

Lezione 5

16 aprile 2021

LONDON UNDERGROUND E MODERNISMI

1908 → Frank Pick. Publicity Manager London Underground

Alcuni degli altri referenti aziendali → figure degli intellettuali che gravitano intorno alle aziende di riferimento.

Si può dire che Pick è il precursore di questa figura. Nella London Underground il sistema di immagini è quello del famoso bull's-eye → grande innovazione. Pick fa disegnare il carattere "Underground" da Johnston. Un altro punto nodale è la mappa sintetica di Beck che lascia soltanto il fiume Tamigi come elemento geografico, con un sistema di linee che rappresentano la metro e le fermate.

Alcuni referenti aziendali (operatori culturali) dei progettisti italiani



Renato Zveterevich (1893-1951)



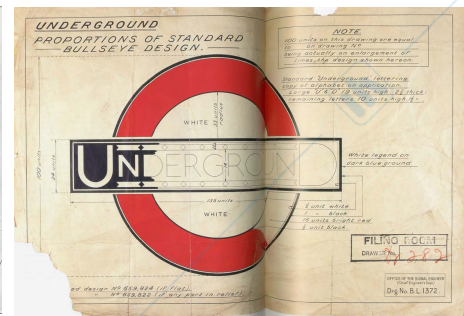
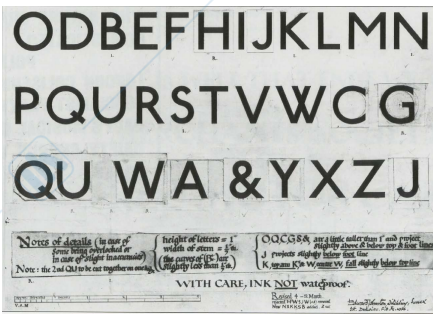
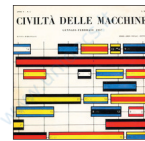
Leonardo Sinisgalli (1908-1981)



Renzo Zorzi (1921-2010)



Arrigo Castellani (1908-1968)

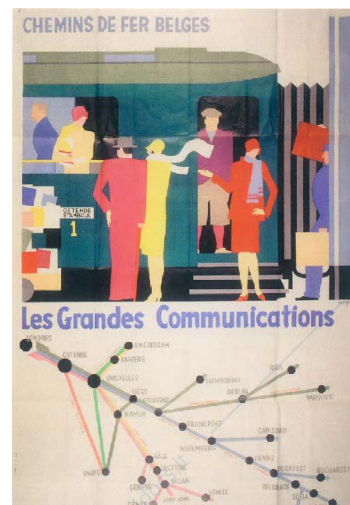


1918/19 Edward Johnston Underground Bullseye

I manifesti sono ancora in stile Art Deco → c'è una parte descrittiva/figurativa e una parte astratta dedicata alla linee ferroviarie.



1931-33 Henry C. Beck mappa per la London Underground

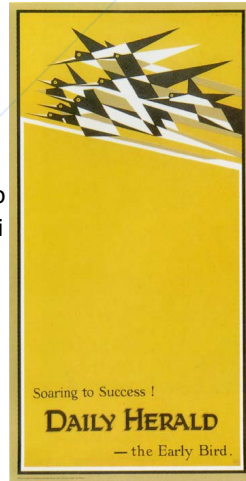


1929 Leo Marfurt Chemins de Fer Belges

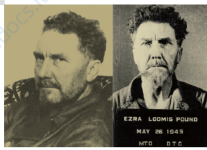
E. McKnight Kauffer

In questo contesto si inserisce la figura dell'americano McKnight Kauffer. Prima di arrivare in Inghilterra fa tappa in Francia dove assimila l'influenza del cubismo. In Inghilterra a livello di grafica applica il filone vorticista derivante dall'Italia. Infatti vediamo nel manifesto per il *Daily Herald* una sintesi visiva di quel tipo di linguaggio. Il lavoro sostanziale per la London Underground con Pick sarà quello di sviluppare una serie di manifesti, sperimentando con il linguaggio astratto e sintetico.

1919 E. McKnight Kauffer manifesto "Flight" per Daily Herald



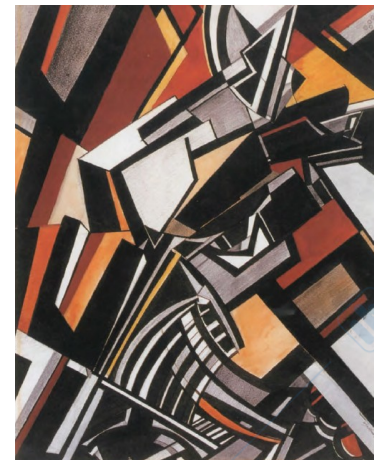
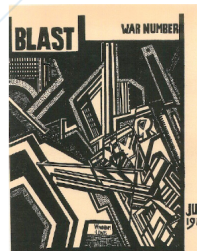
1922 E. McKnight Kauffer manifesto per London Underground



Ezra Pound (1885-1972)



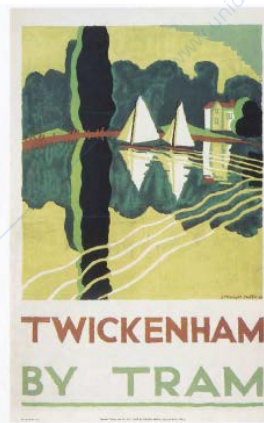
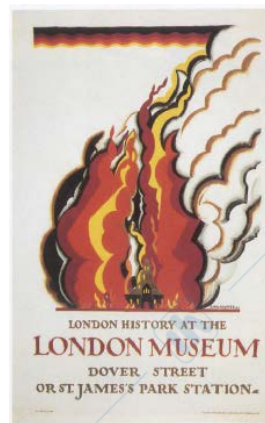
Wyndham Lewis (1882-1957)



1914/1915 Blast (rivista del movimento artistico inglese Vorticism) curata da Ezra Pound e Wyndham Lewis.

