

# En busca de Dudovich

Roberto Curci



36  
1986  
SANGUINETTI

■ F.lli Sanguinetti. Milano. 150 x 105 cm. tip. Chappuis / Bologna, 1905.

Un triestino en París. Un cartelista huano y "provinciano" en la ciudad de Chéret, de Steins, de Toulouse-Lautrec. Prácticamente un desconocido (fuera de Italia) en la patria del *affiche*.

Podría parecer una actitud de soberbia, un gesto de desafío, pero no lo es. Se trata del primer y más respetuoso contacto entre el público francés y el arte del mayor cartelista italiano: Marcello Dudovich. Un arte —sea dicho sin ninguna presunción—, absolutamente a la altura de Europa, digno de ser finalmente reconocido en Europa empezando, por supuesto, por su capital: París.

Dudovich es el cartelismo italiano: ambos se identifican plenamente en su fase histórica de incubación, de crecimiento, de primera madurez en la primera década del *Novecento*. Es éste un cartelismo considerado durante mucho tiempo "menor" y derivativo, sobre el cual pesan muchas y muy justificadas reservas cuando aparece modestamente en el panorama internacional (en la exposición de Reims de 1896) y mientras permanece como escondido entre las páginas de un "texto sagrado", *Les affiche étrangères illustrées*, editado por Boudet en 1897.

El inicio del cartelismo publicitario en Italia es notoriamente tardío, muy reticente e indeciso; pesaba mucho el equívoco entre arte puro y arte aplicado, entre pintura académica y grafismo. Toda la producción cartelística de la última década del ochocientos, surgida casi enteramente de los prestigiosos y pioneros talleres gráficos Ricordi de Milán, testimonio la árdua labor del *affiche* italiano para salir de su madriguera, al tiempo que a su alrededor, en Europa y Estados Unidos, nacía un arte nuevo y una nueva sensibilidad artística: el *Modern Style*, o *Art Nouveau*, que en Italia se definiría como *Stile floreale* o, más concretamente, *Liberty*.

En Ricordi, cartelistas como Adolfo Hohenstein, Franz Laskoff, Leopoldo Metli-

covitz, Aleardo Villa, Giovanni Maria Mataloni (casi todos, como se deduce de sus nombres, de origen y formación alemana), entre 1890 y 1900, se obstinan en crear soluciones gráficas que estén a la altura de los tiempos, trabajan con la inteligencia propia del eclecticismo y de la seguridad manual pero no siempre logran evitar la contaminación de opiniones ajenas, la prolijidad y la pedantería, la redundancia y la falta de gusto.

Afortunadamente, apareció pronto Dudovich; y con él Leonetto Cappiello, el único que tenía en mente el camino por donde debían discurrir las soluciones expresivas, los "efectos", los temas de la comunicación publicitaria. Pero Cappiello, enseguida "se vuelve francés" y es en Francia donde iniciará su larguísima carrera de éxitos.

Dudovich no aparece en el mundo del cartelismo por casualidad, revolucionándolo en un dos y dos son cuatro y apartando de golpe a sus colegas superiores de Ricordi. Joven, curioso y receptivo, aprende, memoriza, observa en todas direcciones (a los "secessionistas" de Múnich y a Franz von Stuck, a los prerafaelistas y a Mucha); realiza, en definitiva, su propio aprendizaje y cae en los inevitables errores de todo inicio.

Pero cuando al fin "explota", se descubre que no sólo ha ido macerando en pocos años un estilo personalísimo sino que incluso ha dictado el "código" sobre el cual se fundamentará el cartelismo italiano durante bastantes decenios: renuncia a cualquier tipo de sedimento pictórico, a las alegorías rituales de la ilustración del tardío *otocento*; rigurosa bidimensionalidad, formas simplificadas al máximo y resumidas en un sintético *Ducos* lineal; amplias y armónicas gamas de colores.

Se trata de la "fórmula mágica" que no se verá atacada hasta finales de los años veinte con la irrupción en el mundo del *affiche* de las influencias de las vanguardias históricas y, también, con la aparición del *menagement* pu-

blitario que proclamará un orden cada vez más científico y menos improvisado. Pero aún así, Dudovich, corrigiendo levemente su estilo, permanecerá en la cúspide del cartelismo italiano: será un modelo, un maestro, un punto de referencia obligado hasta casi el final de una trayectoria artística que duró más de sesenta años.

Marcello Dudovich (familiarmente "Dudo") nació en Trieste el 21 de marzo de 1878. En esta ciudad, que entonces formaba parte del imperio habsbúrgico, transcurre su educación, orientada desde muy pronto hacia intereses artísticos: frecuenta los estudios de algunos de los más grandes pintores locales (Arturo Rietti, en particular, famoso por sus retratos a pastel) y, aún adolescente, participa intensamente en las actividades del Círculo Artístico triestino.

