

LOS PABELLONES PUBLICITARIOS DE FORTUNATO DEPERO

JUAN AGUSTÍN MANCEBO ROCA
Universidad de Castilla- La Mancha.

Resumen

Los pabellones publicitarios de Fortunato Depero fueron la síntesis de dos líneas de investigación del futurismo italiano. La primera, referida a la arquitectura, partía de la herencia del “Manifiesto dell’Architettura Futurista” (1914) de Antonio Sant’Elia así como de sus proyectos y los de Mario Chiattone. Depero replanteó su problemática a partir del concepto de transitoriedad como argumento para la creación de arquitecturas efímeras. La segunda, determinada por la publicidad, la visualizaba como elemento sobre el que articular la construcción del mundo a partir de los medios de difusión de masas. Los pabellones publicitarios fueron una de sus creaciones más reconocibles y establecieron un patrón que se repetiría en el movimiento, en artistas afines al mismo y en modelos posteriores.

Palabras clave

Depero, futurismo, arquitectura, publicidad, pabellón, tipografía.

THE FORTUNATO DEPERO’S ADVERTISING PAVILLIONS

Abstract

The Fortunato Depero advertising pavilions were a synthesis of two research lines on Italian futurism. The first, referring to architecture, was based on the heritage of the “Manifiesto dell’Architettura Futurista” (1914) by Antonio Sant’Elia, as well as his and Mario Chiattone’s projects. Depero rethought his problem based on the concept of transience as an argument for creating ephemeral architectures. The second, determined by publicity, visualized it as an element on which the mass media would articulate the construction of the world. The publicity pavilions were one of his most recognizable creations, and set a pattern that would be repeated in the movement, in similar artists, and in later models.

Keywords

Depero, futurism, architecture, publicity, pavilion, typography.



Introducción

Probablemente abordar la obra de Fortunato Depero (1892-1960) es hacerlo sobre de una de las figuras esenciales del futurismo italiano puesto que, a través de ella, se puede construir una historia paralela y complementaria al mismo. Depero fue uno de los escasos creadores que se unió de manera entusiasta al grupo desde 1914 hasta 1944. De hecho, se siguió considerando futurista más allá de la cronología de la vanguardia, reivindicándose como tal hasta su muerte. Junto a Filippo Tommaso Marinetti (1876-1944), su fundador, fue el artista del grupo que con más lucidez comprendió la autopromoción y la apología de la publicidad en un mundo que necesitaba nuevas formas de comunicación y que definió en la “*necessità di auto réclame* (...) algo indispensable para dar a conocer las propias creaciones”¹ como modelo programático que recorre transversalmente su obra teórica y plástica.

Por otra parte, ejemplificó la figura del artista total al que aspiraba la vanguardia italiana que se proyectaba más allá del arte para transformar la vida. Fortunato Depero fue un creador polivalente, que no solo no se inhibía ante los problemas que le planteaba su trabajo, sino que era capaz de enfrentarlo pese a las dificultades artísticas y económicas que encontró en toda su carrera. El artista de Rovereto desarrolló su creatividad a través de diferentes disciplinas artísticas y literarias, transgrediendo mayoritariamente sus campos específicos y cuyo signo identificativo estuvo presente a través de un estilo particular, individualista y claramente reconocible a partir del “empleo de tintas planas y yuxtaposiciones de color extrañas e innaturales; la «solidificación» de la tipografía que a menudo se convierte por sí misma en imagen, sustituyendo a cualquier elemento figurativo; la composición de las imágenes por «diagonalidad», con claro efecto dinámico”².

Entre su extraordinaria producción que abarca más de tres mil obras, destaca su investigación sobre los pabellones publicitarios. Desde sus primeras intervenciones futuristas, Depero se sintió atraído por la arquitectura determinado por las investigaciones escultóricas de Umberto Boccioni (1882-1916). A partir de 1924 proyectaría pabellones que había reseñado en sus escritos y pergeñado en su producción pictórica, construyendo su único modelo en 1927, en el que fusionaría su interés por la publicidad, la arquitectura y la tipografía, estableciendo uno de los patrones arquitectónicos de la vanguardia italiana. Sus pabellones publicitarios conceptualizarían las composiciones *paroliberas* “como acercamiento a la realidad inmediata, basándose en la experiencia vivida sensorial, íntima”³ que había realizado desde mediados de la segunda década del siglo, así como la tridimensionalidad de su propuesta pictórica, gráfica y editorial. Depero planteó la creación de un edificio publicitario basado en los símbolos que lo identificarían, es decir, un espacio determinado por la forma de lo que representaba.

La influencia de su arquitectura fue determinante en los proyectos para exposiciones temporales que se desarrollaron a lo largo del movimiento futurista. También lo fueron en otros grupos de vanguardia italianos y extranjeros. Sus pabellones anticiparon una arquitectura comunicativa, alternativa a la imposición funcionalista, que se convertiría en un modelo en el que el simbolismo de la forma arquitectónica sería el elemento esencial del mismo.

Depero en el contexto historiográfico del futurismo italiano

El reconocimiento historiográfico de Depero como referente futurista estuvo condicionado por dos motivos. El primero tuvo que ver con su tardía incorporación al movimiento. Desde que se trasladó a Roma a finales de diciembre de 1913, frecuentó a los futuristas a través de su centro neurálgico, la Galería Futurista Permanente Sprovieri, que había recuperado la marginalidad de la capital en el contexto del arte moderno⁴. Pero no sería miembro del movimiento hasta 1914, cuando se le comunicó epistolarmente a Giacomo Balla

¹ Depero, 2012: 89.

² San Martín, 1991: 62-63.

³ Pizza, 2014: 49.

⁴ Balla, 2010: 251.

(1871-1958) la inclusión de Depero en el grupo de pintores y escultores futuristas⁵. El artista de Rovereto desarrolló su trabajo como uno de los componentes más dinámicos del movimiento, pero no alcanzó al grupo histórico de los pintores fundadores: Boccioni, Balla, Carlo Carrà, Gino Severini y Luigi Russolo.

Su adscripción coincidió, por otra parte, con la primera gran crisis del movimiento motivada por el abandono y la muerte de algunos de los protagonistas del periodo heroico. Esta quiebra del espíritu primigenio y la reconstitución del grupo al finalizar la guerra, condicionó la lectura de la obra deperiana y la desplazó a la segunda fase, con las implicaciones artísticas y políticas derivadas. A partir de ese periodo, una gran parte de historiadores y críticos teorizaron acerca de un futurismo de supervivencia, constituido por artistas menores que no alcanzarían los logros artísticos de los primeros. La crítica se hacía extensible a la situación política en la que se desarrollaría el futurismo a partir de 1922 amparado y protegido por el fascismo italiano.

La segunda tendría que ver con el problema historiográfico planteado por la influencia de Balla. Depero fue considerado como su discípulo aventajado cuyo trabajo partía de la misma matriz que la del pintor turinés, estableciendo una continuidad estilística más que la creación de una condición independiente, por lo que se le consideraba “un subalterno, un autor menor, que en gran parte dependía de su maestro”⁶. Es cierto que el joven Depero inició sus experiencias a partir de la gramática bidimensional planteada por Balla⁷ pero en apenas dos años estaban tratando la misma problemática paralelamente. Inquietudes artísticas que, si bien eran similares, se bifurcarían a partir de la apertura de la Casa de Arte Depero (1920) que partía del mismo concepto que el de su referente romano, pero que establecía un esquema de producción artesanal mientras que Balla la había concebido como una galería de arte propiamente dicha.

Finalmente, el estatus de Depero en el movimiento futurista y en el arte italiano de la primera mitad del siglo XX se vería afectado por la situación política tras la caída de Mussolini en 1944. En los últimos años del fascismo, “la desesperada necesidad de ser reconocido lo convirtió en un colaborador ideal del régimen”⁸ identificándose como un artista fascista, uno de los creadores que con mayor ahínco relacionaban arte y política y para el que el futurismo representaba la más fascista de las expresiones, pasando del “estilo mecánico” al “estilo de acero”, lo que lo estigmatizó a partir del final de la guerra. Tras su muerte y la rehabilitación historiográfica del movimiento, su figura fue paulatinamente recuperando la posición que le pertenecía como uno de los nombres esenciales del futurismo.

De los *complessi plastici* a “Ricostruzione futurista dell’Universo”

Depero se unió al grupo en un periodo crucial en el que se superaba la influencia de la obra de Umberto Boccioni. De hecho, fue la muestra de Boccioni uno de los primeros impactos que recibió en Roma a través de la muestra *Scultura Futurista* que le dedicó Giuseppe Sprovieri entre diciembre y enero de 1914⁹. Giacomo Balla, tras su incorporación oficial al grupo, lo puso en contacto con Sprovieri, lo que le sirvió para exponer trece pinturas sobre el estudio y el análisis del movimiento en la *Esposizione Libera Futurista* de abril de 1914, además de realizar una *performance*¹⁰.