1913 Wyndham Lewis composizione penna acquerello e matita su carta 26,7 x 34,3 cm

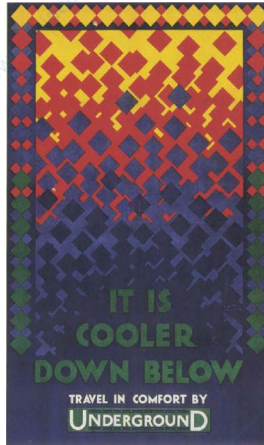
Con il movimento Vorticista cura la rivista *Blast*



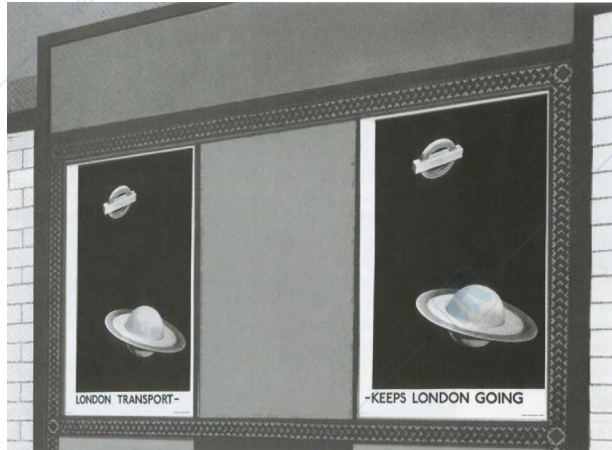
1922-24 E. McKnight Kauffer manifesti per London Transport

I manifesti di Kauffer raccontano anche eventi reali come l'incendio al London Museum.

Un altro progettista che collabora con la London Underground è Austin Cooper. I suoi manifesti sono completamente astratti e lavorano sulle sinestesie visive che attraverso il colore rendono il senso di caldo e freddo.



1924 Austin Cooper manifesti per London Underground



1932 Man Ray manifesti per London Underground

Anche Man Ray fa manifesti per la London Underground.

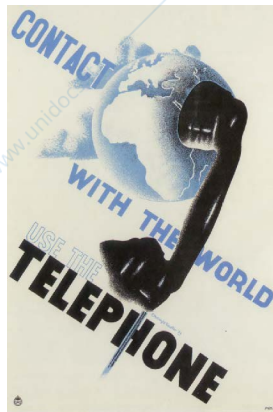


1929 Edward McKnight Kauffer (manifesto) International Aero Exhibition



1929 Edward McKnight Kauffer manifesto per Shell-Mex and BP

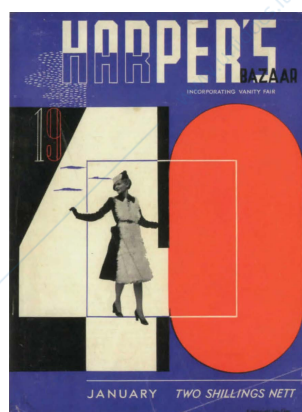
Kauffer ha anche una committenza da Shell, per la quale cura una serie di campagne tra cui vediamo manifesti per mostre. In questi manifesti inizia a riferirsi a una categoria di persone. In un esempio possiamo rivedere che si riferisce ai "maghi", agli "attori" ecc...



1934 E. McKnight Kauffer manifesto Contact with the world



Edward McKnight Kauffer sovraccoperta Ed. Hogarth Press (1935)

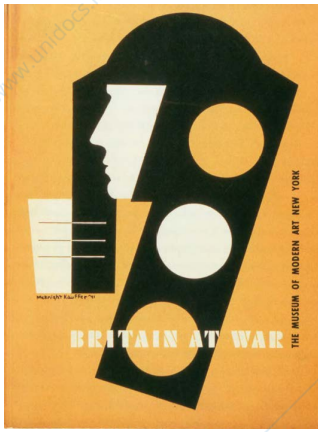


1940 Edward McKnight Kauffer copertina Harper's Bazaar

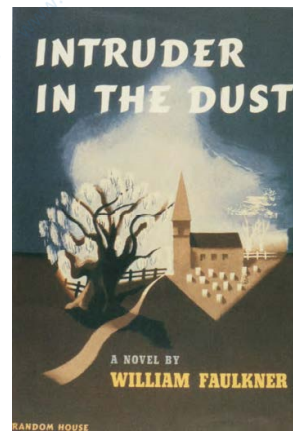
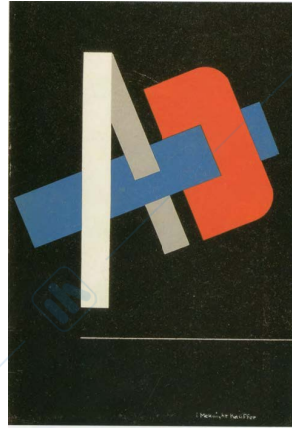
Altre committenze sono quelle legate ai sistemi di comunicazione, come la pubblicità per il telefono.

Lavora anche nella grafica editoriale e possiamo notare dei parallelismi con Paul Rand. Grafica moderna → uso della fotografia e del fondo colorato. Gli strumenti di Kauffman però sono ancora gli strumenti classici del pittore, come l'aerografo.

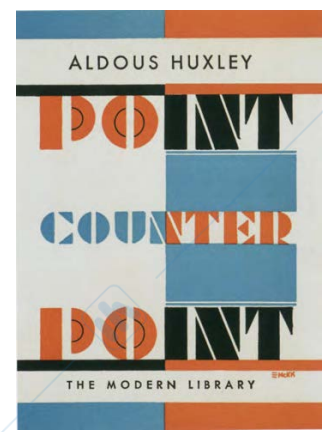
Produce anche copertine per la rivista *Harper's Bazaar*.



1941 Edward McKnight Kauffer catalogo del Museum of Modern Art New York e copertina di A-D Publishing Co.



Edward McKnight Kauffer, sovraccoperte per Ed. Random House (1948) -Ed. Modern Library (1951)



Cura un catalogo per il MoMA in parallelo con anche la copertina per la rivista **A-D Publishing** → AD sta per Art Director (anche qui come in Italia abbiamo il parallelo tra gallerie e riviste → Galleria del Milione – Campo Grafico)

Altre copertine in cui passa da linguaggi quasi figurativi-pittorici a linguaggi astratti (con anche influenza Bauhaus).



