmato – con la scritta *Carnevale di Viareggio* e lo stilema greco dell'onda (*fig. 7*).

Di una certa convinzione progettuale, e senza dubbio più vicina alla sintassi futurista, appare l'idea del disegno con la scritta che si compenetra con il motivo delle linee fluttuanti a suggerire il movimento delle onde, ma che tuttavia non ricompare negli stampati della manifestazione viareggina (*fig. 8*).

A questi pochi fogli di appunti (e non sappiamo la sorte di altri bozzetti più complessi senz'altro eseguiti), tutti databili al '25 come, del resto, la stesura del manifesto compiuto⁷, si aggiungono tre studi per la locandina del '27.

I tre volti appena tracciati da un fievole ma sicuro segno di matita che mostrano almeno nella figura centrale inequivocabili sembianze femminili (*fig. 9*) si definiscono con più certezza e vigore grafico nel disegno con i copricapi conici (*fig. 10*). Ma le fattezze aggraziate, pur mantenendo e accentuando i conici aguzzi, virano bruscamente verso sembianze maschili e grotteschi che delineano, almeno nell'idea, il progetto litografico dell'*affiche* finale giocata sui bianchi delle tre sagome a *sfondare* il nero appena modulato da cromie grigio-azzurrognole (*figg. 11, 12*).

³ Lo *Studio Venna Innocenti* inizia la sua attività nel 1922 in Borgo Albizi, a Firenze. Il *creativo* è, naturalmente, Lucio Venna che nel 1928 cesserà la collaborazione con Innocenti per aprire, da solo, un nuovo studio a Firenze.

⁴ In casi rarissimi – come il *Solerol*, appunto – Lucio Venna sembra dimenticare la lezione futurista per restare imbrigliato in schemi pubblicitari che non gli appartengono.

⁵ La diffusione del fondo nero, avviata da Capiello per accentuare la visibilità delle sue *affiches*, divenne un modello per tutti i cartellonisti. Sul finire degli anni Venti si riprese a colorare le campiture dei manifesti per interrompere una moda eccessivamente diffusa che spesso impediva di riconoscere prodotti reclamizzati e autori.

⁶ Lo schema compositivo a tre elementi, a volte sagomati, si ritrova in diversi esiti dell'artista. Si vedano, a questo proposito, oltre ai lavori per il *Carnevale di Viareggio* (1925-1928), i manifesti *L'Impero* (1925), *VII Coppa Montenero* (1927), *IV Circuito della Spezia* (1927), *IV Cuneo Colle della Maddalena* (1930), *Estate livornese* (1932). Questo modulo formale compare, forse per la prima volta, nella *réclame* per *Maga* di Sepo e nel bozzetto per le sigarette *Régie Français* (1923), quest'ultimo stampato nel '28. I due artisti si conoscevano bene ma non credo che il *prototipo*, quasi episodico, di Sepo sia da considerarsi come un riferimento per Venna e la relativa insistenza formale delle sue *affiches*. È più probabile che la ripetizione iconografica appartenga al repertorio futurista e a quel desiderio ideale di intensificare un certo dinamismo compositivo.

⁷ È evidente che il progetto anticipa di un anno la data stampata sul manifesto. Il marchio con l'*omino* e la grancassa *Creazioni Venna* che compare sul cartellone per il carnevale del 1926 mostra la data 1925.

Il concorso per il manifesto viene aggiudicato a Virginio Bianchi e Lucio Venna, probabilmente, supporta l'edizione del 1927 con contributi di contorno e dei quali conosciamo – salvo altre indicazioni – soltanto il *cartoncino* con le tre maschere dalle smorfie grottesche.

Un terzo gruppo di appunti ci riferisce alcuni passaggi progettuali poi abbandonati ed altri invece finitimi alla stesura definitiva del manifesto del 1928 e alle varianti litografiche delle locandine, cartoline, francobolli chiudilettera, ecc.

Due bozzetti eseguiti ad inchiostro (dall'utilizzo ignoto o forse sospeso) su carta color azzurro con due figure in maschera. Il primo dalle tracce filiformi di penna (*fig. 13*) e l'altro, più complesso graficamente, con campiture e geometrie che ricordano scansioni e ritmi del secondo Futurismo e che attraversano l'opera grafica di molti autori da Depero a Prampolini (*fig. 14*).

