CARTELLONISTICA D'OPERA E ILLUSTRAZIONI TRA LIBRETTI E PARTITURE

GLORIA GRAVINA
UVT Timisoara

Per tutto L'Ottocento e fino ai primi anni '20 del XX secolo, la produzione operistica in Italia ha accompagnato gli italiani in ogni importante cambiamento, esprimendo ora il dolore e le gioie delle vicende umane, ora il vigore del sentimento Nazionale che si andava corroborando grazie al tormentato movimento risorgimentale e alle vicende belliche che interessarono la Penisola durante tutto il XIX secolo, ora la rinnovata forza di un Paese giovane di fronte a innumerevoli nuovi problemi. In ognuna delle stagioni che hanno caratterizzato più di 100 anni di storia e cultura italiana si è assistito ad un cambiamento di gusti e costumi degli italiani, che pure ha avuto un suo interessante riflesso nell'espressione grafica e artistica che al mondo del melodramma si riferiva.

Parole chiave: *Opera lirica, Libretti d'Opera, Partiture, Cartelloni lirici, Cartoline d'Opera*

Quando si parla di melodramma, ci si riferisce a un fenomeno culturale squisitamente italiano che si è sviluppato nelle forme con cui lo conosciamo oggi già alla fine del XVIII secolo, per consolidarsi nel secolo successivo e per durare fecondo nella produzione operistica fino agli anni '20-'30 del XX secolo.

Nell'Ottocento il melodramma raggiunge l'apice del successo di pubblico, suscitando interesse e vera partecipazione in tutte le fasce sociali della popolazione italiana, tanto da poter essere definito da Antonio Gramsci come "l'unica forma di teatro nazional-popolare che abbiano avuto gli italiani "[1].

[1] Allorto, Riccardo. 1989. *Nuova storia della musica*. Milano: Ricordi., p. 245.

BDD-A32093 © 2019 Editura Mirton; Editura Amphora
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-13 23:56:37 UTC)

Si propone in tutta la sua vitalità e vivacità, affollato di personaggi, passioni e vicende in cui tutti gli italiani potevano ben ritrovarsi, riscuotendo consensi come è noto ben oltre i confini nazionali, per giungere fecondo, oltrepassando anche l'Oceano, fino alle Americhe, tanto a nord quanto a sud[2].

Quando però si fa riferimento al melodramma, non ci si deve fermare soltanto alla straordinaria produzione operistica o agli autori, musicisti e librettistti che, in una mirabile sintesi, hanno saputo esprimere un teatro musicale nazionale irripetibile e di unica bellezza, ma è d'obbligo riferirsi anche a tutto un mondo che orbitava intorno al melodramma e che oggi definiremmo con un'espressione moderna come "l'indotto" del melodramma.

Se vogliamo infatti rivolgere la nostra attenzione all'universo del melodramma dell'Italia del XIX secolo, non possiamo non tener conto innanzitutto dalla imponente presenza di quelli che potremmo senza alcun dubbio definire i "templi" dell'Opera, e cioè dei teatri, a partire da quelli di impianto settecentesco, per finire con le cosiddette "sale all'italiana", squisitamente ottocentesche, rinnovate rispetto all'idea fino ad allora condivisa di teatro d'Opera, soprattutto per quanto concerne alcuni aspetti costruttivi e architettonici[3]; i teatri infatti costituivano una rete formidabile che, grazie alla capillare copertura di tutto il territorio nazionale (concentrandosi in maggior misura nell'Italia del centro e del Nord, dove si annovera anche il maggior numero di strutture di grande pregio architettonico)[4], rendeva possibile la fruizione dell'intero repertorio operistico.

Nel mondo del melodramma, va tenuto inoltre in considerazione anche lo sviluppo di una modalità di diffusione del repertorio dell'Opera lirica, che soprattutto nel centro e nel sud della Penisola si

[2] E' noto che molti cantanti famosi italiani tra la fine dell'Ottocento e l'inizio del Novecento frequentassero sovente i grandi teatri d'Opera delle Americhe. Ad esempio il famosissimo tenore Errico Caruso fu ospite tanto del *Metropolitan* di New York quanto del teatro dell'Opera brasiliano *Amazonas* di Manhaus in Amazzonia.

[3] Abbado, Daniele., Calbi, Antonio.,Milesi, Silvia, (a cura di). 2007. *Architettura & teatro. Spazio, progetto e arti sceniche.* (Ediz. Illustrata). Milano: Il Saggiatore

[4] I più importanti teatri d'Opera attualmente funzionanti in Italia sono 63.