1946/1953 Edward McKnight Kauffer, manifesti per American Airlines

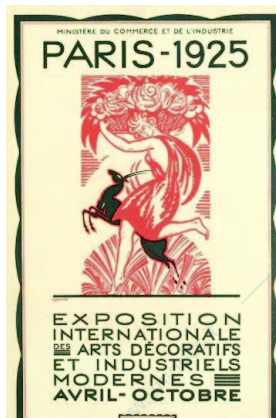


1947 Edward McKnight Kauffer, manifesto per New York Subway Advertising Company

Collaborazioni di Kauffer con American Airlines → soluzioni grafiche-sintetiche, con protagoniste le grandi città.

MODERNISMO IN FRANCIA

la grande esposizione del '25 pone fine al conte,sto dell'Art Deco. Quindi si chiude quando Le Corbusier presenta il padiglione dell'Esprit nouveau. Fino al '25 abbiamo la rivista *L'Esprit Nouveau* e i rappresentanti del movimento Purista francese: Paul Dermée, le Corbusier e Amédée Ozenfant.



1925 > Locandine di Robert Bonfils e di Charles Loupat



1920 A. Ozenfant Guitar and bottles

Da un lato abbiamo locandine in stile Art Deco, dall'altro lato Ozenfant realizza sintetizzazioni estremi.

I "moschettieri" del cartellonismo francese (*l'art de la rue*)



A.M. Cassandre
(1901-1968)



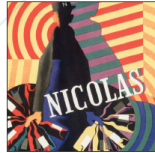
Jean Carlu
(1900-1997)



Paul Colin
(1892-1985)



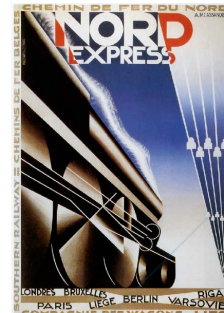
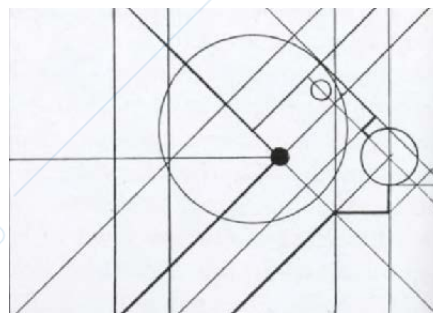
Charles Loupot
(1892-1962)



Art de la rue perché le affissioni prendono un'intera parete in strada come una sorta di quinte scenografiche, infatti lo stesso Cassandre si applicherà anche alle scenografie teatrali → le sperimentazioni all'interno del teatro diventano sperimentazioni nello spazio. In questo caso è ancora uno spazio urbano che viene allestito.

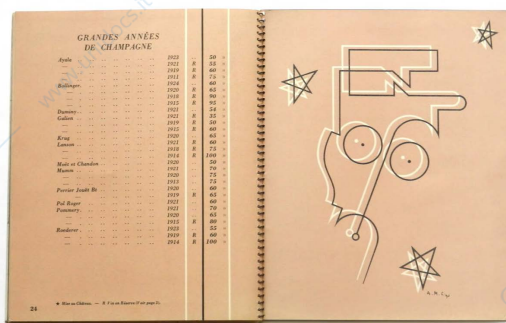


1925 **A. M. Cassandre** manifesto e struttura per il giornale L'intransigeant

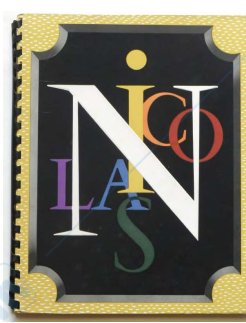


1927 **A. M. Cassandre** manifesto Nord Express

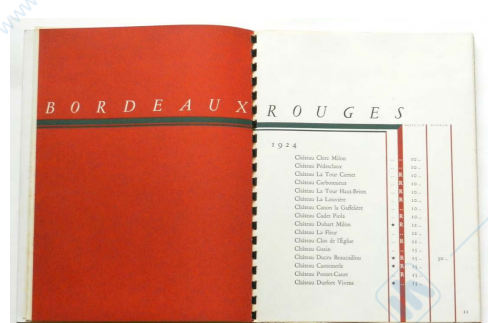
Anche l'impatto dei manifesti è scenografico. Cassandre fa un lavoro di geometrizzazione e di punti prospettici differenti sui suoi manifesti.



1931 **A.M. Cassandre** Catalogo Nicolas



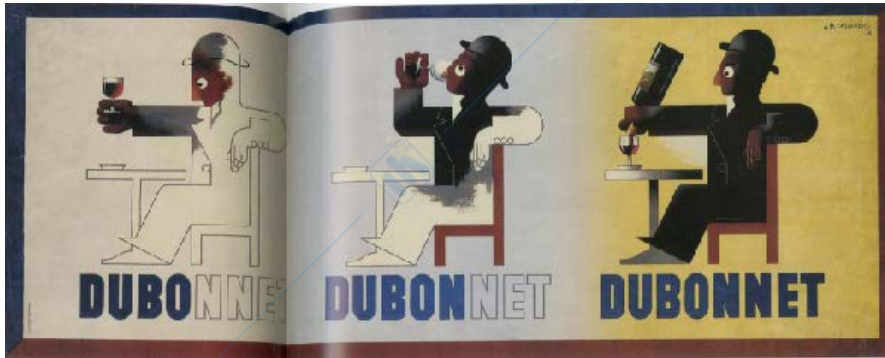
1936 **A.M. Cassandre** catalogo Nicolas



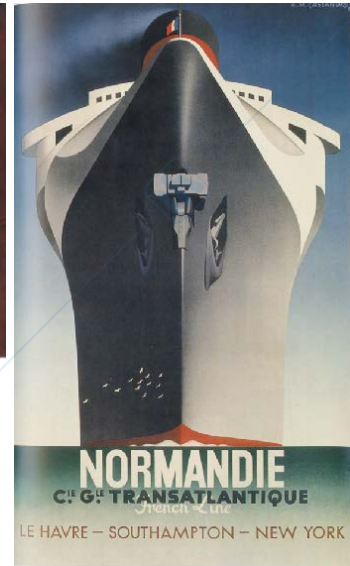
Cassandre crea anche cataloghi di vino raffinati, lavorando sulla fustellatura, sul tipo di carta e sulla composizione tipografica, con elementi di ispirazione surrealista. Alterna composizioni tipograficamente perfette con immagini che lavorano semplicemente sulla linea.