Ancora sulle carte azzurrognole tre disegni a pastello che sembrano assemblare il motivo della vela disegnata nel manifesto del '26 e quello degli *omini* sagomati con il megafono del cartellone edito nel '28 (*figg. 15, 16, 17*). La cronologia di questi lavori appare incerta ma se dovessimo tener conto della firma, in qualche modo allusiva ad un sigillo su un'idea sostanzialmente perseguibile, che compare sul progetto con la vela srotolata come un cartiglio⁸ – dal terminale a megafono – e la scritta sottostante si potrebbe individuare in questo bozzetto la conclusione progettuale. L'ipotesi è del resto plausibile se consideriamo che la struttura compositiva giocata in gran parte sulla semplice vela avrebbe rimandato immediatamente al vecchio motivo con il *pierrot*. Ma Venna abbandona questo percorso iconografico espungendo dal contesto la sagoma con il megafono per moltiplicarla e trasferirla nell'esecuzione conclusiva imbastita su un altro gruppo di appunti.

Si tratta di tre fogli che mostrano già le sagome⁹ triplicate a braccetto ma ancora suscettibili di ripensamenti. Anche in questo caso mancano le tessere terminali dei bozzetti più evoluti formalmente, e l'uso delle *veline*¹⁰ attesta un procedere incalzante per tentativi e aggiustamenti che indicano la lentezza dei percorsi di avvicinamento all'idea compiuta. Ma il progetto mentale perseguito sembra quasi a portata di mano, prossimo alla conclusione.

Lo schema compositivo, o comunque l'assetto delle tre figure, pare quasi definito nel disegno a grafite (*fig. 18*) e ulteriormente rinvigorito con le prime annotazioni cromatiche (*fig. 19*). L'approssimazione progettuale si riduce ancora nel terzo bozzetto eliminando orpelli decorativi come le stelle pettorali o i bottoni sulle sagome. Non è un caso che la firma dell'autore compaia sul foglio quasi ad attestare un convincimento strutturale e cromatico pressoché finale (*fig. 20*). Altri passaggi creativi muoveranno le braccia delle figure laterali fino a impugnare dei chiassosi megafoni o muteranno il *bleu* del musicante con la grancassa in un minaccioso nero (e l'icona con l'assordante *omino* appare come un motivo ricorrente nell'opera dell'artista, *figg. 21, 22*). Il manifesto stampato nel '28 (*fig. 23*) è certamente il lavoro più prestigioso di Venna per il *Carnevale di Viareggio*. Qui, la sintesi geometrica dell'impianto iconografico, l'incedere ritmato e la suggestione dinamica delle figure e quella più fragorosa espansa dalla grancassa e dai megafoni, le calibrate e scattanti cromie, l'utilizzo dei bianchi a *sfondare*, il sincronismo fra costruito formale e azione rimandano inevitabilmente al lessico futurista.

Con questi lavori si conclude la collaborazione dell'artista con il *Carnevale* pur rimanendo socchiusa quella con la città di Viareggio.

⁸ L'idea di questo disegno finirà poi nell'*omino-cartiglio-spartito musicale* del bozzetto per il *Maggio Musicale Fiorentino* (1930 ?).

⁹ L'uso delle *sagome*, quasi fossero disegnate con le forbici, è un altro elemento che connota molti lavori pubblicitari di Lucio Venna. Anche per questo aspetto formale si potrebbero fare dei confronti con alcuni risultati coevi di Sepo.

¹⁰ Questo procedimento esecutivo verrà mantenuto dall'artista anche dopo l'esperienza cartellonistica. La corposa e magistrale produzione litografica, concentrata fra il 1960 e il 1974 (anno della sua scomparsa), è ricca di fogli (tuttora in gran parte inediti) che comprovano un simile processo operativo.

E sono appunto i disegni preparatori per la prima *Mostra della réclame*, 1928 (fig. 24) che legano ancora l'artista alla realtà viareggina.

Di nuovo una triplice icona – quasi espunta da un girotondo fanciullesco ritagliato con le forbici – risolta con delle ancore antropomorfe stampigliate sulla bandiera a suggerire il tricolore. E poi le stelline contrapposte cromaticamente e utilizzate come terminali delle i nei caratteri tipografici che compongono la tortuosa scritta *Viareggio* (fig. 25). Ma la memoria del manifesto edito in occasione del *Carnevale* riconduce l'artista all'invenzione del megafono che subito ricompare sull'*omino* sagomato in forma d'ancora e che sbandiera il tricolore a cavallo di un'onda stilizzata (fig. 26). La stella – recuperata dal bozzetto con il cartiglio – salta sul megafono e la bandiera muta la sua inclinazione: il progetto si definisce ulteriormente in rapida successione sulla carta azzurra, dove l'inchiostro nero modella la composizione ormai prossima all'esito conclusivo confermato anche dalla consuetudine della firma (fig. 27). Il confronto con l'immagine stampata evidenzia altri ripensamenti, come la stella sovrapposta alla nera caverna imbutiforme – ora sorretta dal braccio allungato dell'*omino-àncora* – la duplicazione dell'onda o l'abbandono dell'incastro *futurista* della scritta sottostante, che intervengono ad esaltare sintesi e valenze espressive della *réclame*.