BDD-A32093 © 2019 Editura Mirton; Editura Amphora
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-13 23:56:37 UTC)

è manifestata con la proliferazione di concerti bandistici[5] e cioè di gruppi talora di altissimo livello musicale nonché di grande prestigio, che comunemente definiamo "bande musicali", composte per loro precipua natura eminentemente da fiati e da percussioni[6]. Queste hanno avuto un ruolo importantissimo nella formazione del gusto e nell'arricchimento della conoscenza del repertorio delle opere rappresentate sui palcoscenici dei teatri italiani[7], sopratturro per le classi più umili che nell'Italia ottocentesca pure ebbero accesso alla cultura musicale di più alta espressione[8]. Grazie ai concerti bandistici infatti, anche coloro che avevano una più che modesta estrazione sociale, e che quindi avevano un bagaglio culturale basso o mediobasso, riuscirono ad essere pienamente partecipi della cultura musicale contemporanea[9], oltre che fruitori discretamente competenti della letteratura operistica del loro tempo giacché in quasi ogni famiglia dei piccoli centri e dei modesti borghi e paesi di provincia,

"città ove predominano le forme addirittura passionali pel culto alla Banda, ed ove è nel sangue l'ardore per il buon gusto e per la musica"[10],

---

[5] De Paola, Angelo. 2002. *La Banda, evoluzione storica dell'organico,* Milano: Ricordi.

[6] Cresti, Renzo. 2006. *Testimonianze di civiltà,* II voll., Lucca: PubliEd Esserci.

[7] Lazzeri, Giampaolo. 2004. *La Banda musicale*, in *Scorribanda*, Catalogo del secondo Raduno Provinciale, tenuto a Capannori il 2 maggio 2004, volume realizzato dall'ANBIMA della Provincia di Lucca, Lucca.

[8] Gravina, Gloria. 2000. *Da Bomba a Rio de Janeiro*, in *Brasil, Brasile*, numero speciale di BERENICE - Rivista Quadrimestrale di Studi Comparati e Ricerche sulle Avanguardie, L'Aquila: Angelus Novus Edizioni.

[9] "In assenza di un solido mecenatismo o di una potente classe imprenditoriale, […] nascono e si moltiplicano …] le bande cittadine autogestite, che incentrano il loro repertorio fondamentalmente sulla rielaborazione e il riadattamento del grande repertorio romantico, e che possono pertanto rendere partecipe il popolo di un mondo musicale altrimenti inaccessibile"

Della Sciucca, Marco. 1996. *L'Ottocento musicale in Abruzzo. Appunti per una ricognizione storica*, in "L'Abruzzo nell'Ottocento", Istituto Nazionale di Studi crociani, Chieti, p. 474.

[10]Petrera, Raffaele.,Cristalli, Desio W. 1978. *La Banda Bianca e la Banda Rossa*, Roma: Felice Miranda Editore

BDD-A32093 © 2019 Editura Mirton; Editura Amphora
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-13 23:56:37 UTC)

non era affatto difficile annoverare almeno un membro, figlio, zio, nonno o cugino che fosse, tra i componenti della banda cittadina[11]. Tra '800 e '900, la banda svolse in definitiva una duplice funzione, soprattutto come già detto per i ceti sociali meno abbienti: da una parte come vera e propria scuola-laboratorio di musica, che accoglieva a braccia aperte i figli del popolo, e dall'altra come nucleo di propulsione e di diffusione dell'Opera lirica, riproponendo in sapientissimi arrangiamenti tutto il repertorio operistico, anche quello meno noto e meno eseguito nei teatri italiani[12], con speciale attenzione alle arie e alle pagine più amate della musica operistica, oltre che della musica sinfonica[13].

Ancora a proposito di "indotto" riferito all'immenso fenomeno culturale che è stato il melodramma, è doveroso fare un accenno a tutta quella produzione che si riferisce al mondo dell'immagine in generale, e dell'illustrazione, in particolare, che accanto all'opera lirica nasce e si sviluppa, accompagnandola come riflesso del cambiamento di gusti e costumi. Questa nuova espressione cresce fino ad assumere dimensioni di una certa importanza, se non altro per il fatto che atraverso un nuovo approccio, e cioè attraverso il canale visivo, si sollecitava ulteriormente la curiosità di tutti nei confronti dei temi e dei protagonisti delle opere, al di là di qualsivoglia differenza, sociale, economica o culturale[14]. Nella prolifica produzione di

[11] Il concerto bandistico era sempre motivo di orgoglio per la municipalità ed in particolare nei centri del sud Italia, poiché "occupava la gioventu per quanto più è possibile" e per questo era benvisto anche dalla polizia borbonica. In una annotazione risalente al 1846, riportata su un elenco di bandisti della Banda Rossa della città pugliese di San Severo, la polizia borbonica si riferisce ai giovani componenti della banda locale, istituita nel 1816, con la seguente espressione: "giovani di primo pelo che non sono avvertibili né per bene né per male".
Petrera, Raffaele.,Cristalli, Desio W., *La Banda Bianca e la Banda Rossa, op. cit*

[12] Leone, Errico., Masciarelli, Sergio. 1981. *Una vita per la banda*. Lanciano: Ed. Itinerari, p. 98.