Il manifesto più noto è Dubo Dubon Dubonnet, che lavora sul concetto del trittico, si tratta di una sequenza che ha una concezione quasi mimica.

Sistema pubblicitario per il transatlantico, che viene rappresentato dal basso verso l'alto, così come erano stati rappresentati i treni, in linea con il filone streamline americano.



1932 A. M. Cassandre manifesto Dubo Dubon Dubonnet

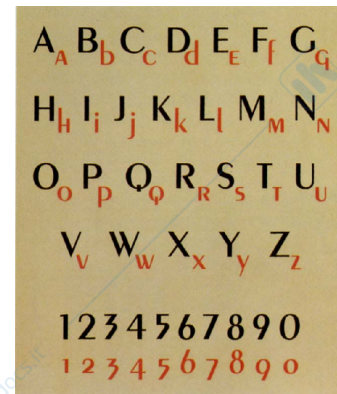


1935 A. M. Cassandre manifesto Normandie

Cassandre lavora anche sulla creazione di caratteri tipografici.

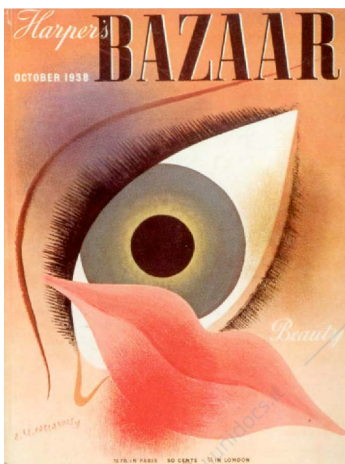


1929 A. M. Cassandre typeface Bifur
Fonderia Deberny & Peignot



1937 A. M. Cassandre typeface Peignot

Altra importante relazione con il contesto americano che consente il passaggio del filone modernista in USA è il fatto che Cassandre viene chiamato da Brodovitch per realizzare una serie di copertine per Harper's Bazaar quando lui ne è l'art director.

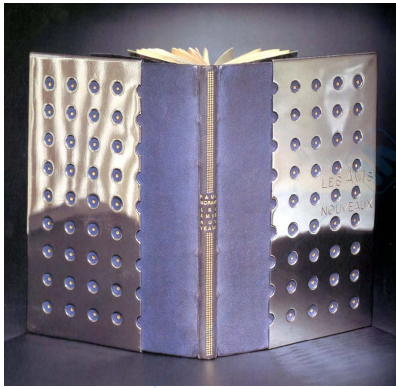


1938 A. M. Cassandre copertina Harper's Bazaar

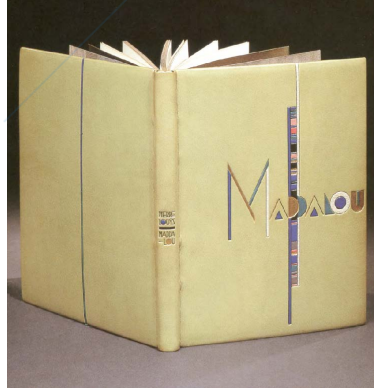


1937 A. M. Cassandre manifesto Ford V8 - 594 x 294 cm

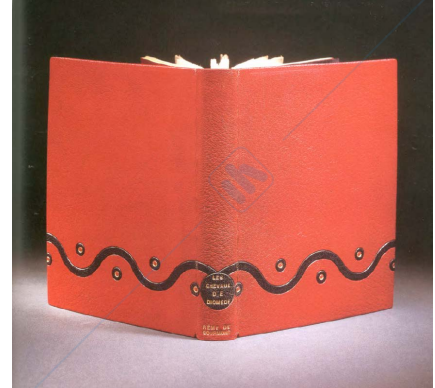
Sebbene i suoi lavori sulla geometrizzazione delle forme, la tecnica come per Kauffer è ancora una tecnica pittorica legata al passato.



1927 **Pierre Legrain** copertina del volume Paul Morand - Les Amis nouveaux

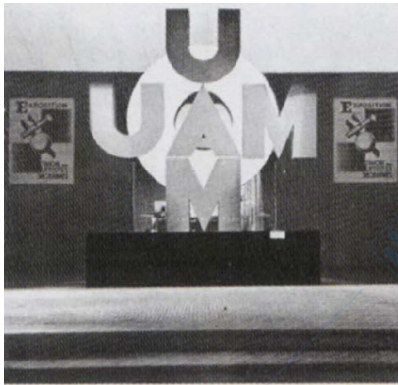


1931 **Rose Adler** copertina del volume Pierre Louys - Maddalou



1917 **Pierre Legrain** copertina del volume Remy de Gourmont - Les Chevaux de Diomède

Altro filone del contesto francese è quello della realizzazione di copertine con differenti materiali, attraverso lavoro artigianali complessi, realizzati soprattutto da Legrain.



1929 **Pierre Legrain** logo all'ingresso della mostra UAM



1931 **Jean Carlu** manifesto UAM



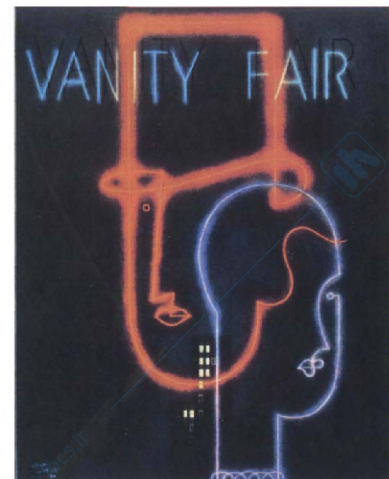
Legrain fonda il movimento UAM insieme a tanti altri come Cassandre e Le Corbusier. Il movimento farà eventi e mostre. Il manifesto e il padiglione delle esposizioni hanno un chiaro richiamo ad altri movimenti come quello del Bauhaus. All'interno del padiglione spicca un pannello con il carattere di Cassandre. La grafica quindi ha la stessa valenza dell'oggetto d'arredo, viene affiancata ad esso.