Sus primeras inclinaciones son substancialmente pictóricas, pero en un viaje a Múnich (del cual no se saben ni las fechas ni la duración) empieza a interesarse por el grafismo aplicado. Allí admira a von Sluch y a Böcklin, los cuales le parecen "el Ticiano y el Tintoretto" de la actualidad, pero tiene también ocasión de apreciar —en una época dominada por los "furores" de la Sección y por el nacimiento de revistas de vanguardia como *Pan*, *Jugend* y *Simplicissimus*— la vivacidad y la naturalidad de los diseñadores bávaros, sobre todo del grupo ligado a *Simplicissimus*: Heine, Gulbranson, Paul, von Reznicek. Esta será una primera inmersión en el clima del *Jugendstil*, valiosísima para él dentro de muy pocos años.

En 1897 le hallamos ya en Milán, trabajando de aprendiz en Ricordi y teniendo como maestro a otro triestino, el amigo Leopoldo Metlicovitz, diez años mayor que él y con una cierta fama como cartelista. Las lecciones de Metlicovitz las complementa con las de Adolfo Hohenstein, director artístico de Ricordi, nacido en San Petersburgo pero trabajando en Italia desde hacía ya mucho tiempo. Hohenstein es un excelente cartelista (sobretudo en cuanto se refiere a la ópera. Son célebres sus carteles para *Tosca*, *Iris* o *Madame Butterfly*). Reforzando con una muy bien calibrada tensión la sinuosidad del *Liberty* y remarcando los contornos tal como les gustaba a Mucha y a los diseñadores del *Jugendstil*, él inventa, mediante una atenta dosificación de luces y sombras, sugestivos contornos en los cuales los elementos decorativos se colocan con eficacia teatralidad.

Hohenstein y Metlicovitz, más ecléctico y convencional, son figuras decisivas en la formación de Dudovich, el cual se revela muy pronto singularmente hábil en absorber enseñanzas diversas, releerlas críticamente y expresar luego lo que siente más propio y cercano para lograr, así, crear una muy personal "vía hacia el cartelismo".

Cuando en 1899 se traslada de Milán a Bologna, invitado por el joven editor Edmondo Chappuis, ha superado ya la fase de "lactancia": es un cartelista, quizá no del todo definido pero capaz de desbaratar todo el ambiente artístico local con sus carteles atrevidos e "insólitos", ganadores por tres años consecutivos en un importante concurso local.

Contemporáneamente, con sus colaboraciones a *Italia ride* (una revista bastante bella pero de vida breve), se inicia la que será durante decenios la intensa actividad paralela de Dudovich: las ilustraciones en periódicos, revistas, libros. Parece como si el jovencísimo artista olvidara la pintura no comercial: su producción "de caballete", probablemente bastante interesante en los primeros años del siglo, está absolutamente dispersa.

Los seis años trabajando con Chappuis en Bologna constituyen la verdadera plataforma de lanzamiento de Dudovich. Cuando en 1906 regresa a Milán, a Ricordi, es considerado indiscutiblemente el más genial de los cartelistas italianos, con un estilo propio, definido y perfeccionado. De 1906 a 1915, al inicio de la primera guerra mundial, realiza una serie de carteles memorables, ejemplares únicos por cuanto se refiere a la concisión y a la fuerza sintáctica de líneas y colores, que tienen como protagonista predilecta a la mujer, mejor dicho, a una mujer: Elisa Bucchi, de la cual el artista se enamoró en Bologna, siendo desde entonces su modelo, y con la cual se casará en 1911 después de una muy tempestuosa relación.

En los años precedentes a la guerra, la producción más notable de Dudovich la constituyen un conjunto de carteles realizados en Ricordi para la firma napolitana de los hermanos Mele, propietarios de una cadena de grandes almacenes de confección. El tema de la mujer elegante y del *bel mondo* inspirarán al artista una extraña fuerza que le llevará a dar vida a una valiosa colección de carteles llenos de gracia y temperamento en los que se reconoce plenamente el "estilo Dudovich", superadas ya las influencias y aportaciones ajenas que se podían constatar en obras anteriores. El arte del triestino se va impregnando de la poética *Liberty* sin renunciar a ese acento personal que lo hace inconfundible.

Se abren para Dudovich años de trabajo apasionado y de grandes gratificaciones. En 1911 gana el concurso Borsalino con un cartel que marcará estilo y en el mismo año es invitado por *Simplicissimus* a trasladarse a Múnich en calidad de "enviado especial" de la célebre revista satírica.