[13]Gravina, Gloria. 2013. *Il melodramma tra emigrazione e culture ospiti*, in Quaestiones Romanicae nr II/1, Lucrarile Colocviului international *Comunicare si Cultura in Romania Europeana*, editia a II-a / 24-25 septembrie 2013. Szeged: JATE Press.

[14] Fanelli, Giovanni., Godoli, Ezio. 1985. *La cartolina Art Nouveau*. Firenze: Giunti.

BDD-A32093 © 2019 Editura Mirton; Editura Amphora
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-13 23:56:37 UTC)

cartoline postali dedicate all'Opera, commissionata dalla casa editrice Ricordi, venivano riproposte in estrema sintesi e con nuove modaliltà di narrazione (attraverso le immagini, appunto) quelle storie che suggerivano modelli, atteggiamenti e idee a cui ispirarsi o passioni e drammi in cui specchiarsi. In particolar modo la cartolinistica dedicata a questo ambito[15] riscosse un successo di pubblico strepitoso in quanto con molto poco, serie di 6, 8 o 12 immagini, e con un impegno di spesa veramente minimo, si riusciva a riproporre al grande pubblico la storia di un'opera intera[16]. E allora atraverso la scelta sapiente delle sequenze fondamentali, utili per intendere lo sviluppo di una trama raccontata in uno spazio lunghissimo di tre ore di un'opera cantata e suonata, i nuovi esperti della giovane arte della fotografia proponevano sapienti scatti fotografici con la cura registica della nascente settima arte[17], preparando e curando i set fotografici come

[15] Dalla seconda metà dell'Ottocento e fino agli anni '60 dello scorso secolo (dunque per più di cento anni), la produzione di cartoline postali in Italia era appannaggio quasi esclusivo di due stabilimenti tipografici, uno dei quali era lo *Stabilimento tipografico Alterocca* di Terni. L'archivio fotografico Alterocca custodisce una raccolta di poco più di un milione di negativi, su lastre di vetro al bromuro e lastre di zinco, con i quali in più un secolo sono stati stampati milioni di cartoline illustrate; dai negativi dello stabilimento tipografico Alterocca, all'inizio del secolo scorso, uscivano mediamente ogni anno cinquanta milioni di cartoline illustrate, riguardanti i più disparati domini che spaziavano dal patrimonio architettonico ai monumenti e alle bellezze artistiche d'Italia, da città e paesi al patrimonio storico artistico e pittorico, da chiese, santuari e conventi, al patrimonio letterario, dal patrimonio naturalistico a quello delle tradizioni, ecc. Tra i tanti ambiti di esplorazione in cui la cartolina illustrata dello stabilimento tipografico Alterocca di Terni (e più nello specifico del suo studio fotografico) è stato tramite di cultura e conoscenza, c'era naturalmente anche quello del mondo dell'opera lirica. La produzione di cartoline postali dedicate all'Opera, che si è articolata in diverse stagioni, era commissionata direttamente dalla casa editrice Ricordi di Milano.

[16] Boella, Silla (a cura di). 2013. Mostra e Catalogo *Lo specchio di un'epoca. Le cartoline illustrate Art Nouveau e Art Déco*, n° 25/2013, Biblioteca della Regione Piemonte. Torino: Edizioni Scaraviglio.

[17] Brunetti, Simona. 2015. *Attori all'opera. Coincidenze e tangenze tra recitazione e e canto lirico*. Bari: Edizioni di Pagina.

BDD-A32093 © 2019 Editura Mirton; Editura Amphora
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-13 23:56:37 UTC)

fossero veri e propri set cinematografici[18]. Così, con quelle storie, magistralmente sintetizzate in poche sequenze fotografiche, si riproponevano i momenti cruciali dei grovigli di passioni e sogni , di amori e dolori, di tragedie e desideri, di successi e delusioni, tutti insieme espressioni di quei tanto amati personaggi, nei quali gli italiani amavano ritrovare pezzetti di sé[19].

Era una stagione, quella della seconda metà dell'Ottocento, in cui andava sempre più affermandosi anche l'idea che tutto ciò che potesse essere commercializzabile (e quindi oggetti di ogni genere, non solo beni materiali, ma anche "prodotti culturali", diremmo oggi) dovesse utilizzare la forza della propaganda, o meglio, della pubblicità; erano infatti gli anni in cui questa stava cominciando a sviluppare una potenza comunicativa che sarebbe andata di lì a poco oltre ogni immaginazione quanto a capacità di persuasione[20].