Infine due fogli (figg. 28, 29) che rimandano all'ottica dell'*areopittura* (eppure espulsa dal lessico della sua stagione futurista) con un volo sull'arenile dove si avvita un gruppo di ombrelloni; e qualche ombra pare addensarsi in quei velivoli immaginati festosi ma che prefigurano, invece, quasi una squadriglia minacciosa di *Stukas*. Quello in primo piano finirà, nel 1931, sulla copertina della rivista *Gransport*.

Anche da queste prove per Viareggio, a volte appena tracciate o comunque *in fieri*, è possibile riordinare la trama progettuale del percorso creativo e delle implicazioni artistico-culturali che si raggrupparono a sorreggere il linguaggio di Lucio Venna. Un linguaggio a volte secco e insieme polisemico per gli assetti geometrici o le sintesi grafiche dalle piatte cromie; per quella efficace suggestione *oggettivante* – icastica e impellente al gioioso *tranello* pubblicitario delle nostre rétine –; per quelle memorie sedimentate e mai rifuggite della gloriosa stagione futurista e cubo-futurista anche qui ravvisabili. Ma chi volesse scorrere tutto l'itinerario cartellonistico di Venna – e non solo questo – pur immiserito dagli sgarbi del tempo, dall'incuria o dalle contingenze giovanili¹¹, troverebbe spunti e occasioni di vertice in quel superbo reticolo d'invenzioni pubblicitarie intessuto, in gran parte in Italia, negli anni Venti e Trenta e spesso contrassegnato dall'inarrivabile Sepo. Che poi il segno creativo di Lucio Venna trovi, qua e là, elementi linguistici e coincidenze di dipendenza o proposizione¹² in quel reticolo cartellonistico appena detto è nella consuetudine di qualsiasi vicenda artistica ed esistenziale. Ma dal percorso creativo di questo autore a noi compete rilevarne i segni autentici, la serrata lezione formale, il rigore compositivo; o la sintesi geometrica, le icastiche figurazioni, la gioiosa ironia delle invenzioni antropomorfe, le misurate e scattanti cromie o il gioco sapiente degli *sfondamenti* sulle scansioni spaziali.

¹¹ Nonostante la rilevante produzione pubblicitaria conosciuta esistono molti lavori editi tuttora introvabili. La stessa cosa avviene per i bozzetti *finiti* o gli appunti. Con il passare degli anni sono venuti alla luce vari stampati e bozzetti dispersi, qua e là, in collezioni private di cui spesso si perdono le tracce. L'artista che, negli anni Cinquanta e Sessanta, aveva cominciato a recuperare una serie di lavori riordinandoli in cartelle si rammaricava delle numerose lacune. In un appunto autografo di questi fogli (1965) aveva ricostruito il manifesto per il *Carnevale di Viareggio 1926* aggiungendovi la parola *introvabile*. Durante la seconda guerra mondiale anche un bombardamento aveva contribuito a sfolire lavori e documenti. E questo era avvenuto, per l'incuria giovanile dell'artista, anche con la produzione futurista oggi, purtroppo, molto striminzita. (Si veda, sull'argomento, il volume *Lucio Venna – Il siero Futurista*, Bandedechi & Vivaldi, Pontedera, novembre 1998).

¹² In questo gioco di confluenze sono evidenti nell'opera di Venna certi moduli formali e *prototipi* di Cappelletto o Sepo. D'altra parte alcune intuizioni o modelli sono finiti nei cartelloni di altri artisti. Si pensi ad esempio alla lunga corsa dell' *omino-grancassa* del '22 che Venna modulerà nel manifesto per il *Carnevale di Viareggio 1928* (1927) e poi nel nuovo marchio autopromozionale *Venna-Nuove Creazioni* (1928) e che comparirà riadattato, poco dopo, in Dudovich (*La Rinascente-strenne e giocattoli*), Seneca (*Il Lavoro Fascista*) e molto più tardi nella miscela *Ecco* (1960) di Erberto Carboni. E per restare nell'ambito del carnevale viareggino si confronti il manifesto di Siro con la maschera che cavalca un pesce (1930), mutuato, palesemente, da quello di Venna per il *Veglionissimo della stampa* (1927).

C'è semmai da aggiungere un malinconico interrogativo: con quali esiti si ricostruiranno gli archivi del nostro tempo quando le ipersofisticate *creazioni* pubblicitarie, assemblate sugli schermi del *computer* da protervi e celebrati *designer*, entreranno, alfine sedimentate, a far parte della storia o dei musei e dovranno misurarsi con quelle di un'eroica stagione ormai consumata?

tratto da *Lucio Venna e il Carnevale di Viareggio*
Bozzetti inediti e affiches (1925 – 1928)
maria pacini fazzi editore
Pisa, novembre 2004