⁵ Belli, 2007: 21.

⁶ Belloni, 2015: 347.

⁷ Balla, 2010: 249.

⁸ Berghaus, 1996: 301.

⁹ Tras ver el trabajo de Boccioni en la Galería Sprovieri, Fortunato Depero redactó el manuscrito *La mostra di Boccioni. Scultura futurista (breve commento)*. “Miré, giré en torno a cada trabajo, escudriñé, vi, me puse de puntillas, me incliné, aprendí novedades con gran interés, nuevos impactos me turbaron, sacudieron todo mi sistema nervioso. Bordes de botellas, de platos, de mesas, facetas de caras recuerdos, de manos nervios, figuras ambientes. Puro arte abstracto, musicalidad de líneas de velocidad, de masas pesadillas, de aristas reflejadas, representación plástica de estados de ánimo”. Scudiero, 2009: 21.

¹⁰ Berghaus, 2019: 2.

A partir de ese momento Depero transgredió los campos específicos de las diferentes disciplinas artísticas. De hecho, sus esculturas estaban relacionadas con las líneas de fuerza¹¹, el movimiento y los equivalentes pictóricos que había desarrollado Balla, desplazándose del estatismo a la escultura en movimiento. En este sentido, Depero se inicia como su discípulo, pero termina siendo su colaborador, puesto que ambas propuestas eran coincidentes. Balla estaba trabajando sobre los *complessi plastici*, mientras que la investigación de Depero se dirigía al *essere vivente artificiale*, dos laboratorios de experiencias desarrollados entre 1915 y 1916, en los que relacionaban los objetos con el ambiente que les rodeaba, planteando su representación como un ente dinámico. Prorrogando las teorías apuntadas por Guillaume Apollinaire en el *manifesto-sintesi* “L’Antitradizione futurista” (Direzione del Movimento Futurista, Milán, 29 de junio de 1913), pretendían sustituir los materiales clásicos por una serie de útiles no tradicionales tales como hilos metálicos, algodón, lana y seda de diferentes tamaños y colores, que aparecen discriminados en *La costruzione del complesso plastico*, apéndice que integraría posteriormente en “Ricostruzione futurista dell’Universo”.

Depero enriqueció la gama material de los complejos plásticos aportando variables materiales y compositivas como indican los bocetos *Pianoforte motorumorista* (1915), *Complesso di fili giranti complesso rotazioni* (1915-16) o *Vegetazione a deformazione artificiale* (1916). Entre esos estudios destaca el *Padiglioni plastici futuristi* (1916, tinta china sobre papel, 17 x 22,5 cm, MART, Museo di Arte Moderna e Contemporanea di Trento e Rovereto) que remitía a un planteamiento constructivo, extensión de los complejos plásticos al campo arquitectónico y que fue uno de los elementos sobre los que articulará su trabajo para los pabellones publicitarios diez años después. (fig. 1.)

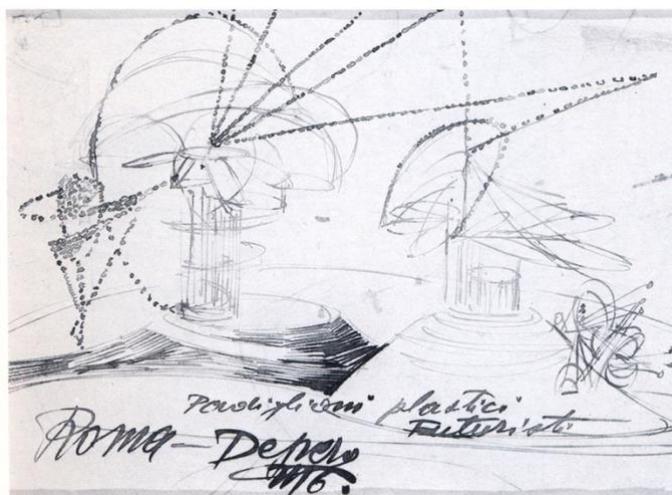


Fig. 1. *Padiglioni plastici futuristi* (1916, tinta china sobre papel, 17 x 22,5 cm, MART, Rovereto).

La experiencia plástica, los intereses comunes y la complicidad creativa, llevarían a Balla y Depero a la escritura y publicación del citado “Ricostruzione futurista dell’Universo” (Direzione del Movimento Futurista, Milán, 11 de marzo de 1915), texto referencial con el que se iniciaba la fase mecánica del movimiento. El escrito “pretendía subvertir cualquier residuo de obediencia a los preceptos tradicionales”¹² así como su superación para proponer una intervención global en la que “se proclama la abolición de los géneros y la tensión hacia la obra de arte total”¹³. “Ricostruzione futurista dell’Universo” se convertirá en la base teórica para gran parte de la propuesta futurista desde ese momento hasta su extinción programática.

¹¹ “la manifestación dinámica de la forma, la representación de los movimientos de la materia, en la trayectoria que nos dicta la línea de construcción del objeto y de su acción”. Boccioni, 2014: 113.

¹² Boschiero, 2013: 15.

¹³ San Martín, 1991: 175.

La aportación de Depero es reconocible puesto que había elaborado entre noviembre y diciembre de 1914 *Complessità plástica– Gioco libero futurista– L'essere vivente artificiale*¹⁴, un manuscrito de catorce páginas dibujado con tinta de colores influido por el “Manifiesto Tecnico della Scultura Futurista” (Direzione del Movimento Futurista, Milán, 11 de abril de 1912) –en el que Boccioni priorizaba los presupuestos espaciales hacia la tridimensionalidad¹⁵–, por *Pittura e scultura futuriste (Dinamismo plastico)* Edizioni Futuriste di “Poesia”, Milán 1914, también de Umberto Boccioni y el manifiesto “La pittura dei suoni, rumori e odori” (Direzione del Movimento Futurista, Milán, 11 de agosto de 1913) de Carlo Carrà, así como “los hallazgos de Bruno Corra, Arnaldo Ginna y Emilio Settimelli y los ecos de la psicología de la Gestalt, con sus estudios sobre la percepción y sobre el movimiento aparente”¹⁶.

Balla y Depero, que firmaron el texto como “abstractos futuristas”, mantenían ideas referidas a la arquitectura tales como la construcción del “edificio de estilo sonoro transformable” o la “creación de un paisaje artificial = estilo abstracto como variante de la arquitectura”. Lanzado en el momento álgido del clima intervencionista, constituía una propuesta constructiva que reivindicaba “la ciudad futura, una ciudad proyectada, vivida artísticamente y gobernada con el genio de los artistas: una Artecrcacia”¹⁷.

Glorificazioni plastiche y villaggio futurista germen de la arquitectura publicitaria

Los *complessi plastici* fueron la antesala del desplazamiento de las investigaciones de Balla y Depero a la intervención artística global. La arquitectura, en el caso de Depero, se convirtió en una de sus preocupaciones plásticas e irá tomando cada vez más importancia en su obra teórica. En su muestra individual *Esposizione Futurista Depero*, celebrada en Corso Umberto 20 de Roma entre abril y mayo de 1916, mencionaba las investigaciones que trataba en el *volantino* impreso por la central milanesa a tal efecto. Depero focalizaba sus pesquisas en cuatro grandes grupos: *motorumorismo* –los movimientos-ruidos–, el *dramma astratto pitto- plastico* –referido a la pintura– *l'architettura dinamica* y las *parole in libertà*. En cuanto a la arquitectura expone,

La arquitectura dinámica (ciudad aérea). Primera aplicación arquitectónica audaz del estilo abstracto. – *Estilización* en tres partes claras de la ciudad futurista construida con criterio absolutamente nuevo. **Iº Estrato terrestre** – fábricas – depósitos – quioscos – apartamentos operarios. **IIº Estrato mecánico** – el desarrollo máximo de todas las audacias mecánicas – eléctricas con el único objeto de armazón-esqueleto-*viviente* de la ciudad aero- plástica. **IIIº Estrato plástico** (ciudad aérea) – el ambiente intelectual – deportivo – artístico – alegre – lanzado en el espacio. – Bar giratorio – Monumentos danzantes hablantes volantes – Pasajes serpenteantes en el espacio en torbellinos muy luminosos muy coloreados – Fuentes giro-plásticos. Plazas – Parques aéreos – Estaciones para aeroplanos – Villas volantes – Cafés sobre tablonés altísimos 100 – 200 – 300 – 1000 metros de altura¹⁸.