Así, hasta 1914 viaja por todos los lugares de moda europeos (De Deauville a Ostende, de Saint Moritz a Montecarlo) para reproducir tipos y situaciones de la *high society* del momento. Nacen entonces sutiles y agudos dibujos destinados a las *páginas de sociedad* de la revista, dibujos que son, además, exquisitos documentos de la moda en una sociedad y en un tipo de vida condenados a desaparecer inexorablemente en el torbellino del inminente conflicto.

De nuevo en Italia, en plena guerra, Dudovich se ve obligado a frenar su producción y se dedica casi exclusivamente al diseño de carteles para la industria cinematográfica (junto con el muy prolífico Achille Luciano Mauzan, nacido en Gap pero residente en Milán).

Luego, con la llegada de los años veinte, se entrega a fondo a su trabajo, fundando con un amigo la editorial *Star* y entrando completamente en los sofisticados mecanismos de la *industria* publicitaria. En esos años llega a ser director artístico del IGAP (Impresa Generale Affissioni Pubblicità) y empieza a colaborar activamente con La Rinascente, una cadena de grandes almacenes que le confía el lanzamiento de las campañas de moda de cada temporada así como la publicidad de ocasiones especiales (rebajas, "mes blanco", etc.).

A lo largo de los años veinte y treinta, Dudovich trabaja para grandes empresas italianas de diversos sectores, algunas aún en activo actualmente: Fiat, Alfa Romeo, Pirelli, Olivetti, Carpano, Campari... La relación con la Rinascente es, con todo, privilegiada, destinada a durar más de treinta años. Para los grandes almacenes milaneses —como ya había ocurrido con los napolitanos Mele antes de la guerra— Dudovich elabora una larga serie de inmejorables carteles que, en su conjunto, de 1921 a 1956, reflejan fielmente la evolución estilística del autor.

En efecto, Dudovich va cambiando, no de manera flagrante pero sí en aquel poco que ya es suficiente para poner al día su repertorio, para adecuarlo cada vez más a las variables exigencias de los compradores y del público en general. Parte de Carpiello y de Mauzan para ir en busca de una nueva selección temática y tipológica y, de ahí, hasta el cartel-idea, más esencial aún que en el pasado y basado casi enteramente en la originalidad de la "salida ingeniosa", el "efecto ocurrencia". De la corriente pictórica del *Novecento* italiano (que inspira notablemente el grafismo de los años del fascismo) deriva hacia un insusitado interés por la plasticidad y, sobretudo en la década de los treinta, por el volumen, con una recuperación decisiva del claroscuro y de las formas netas y profundas, bien delimitadas.

Durante esta etapa tiene cerca a otro pintor y cartelista véneto, su alumno (y después también yerno) Walter Resentera que colabora intensamente con él y que tal vez realiza enteramente algunos carteles a los que Dudovich "presta" la firma: aquellos en los cuales es más notable la influencia ya sea del *Novecento* ya sea del manifiesto postcubista francés a la manera de Cassandre o de Carlu.

Lentamente, a lo largo de los años treinta, la pasión por el cartelismo empieza a declinar en Dudovich; sigue elaborando carteles de una gran calidad pero se siente en cierto modo superado por los tiempos y por una nueva generación de autores (por ejemplo Marcello Nizzoli y Severo Pozzati, "Sepo", como Cappiello muy activo y popular sobre todo en Francia). Cada vez más a menudo, Dudovich se refugia en la pintura pura, aventurándose con especial predilección en la ténpera y montando exposiciones personales cada vez con más frecuencia durante los años cuarenta y cincuenta.

Pero su vena de cartelista, su siempre impetuosa imaginación, no se apagan ni tan solo con la Segunda Guerra Mundial y los trágicos acontecimientos que llevó consigo. Después de la guerra, Dudovich vuelve a la producción de carteles (si bien ahora a un ritmo mucho más lento) y seguirá, hasta los últimos años de su vida, demostrando en más de una ocasión —algunos trabajos para la Rinascente los hizo con casi ochenta años— que es aún el maestro indiscutible, lleno de fantasía y de fuerza, para las nuevas generaciones de publicistas.

Dudovich muere en Milán, el 31 de marzo de 1962, llorado por sus seguidores y admiradores e incompreso por la crítica que lo define como "pintor de mujercitas" y —textualmente— "secuaz de Toulouse-Lautrec". No obstante algunas exposiciones y un amplio estudio monográfico, su obra —saqueada ávidamente en los últimos años por los "piratas" del *merchandising*, con reproducciones indiscriminadas e incorrectas— espera quizás aún una relectura y una revaloración global. Esta muestra, que reúne muchas de sus mejores obras (obviamente no todas), podría representar un prestigioso punto de partida.

¡Vayamos pues a descubrir a Dudovich!