1940 **Jean Carlu** decorazione all'esposizione France at War - New York



1928 **Jean Carlu** manifesto Au Bon Marché



1930 **Jean Carlu** copertina Vanity Fair

All'inizio della guerra molti progettisti rimangono bloccati in America, tra cui Sutnar, Carlu ecc... In questo ambito Carlu si trova a lavorare per la mostra *Francia in Guerra* (ovviamente ci sono una serie di mostre dedicate al tema della guerra) ancora con il pennello a immagini illustrative.

Dopo la guerra, come abbiamo visto per La Rinascente riparte il sistema della grande produzione. Ciò ha origine dai magazzini francese Au Bon Marché.

Copertina per Vanity Fair → utilizza quello che Moholy Nagy chiama *light display outdoor*. Egli fa una distinzione tra *display outdoor* e *indoor*, afferma che si può scrivere con la luce attraverso il neon.



1932 Jean Carlu affissione per il disarmo



1942 Jean Carlu affissione per il ministero dell'informazione americano

Carlu dimostra anche un impegno politico → affissione per il disarmo, in cui prende il volto di un'attrice cinematografica, quindi abbiamo una decontestualizzazione del soggetto che viene drammatizzato.

Carlu si innesta insieme ai progettisti americani nell'ambito della produzione di grafica per il Ministero dell'Informazione Americano, che gestiva una serie di comunicazioni.



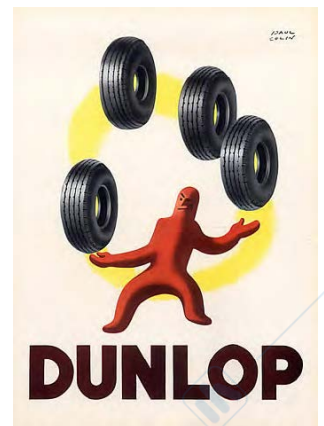
Paul Colin nel suo atelier e il manifesto
La Revue Nègre Music-hall (1928)



1935 Paul Colin manifesto Peugeot accélération



1936 Paul Colin manifesto Loterie Nationale/Grand Prix de Paris



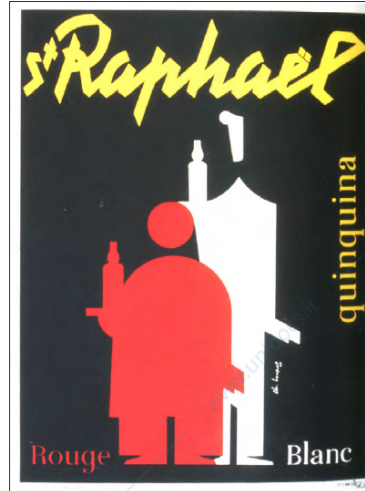
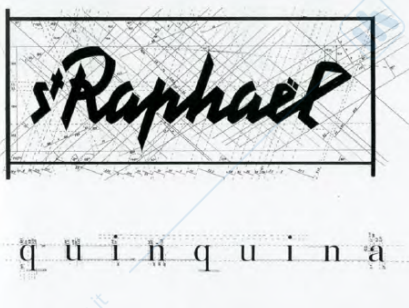
1945 Paul Colin manifesto Dunlop

Accanto alla grande rivoluzione nel contesto delle arti francesi, ci sarà l'innesto dell'arte negra. Colin ad esempio lavora a un manifesto per uno spettacolo sull'arte negra.

Anche Colin ricerca il movimento e lo fa in modo pittorico

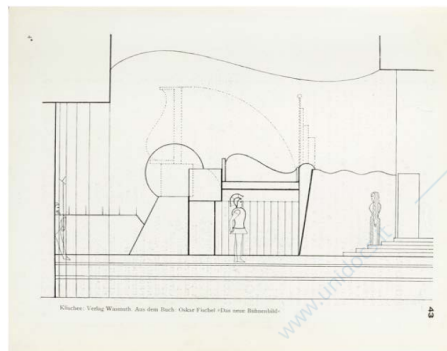
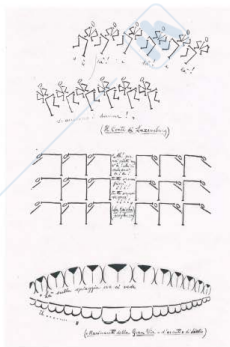
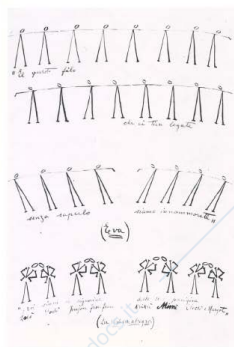
Loupot, ultimo dei 4 moschettieri lavora sulle affissioni e sul sistema del logotipo e delle sue declinazioni.

Il filone francese nel dopoguerra vede di nuovo un grande punto di svolta → nascono i club del libro, quindi luoghi specifici in cui si inizieranno a ripubblicare i libri importanti della letteratura francese e non, però pubblicandoli in edizioni che saranno da spedire via posta. Ci sono quindi una serie di pubblicazioni che consentono una ricostruzione culturale della nazione.



1947/1950 **Charles Loupot** (Atelier Loupot)
costruzione del logotipo
decorazione auto e affissione Saint Raphaël

VISIONI IN MOVIMENTO

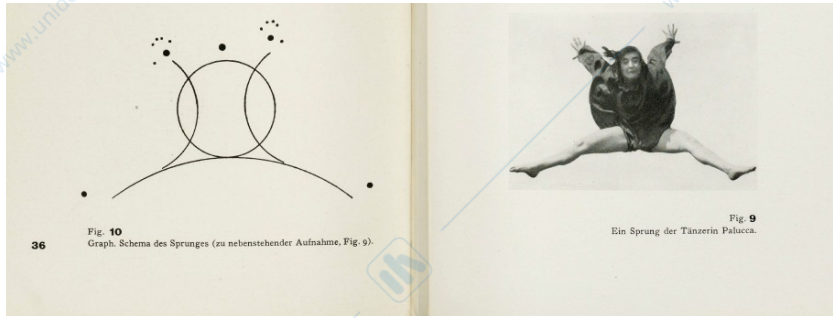


Schlemmer O., Die Bühne im Bauhaus, Langen, München, 1924

Il tema dello spazio è un grande tema per la grafica (come abbiamo visto soprattutto nel Futurismo e nel Bauhaus), che non bisogna considerare solo nella declinazione del bidimensionale, ma anche del tridimensionale.