Esta propuesta “no relacionable con las formulaciones de Boccioni o Sant'Elia”, es la ampliación evidente de las tesis sobre el conjunto plástico de la *Reconstrucción futurista*, en relación con la escala urbana¹⁹ entroncaría con las propuestas teóricas posteriores de Vincenzo Fani, (Volt), expuestas en sus textos “Del funambulismo obbligatorio o aboliamo i piani delle case”, publicado en “L'Italia Futurista”, III, n.º 37, 15 de enero de 1918 y “La casa futurista Indipendente- Mobile- Smontabile- Meccanica- Esilarante”, publicado en “Roma Futurista”, a. III, n.º 81-82, 25 de abril-2 de mayo de 1920. También lo hacía con las

¹⁴ Depero, 2012: 14-28.

¹⁵ Pizza, 2014: 103.

¹⁶ Gómez Menéndez, 2015: 281-282.

¹⁷ San Martín, 1991: 58.

¹⁸ Crispolti, 1986: 128.

¹⁹ San Martín, 1991: 59.

formulaciones de Virgilio Marchi (1895-1960) a principios de los años veinte, ya que consideraban inviable el programa de la arquitectura tal y como se había planteado en el periodo heroico. Pergeñaba la idea de una arquitectura aérea, que se concretará en los años treinta, cuando sea la aeropintura la temática dominante en el grupo y la última de las grandes tendencias del futurismo italiano. A rebufo de la propuesta aeropictórica se publicaría el “Manifesto dell’Architettura Aerea” en “Sant’Elia”, a. II, n. 3, Roma, 1 de febrero de 1934, firmado por Marinetti, el arquitecto Angiolo Manzoni y el periodista Mario Carli.

Depero trasladaría la problemática arquitectónica a su intervención del *Primo Congresso Futurista* de 1923. En sus realizaciones y propuestas apuntaba a la *necessità di auto-réclame*, la Casa de Arte Depero, la Casa de Arte Boccioni, el *complesso plastico polirumorista, glorificazioni plastiche* y el *villaggio futurista*.

Estas dos últimas son esenciales para sus arquitecturas efímeras, ya que establecerían los presupuestos teóricos para la configuración de sus estructuras. En *glorificazioni plastiche* reseñaba las intervenciones de la Mostra Internazionale d’Arte Decorativa de Monza, analizando las intervenciones efímeras derivadas del futurismo a través de sus formas, “bloques piramidales verdes, conos azules de zinc y hendiduras de conos de luz, monstruoso cristal apuntado de estalactitas blancas, azules de luces, sustentado, incandescente, anaranjado, rojo”. Esas estructuras servirían como ejemplo para sustituir en Italia “millares de monumentos sin gracia, banales que estorban y ensucian las plazas”²⁰. A la vez, planteaba que los elementos publicitarios deberían ser esencialmente modernos y trasladarían el carácter novedoso de los productos que anunciaran.

En *villaggio futurista*, la idea de la arquitectura transgredía el concepto artístico para insertarse la vida. Depero propuso la construcción de un pueblo futurista en el que los artistas realizarían su casa de manera independiente y libre, una casa-estudio que no recordaría estilos pretéritos y que respondería a la nueva sensibilidad contemporánea, adecuándose a una economía de proyecto para construirla. Un espacio concebido para el uso y disfrute de los artistas que potenciarían sus capacidades creativas puesto que ese lugar correspondería a su sensibilidad. Como escribía Depero,

Imaginaos el paraíso locamente maravilloso de esta villa, de los extrañísimos y variados pabellones de ciudades-feria destinados solamente a artistas, inventores y genios que vivirán una vida típicamente intensa alegrándose de espectáculos de arte y de invención (...) entre los mismos árboles querrán y silbarán momentos de relojería, pájaros inventados. Cada uno podrá establecer un programa propio de vida autónomo, y finalmente se podrá disfrutar con la más desenfadada alegría el gozo de vivir²¹. (Fig. 2)

Tras la Exposición Mundial de Arte de París de 1925, Depero publicó “Architettura pubblicitaria” en el número de noviembre y diciembre de 1926 de la revista “1919”, escrito que fue republicado en diversos medios con variaciones, destacando especialmente el libro *Depero Futurista 1913-1927*. “Architettura pubblicitaria” afirmaba la supremacía futurista –en este caso moderna– de los pabellones expuestos haciendo hincapié en la bizarría de las formas, “la arquitectura de los pabellones, las plásticas coloreadas de los jardines y quioscos, las ropas tejidas, estampadas, bordadas, los cristales, las joyas y el mosaico; de los muebles, carteles y juguetes; del libro al teatro e iluminaciones de todo género”²². Depero recuperaba los conceptos apuntados en el *Primo Congresso Futurista* de Milan, *glorificazioni plastiche* y *villaggio*

²⁰ Depero, 2012: 93.

²¹ Universo, 1990: 73.

²² Depero, 2012: 99.



Fig. 2. “Architettura Pubblicitaria” Depero Futurista, 1913-1927. Edizione della Dinamo-Azari, Milán, 1927.

futurista y los reconfiguró con el objetivo de llevarlos a cabo. Su intención era realizar pabellones que respondieran a criterios modernos y no pasadistas “por lo tanto nuestros edificios, los pabellones, los quioscos de ferias y exposiciones, deben ser nuevos, maravillosas arquitecturas ultramodernas, futuristas, coloreadas, maquinistas, móviles, luminosas, en perfecta coherencia con el contenido expuesto”²³. Para Fortunato Depero el cartel sería la mayor expresión del arte publicitario y el pabellón su templo para contener dignamente los productos,

Pabellones de luz, de cristal, de metales, de tejidos, inspirados en licores, en plumas, pompas, fruta, flores, botellas... catedrales de colores de lápices gigantes, quioscos afilados, serrados en espiral, barrenados para especialidades mecánicas; pabellones naranjas y rosas todos a color y cálices para el famoso BITTER CAMPARI; edificio luminoso con corredores y salas oblicuas, de pavimentos curvos, una vuelta rapidísima, para visitar entre torpedos coloreados muy vivos, dignas de las grandes firmas automovilísticas FIAT, ALFA ROMEO²⁴.

Del mismo modo teorizó sobre la autopublicidad, una práctica ligada al futurismo desde sus orígenes. A diferencia de la táctica propagandística de Filippo Tommaso Marinetti (1876-1944), Depero hablaba sobre la necesidad de reconocimiento del artista. Si la estrategia comunicativa de la contemporaneidad era publicitaria, también debía de serlo para el artista: “para nosotros, productores de belleza, de arte, la publicidad es considerada algo anormal, manía arribista y descarada inmodestia. Ya es hora de acabar con el reconocimiento del artista tras su muerte o a edad avanzada. El artista necesita ser reconocido, valorado y glorificado en vida”²⁵.

Los pabellones plásticos futuristas

La arquitectura deperiana viene determinada por la transitoriedad, una revisión del concepto del manifiesto de 1914 de Antonio Sant’Elia (1888-1916). Depero reinterpretaba la premisa del arquitecto de Como que afirmaba en el octavo punto de su proclama que “los

²³ Depero, 2012: 99.

²⁴ Belli y Avanzi, 2007: 353.

²⁵ Depero, 2012: 104.

caracteres fundamentales de la arquitectura futurista serán la caducidad y la fugacidad. Las casas durarán menos que nosotros. Cada generación deberá construir su propia ciudad”²⁶. Esa idea de renovación arquitectónica atribuida a Sant’Elia, que era realmente de Marinetti y su secretario Decio Cinti (1879-1954), evolucionaría hasta la *architettura pubblicitaria*, con el objetivo de crear pabellones para muestras, ferias, exposiciones, decoración y ambientaciones. Depero mantenía que la arquitectura debería adherirse al mundo para crear una estética “morfo-genética”²⁷ que trasladó a sus pabellones publicitarios. (Fig. 3)

El *Progetto di padiglioni pubblicitario* (1924, collage, 58 x 59 cm, MATR, Rovereto) fue concebido para el concurso del Pabellón de Venezia Tridentina. Esta propuesta recuperaba otra similar que había desarrollado en 1922 para la Fiera Campionaria de Milán. Para concretar su proyecto desarrollaría al menos ocho bocetos realizados a lápiz y tinta china en los que estudiaba las variantes de la arquitectura de Trento y sus diferentes configuraciones. La mayoría eran bosquejos en los que combinaba elementos externos con las formas autóctonas del norte de Italia. Dos de los dibujos son los planos del pabellón y su ubicación en el plano de la feria. Depero realizaría dos collages del pabellón exento, *Progetto di padiglioni* (1924, collage, 54,2 x 34,8 cm, MATR, Rovereto), en el que presentaba la estructura en tonos azules a escala humana y *Progetto di padiglioni* (1924, collage 58 x 45 cm, colección privada, Génova) que presentaba la misma estructura coloreada en tonos anaranjados.



Fig. 3. *Progetto di padiglioni pubblicitario* (1924, collage, 58 x 59 cm, MATR, Rovereto).



Fig. 4. *Padiglione pubblicitario*, (1925, madera barnizada, 81 x 48 x 48 cm. MATR, Rovereto).