In quella temperie storica, i due principali canali di comunicazione che trovò la pubblicità furono i quotidiani (in un primo momento unici territori, quasi del tutto vergini, da colonizzare, seguiti dalle riviste immediatamente dopo) e i manifesti: nei primi, che presteranno presto anche alle riviste le stesse inserzioni pubblicitarie, iniziano ad apparire messaggi pubblicitari con una frequenza sempre maggiore, ma di base con ampie sezioni di testo scritto; nei secondi invece il messaggio pubblicitario è affidato eminentemente all'immagine[21], che la fa da padrona per l'impatto che soprattutto il colore provoca, nonché per la compresenza della parola che non

[18] La fotografia nasce ufficialmente nel 1839, col dagherrotipo, e la settima arte, la cinematografia, vede la luce nel 1895 con l'invenzione di un apparecchio chiamato *cinématographe*, la cui paternità è dei fratelli Louis e Auguste Lumière.

[19] Gravina, Gloria. 2019. *Cartoline d'Opera, strumenti di diffusione del melodramma al tempo dell'Opera*, in Quaestiones Romanicae nr VII/2, Lucrarile Colocviului international *Comunicare si Cultura in Romania Europeana*, editia a VII-a / iunie 2019. Szeged: JATE Press.

[20] Abruzzese, Alberto., De Iulio, Simona. (a cura di). 1996. *Lumi in progresso. Comunicazione e persuasione alle origini della cartellonistica italiana.* Catalogo della mostra tenuta presso il Museo Civico di Treviso "L. Bailo". Treviso: Canova.

[21] Pica, Vittorio. 1994. *Il Manifesto. Arte e comunicazione nelle origini della pubblicità*. (a cura di Mariantonietta Picone Petrusa, con postfazione di Alberto Abruzzese). Napoli: Liguori.

BDD-A32093 © 2019 Editura Mirton; Editura Amphora
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-13 23:56:37 UTC)

manca mai[22]. Le immagini dei manifesti furono considerate, anche da parte di chi ne riceveva commessa, immediatamente vere e proprie opportunità per esprimersi artisticamente[23]; infatti spesso i manifesti recavano la firma di artisti di valore; tra questi si annoverano autori quali ad esempio Toulouse-Lautrec (che fu tra i primi grandi artisti di fama a intuire l'importanza espressiva di quello che possiamo senz'altro definire un nuovo genere artistico), De Chirico e alcuni artisti Futuristi, come ad esempio Depero[24]. Dunque il mix "immagine/parola/colore", poiché riconosciuto immadiatamente come uno strumento di straordinaria potenza comunicativa e di altrettanto straordinaria capacità peruasiva [25], da quel momento in poi fu la modalità privilegiata per un certo tipo di comunicazione e in assoluto per quei "prodotti culturali" tra i quali possiamo senza alcun dubbio annoverare anche l'Opera lirica, la quale come abbiamo dianzi detto era in definitiva un "oggetto" alla portata di tutti.

La casa editrice Ricordi[26], punto di riferimento internazionale per l'editoria musicale, che aveva investito nella novità della fotografia

[22] Felice Cunsolo, Felice. 1955. *La pubblicità italiana.* Milano: Gorlich.

[23] Vililani, Dino. 1964. *Storia del manifesto pubblicitario.* Milano: Omnia.

[24] In Italia, in particolar modo all'inizio del secolo scorso, nel manifesto pubblicitario si riversò l'espressione del movimento futurista, anche grazie al fatto che in un primo tempo il fascismo fu di larga manica quanto alla possibilità di esprimere plularità nella ricerca e nella sperimentazione, soprattutto in campo artistico, lasciando cioè una certa libertà agli artisti nel seguire la propria creatività. Tra gli artisti futuristi che più d'ogni altro si dedicò alla pubblicità, influenzando in maniera determinante il mondo dell'illustrazione e l'universo della comunicazione visiva, annoveriamo Fortunato Depero, il quale, grazie ai manifesti commissionatigli da *Campari*, lasciò un segno notevole in questo che possiamo a ragione definire un nuovo genere artistico.

[25] Anche la concezione dell'arte andava modificandosi e l'idea che pure il manifesto potesse essere un vero campo di espressione artistica fu una rivoluzione giacché si iniziò a concepire l'arte come un qualcosa che non dovesse essere relegata soltanto nelle stanze di un museo, ma che potesse avere agio di "respirare", entrando nella vita quotidiana di tutti, creando così nuovi fruitori, quanti più se ne potesse.

[26] La Casa Editrice Musicale Ricordi, fondata da Giovanni Ricordi nel 1808, sin dalla sua nascita mostra i segni di quella che sarà una grande realtà imprenditoriale, la più grande nel settore, in Italia, che cambierà la tecnica editoriale musicale, portandola a divenire quasi un'arte che trionferà nella stagione del grande melodramma italiano. La casa editrice già al suo esordio diversifica l'attività editoriale con la

BDD-A32093 © 2019 Editura Mirton; Editura Amphora
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-13 23:56:37 UTC)

(inizialmente soltanto per fare pubblicità[27] alle Opere che andava pubblicando e commissionando e sostenendo), insieme all'editrice Sonzogno[28], aveva il monopoplio delle edizioni musicali in Italia.