Nel contesto francese si innestano gli eventi dei Balletti Russi di Sergej Pavlovič Djailev. Molti artisti (Picasso, Matisse...) partecipano alla realizzazione di questi eventi, con pitture in movimento, costumi, scenografie ecc... In questo contesto interagiscono movimenti che senza il teatro non avrebbero mai interagito, proprio perché il tema del movimento è trasversale a tutte le correnti.

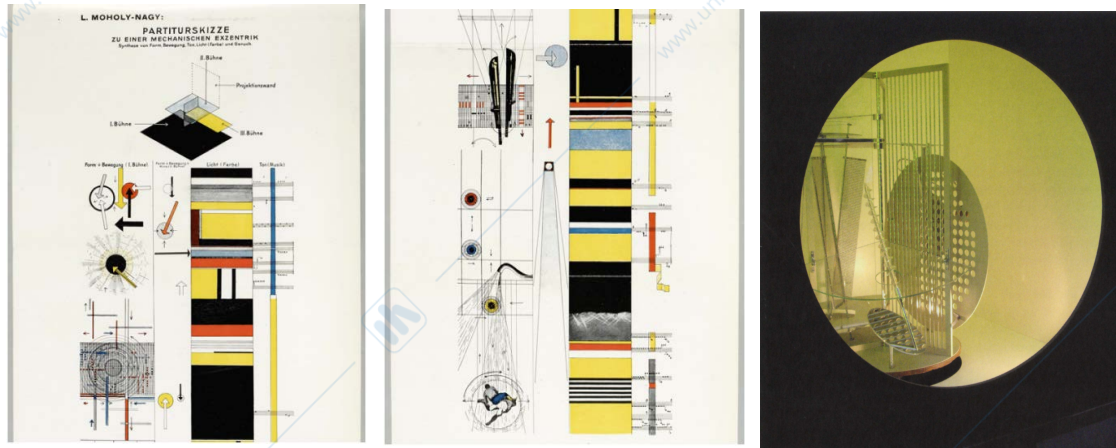
Nel Bauhausbucher di Schlemmer dedicato al teatro, insieme ad altri esempi, porta la connessione con i balletti russi.



Kandinsky W., Punkt und Linie zu Fläche: Beitrag zur Analyse der malerischen Elemente, Langen, München, 1926



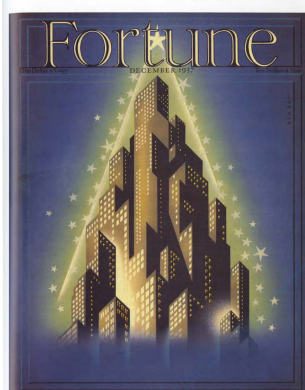
Già Kandinskij in *Punto, Linea e Superficie* ricerca il movimento, il tema della danza e lo studio sulla figura umana. Questi temi saranno approfonditi da Schlemmer → porta lo studio del movimento della figura umana e la sua irradiazione nello spazio, che saranno declinati sotto forma di costumi



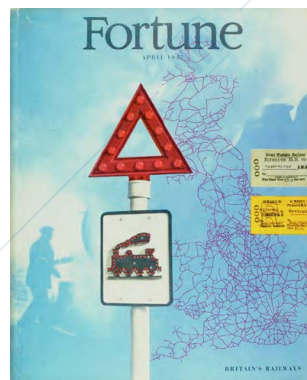
Moholy-Nagy L., Cinematic prop (1922-1930)

Il contributo di Moholy Nagy consiste in un libro sul teatro in cui in una sezione affronta il tema su come realizzare un sistema di palcoscenici, con riferimento al posizionamento e al colore della luci e delle musiche. Porta una grande innovazione evidenziando il fatto che si debba progettare non con pareti e finestre, ma con luci e suoni (indoor light). Questa ricerca la aveva già fatto nei suoi fotomontaggi in movimento. Declinerà poi questo stesso principio nei suoi cortometraggi → oggetto *Cinematic Prop*.

MOVIMENTO MODERNO IN AMERICA



1937 **J. Binder** copertina di "Fortune" di dicembre



1947 **Lester Beall** copertina "Fortune"



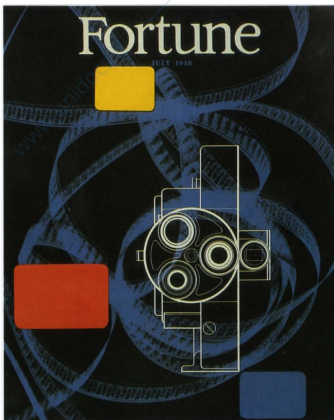
1946 **Lester Beall** impaginato "Fortune"

In America inizia ad emergere la figura dell'Art Director nelle riviste.

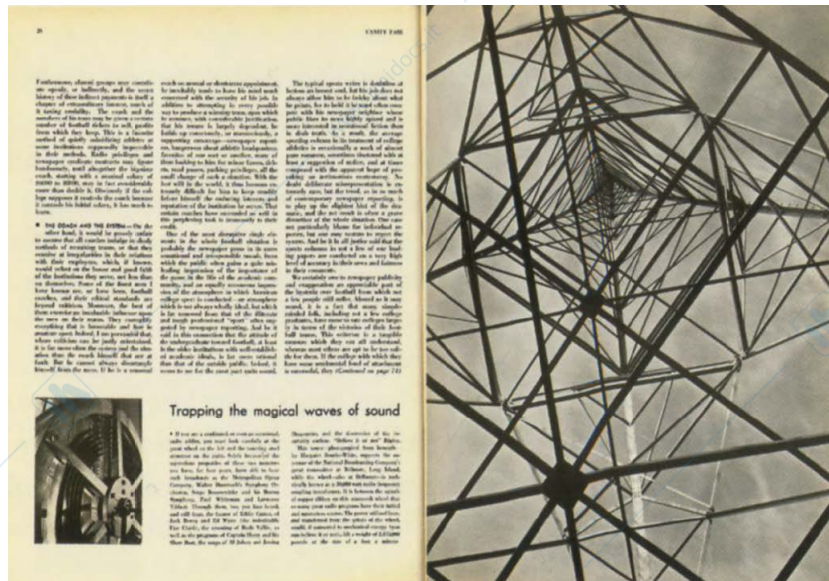
Rivista *Fortune* di Henry Luce. Inizia a collaborare con la fotografa Margaret Bourke-White → lei è un'artista che documenta le produzioni industriale dell'epoca. Le sue fotografie sono in contrapposizioni con pubblicità che sono ancora di matrice Art Deco → ci sono quindi forti alternanze tra le immagini interne alla rivista.