El proyecto final que presentó Depero al comité ejecutivo de la feria fueron las plantas, secciones y los detalles técnicos de un pabellón geométrico para construirlo en cemento armado y madera, con una solución determinada por la *staticità* para aprovechar los espacios internos. El pabellón tendría dos plantas y cinco grandes ventanales en la fachada. La característica esencial era su similitud con la arquitectura vernácula de la región del Trentino en la que se inspiraba. El espectador penetraría en la estructura y sería capaz de ver la exposición en un solo golpe de vista. Depero explicaba de este modo su configuración,

²⁶ Sant’Elia, 1979: 225.

²⁷ Scudiero, 1992: 139.

Las líneas esenciales del proyecto son asumibles en una síntesis arquitectónica de las construcciones características del Trentino: hoteles, iglesias, dolomitas, refugios etc. Es un bloque geométrico de base octogonal que sale en planos reentrantes y salientes en *zig-zag*, alterándose de colores en azul y rojo. El techo es el más elemental resumen plástico de las montañas cuyos perfiles representan ocho cumbres menores entorno a una aguja altísima central verde-oro; la más evidente es la acertada glorificación arquitectónica alpina²⁸. (fig. 4)

Al *Progetto di padiglioni pubblicitario* le siguieron otros dos: *Padiglione pubblicitario-prismatico* (1925, madera barnizada, 81 x 48 x 48 cm, MATR, Rovereto) y *Padiglione pubblicitario per matite* (1925, madera barnizada 130 x 48 x 48 cm, MATR, Rovereto) que continuaban la línea de trabajo de su propuesta de 1924 y estaban definidos por sus formas ascensionales. Depero elaboró una gran maqueta de cada uno de ellos que resaltaba su valor promocional y simbólico. (fig. 5)

En *Padiglione pubblicitario per matite* utilizaba el referente del paisaje y de la publicidad, coincidiendo con el trabajo que desarrollaba en ese periodo. Como recuerda en su escrito autobiográfico “Incredibile storia vissuta di... matite”, la empresa de lápices milanesa Presbiterio le comisionó cuatro trabajos: *Fabbrica di matite*, *L'animale-matita*, *L'uomo matita* y *Fascio di matite colorate*²⁹. Al no llegar a un acuerdo económico satisfactorio se los ofreció a otra firma, pero tampoco se concretó nada. De hecho, existen series de láminas publicitarias con lápices como motivo principal, tales como *Matite* (1926, collage, 60 x 42 cm, colección privada, Valenza) y *Fabbrica di matite* (1926, collage, 60 x 45,2 cm, colección Massimo Rigo, Rovereto). (fig. 6)



Fig. 5. *Padiglione pubblicitario per matite* (1925, madera barnizada 130 x 48 x 48 cm, MATR, Rovereto).



Fig. 6. *Padiglione Fascista* (1927, plata en gelatina sobre papel baritado, 35 x 29,5 cm, MART, Rovereto).

²⁸ Belli, 1992: 406.

²⁹ Scudiero, 2004: 88.

La referencia publicitaria aparece en *Padiglione pubblicitario Presbiterio* (1926-27, collage de papel de colores 33 x 48 cm, colección privada, Milán) en el que compone un *stand* elaborado por lápices gigantes que emergen de la estructura del edificio, conformando un espacio de carácter lúdico y promocional. Ese pabellón era la prolongación de varias intervenciones publicitarias de cuadros, dibujos y postales, como el proyecto para la postal *Presbiterio. Fabbrica di matite* (1926, lápiz sobre papel, 41,5 x 61,5 cm, MART, Rovereto). En 1928 el impresor Morreale le sugirió reformar la propuesta para ofrecérselo a otras empresas. Finalmente fueron reelaborados en Nueva York para la American Lead Pencil Company³⁰. Volvió al tema en otra campaña para la firma Venus Pencil en su periodo neoyorquino –en los que combinó los lápices con el cuerpo de los rascacielos– entre 1929 y 1931.

En esta línea argumental, Depero desarrolló dos maquetas de pabellones de índole política, el *Padiglione Fascista* (1927) y el *Padiglione Tricolore* (1927) que conocemos por las fotografías documentales que posee el MART. De hecho, ambas estructuras tienen una matriz similar, determinada por la influencia del “Manifiesto Técnico della Scultura Futurista” de Umberto Boccioni, que mantenía que el objeto se articula sobre un núcleo central y se desenvuelve en el espacio³¹. Las hachas típicas de los *fasci* italianos configuran su elemento más reconocible, así como la utilización de los colores de la bandera italiana en el último. Ambos pabellones son los menos reproducidos dentro de la producción del artista de Rovereto, probablemente por las implicaciones políticas que atestiguaban. (fig. 7.)

La importancia de los pabellones publicitarios en la obra de Depero se observa en fotografías de la época en las que aparece con sus composiciones. Del mismo modo, en la sala que le dedicaron en la III Biennale di Monza (1927), aparece la maqueta blanca del *Padiglione pubblicitario* prismático, así como una curiosa estructura arquitectónica, esta vez elaborada para sus marionetas, *el Villaggio luminoso* para los *Ba lli Plastici*.

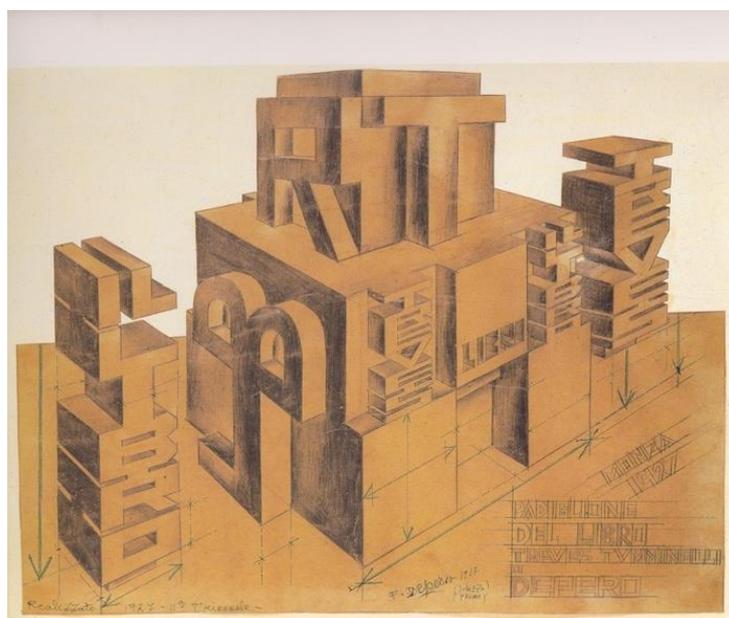


Fig. 7. *Padiglione Bestetti, Tuminelli & Treves* (1927, lápiz y tinta sobre papel 42,2 x 51 cm., MART, Rovereto).

³⁰ Scudiero, 2017: 36.

³¹ “Concebimos el objeto como un núcleo (construcción centrípeta) del que parten las fuerzas (líneas-formas-fuerza) que lo definen en el ambiente (construcción centrífuga) y determinan su carácter esencial. De esta forma creamos una nueva concepción del objeto: el objeto ambiente, concebido como una nueva unidad indivisible (...) para nosotros los futuristas [el objeto] es, un núcleo de *direcciones*. Boccioni, 2014: 63. Hulten, 1986: 432-434. Coen, 1996: 222-225.

El Pabellón Bestetti, Tuminelli & Treves

El programa de una arquitectura publicitaria a través del pabellón expositivo encontró su mejor ejemplo en el *Padiglione Bestetti, Tuminelli & Treves* que elaboró para la “Bottega del Libro” en la III Biennale de Monza (1927). Este proyecto, el único que construyó, supuso uno de los logros más destacados en un año decisivo en su carrera artística.

Depero había publicado *Depero Futurista 1913-1927* (Edizione della Dinamo- Azari, Milán, 1927) libro autopublicitario que resumía dos décadas de trabajo. Su encuadernación y tamaño sobredimensionado desafiaban el concepto tradicional del libro ya que su forma hacía que no se pudiera colocar junto a otros, tal y como lo definía Fedele Azari: “libro-mecánico atornillado como un motor. Peligroso, puede constituir un arma-proyectil. Inclasificable, no se puede colocar en la librería entre los demás volúmenes”³². *Depero Futurista 1913-1927* era un libro-máquina cuyas páginas estaban diseñadas de manera individualizada. Para reforzar las imágenes utilizaba fuentes tipográficas de tamaño variable –dispuestas en diferentes formas y direcciones– y estaba impreso en papel de gramaje y color distinto. Concebido para la autopromoción, Depero lo utilizaba como carta de presentación, mostrándolo completo o separando páginas para distribuir las si era preciso.