# MELE & C.

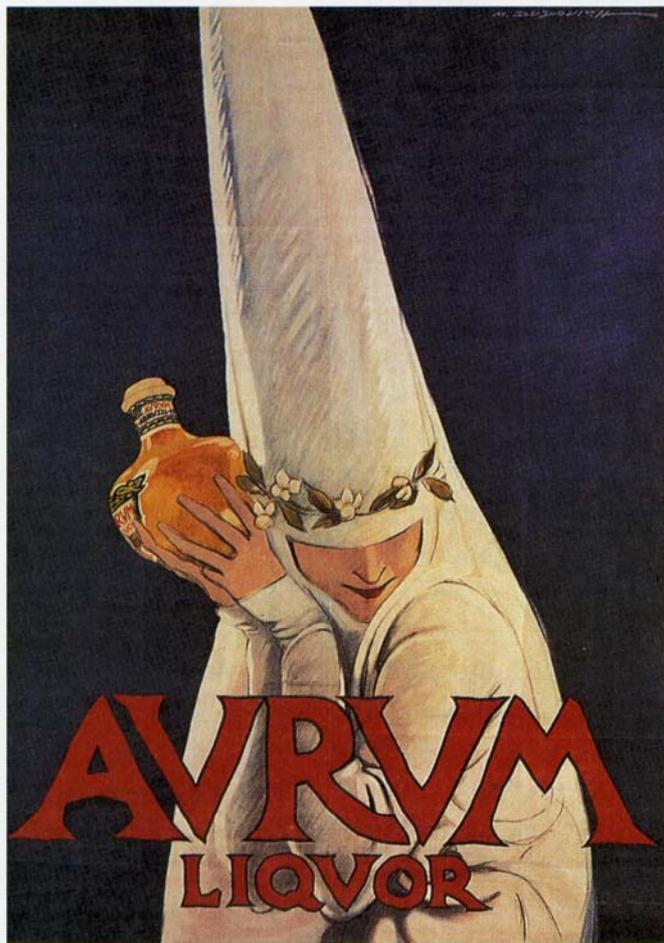
MODE - NOVITÀ

NADOLI

MARINO DI...



■ ■ Marcello Dudovich.



■ Aurum Liquor.  
140 x 100 cm. tip. STAR-  
IGAP / Milano. 1923.

## TRIESTE: UNA CIUDAD PARA LA PUBLICIDAD

Marcello Dudovich, triestino de la diáspora, uno de tantos de los que –ayer sobre todo por razones artísticas, hoy por motivos científicos– han alimentado y siguen alimentando la “fuga de cerebros de una ciudad que parece tenerlos en abundancia pero que sin embargo no logra poseer la fuerza centripeta necesaria –fuerza económica y cultural, se entiende– para conservarlos ligados a ella y poder disfrutar así de su substancial linfa.

Son siempre los mejores los que se van (aunque en ese caso no se trate de irse al otro mundo). Por lo que se refiere a Dudovich, esta frase le viene que ni pintada, como también es justísima para referirnos a Leopoldo Metlicovitz (Trieste 1869-Ponte Lambroso, Milán, 1944), su más inmediato predecesor en lo que viene dado en llamarse la “evasión hacia Milán”. Metlicovitz fue maestro de Dudovich en Ricordi y pronto se vio superado por el alumno, conservando, sin embargo, hasta los años treinta un lugar privilegiado dentro del cartelismo italiano gracias a su excelente eclecticismo y a su abundante producción.

Però, ¿qué dejaban tras de sí Dudovich y Metlicovitz cuando se fueron? ¿Una ciudad demasiado pequeña e indolente para sus talentos? No, al contrario: dejaban una ciudad grande y vivaz cuyo naciente tráfico mercantil y marítimo estaba provocando una muy benéfica influencia en el sector gráfico-artístico y creaba las bases, si no de una verdadera y auténtica “escuela”, si para la formación de una amplia gama de tipógrafos, litógrafos, grafistas y pintores *parttime*, divididos entre el caballete y las planchas litográficas.

Podría parecer curioso que Dudovich se fuera de Trieste en 1897 con un bagaje eminentemente pictórico (acumulado en parte en su ciudad y en parte en Múnich) y que una vez en Milán intuyera enseguida los móviles del grafismo (y se familiarizó también con sus técnicas) en un momento clave en el cual las paredes se poblaban de graciosas criaturas de papel y las líneas dúctiles, arabescos y serpenteantes del *Liberty* se iban imponiendo como una “cifra” obligada y obsesiva.

La formación de casi todos sus colegas de Ricordi era pictórica. Y pictórica era también la vocación de todos aquellos que dejó en Trieste, empeñados en resolver –a escala local pero con resultados excelentes– los nuevos

problemas que el cartelismo planteaba.