Dopo gli anni '40 durante la collaborazione con Burtin come art director, ci sono grafiche di progettisti americani come Lester Beall. Egli è l'unico artista che avrà una mostra monografica al MoMA. Il suo linguaggio ha influenze europee, soprattutto Bauhaus. Ha una prima formazione da fisico e successivamente cambia direzione grazie ad una borsa di studio in storia dell'arte. Questa sua prima formazione da fisico è influente sul suo lavoro.

Figura importante che emigra in America è Herbert Matter, che lavora sperimentando con fotogrammi e disegno al tratto.

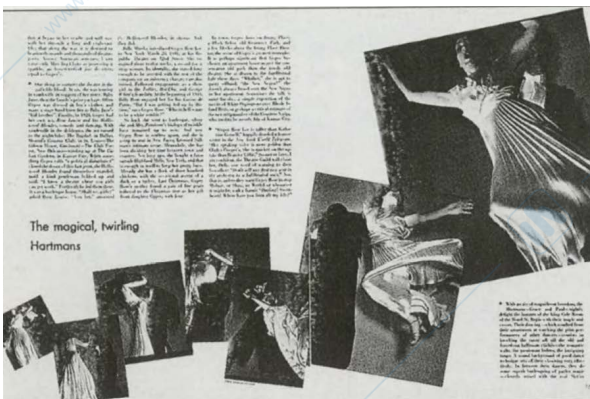


1948 Herbert Matter copertina "Fortune"



1934 Margaret Bourke-White fotografie in "Vanity Fair"

Il russo (forte legame con il costruttivismo) Mehemed Agha viene chiamato da Condè Nast per ricoprire la figura dell'art director in riviste come *Vanity Fair* e *Vogue*. Egli studia all'accademia d'arte e fa anche studi di economia e lingue. Grazie a questa formazione riesce a creare un organo ben coordinato costituito da vari impiegati come fotografi, grafici ecc... Tra i fotografi che lavorano per lui troviamo ancora Margaret Bourke-White, la differenza nella composizione di pagina è evidente ed appare l'immagine del traliccio come nuovo elemento del paesaggio urbano.



1936 Mehemed Agha (art director) doppia pagina "Vanity Fair", fotografie di Edward Steichen

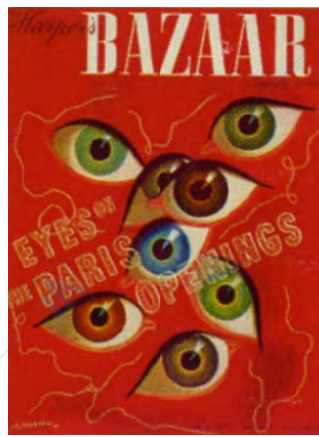


1939 Cipe Pineles copertina di "Vogue"

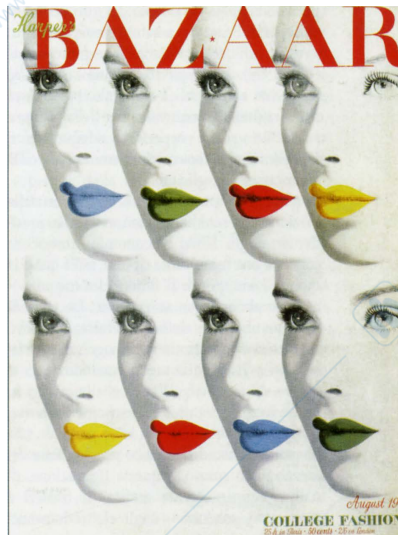
Secondo Agha l'art director è il cugino diretto del movie director → ciò è evidente in alcune doppie pagine dove le immagini sono inserite in sequenza, come una sequenza filmica. Altra innovazione fondamentale che introduce è l'uso della fotografia a colori. Una delle sue collaboratrici è Cipe Pineles, prima art director donna.



1929 Erté copertina Harper's Bazaar



1939 A.M. Cassandre copertina "Harper's Bazaar"



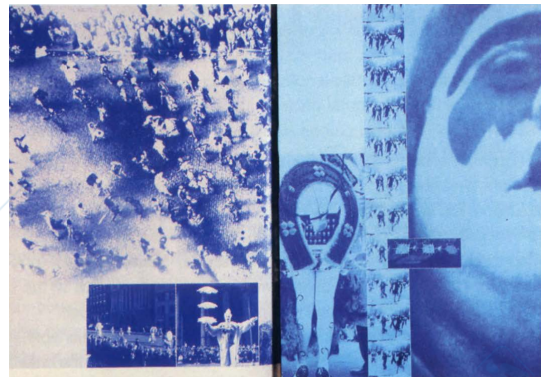
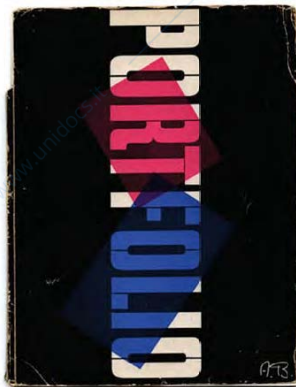
1940 Herbert Bayer copertina di "Harper's Bazaar"

La rivista antagonista di Vogue è Harper's Bazaar. Negli anni '30 ha come art director Erté, che ha un linguaggio art deco.

Con la successiva direzione di Alexey Brodovitch si mette in atto un'innovazione, in quanto inserisce il linguaggio fotografico. Precedentemente in Europa infatti aveva fatto uso della fotografia in ambito documentaristico, fotografando anche i balletti russi. Appena arrivato in America, lavora per l'Aier di Philadelphia, con il direttore artistico Coinor. Successivamente, per Harper's Bazaar chiama a lavorare per lui diversi progettisti tra cui Cassandre e Bayer. Se Cassandre usa l'illustrazione, per Bayer la base della composizione è costituita dalla fotografia. Collabora con fotografi come Avedon e Man Ray. Con Man Ray si ha un'evoluzione per quanto riguarda il tema del movimento, che non è applicato solo all'immagine (come aveva fatto Agha con le sequenze di immagini), ma lo applica anche al testo.