Una de las vías que Fortunato Depero exploraba en ese periodo era la conformación de una arquitectónica publicitaria tipográfica. De hecho, había varias páginas en el libro dedicadas a la “Architettura pubblicitaria” y a la “Architettura tipografica e Plastica in moto”, que eran la transcripción de trabajos anteriores. Depero, como había estudiado desde 1915, pretendía desarrollar una arquitectura adecuada al mundo contemporáneo. Un año después, en su muestra individual romana, planteaba la disciplina teóricamente, pero observaba que la arquitectura futurista era una utopía cuya aplicación quedaría reducida a los espacios escenográficos. Depero, lejos de la retórica monumental de los Sant’Elia y Chiattonne aspiraba a construcciones efímeras, decoraciones y pabellones para ferias en los que pudiera dar rienda suelta a sus imaginativas formulaciones. (fig. 8)

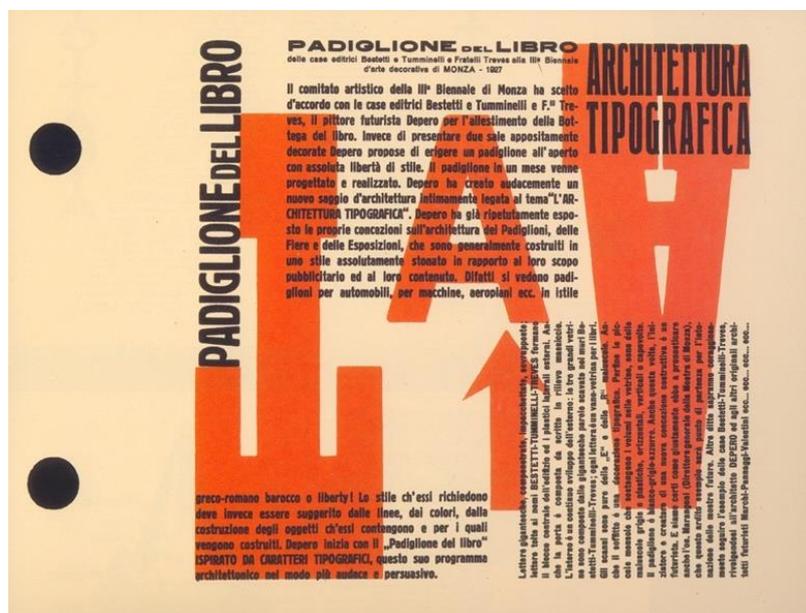


Fig. 8. Página del “Padiglione del libro” en *Depero Futurista*, 1913-1927. Edizione della Dinamo-Azari, Milán, 1927.

³² Fernandez y Bedarida, 2017: 10.

El uso de la tipografía fue el argumento central de la elaboración del pabellón Bestetti, Tuminelli & Treves, donde dispondría del alfabeto para elaborar una estructura que corporeizaba arquitectónicamente las palabras en libertad futuristas. El 26 de julio, recibió el anuncio de que el Consejo de la Bienal de Monza lo había elegido para diseñar el pabellón de las editoriales milanesas Bestetti-Tuminelli y Filli Treves. Inmediatamente realizó dos estudios previos titulados *Padiglione pubblicitario Bestetti, Tuminelli & Treves* (1927, lápiz sobre papel, 31,9 x 25 y 54,8 x 38,8 cm, MART, Rovereto) que serían los prolegómenos de una visión más elaborada, *Padiglione Bestetti, Tuminelli & Treves*, (1927, lápiz y tinta sobre papel 42,2 x 51 cm, MART, Rovereto), que fue el que finalmente se llevó a cabo.

Depero edificó un pabellón ubicado al aire libre –al principio se pensó en dos salas decoradas– construido en ladrillo y cemento. La economía y simplicidad del diseño serviría para que el pabellón se levantara en menos de veinticinco días, que era un tiempo muy reducido para la época³³.

La estructura exterior estaba formada por los caracteres tipográficos de los tres nombres de los editores que constituían el bloque central y los elementos laterales. Las puertas estaban realizadas por letras en relieve. El interior era una prolongación de los elementos externos con vitrinas con los nombres de los editores. El techo, la decoración interior y el mobiliario estaban inspirados en las letras del alfabeto. Como escribía Depero, el pabellón respondía a su investigación sobre la arquitectura tipográfica,

Depero ha creado audazmente un nuevo ensayo de arquitectura íntimamente ligado al tema “La arquitectura tipográfica.” Depero ha expuesto repetidamente su propia concepción sobre la arquitectura de los Pabellones, de las Ferias y de las exposiciones, que son generalmente realizados en un estilo absolutamente confuso en relación con su finalidad publicitaria y a sus contenidos. En efecto, se ven pabellones para automóviles, para máquinas, aeroplanos etc. ¡en estilo grecorromano, barroco o liberty! Sin embargo, su estilo (volver a pedir–necesitar–precisar) debe sugerir las líneas, los colores, las construcciones de los objetos que contienen y para los que son construidos. Depero inicia con el “Pabellón del Libro” inspirado en caracteres tipográficos, su programa arquitectónico en el modo más audaz y persuasivo³⁴.

Depero entendía que los pabellones publicitarios deberían ser atrevidos en su forma: “se pueden construir complejos esféricos, cónicos o cilíndricos, complejos llanos o puntiagudos; *baves* tubulares o de paralelepípedos, torres angulosas dinámico-estilizadas o particulares máquinas de grandes proporciones que contienen elementos de arquitectura típica de nuestro siglo de acero”³⁵, algo que aplicó en este trabajo y en proyectos sucesivos.

Lamentablemente, el estudio del pabellón Bestetti, Tuminelli & Treves ha estado determinado por la escasez de información tanto escrita como fotográfica. En este sentido, una de las referencias fundamentales fue la de Filippo Tommaso Marinetti que escribía,

Letras gigantes, compenetradas empaquetados, superpuestas en columna, letras cortadas de las iniciales y de las palabras Bestetti, Tuminelli y Treves, forman el bloque central del edificio y de los plásticos laterales externos. Las puertas están compuestas de palabras en fuerte relieve. El interior es un continuo desarrollo del externo. Tres grandes escaparates compuestos de letras gigantes, hundidas en las paredes. Los asientos, que son los únicos muebles, son unas “R” y unas “E” mayúsculas. El techo es una

³³ Belli, 1992: 412.

³⁴ Depero, 1959: 69.

³⁵ Depero, 2012: 194.

decoración tipográfica. Hasta los apoyos que sostienen los volúmenes en los escaparates tipográficos son unas letras plásticas mayúsculas-horizontales, verticales o muchas veces volteadas. El pabellón es blanco gris y azul. Esa amortiguación y el color fresco mantienen la organicidad constructiva resuelta en pleno³⁶.

El pabellón con sus formas cúbicas y caracteres tipográficos sobredimensionados provocó sorpresa en un contexto en el que dominaba el tradicionalismo. Depero pensaba que contribuiría a la renovación de la arquitectura o, al menos, a plantear una práctica arquitectónica ligada al futurismo. Como escribe Ezio Godoli el acierto de Depero fue “haber hecho del carácter tipográfico no un elemento accesorio sino la matriz misma de la imagen arquitectónica”³⁷.

Los bocetos del pabellón *Bestetti, Tuminelli & Treves*, así como del *Padiglione pubblicitario* de la Venezia Tridentina, aparecen en los bocetos *Festa della sedia* (1927, tinta china y acuarela sobre papel, 45 x 33 cm) y el tapiz homónimo (1927, 259,5 x 340 cm., MART, Rovereto) un “reciclaje iconográfico”³⁸ en el que los pabellones comparten protagonismo con sus juguetes, las marionetas extraídas de los *Balli Plastici* y la silla tipográfica. Depero, por otra parte, realizó otro dibujo exento del pabellón, el *Padiglione Bestetti, Tuminelli & Treves* (1926-27, collage en papel de colores 64 x 42,5 cm, Colección privada, Rovereto) con el que cerraría la terna de su investigación sobre el pabellón. (fig. 9)

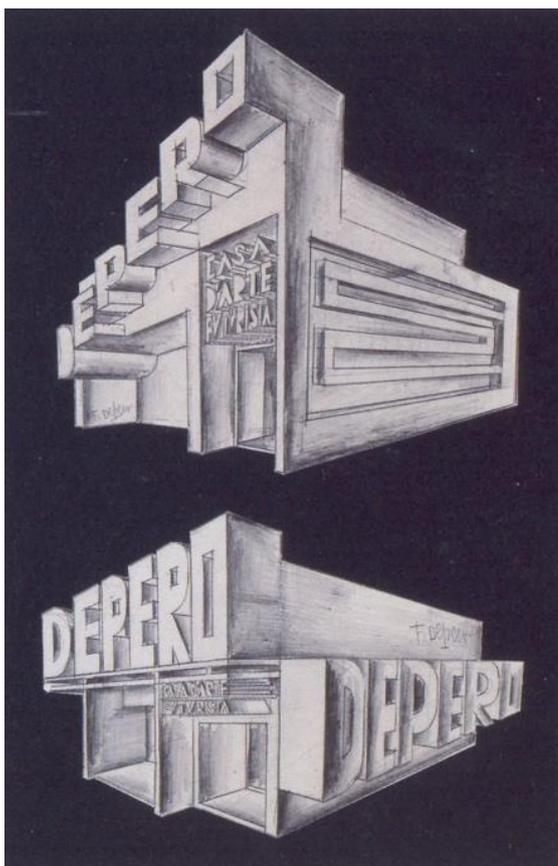


Fig. 9. *Progetto per padiglioni Casa d'Arte Futurista Depero* (1927-28, lápiz sobre papel, 42 x 27,6 cm, MART, Rovereto).