Glauco Cambon, Argio Orell, Renato Mayer-Gregio, Guido Marussif, Giovanni Giordani, Vito Timmel, Umberto Schiavon (nacidos todos durante los doce años transcurridos entre 1875 y 1886) procedían del departamento de Maestros de Arte de la Escuela Industrial de Trieste –alumnos casi todos de Eugenio Scomparini– y, más tarde, de las Academias de Múnich o de Venecia. Sin embargo, durante los últimos años del XIX y primeros del XX se fueron encontrando en múltiples y diversas circunstancias. Eran los años del *boom* generalizado del cartelismo, de las apremiantes exigencias de empresarios y compradores de Trieste, de la presencia en la ciudad de, al menos, un establecimiento tipolitográfico de renombrada fama, Modiano, al lado de importantes imprentas como las Salto, Werk, Levi, Guttman; y ellos se aventuraron apasionadamente en el grafismo publicitario, no sólo diseñando carteles de gran formato, sino también pequeños detalles como folletos de propaganda, diplomas, etiquetas, menús, invitaciones... enfin, todo aquel “polvillo” gráfico del cual se alimentaban –además de imágenes– las grandes empresas comerciales e industriales de la ciudad.

Hemos hablado de Modiano y vale la pena decir alguna cosa más. La empresa nace en 1868 por obra de un joven contratista griego de Tesalónica, Saúl Modiano, que llegó a Trieste con el fin de estrechar lazos personales de amistad con los exportadores locales y para intentar establecer y desarrollar el tráfico con Oriente (y ayudar de paso a la naciente firma comercial de su padre).

Del mismo modo que, en Milán, la multi-forme actividad de los talleres Ricordi surge de unos intereses comerciales muy concretos (la impresión de partituras musicales), asimismo la muy dinámica Modiano debuta en un sector aparentemente “menor” pero, entonces, bastante importante: el de la fabricación de papel de fumar.

Muy pronto la empresa logra salidas de mercado en un área genéricamente “oriental” que va desde los vecinos Balcanes hasta Egipto, de la India hasta China, de los países de la Commonwealth hasta Indonesia (donde si escaseaba el dinero suelto la gente “se arreglaba” usando como moneda de cambio los finisí-



mos papelillos “Club” fabricados en Trieste).

El éxito de Modiano se basa en la calidad del producto pero también en sus sugestivos envoltorios, lo que actualmente definiríamos como *packaging*, mérito exclusivo del departamento de litografía del establecimiento, dotado de un equipo que realizaba con suma pericia (teniendo en cuenta la precariedad de la imprenta en aquellos tiempos) todo tipo de estuches, cajas y envoltorios diversos de exquisita factura, en los cuales la finísima decoración se aliaba con una delicada policromía de diez, y hasta de doce, colores distintos.

Otro “filón” con el cual dió de nuevo en el blanco Modiano: el de las barajas. Se inicia con las cartas Gran Mogul que abastecen durante años un importante mercado en la India y, más tarde, como ocurrió con el papel de fumar, invaden todos los mercados mundiales, desde china hasta América Latina, hasta el punto que la empresa decide abrir una sucursal en Fiume (hoy Rijeka, en Yugoslavia) y, después de la guerra, otra en Budapest, ésta última con una total autonomía respecto a la sede central y ejemplo de “racionalidad arquitectónica y modernidad industrial”. Es oportuno recordar, aunque sea de paso, los maravillosos carteles pensados para esa Modiano núm. 2 por conocidos artistas húngaros como Bereny, Biro, Farkas, Irasj, etc..

“Fiume y Budapest: de entre todas las sedes de Modiano, éstas son las que han contribuido más y mejor a hacerla famosa mundialmente”, se lee en una breve “historia de la empresa”, redactada con ocasión de su centenario (1968) y aún inédita. Nada más interesante que hojear los viejos y polvorientos volúmenes hallados en una antigua librería –los únicos que se salvaron de las reiteradas destrucciones que sufrió la fábrica–, en los cuales se pueden encontrar facsímiles de figurines a color que nos llevan a los primeros años de la firma, un auténtico tesoro para curiosos.

“Viéndolos, uno puede hacerse a la idea de lo que fueron los primeros decenios de Modiano y de su presencia en todas partes del mundo. (...) La fantasía de sus dibujantes, pintores y coloristas gozó desde los inicios de un campo libre para dar rienda suelta a su ingenio y buscar la manera más original de llamar la atención del público y complacer los gustos de los consumidores, en particular de aquellos de los países orientales.”