1934 A. Brodovitch e Man Ray pagine di "Harper's Bazaar"



1950-1951 A. Brodovitch copertine e doppia pagina "Portfolio"



Il punto più alto della sperimentazione è corrispondente alla rivista Portfolio, fondata da Brodovitch, che uscirà in soli tre numeri. L'influenza europea del Bauhaus e Albers è evidente → uso del colore e delle trasparenze. I temi trattati spaziano dai manifesti alle arti performative alle pubblicità commerciali per l'azienda Knoll (applicazione concreta sulla grafica commerciale). Abbiamo di nuovo il concetto delle immagini in sequenza.



1937 **Lester Beall** copertina "PM magazine"

Rivista *PM Magazine* → uso dell'illustrazione insieme alla fotografia.

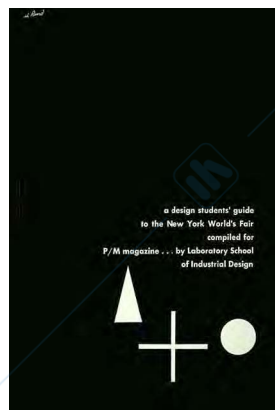


1937-41 **Lester Beall** manifesti Rural Electrification-Radio

Lester Beall con il linguaggio grafico insieme alla fotografia realizza manifesti per la Rural Electrification Administration, in cui racconta gli utilizzi della rete elettrica.



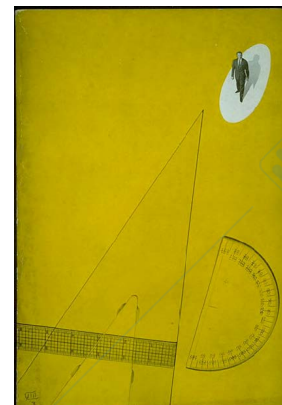
1939 **John Binder** manifesto New York World's Fair



1939 **Paul Rand** copertina inserto PM



1936 **Otto Neurath** 5 gruppi umani disegnati da Gerd Arntz in Isotype



1942 **Will Burtin** copertina di "A-D"

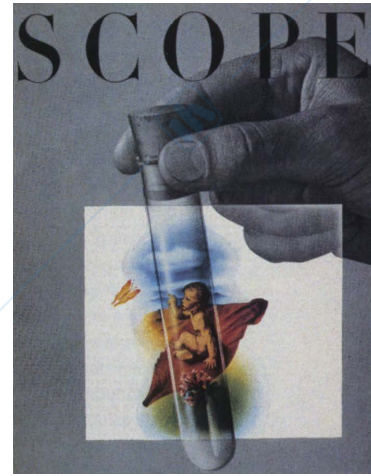
Mostra al MoMA di New York, in cui si esalta il tema della macchina. Ciò tornerà anche nelle Esposizione Universale del '39 a Londra (manifesti di Binder).

Paul Rand parallelamente realizza una copertina per PM, una sorta di guida per gli studenti per l'Esposizione del '39. Prende gli elementi del manifesto di Binder e ne fa una sintesi estrema → triangolo, cerchio, linee perpendicolari incrociate.

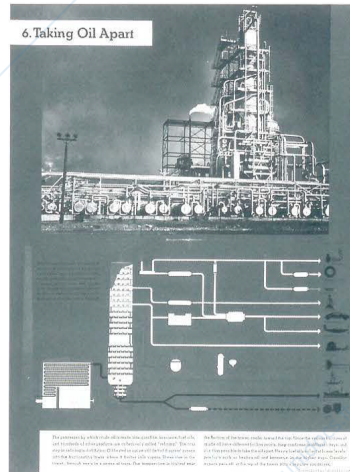
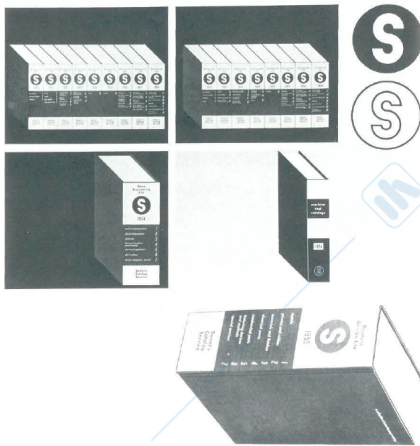
In questo periodo abbiamo anche il tema dell'Information design e del linguaggio isotype, con i pittogrammi di Otto Neurath e le information graphic Rudolf Modley.

L'altro grande emigrante che lavora con l'information design è Will Burtin, è di origine tedesca e prima di dirigere Fortune ha collaborazioni varie. Realizza la copertina per A-D (Rivista PM che cambia nome). Ricopre il ruolo di art director anche per la rivista scientifica Scope, per cui realizza anche allestimenti tridimensionali a scopo didattico.

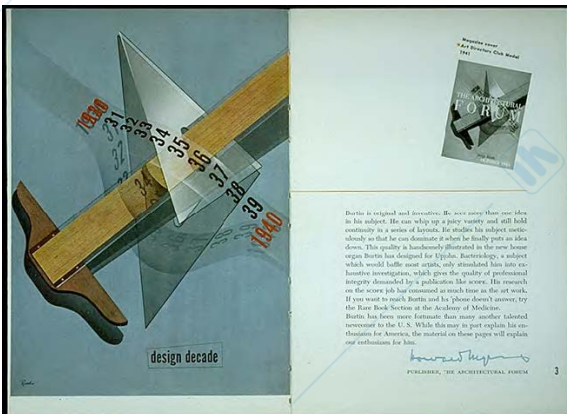
Un'altra importante figura è quella di Sutnar, che una volta arrivato in America lavora per la Sweet Catalog, un'azienda che lavora sulla produzione di formati di cataloghi per altre aziende. Per la Sweet Catalog realizza anche il sistema di immagine coordinata.



1941 Will Burtin copertina "Scope"



Ladislav Sutnar, manifesto n. 6 della serie "The story of Oli", 1943-50



1942 pagine di "A-D" con articolo su Will Burtin