Giulio Ricordi, patron della Casa Editrice Musicale Ricordi, dal 1888 ufficialmente alla gestione della Società[29], fu tra i principali artefici di quel decisivo salto di qualità che in Italia fece l'estetica del cartellone lirico. Infatti, dalla seconda metà dell'Ottocento e fino almeno a tutti gli anni Venti del secolo successivo, nel cartellone lirico, o manifesto che dir si voglia, l'immagine scelta accuratamente

---

pubblicazione di opere di archivi teatrali che nei primi anni della sua attività aveva cominciato ad acquisire (e tra questi rientra a far parte anche l'archivio del Teatro alla Scala di Milano). Insieme all'attività di edizioni musicali, la Casa Ricordi si espande con l'apertura di una litografia che prelude alla creazione di numerose succursali dell'editrice, non solo in diverse città italiane, come Napoli (1864), Firenze (1865), Roma (1871), Palermo (1888), ma anche in Inghilterra e in Francia, e cioè a Londra (1878) e

a Parigi (1888). Quando alla guida della casa editrice arriva Giulio Ricordi, nipote del fondatore, questa inizia un'ascesa irrefrenabile che la porterà ad essere considerata una vera e propria "cattedrale della musica" (AA.VV. 2018. *LA CATTEDRALE DELLA MUSICA.L'archivio storico Ricordi.* Mantova: Corraini edizioni.)

[27] Fasce, Ferdinando., Bini, Elisabetta., Gaudenzi, Bianca. 2016.*Comprare per credere. La pubblicità in Italia dalla Belle Epoque a oggi.* Roma: Carocci Editore.

[28] Le edizioni Sonzogno nascono a Milano nel 1874, col nome di Casa Musicale Sonzogno, ad opera di Edoardo Sonzogno, il quale ampliando la casa editrice ereditata dal nonno Giovanni Battista da lui fondata nel 1804, riuscì a costruire un impero editoriale che spaziava dall'edizione di libri all'edizione di periodici e quotidiani (tra i quali si annovera anche "Il Secolo", giornale repubblicano, che all'epoca era il più diffuso in Italia), fino a giungere alla pubblicazione specializzata nell'ambito musicale con *La Musica popolare* e *Il Teatro Illustrato,* riviste musicali di grande successo di pubblico. La specializzazione in pubblicazioni musicali non si limitava alle riviste, ma iniziò ad includere già nella seconda metà degli anni settanta, con tirature importanti, anche partiture per pianoforte di riduzioni delle opere più rappresentate nei teatri italiani, che erano disponibili alla vendita a prezzi più che accessibili. Emulando la casa editrice Ricordi (suo più grande competitor nel settore musicale, non solo in Italia), alla fine degli anni settanta inizia ad acquisire i diritti per l'Italia di molte opere di compositori stranieri, soprattutto francesi, proponendo traduzioni in italiano di alcune di esse, quali ad esempio la *Carmen* di Bizet, che riscossero uno strepitoso successo di pubblico.

[29] Il 1888 fu l'anno della morte di Tito Ricordi, figlio del fondatore delle edizioni Ricordi.

BDD-A32093 © 2019 Editura Mirton; Editura Amphora
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-13 23:56:37 UTC)

per promuovere un'Opera prevale nettamente e prepotentemente sul testo: l'iconografia della cartellonistica lirica di questi 50 anni a cavallo tra due secoli vive profondamente del riflesso della cartellonistica pubblicitaria[30] e utilizza a sua volta tutte le suggestioni del periodo artistico dell'epoca[31]: le immagini sono ispirate non solo alle valenze del melodramma verista[32], ma sono rispondenti infatti anche ai canoni del decorativismo dell'Art Nouveau o del Liberty[33]; le prime produzioni di manifesti dedicati alle Opere, pur essendo già di notevole livello artistico, lasciano trasparire l'impronta realista sia nella vivacità dei colori, sia nel tratto, sia negli effetti di chiaroscuro del gioco di luci ed ombre[34]; ma col crescere delle produzioni grafiche, che ormai non si limitano più soltanto ai manifesti ma anche alle locandine, e che presto si spingeranno a popolare persino le copertine di spartiti, partiture e libretti d'Opera, si assiste ad un'evoluzione della grafica che si fa via via più raffinata, accogliendo appunto quelle suggestioni, quei tratti e quelle modalità espressive tutte dell'Art Nouveau, dal cui immaginario assorbe le linee e i canoni espressivi[35]. Sono inoltre da non trascurare, in questi anni, i considerevoli progressi della tecnica cromolitografica che soprattutto nelle litografie Ricordi trovano terreno fertile per la ricerca e campo aperto per l'innovazione.