“Existe una gran cantidad de creaciones de alto nivel artístico. Algunas destacan por la morbidez y vaporosidad del dibujo, de los colores y las figuras, otras por la suavidad de las líneas –a menudo auténticos bordados– entretejidas en los márgenes. Es comprensible la perfección de los modelos más recientes, pero sorprende la de aquellos realizados cuando la maquinaria no había llegado aún a manos de los artesanos. Algunos trabajos de cincel, verdaderas obras de miniaturista, sobrecogen casi si se piensa que para algunas incisiones a buril por un solo color se necesitaban días enteros ¡Qué desafío para plagios e imitaciones! (Hay que recordar el escándalo que provocó, en 1912, la abusiva imitación de la Gioconda imputada a una editorial de París (...))”

“Modiano” sigue creciendo –en 1922 muere Saúl y le sucede su hijo Héctor, nacido en Trieste en 1880– hasta bien entrados los años treinta, hasta el inicio de la Segunda Guerra Mundial (de nuevo, como en 1895 y 1915, el establecimiento es completamente destruido, esta vez por un bombardeo aéreo). Su crecimiento se ve favorecido por una feliz confluencia de intereses y por una estrecha cooperación con grandes compañías, ya fueran las prestigiosas compañías de seguros triestinas (la Assicurazioni Generale, fundada en 1831, la Rionunzio Adriatica de Scuritè, fundada en 1838, para las cuales Modiano lleva a cabo una campaña de promoción e imprime con inusitado refinamiento las pólizas de seguros), ya fueran las grandes compañías de navegación: de la Lloyd austríaca y la Sociedad Austro-americana, a la Lloyd triestina y a la Cosulich Line.

La vocación mercantil y cosmopolita de Trieste resulta muy favorecida por estas combinaciones, que son ciertamente combinaciones de intereses comunes pero también de gustos y de cultura. Así pues, mientras las barajas y el papel de fumar de Modiano seguían abasteciendo los confines más remotos de la tierra, grandes y lujosos buques zarpaban del puerto de Trieste con rumbo a América, a la India, al extremo Oriente... y los comedores y salones de esos buques eran decorados con auténticas obras de arte de los mismos artistas triestinos que con suma humildad habían firmado los folletos, menús de a bordo y cualquier tipo de propaganda de mano pensada para promocionar cierta “línea rápida” o un “cruceiro veraniego”.

Tiempos irrepetibles. Irrepetible coincidencia de afortunados acuerdos. Acuerdos que, para volver a nuestro argumento, propiciaron, entre otras cosas, el gran nivel de la que, genérica pero inapropiamente, se suele llamar “escuela triestina” (una “escuela” falta de una coherente orientación estilística y, sobre todo, de una indispensable homogeneidad conceptual y proyectual). De todas maneras –se ha dicho antes– pintores de común extracción aunque de tendencias diversas se reencuentran, quizá sólo “de paso”, bajo la enseña común del cartel publicitario (y de Modiano) y aportaron obras muy elaboradas y de una gran calidad, gracias a su indiscutible talento gráfico.

Los nombres más importantes son los de Glauco Cambon (Trieste 1875 - Biella 1930) y Argio Orell (Trieste 1884-1942). El primero, con un dominio valiente y audaz del color y con una insólita energía en los trazos, es quien dirige la campaña de los productos para fumadores de Modiano: “vidiadores”, mujeres elegantísimas, perros de raza *bassotti*, *bull-dogs*, etc.) son los protagonistas de sus carteles que se podrían representar como un baile o una ostentosa pasarela confundidos entre nubes de humo.

Después de haber vivido en Trieste hasta 1915, Cambon se dedicará enteramente a la pintura, destacando como retratista y pintor de paisajes. De todos modos, sus carteles para los productos de Modiano –actualmente casi desconocidos si no se trata de un público muy especializado– siguen siendo probablemente sus obras más bellas y originales.

Las raíces del arte de Cambon hay que buscarlas en su paso por la Academia de Múnich, como tantos otros artistas triestinos (de ahí las influencias alemanas que se pueden hallar en Dudovich y Metlicovitz). No escapa tampoco a esa influencia Argio Orell, el cual se orienta aún hacia un *Liberty* floral y exótico, con gran profusión de líneas y vagamente medieval en cuanto a la elección de colores que parecen llevarnos a los antiguos códices miniados.

Pintor, ilustrador, decorador, Orell es también casi desconocido como cartelista. Basta admirar los fascinantes carteles que realizó para la sociedad de navegación triestina Tripovich, para la turística localidad de Portorose o para la Feria de Muestras de Trieste –además de una fantástica serie de cartas de Tarot al estilo japonés–, para rendirle un merecidísimo y ecuánime reconocimiento.