³⁶ Godoli, 1989: 151.

³⁷ Godoli, 1989: 152.

³⁸ Scudiero, 2004: 86.

El trabajo para *Bestetti, Tuminelli & Treves* marcará un antes y un después en la genealogía arquitectónica del futurismo determinando su orientación hacia la arquitectura efímera. Un año después, en 1928, el pabellón del libro le serviría como inspiración a Enrico Prampolini (1894-1956) para la configuración de su *Padiglione futurista* que celebraba los diez años de la victoria de 1918, donde aparecía verticalmente la palabra FUTURISMO en gigantescas letras de colores que se iluminaban. La propuesta de pabellón de Depero influiría igualmente en trabajos de Enrico Prampolini, Nicolay Diulgheroff (1901-1982) y en los grupos independientes futuristas de Milán y Turín.

Del auto réclame a la publicidad

A partir del pabellón del libro de Monza, la actividad proyectual de Depero se centrará mayoritariamente en variables de las arquitecturas tipográficas. Para la sede de su central en Rovereto elaboró cuatro bocetos contenidos en dos láminas: *Progetto per padiglioni Casa d'Arte Futurista Depero* (1927-28, lápiz sobre papel, 42 x 27,6 cm, MART, Rovereto) y *Progetto per padiglioni Casa d'Arte Futurista Depero* (1927-28, lápiz sobre papel 15 x 16,7 cm, MART, Rovereto), en las que utilizó su apellido como reclamo en las diferentes configuraciones del edificio, en una línea de trabajo que extendía hasta el infinito las posibilidades de intervención sobre la arquitectura tipográfica. (fig. 10)



Fig. 10. *Campari-Cordial Bitter* (1933, témpera y collage sobre cartulina, 46,3 x 41,5 cm, colección David Campari, Milán).

La matriz de estas composiciones se desarrollará en los estudios en los que combinaba la autopropaganda con la publicidad, en concreto con la marca de bebidas Campari, como el *Progetto per padiglione pubblicitario Depero-Campari* (1928, lápiz sobre papel 31 x 30,4 cm, MART, Rovereto). Depero proyectar  para la firma el *Padiglione Depero Campari Bitter Cordial* (1928) que será modificado cinco años después en el boceto titulado *Campari-Cordial Bitter* (1933, témpera y collage sobre cartulina, 46,3 x 41,5 cm, colección David Campari, Milán). (fig. 11)

Estos estudios marcarían otra de las líneas del trabajo publicitario con Campari entre 1926 y 1937. Depero y Davide Campari se habían conocido en 1924 gracias a la intermediación de Fedele Azari, fecha en la que probablemente iniciaron su colaboración, aunque no está documentado. Campari era una empresa de bebidas que había prestado bastante atención a la publicidad desde el inicio de la firma. Depero realizará una serie de diseños, carteles y campañas de publicidad que llegó a su cénit en la XV Bienal de Venecia de 1926, donde expuso su cuadro *Bitter Campari- Squisito al Selz*, terminando con las barreras entre arte y publicidad, ya que lo defini o como “cuadro publicitario, no cartel”³⁹. *Squisito al Selz*, cuadro

³⁹ Scudiero, 2004: 24.

actualmente perdido –existe un collage de 1926 en la milanesa Galería Centro– fue una obra relevante dentro de su producción ya que la escogería para ilustrar su “Manifiesto dell’arte pubblicitaria futurista”⁴⁰ publicado en el *Numero unico futurista Campari* (1933) cuya intención resumía en su prólogo: “la presente publicación, a pesar de su evidente sentido utilitario y de su objetivo publicitario, está concebida con el sincero sentido del arte”⁴¹. En el *Numero unico futurista Campari*, Depero publicó algunas de sus composiciones de palabras en libertad inspiradas en su experiencia neoyorkina, donde había residido con bastante poca fortuna entre 1928 y 1930. Depero mantenía que los rascacielos le recordaban las montañas de su tierra natal y convirtió la arquitectura de Nueva York en protagonista de sus tablas *24th Street* (1929, colección Carlo Bellotti, Basilea), *Montagne russe a Coney Island* (1928-29, tinta china sobre papel, 48,2 x 30,2 cm, MART, Rovereto) o *Subway* (1929, tinta china sobre papel, 45 x 31 cm, MART, Rovereto) lo que constituía un “momento de empeño *parolibero* en un contexto de fuerte carácter en sentido plástico”⁴².

Los trabajos para Campari trascendieron su época puesto que en la actualidad la firma continúa reproduciendo alguno de los más de cien diseños creados por Depero. En cuanto a la arquitectura, la Galleria Campari reconstruyó en los años sesenta el pabellón *Campari-Cordial Bitter*. Para Campari, la colaboración con Depero y otros artistas afirmaba que la empresa no solo producía bebidas, sino también un estilo de vida⁴³. La relación histórica entre el pintor y la firma se ha refrendado con la inserción de diseños de Depero en la fachada del Museo dell’aperitivo (2009) de Mario Botta, ampliación del edificio histórico de 1904 en el barrio de San Giovanni de Milán.



Fig. 11. *Progetto per padiglione pubblicitario Komarek* (1932, lápiz y tinta china sobre papel, 48,5 x 35 cm, MART, Rovereto).

⁴⁰ Ginex, 2015: 313.

⁴¹ Sánchez Albarrán, 2015: 318.

⁴² Crispolti, 1980: 364.

⁴³ Guinato, 2016.

En la misma línea de Campari, Depero también planteó otra arquitectura para la firma de persianas Komarek. El boceto preparatorio *Progetto per padiglione pubblicitario Komarek* (1932, lápiz sobre papel, 15,3 x 11 cm, MART, Rovereto), incidiría de nuevo en el carácter simbólico de lo representado e insertaba en el techo dos grandes persianas que se enrollaban en la parte superior. En la última fase elaboró el *Progetto per padiglione pubblicitario Komarek* (1932, lápiz y tinta china sobre papel, 48,5 x 35 cm, MART, Rovereto) que prescinde de las persianas para dedicar todo el protagonismo al nombre de la sociedad que implanta hasta en cuatro ocasiones. Este último boceto es menos dinámico que el primero, pero está en consonancia con los trabajos tipográficos para su Casa de Arte y los pabellones para Campari. La relación entre arquitectura y publicidad se complementaba a través de las ilustraciones publicitarias en blanco y negro para periódicos que hizo Depero para Komarek. (fig. 12)



Fig. 12. Bozzetto per carro allegorico. Monopoli (1936, lápiz y tinta china sobre papel, 57 x 38,7cm, MART, Rovereto).

La experiencia de la arquitectura publicitaria en Rovereto

Los últimos años de Depero estuvieron ligados a su Casa de Arte y a Rovereto. Pese a que Marinetti había definido su casa como “la maison magique de Depero”, no fueron tiempos fáciles. La situación económica del artista siempre había sido delicada y, pese a su estancia neoyorkina, el trabajo de Depero no alcanzaba, fuera de las filas futuristas, el reconocimiento esperado. A ello se unió el aislamiento dentro del grupo. Los treinta fueron los años de la aeropintura y la espiritualidad aérea a las que se adscribieron mayoritariamente los jóvenes artistas futuristas. Pese a que Depero firmó el manifiesto, lo hizo más por compromiso que por convicción. Su trabajo, más allá de algunas propuestas temáticas coincidentes, permaneció alejado de la retórica aeropictórica, continuando la línea argumental de la “estética del acero”. Este retraimiento lo separó de las líneas principales del movimiento determinando su apoyo explícito al régimen de Mussolini.

El trabajo de Depero en los últimos años reflejó la particularidad del mundo rural en el que vivía. A la vez que se alejaba de las prebendas oficiales del futurismo hubo un empobrecimiento en sus temáticas y en su paleta de color. Abandonó la luminosidad primigenia para reflejar colores más apagados y su planteamiento plástico se estancaba vislumbrando la amargura de los anhelos artísticos y personales no satisfechos. Ese universo se trasladará a los últimos proyectos de los pabellones publicitarios que cerrarán su investigación entre 1936 y 1940.