Protagonisti assoluti di queste nuove tendenze nella cartellonistica d'Opera, che tanto hanno orientato anche il gusto degli italiani, sono proprio la Casa Editrice Musicale Ricordi e il Teatro alla Scala di Milano. In perfetta sinergia e con spirito pionieristico, inaugurano in Italia un vero e proprio trend, grazie alla geniale intuizione della

[30] Sartori, Claudio. 1958. *1808 1958 Casa Ricordi itinerario grafico-editorial.* Milano: Ricordi.

[31] Curci, Roberto., Mazza, Marta. 2018. *Metlicovitz. L'arte del desiderio. Manifesti di un pioniere della pubblicità. Ediz. Illustrata.*Venezia: Lineadacqua Edizioni

[32] Scardovi, Stefano. 1994. *L'opera dei bassifondi. Il melodramma 'plebeo' nel verismo musicale italiano.* LIM Collana Hermes

[33] Fanelli, Giovanni.,Godoli, Ezio. 1990. *Dizionario degli illustratori simbolisti e Art Nuveau.* Firenze: edizioni Cantini.

[34] Bairati, Eleonora., Riva, Daniele. 1985. *Il Liberty in Italia*. Roma-Bari: Laterza.

[35] L'iconografia del manifesto lirico spesso si ispira all'opera del grande maestro croato Alfons Mucha che in quegli anni della fine del secolo spopola in Europa.

BDD-A32093 © 2019 Editura Mirton; Editura Amphora
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-13 23:56:37 UTC)

potenza che può avere un'immagine tratta dall'Opera, con l'unico scopo di sortire un impatto immediato sul pubblico per renderlo capace di un coinvolgimento completo in quell'esatto momento della storia dell'Opera, prescelto per raccontarne l'essenza e quindi per essere illustrato, prescelto e individuato cioè come chiave di volta di quell'Opera[36].

Moltissimi sono gli artisti che, appassionandosi a questo nuovo campo espressivo, si sono misurati nell'ennesima nuova arte[37] e, senza alcun dubbio, il più grande tra tutti è Adolf Hohenstein[38]. Conosce bene il genere, l'Opera, il teatro e tutti i suoi meccanismi e, in quanto già esperto scenografo e figurinista, produce un'infinità di bozzetti e tavole illustrate delle scene, i cosiddetti "cartoni" per la messa in scena delle opere[39]. Da questa già notevole esperienza teatrale trae spunto per la creazione di manifesti e cartelloni lirici. Il suo lavoro in teatro gli offre inoltre la possibilità di entrare in contatto con molti operisti e librettisti del tempo, quali - per citarne soltanto alcuni - Mascagni, Franchetti e lo stesso Verdi, ma l'incontro con la figura più importante che segna un momento cruciale di quella che poi sarà la sua strepitosa carriera di illustratore e cartellonista è indubbiamente quello che fa con Giacomo Puccini.

Nel 1884 fa con lui il suo esordio come scenografo nell' Opera *Le Villi,* che segnerà anche l'inizio di una lunghissima e feconda collaborazione[40] nonché di un rapporto di sincera e duratura amicizia.

---

[36] Abruzzese, Alberto., De Iulio, Simona. *Op. cit.*

[37] Tra i maggiori artisti che si dedicarono all'illustrazione relativa al dominio dell'Opera, si annoverano, oltre al tedesco Adolf Hohenstein, anche il triestinoo Leopoldo Metlicovitz, Leonetto Cappiello e Gianni Mataloni, i quali furono coloro che produssero la gran parte dei manifesti lirici, delle cartoline e delle locandine. Quasi tutta la produzione di questi illustratori fu edita dalle Officine Grafiche Ricordi & C.

[38] Strukelj, Vanja. 1980. *I tempi del Liberty e di realismo di Adolfo Hohenstein* in AA VV Atti del Convegno tenuto a Gorizia dal 27 al 30 settembre 1975 su *La pittura nella Mitteleuropa,* Gorizia.

[39] Crespi Morbio, Vittoria. 2019. *Metlicovitz alla Scala. Ediz. italiana e inglese (Multilingue).* Collana: Amici della Scala.Milano: Grafiche Step

[40] La collaborazione tra i due artisti si esprimerà nell'arco di un ventennio, durante il quale ogni "prima" di Giacomo Puccini vedrà Hohenstein artefice delle scene,

BDD-A32093 © 2019 Editura Mirton; Editura Amphora
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-13 23:56:37 UTC)