Al principio hemos citado otros nombres sobre los cuales no es posible volver (merece la pena citar, al menos, a Marussif, Schiavon y Giordano, sobretudo por sus trabajos para la Lloyd Triestina y para la revista *Sul mare*). Es justo, empero, dedicar algunas palabras a cuantos trabajaron en Modiano como dibujantes: Giuseppe Sigon (Trieste 1864-1922) y su hijo Pollione (Trieste 1895-1971), ejemplos singulares de profesionalidad y eclecticismo, de sabiduría artesanal y de atención al desarrollo y orientación del arte “no aplicado”.

Giuseppe Sigon fue pintor pero, supo comprender las exigencias del cartel publicitario en un momento (los últimos años del XIX) de transición y desorden; Pollione, al contrario, fue un grafista hecho y derecho, de una excepcional habilidad manual (tanto más asombrosa si se tiene en cuenta que tuvieron que amputarle el brazo izquierdo) y de una inteligencia y eficacia notabilísimas. Muchos de los “mensajes” que entre las dos guerras permanecieron en la memoria visual (y desde luego en la cultura) de Trieste y de los triestinos, son obra de su lápiz. Es una verdadera lástima que de su producción se conozca tan poco y se conserve aún menos.

En conclusión: éstos fueron los artistas (artistas “puros”, artistas “artesanos”) que, tal vez sin ellos darse cuenta y sin pretenderlo siquiera, ennoblecieron la ciudad de Trieste y se convirtieron –a diferencia del gran Dudovich– en sus embajadores anónimos. Es en este sentido que se puede hablar de un estrecho vínculo, casi una pasión innata, entre la ciudad y el grafismo publicitario. Un vínculo que no se ha debilitado con el tiempo y que hoy se confirma por la fama internacional de algunas de sus prestigiosas firmas de ilustración y diseño



**SATURNIA**  
**COSULICH LINE**

■ Augusto Cernigoi, boceto publicitario del Saturnia para la Cosulich Line. Técnica mixta sobre papel. 1927.



■ Arturo Nathan, *Sortilegios lunares*, 1933. Pintura al óleo sobre tabla, 65 x 90 cm.

#### ARTURO NATHAN

Arturo Nathan nació en Trieste el 17 de diciembre de 1891 en el seno de una de las familias más acomodadas y más ilustres de la ciudad. Artista autodidacta, se inicia en la pintura frecuentando cursos libres de dibujo. En 1911 se instala en Londres, donde cumple el servicio militar después de haber adquirido la nacionalidad británica. Durante una estancia en Roma, a comienzos de los años veinte, es huésped de Savinio I de Chirico, el cual tiene una concepción muy personal de la pintura metafísica. No regresa a Trieste hasta después de la Primera Guerra Mundial, y allí lleva una vida muy retirada rodeado de algunos amigos, de sus cuadros y de sus libros. En 1924 y 1936, participa en las Bienales de Venecia, donde obtiene importantes éxitos hasta el momento en que se ve excluido a causa de su origen judío. En 1940 es detenido y deportado a Alemania.

#### VITTORIO BOLAFFIO

Vittorio Bolaffio nace en 1883 en Gorizia, en el seno de una familia acomodada de origen hebreo. Tras sus estudios en la Academia de Florencia, marcha a París donde trababa amistad con los representantes de la vanguardia artística. Se relaciona mucho con Matisse y Modigliani, pero la pintura de Cézanne, de Van Gogh y, sobre todo, de Gauguin le impresionan hasta tal punto que es sin duda el exilismo de este último lo que le impulsa a marchar a Oriente en 1912 y en 1913. Extrae de estos viajes el sentido del color puro y luminoso; abandona el arte del retrato, todavía impregnado del tachismo de sus inicios artísticos, para concentrar su atención en la vida de la gente humilde y, en particular, de la vida del puerto. El

En sus inicios, su fuerza reside por completo en la manera de dibujar, precisa y lineal, con la cual ejecuta numerosos e inquietantes autorretratos. En seguida, llevará a cabo composiciones más complejas y más perfectas, ricas en símbolos y en imágenes alegóricas que logran obtener un gran efecto metafísico; se trata de una metafísica muy personal, que reproduce una dimensión íntima más que una opción intelectual y cultural. El primer símbolo alegórico es el caballo (*Nave a remolque*). La figura humana está presente en sus obras pero no es nunca el elemento predominante. Lo que llama la atención es el horizonte luminoso subrayado por un faro, por un barco (a menudo atracado), una colina (*La espera*, *Sortilegios lunares*). Pero su elemento más querido es el mar, presente en casi todos sus cuadros y dibujos. Su mar tiene muchas veces un carácter dramático, como si esperase algo que no acontecerá jamás, especialmente en las composiciones donde aparecen fragmentos de esculturas antiguas (*La abandonada*).