A Depero le comisionaron entre 1936 y 1942 una gran cantidad de trabajos publicitarios del consorcio ENIT, con el objetivo de promocionar el turismo de la región, que el artista resolvió, según Passamani, con un estilo “eclecticó- decó- folclórico”⁴⁴. Con motivo de la Fiesta de la Uva, a finales del mes de octubre de 1936, Depero convocó a una serie de artistas de Rovereto para preparar los actos conmemorativos. Uno de ellos era una cabalgata, para la que desarrolló *Bozzetto per carro allegorico Monopoli* (1936, lápiz y tinta china sobre papel, 57 x 38,7 cm, MART, Rovereto). Esta propuesta era un híbrido entre un pabellón y una carroza de feria y se alejó bastante del proyecto original por la deficiente adecuación de los elementos ornamentales al cuerpo de la camioneta a la cual se insertó finalmente. Lo más relevante del proyecto era la relación que establecía con la tradición italiana del carro de carnaval que el artista transformó en una especie de inocua máquina de guerra con cañones perpendiculares, jugando con la doble intención de piezas de artillería y chimeneas. Iconográficamente similar a la propuesta de Gino Severini, *Treno blindato in azione* (1915, 115,8 x 88,5 cm, MoMA, Nueva York), Depero realizó un estudio previo, algo menos dinámico, el *Bozzetto per carro allegorico Monopoli* (1936, lápiz sobre papel, 19,3 x 309 cm, MART, Rovereto). (fig. 13)

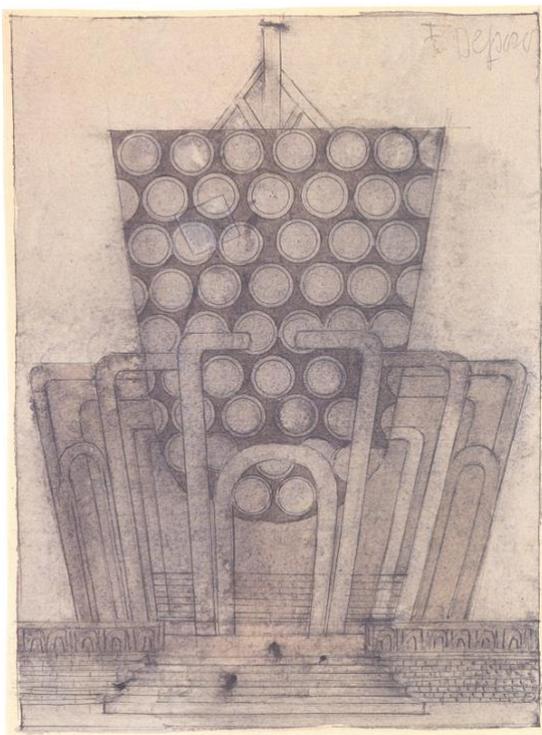


Fig. 13. *Studio per padiglione pubblicitario vini* (1936, tinta china sobre papel, 22 x 16,3 cm, MART, Rovereto).

En *Studio per padiglione pubblicitario vini* (1936, tinta china sobre papel, 22 x 16,3 cm, MART, Rovereto), se proyecta un pabellón que debería llevarse a cabo para la misma celebración. Fortunato Depero elaboró otros dos bocetos previos homónimos realizados a lápiz y tinta sobre papel con dimensiones de 17,8 x 13 cm y 16,8 x 14 cm, ambos en el MART, Rovereto. El punto de partida se encontraba en los pabellones tipográficos, aunque ya no queda nada de estructura letrista, decantándose por la simbología. Depero adaptó su forma a una especie de tina metálica para contener el vino formando una imagen curiosa en la que destacan los serpenteantes conductos para el vino, que le confieren una curiosa estética *steampunk*. (fig. 14).

⁴⁴ Belli y Avanzi, 2007: 35.

El *Bozzetto per carro allegorico Monopoli* y *Studio per padiglione pubblicitario vini* señalan las coincidencias entre la publicidad y la arquitectura. De hecho, Depero diseñó el único número de *Festa de l'Uva* (1936) cuyos elementos iconográficos se trasladan de los pabellones y carrozas a la revista⁴⁵.

El *Bozzetto per padiglione pubblicitario ENIT* (1939-40, témpera sobre tabla, 73 x 83, 5 cm., MART, Rovereto), cierra la investigación deperiana sobre pabellones efímeros. Con un acusado sentido rural, su carácter propagandístico anula la originalidad de los trabajos previos puesto que, en su retorno al orden, hace que desaparezcan los valores formales que habían llevado su obra a innovaciones líricas y procesos creativos radicales. Pese a su decorativismo folclórico “su estructura es aérea y ligera gracias al uso de pseudo-pilastras en vidrio emplomado”⁴⁶. (fig. 15)

Cada vez más aislado, consumido por una economía precaria y viendo el fin próximo, Depero comenzó a ordenar su legado artístico. Para ello, aún concibió un último boceto arquitectónico levemente ligado a sus pabellones publicitarios que, más que coincidir con su poética previa establecía un epílogo, haciendo una relectura de algunos de los proyectos arquitectónicos desarrollados por sus compañeros de movimiento. El *Proyecto para el Museo Depero* (1949-50, lápiz y tinta sobre papel 54,5 x 62 cm, MART, Rovereto) –cuya tipología est tica estaba muy cercana a los proyectos metálicos que había desarrollado Cesare Augusto Poggi (1903-1971)– resumía la tentativa para la creación de un edificio que albergara su encomiable producción artística. Por supuesto, nunca se construyó, pero se materializó en cierta forma con la creación del Museo di Arte Moderna e Contemporanea di Trento e Rovereto en 1987, que, desde entonces, administra y difunde el legado del artista a través de la Casa de Arte Depero.

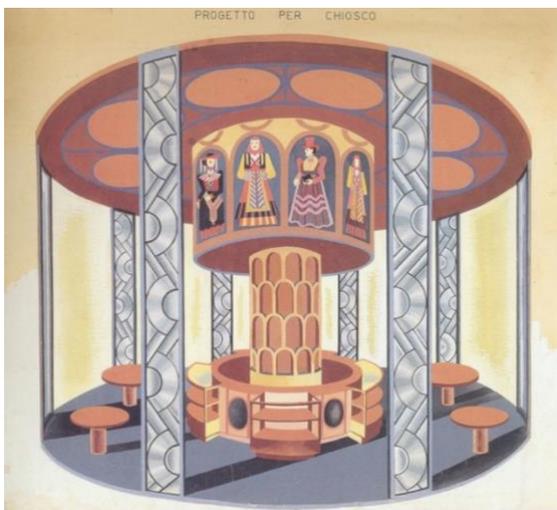


Fig. 14. *Bozzetto per padiglione pubblicitario ENIT* (1939-40, témpera sobre tabla, 73 x 83, 5 cm, MART, Rovereto)

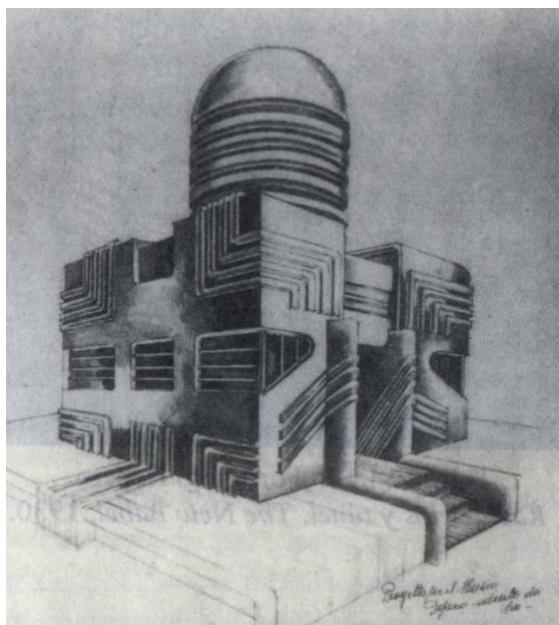


Fig. 15. *Progetto per il Museo Depero*, (1949-50, lápiz y tinta china sobre papel, 54,5 x 62 cm, MART, Rovereto).

⁴⁵ Salaris, 2012: 230-232.

⁴⁶ Scudiero, 1988: 21.

Conclusiones

Los pabellones publicitarios de Fortunato Depero parten de una problemática no resuelta del movimiento futurista que fue la disciplina arquitectónica, condicionada por el legado de los proyectos de Antonio Sant'Elia y de su manifiesto de 1914. Con un proyecto difuso sustentado en artículos mayoritariamente escritos por artistas plásticos y las muy escasas y poco relevantes intervenciones arquitectónicas, la retórica futurista no hizo más que celebrar los escasos logros de Sant'Elia, circunscritos a unas decenas de bocetos, hasta su mitificación más como héroe de guerra que como arquitecto. Pero en el movimiento hubo artistas que fueron capaces de replantear la dinámica arquitectónica partiendo de la crisis motivada por la falta de figuras que pudieran llevar a cabo la renovación que proponían.