Il suo sodalizio artistico con Giacomo Puccini fu importantissimo, ma decisivo per la sua carriera di cartellonista fu senz'altro il rapporto che ebbe con Giulio Ricordi. Nelle Officine Grafiche Ricordi Adolf Hohenstein organizza, progetta, sviluppa e soprttutto coordina tutta la promozione editoriale della imponente mole delle produzioni musicali. E così da quelle stesse Officine Grafiche Ricordi iniziano ad uscire libretti di opere che recano copertine finemente illustrate, come pure illustrate sono le copertine degli spartiti, delle partiture complete delle Opere, ma anche delle riduzioni per voce e pianoforte. Il suo talento, di raffinato artista quale dimostra da subito di essere, esplode poi nelle illustrazioni delle locandine e dei manfesti. Tra i più famosi dell'artista sono senza dubbio i cartelloni operistici che egli propose per tre opere pucciniane, *La Bohème*, *Tosca* e *Madama Butterfly*, per *Iris* di Pietro Mascagni e per il *Falstaff* di Giuseppe Verdi. Tra i manifesti appena citati, quello de *La Bohème* è in Italia il primo in assoluto e quanto a impatto visivo sul vasto pubblico è sicuuramente di grande effetto giacché lo sguardo viene catturato immediatamente dal dinamismo dei personaggi che vivono in una disposizione spaziale prospettica, che a sua volta è acuita dalla generosità armonica dei colori.

ideatore dei costumi e sempre più spesso autore dei meravigliosi manifesti, fino al 1904, con il suo ultimo cartellone lirico per un'opera pucciniana, quello dedicato a *Madama Butterfly*.

BDD-A32093 © 2019 Editura Mirton; Editura Amphora
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-13 23:56:37 UTC)



Manifesto della prima del 1896



Cartellone per la Tosca-Roma-14 gennaio 1900



Cartolina illustrata del Falstaff di Verdi

Per il Manifesto di Tosca Hohenstein sceglie di porre in evidenza il culmine del climax della vicenda, la morte di Scarpia, che è un'immagine piena di pathos che si percepisce ancor più grande grazie anche al contrasto evidente di luci ed ombre.

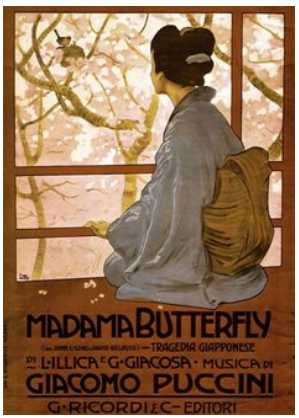
Al art director Hoenstein, nel 1892, viene affiancato Leopold Metlicovitz[41] come direttore tecnico. Già solo cinque anni dopo il giovane triestino si guadagna la stima del suo maestro e inizia la sua attivtà di creativo, come illustratore e scenografo, proponendo sue creazioni per i manifesti dedicati alla promozione delle produzioni musicali Ricordi.

[41] Leopoldo Metlicovitz, nato a Trieste nel 1868, è considerato tra i più grandi illustratori del periodo, insieme ad Adolf Hohenstein, a Leonetto Cappiello e Giovanni Mataloni, i quali sono in assoluto gli apripista dell'illustrazione pubblicitaria.

BDD-A32093 © 2019 Editura Mirton; Editura Amphora
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-13 23:56:37 UTC)







Spartito dell'opera pucciniana con annesse cartoline illustrate da Metlicovitz e manifesto dell'opera da lui illustrato

Bibliografia

AA.VV. 2018. *LA CATTEDRALE DELLA MUSICA.L'archivio storico Ricordi.* Mantova: Corraini edizioni.

Abbado, Daniele., Calbi, Antonio.,Milesi, Silvia, (a cura di). 2007. *Architettura & teatro. Spazio, progetto e arti sceniche.* (Ediz. Illustrata). Milano: Il Saggiatore

Abruzzese, Alberto., De Iulio, Simona. (a cura di). 1996. *Lumi in progresso. Comunicazione e persuasione alle origini della cartellonistica italiana.* Catalogo della mostra tenuta presso il Museo Civico di Treviso "L. Bailo". Treviso: Canova.

Allorto, Riccardo. 1989. *Nuova storia della musica*. Milano: Ricordi., p. 245.

Bairati, Eleonora., Riva, Daniele. 1985. *Il Liberty in Italia*. Roma-Bari: Laterza.

