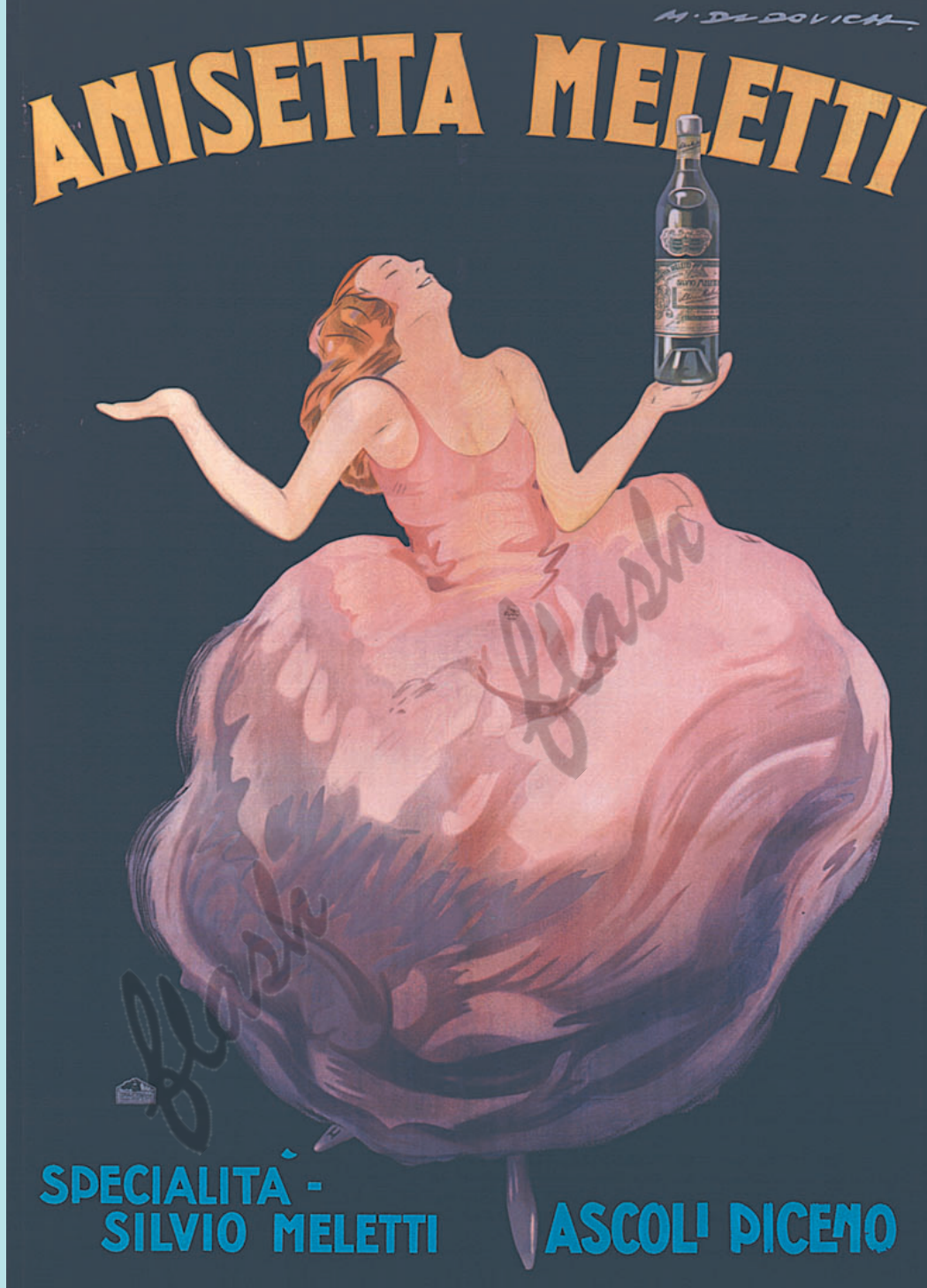


perso, un abito scollatissimo e grandi orecchini. La figura femminile incarna perfettamente il modello di donna di quegli anni, decorativa e floreale, giovane e libera, immagine-mito della modernità. Se il Liberty aveva trovato nella femme fatale il suo modello di riferimento, l'immagine femminile, proposta nella pubblicità degli anni Venti, è quello di una donna - diva snella e agile, più emancipata e mascolina. Il noto manifesto della



A fianco: Cartolina liberty stampata a Firenze dallo Stabilimento Borrani, 1910 ca. ■
Sopra: Marcello Dudovich, Anisetta Meletti, 1923.

Meletti, realizzato nel 1923 dal triestino Marcello Dudovich (1878- 1962), il più grande cartellonista italiano del Novecento, propone questo nuovo modello femminile. Nel manifesto, firmato in alto a destra, campeggia una deliziosa figura di giovane donna, dall'atteggiamento disinvolto, con i capelli sciolti e un abito rosa cangiante, che sembra danzare estatica con in mano una bottiglia del celebre liquore. L'immagine è resa nello stile tipico di Dudovich, con un segno grafico elegante e raffinato che, pur definendo precisamente le forme, non rinuncia a uno spiccato pittoricismo qui enfatizzato dalla veste gonfia e vaporosa. La grafica pubblicitaria di Dudovich trascende dal puro fine commerciale e diviene opera d'arte, in perfetta sintonia con lo spirito del tempo e gioca su una figura di donna dolce ed emancipata, sensuale ma anche androgina, in sintonia con i modelli femminili proposti in quegli anni dal cinema. Negli anni Trenta, la grafica pubblicitaria italiana evolve verso un segno più duro e deciso, con campiture piatte e uniformi e una definizione sintetica degli oggetti, caratterizzata da forti contrasti cromatici. Il manifesto dell'Anisetta Meletti, realizzato nel 1932 dal cartellonista bolognese Giovanni Mingozzi (1891 - ?), interpreta perfettamente lo stile di quegli anni: su un fondo nero uniforme è disegnato un profilo stilizzato di donna che sorreggia →