Los pabellones de Depero fueron una de las soluciones más originales aportadas por el futurismo segundo, un trabajo en el que se concretaba su experiencia en el grupo de vanguardia, desde su adscripción, las primeras influencias de Balla y, en menor medida, de Boccioni, a las teorías sobre la ciudad, el pueblo para artistas contemporáneos y finalmente, el desarrollo de una arquitectura publicitaria, síntesis de las propuestas anteriores con el objetivo de poder llevar a cabo sus pabellones efímeros. Lejos de ser un hecho aislado, su praxis arquitectónica configuraba una serie de relaciones interdisciplinarias con el resto su producción plástica.

Desde sus primeros proyectos para Venezia Tridentina, Depero focalizó su arquitectura como un espacio dinámico que huía de cualquier encasillamiento con la finalidad última de comunicar. De ahí su interés por la publicidad como elemento referencial en un mundo en permanente transformación. Los pabellones eran transitorios ya que la modernidad, más allá de la retórica de ciertas propuestas futuristas, determinaba espacios dinámicos y transformables. A partir de ahí, las propuestas de sus construcciones se proyectarían en formas imaginativas y sorprendentes que obedecían a su carácter simbólico y representativo. Depero resignifica su trabajo para dotar de un nuevo sentido a la imagen y “encarnará un camino, hasta cierto punto ingenuo, que irá de una publicidad concebida como contraposición arquitectónica a una arquitectura transformada en instrumento publicitario”⁴⁷.

El *Padiglione Bestetti, Tuminelli & Treves* fue un hito en la genealogía de la vanguardia, puesto que estableció un patrón ligado a la promoción, algo muy presente, casi se podría afirmar que esencial, en la cronología del movimiento. Sus arquitecturas constituían la proyección de su particular imaginería a través de las tipografías, que conocía bien debido a su experiencia *parolibera* y que serían protagonistas de sus estudios arquitectónicos hasta los años cuarenta. Sus últimas propuestas testimoniaban paralelamente la decadencia del movimiento y del propio Depero, superado por su incapacidad para encontrar su lugar en un contexto artístico y político cada vez más ininteligible.

Los pabellones de Depero fueron los primeros en focalizar la problemática de una arquitectura simbólica que avanzaría inexorablemente a partir de la relectura capitalista norteamericana desde mitad de los años cincuenta. De hecho, Pablo Echaurren mantiene que probablemente Fortunato Depero haya sido el primer artista del arte pop. Maurizio Scudiero, por otra parte, estudia su producción como una práctica pop treinta años antes de su institucionalización como atestigua la práctica totalidad de su obra y, especialmente, los diseños y proyectos de sus pabellones publicitarios.

⁴⁷ Pizza, 2002: 45.

Bibliografía

- Balla, G.: *Scritti futuristi*. (Recolts e curats da Giovanni Lista) Milán: Absconditá. (2010)
- Belli, G. (ed.): *La Casa del Mago. Le arti applicate nell'opera di Fortunato Depero 1920-1942*. Rovereto: Charta. (1992)
- Belli, Gabriella y Avanzi, Beatrice (2007): *Depero Pubblicitario. Dall'auto-réclame all'architettura pubblicitaria*. Milán: Skira.
- Belloni, Fabio: "La fortuna crítica y la recuperación artística de Depero". En: Manuel Fontán del Junco (ed.) (2015): *Depero Futurista 1913-1950*. Madrid: Fundación Juan March, (2015), pp. 347-353.
- Berhaus, Günter (2019): "Fortunato Depero and Theatre" *Italian Modern Art*, 1. En: <<https://cdn.italianmodernart.org/wp-content/uploads/2019/03/Italian-Modern-Art-Journal-ISSN-2640-8511-Issue-1-Fortunato-Depero-Fortunato-Depero-and-the-Theatre.pdf?x48141>> [Fecha de consulta: 5/05/2020].
- , (1996): *Futurism and Politics. Between anarchist rebellion and fascist reaction, 1909-1994*. Providence/Oxford: Berghahn.
- Boccioni, Umberto (2014): *Estética y arte futurista*. Barcelona: Acantilado.
- Boschiero, Nicoletta (2013): "La tradició futurista". En Antonio Pizza (ed.) (2013): *Depero i la reconstrucció futurista del univers*. Barcelona: Fundació Catalunya La Pedrera, pp. 13-21.
- Caramel, Luciano, Crispolti, Enrico y Loers, Veit (1990): *Vanguardia italiana de entreguerras. Futurismo y Racionalismo*. Milán: Mazzotta.
- Cavaldini, Luigi (com.) (2010): *El espíritu futurista en la publicidad italiana*. Milán: Silvana.
- Crispolti, Enrico (1980): *Ricostruzione Futurista dell'Universo*. Turín. Museo Civici.
- , (1986): *Storia e critica del futurismo*. Bari: Laterza.
- Coen, Esther (com.) (1996): *Futurismo 1909-1916*. Barcelona: Museo Picasso.
- D'Elia, Anna (1988): *L'universo futurista: Una mappa: Dal quadro alla cravatta*. Bari: Dedalo.
- Depero, Fortunato, (2012): *Ricostruire e Meccanizzare l'Universo* (Scritti raccolti e curati da Giovanni Lista) Milán: Absconditá.
- , (1959): *Galleria Museo Depero*. Temi: Rovereto.
- Doorhan, Dennis P. (1988): *Building a Modern Italy*. Nueva York: Princeton Architectural Press.
- Fernandez, Rusell y Bedarida, Raffaele (2017): *Depero Futurista. A New Facsimile*. En: <<https://www.boltedbook.com/page-by-page/>> [Fecha de consulta: 5/05/2020].
- Ghinato, Alesandra (2016): "Campari Gallery, the red aperitif becomes art" En: <<http://news.mytemplart.com/campari-gallery-the-red-aperitif-becomes-art/>> [Fecha de consulta: 10/05/2020].
- Ginex, Giovanna (2015): "¡No solo Campari! Depero y la publicidad". En: Manuel Fontán del Junco (ed.) (2015): *Depero Futurista 1913-1950*. Madrid: Fundación Juan March, pp. 309-317.
- Godoli, Ezio (1989): *Guide all'architettura moderna. Il Futurismo*. Bari: Laterza.
- Gómez Menéndez, Llanos (2015): "Conjuntos plásticos y acciones mecánicas. El organismo plástico, teatral viviente de Depero". En: Manuel Fontán del Junco (ed.) (2015): *Depero Futurista 1913-1950*. Madrid: Fundación Juan March, pp. 281-285.
- Hulten, Pontus (1986): *Futurismo & Futurismi*. Venecia: Bompiani.
- Marinetti, Filippo Tommaso (1979): *Manifiestos y textos futuristas*. Barcelona: Del Cotal.
- Masoero, Ada (2003): *Universo meccanico. Il futurismo attorno Balla, Depero, Prampolini*. Mazzotta: Milán.
- Salaris, Claudia (2012): *Riviste futuriste. Collezione Echaurren Salaris*. Pistoia: Gli Ori.
- Sánchez Albarrán, Belén (2015): "Depero: el arte del futuro será potentemente publicitario". En: Manuel Fontán del Junco (ed.) (2015): *Depero Futurista 1913-1950*. Madrid: Fundación Juan March, pp. 319-327.
- Pizza, Antonio y García, Marisa (2002): *Arte y arquitectura futuristas (1914-1918)*. Murcia: Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos.

- Pizza, A. (2014): *Las ciudades del futurismo italiano. Vida y arte moderno: Milán, París, Berlín, Roma (1909-1915)*. Barcelona. Universidad de Barcelona.
- San Martín, Francisco Javier (1992): *La mirada nerviosa. Manifiestos y textos futuristas*. San Sebastián: Arteleku.
- Scudiero, Maurizio (1992): *Depero. Istruzione per l'uso*. L'Editore: Rovereto.
- , (1988): *Depero. Casa d'Arte Futurista*. Florencia. Cantini.
- , (1989): *Depero per Campari*. Milán: Fabri.
- , (2004): *Depero futurista*. Electa: Milán.
- , (2017): *Depero. La progettualità. Disegni 1920-1928*. Venecia: Contini.
- , (2009): “Depero in cinque step. 1914-1930”. En: Giancarlo Carpi (ed.) (2009): *Futurismo romano. Balla, Depero, Prampolini, Dottori*. De Luca, Roma.
- Scudiero, Maurizio y Leiber, David (1988): *Depero futurista. L'arte pubblicitaria*. Módena: Fonte d'Abisso.
- Universo, M. (1990): *Fortunato Depero e il mobile futurista*, Venecia: Marsilio.