BDD-A32093 © 2019 Editura Mirton; Editura Amphora
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-13 23:56:37 UTC)

Boella, Silla (a cura di). 2013. Mostra e Catalogo *Lo specchio di un'epoca. Le cartoline illustrate Art Nouveau e Art Déco*, n° 25/2013, Biblioteca della Regione Piemonte. Torino: Edizioni Scaraviglio.
Brunetti, Simona. 2015. *Attori all'opera. Coincidenze e tangenze tra recitazione e e canto lirico*. Bari: Edizioni di Pagina.
Crespi Morbio, Vittoria. 2019. *Metlicovitz alla Scala. Ediz. italiana e inglese (Multilingue)*. Collana: Amici della Scala.Milano: Grafiche Step
Cresti, Renzo. 2006. *Testimonianze di civiltà***,** II voll., Lucca: PubliEd Esserci.
Cunsolo, Felice. 1955. *La pubblicità italiana.* Milano: Gorlich
Curci, Roberto., Mazza, Marta. 2018. *Metlicovitz. L'arte del desiderio. Manifesti di un pioniere della pubblicità. Ediz. Illustrata.*Venezia: Lineadacqua Edizioni
Della Sciucca, Marco. 1996. *L'Ottocento musicale in Abruzzo. Appunti per una ricognizione storica*, in "L'Abruzzo nell'Ottocento", Istituto Nazionale di Studi crociani, Chieti.
De Paola, Angelo. 2002. *La Banda, evoluzione storica dell'organico,* Milano: Ricordi.
Fanelli, Giovanni., Godoli, Ezio. 1985. *La cartolina Art Nouveau.* Firenze: Giunti.
Fanelli, Giovanni.,Godoli, Ezio. 1990. *Dizionario degli illustratori simbolisti e Art Nuveau*. Firenze: edizioni Cantini.
Fasce, Ferdinando., Bini, Elisabetta., Gaudenzi, Bianca. 2016.*Comprare per credere. La pubblicità in Italia dalla Belle Epoque a oggi.* Roma: Carocci Editore.
Gravina, Gloria. 2019. *Cartoline d'Opera, strumenti di diffusione del melodramma al tempo dell'Opera*, in Quaestiones Romanicae nr VII/2, Lucrarile Colocviului international *Comunicare si Cultura in Romania Europeana,* editia a VII-a / iunie 2019. Szeged: JATE Press.
Gravina, Gloria. 2000. *Da Bomba a Rio de Janeiro,* in *Brasil, Brasile,* numero speciale di BERENICE - Rivista Quadrimestrale di Studi Comparati e Ricerche sulle Avanguardie, L'Aquila: Angelus Novus Edizioni
Gravina, Gloria. 2013. *Il melodramma tra emigrazione e culture ospiti*, in Quaestiones Romanicae nr II/1, Lucrarile Colocviului international *Comunicare si Cultura in Romania Europeana,* editia a II-a / 24-25 septembrie 2013. Szeged: JATE Press.
Lazzeri, Giampaolo. 2004. *La Banda musicale*, in *Scorribanda*, Catalogo del secondo Raduno Provinciale, tenuto a Capannori il 2 maggio 2004, volume realizzato dall'ANBIMA della Provincia di Lucca, Lucca.
Leone, Errico., Masciarelli, Sergio. 1981. *Una vita per la banda*. Lanciano: Ed. Itinerari, p. 98.
Petrera, Raffaele.,Cristalli, Desio W. 1978. *La Banda Bianca e la Banda Rossa*, Roma: Felice Miranda Editore
Pica, Vittorio. 1994. *Il Manifesto. Arte e comunicazione nelle origini della pubblicità.* (a cura di Mariantonietta Picone Petrusa, con postfazione di Alberto Abruzzese). Napoli: Liguori.
Sartori, Claudio. 1958. *1808 1958 Casa Ricordi itinerario grafico-editorial.* Milano: Ricordi.

BDD-A32093 © 2019 Editura Mirton; Editura Amphora
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-13 23:56:37 UTC)

Scardovi, Stefano. 1994. *L'opera dei bassifondi. Il melodramma 'plebeo' nel verismo musicale italiano.* LIM Collana Hermes
Strukelj, Vanja. 1980. *I tempi del Liberty e di realismo di Adolfo Hohenstein* in AA VV Atti del Convegno tenuto a Gorizia dal 27 al 30 settembre 1975 su *La pittura nella Mitteleuropa*, Gorizia.
Vililani, Dino. 1964. *Storia del manifesto pubblicitario*. Milano: Omnia.

OPERA POSTER ADVERTISING AND ILLUSTRATIONS BETWEEN *LIBRETTI D'OPERA* AND MUSIC SCORE

Abstract

Keywords: *Lyric opera, libretti d'Opera, music score, Opera poster advertising, postcards of Opera.*

During the nineteenth-century up to the first years of the twentieth century, the Opera production in Italy has accompanied Italians in all of the major changes, expressing both the joys and sorrows of human stories and also the power of the national feeling that when strengthenig due to the troubled Risorgimental movement due to war experiences which concerned the country during the entire twentieth century. At the same time, the Opera production acompaied the renewed strength of a young country in front of a variety of new problems. In eachof those periods that have characterised more than one hundred years of italian culture and history we have withnessed a change of customs and preferences of italian people that also had an interesting reflex in terms of graphics and ART expression, also with regards to the world of melodramma.

BDD-A32093 © 2019 Editura Mirton; Editura Amphora
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-13 23:56:37 UTC)