En París, en 1936, Jacques Gernonsky se expresaba así a propósito de Nathan: "Mientras que la mayor parte del público no ha sabido apreciar hasta ahora los méritos de Nathan, la nueva generación de pintores triestinos, seducidos por el encanto de sus composiciones, ha utilizado ya parte del elemento fantástico que caracteriza sus cuadros. Podemos afirmar, sin miedo a exagerar, que este hecho es de una importancia incommensurable: demuestra de manera evidente que la obra de un artista como Nathan, a pesar de su aislamiento y de su originalidad, marcará una huella imborrable en la historia del arte moderno, del cual él es uno de sus más interesantes representantes."

La crítica más reciente ha destacado la aportación original y autónoma de Nathan a la pintura italiana de la preguerra. Arturo Nathan muere en el campo de concentración de Biberach en 1944, inmediatamente después de que fuera liberado por los aliados.

LORENZA RESCINTI

#### BIBLIOGRAFIA BASICA

M. MOLES: *Nathan, Arturo*, en el "Catalogo della Galleria d'Arte Moderna del Civico Museo Revoltella", Trieste, 1970, p. 110.  
G. DORFLES: *Vita arcana di Arturo Nathan*, en el "Catalogo della Mostra Arturo Nathan, 1891-1944", Palazzo Revoltella, Abril-mayo 1976, Trieste, 1976, pp. 9-16.  
J. GERMONSKY: *Arturo Nathan peintre*, en el "Catalogo della Mostra Arturo Nathan, 1891-1944", Palazzo Revoltella, abril-mayo 1976, Trieste 1976, pp. 50-61.  
R. DA NOVA: *Arturo Nathan*, en el "Catalogo della Mostra Arte nel Friuli-Venezia Giulia, 1900-1950", Stazione Marittima de Trieste, diciembre 1981-febrero 1982, Pordenone, 1982, pp. 52-53.  
C.H. MARTELLI: *Artisti di Trieste, dell'Isonzino, dell'Istria e della Dalmazia*, Trieste, 1985, p. 173.

segundo y último políptico (*Triptico: El Puerto*, 1930 aprox.) que pinta Bolaffio se centra enteramente en las actividades portuarias; se compone de bocetos que deberían, de acuerdo con las intenciones del artista, haber sido los modelos para un fresco monumental. Después de la guerra, Bolaffio se instala en Trieste donde, consumido por una enfermedad incurable, lleva una existencia modesta y retirada a pesar de pertenecer a una familia rica; se rodea de algunos amigos, artistas y hombres de letras, los únicos capaces de apreciar sus obras. Se dedica a la pintura con intensidad, pero produce y expone poco. Solo tras su muerte la Biennial de Venecia de 1948 le dedica una exposición: reconocimiento tardío de la inmerecida mala suerte sufrida por el artista en vida. Es evidente en la obra de Bolaffio la influencia de la escuela toscana y de Fattori: amor por la solidez de los personajes, ocupación de la parte inferior de los cuadros. Podemos también entrever, a través de los

distintos períodos, el interés que muestra por los diversos movimientos artísticos, especialmente por el Novecento y el Impresionismo. No obstante, su obra es muy personal y el artista pone de manifiesto una individualidad creativa poco común, tanto por la aguda intuición psicológica reflejada en sus retratos como por su técnica poco corriente. La composición de la obra, la agudeza del dibujo — rozando a veces la caricatura — la extraordinaria riqueza de colores se añadan a un sabio dominio. La evolución de la última etapa se ve marcada por una creciente vivacidad de los tonos, alcanzando iluminaciones cromáticas propias del fauvismo, a través de una mayor nitidez plástica de hombres y objetos, y a través de una acentuación del ilusionismo verista. (*Hombre con pala*, 1928 aprox.) Vittorio Bolaffio muere en 1944 a la edad de 48 años.

#### BIBLIOGRAFIA BASICA

M. MOLES: *Bolaffio Vittorio*, en "Catálogo della Galleria d'Arte Moderna del Civico Museo Revoltella", Trieste, 1970, pp. 26-29.  
M. MOLES: *Catálogo della Mostra Vittorio Bolaffio, 1883-1931*, Palazzo Attems, Gorizia, Palazzo Revoltella, Trieste, septiembre-diciembre 1975, Trieste, 1975.  
R. DA NOVA, *Vittorio Bolaffio*, en "Catalogo della Mostra d'Arte nel Friuli-Venezia Giulia, 1900-1950", Stazione Marittima de Trieste, diciembre 1981-febrero 1982, Pordenone, 1982, pp. 46-47.  
C.H. MARTELLI, *Artisti di Trieste, dell'Isonzino, dell'Istria e della Dalmazia*, Trieste, 1985, pp. 49-50.

L.R.

■ Vittorio Bolaffio, *Hombre con pala*, anterior a 1928. Oleo sobre tela, 36 x 86 cm.

