

La lettera è sempre stata un messaggio totale, fin dal suo esterno. Dal modo in cui era scritto l'indirizzo, dalla carta, dai termini usati, da eventuali svolazzi, dal tipo di piegatura e di sigillo.

Ma con l'arrivo delle carte-valori si aggiunse un elemento molto particolare, il francobollo, utilizzabile anche per arricchire visivamente la lettera.

Anzi per farne, con un po' di creatività, persino un'opera d'Arte...



Alcune buste decorate o illustrate a mano dai mittenti (o da chi per loro) con indirizzi elaborati in modi e con caratteri particolari, anche a colori, e disegni fantasiosi o caricaturali, talvolta con più o meno chiari riferimenti, come gli altri che illustrano queste due pagine. Un modo per personalizzare al massimo la lettera e renderla decisamente più "memorabile"



Le cartoline illustrate sono riprese da cataloghi di aste Feldman, Harmers, Laser Invest e Lugdunum, e dalle collezioni di Vittorio Coscia e dell'autore

LETTERE E CARTOLINE, ISPIRAZIONE ALLA CREATIVITÀ



Franco Filanci AIFSP

*A Nello Bagni, appassionato
ricercatore senza confini*

Estrano come certi neologismi finiscano per assumere un significato ben diverso da quello deducibile dai termini che lo compongono, solitamente più limitativo se non persino distorto.

Prendiamo *storia postale*, traduzione di quella *postal history* di cui asseriva di essere padre (o madre) un celebrato filatelista come Robson Lowe¹. Il suo significato nel mondo filatelico non è infatti — come sarebbe logico — di illustrazione sistematica di fatti d'ordine organizzativo, procedurale, politico, sociale, economico ecc. relativi alla posta, ai suoi servizi e ai sistemi di affrancatura utilizzati, ma più semplicemente di “insieme” di documenti postali viaggiati e francobolli usati relativi a un certo argomento postale, periodo storico, stato o località, o della loro descrizione.

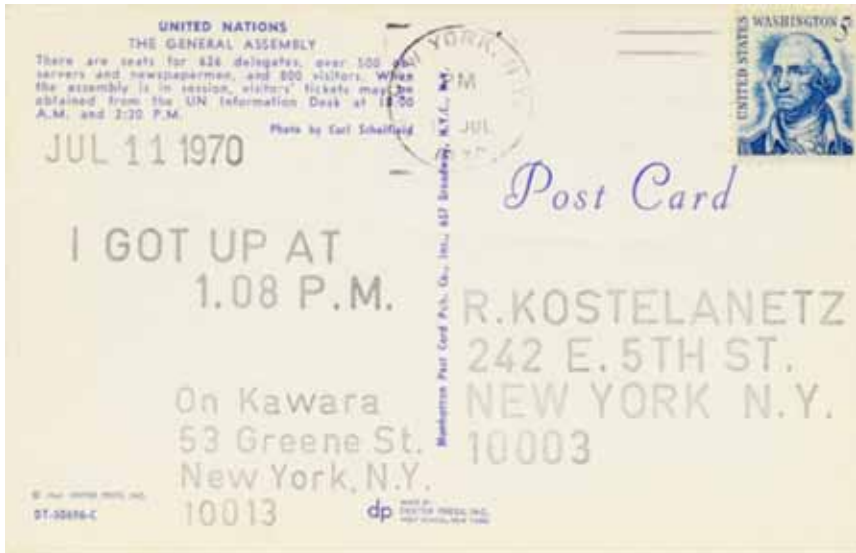
Lo stesso è avvenuto con *Mail Art*, Arte postale, termine con cui dagli anni '60 del secolo scorso viene definita una delle molte forme espressive di quell'*Arte concettuale* che, anticipando e poi testimoniando i grandi movimenti sociali e culturali del 1968, ha operato un'altra grande rottura, forse la più radicale, della storia dell'arte. Andando ben oltre l'*Arte informale* (oltreoceano *Action Painting*) di Burri, Pollock e Tapes, e la *Pop Art* di Warhol e Lichtenstein, l'*Arte concettuale* privilegia al massimo l'idea creativa, finendo addirittura per negare l'ope-

ra “da possedere e da esporre” in favore della sua mera concezione². In questo esplorando nuovi mezzi di espressione oltre la pittura, la scultura, la grafica: dalla televisione (*Video Art*) allo stesso corpo umano (*Body Art*), dagli interventi sul paesaggio (*Land Art*) alle combinazioni tra la parola e l'immagine (*Poesia visiva*) o tra fotografia e parola (*Narrative Art*). E in questa esasperata ricerca di nuove forme di linguaggio ha scoperto anche il mezzo postale, con quella *Mail Art* che, muovendo nel 1961 dal movimento neodadaista *Fluxus*, nel 1962 si sviluppò e venne codificata alla *New York Correspondence School* di Ray Johnson fino ad affermarsi nell'ambito del *Nouveau réalisme* del critico Pierre Restany e a produrre i francobolli di Donald Evans e Bob Watt, le cartoline di Ben Vautier, i timbri d'artista di Beuys e Daniel Spoerri, le accumulazioni di Fernandez Arman, le azioni di Daniel Buren.

Con in più una presa sul popolo dei creativi che ha reso la *Mail Art* uno dei movimenti artistici più longevi della storia. Infatti sono migliaia coloro che dagli anni '60 vi si dedicano in tutto il mondo, chi in modo continuativo e chi occasionalmente, per lo più senza altro legame col mondo dell'arte di quello offerto da questa attività creativa di scambio postale (poi ampliato all'*e-mail*), sovente stimolata da particolari eventi a tema. Anche se molte volte

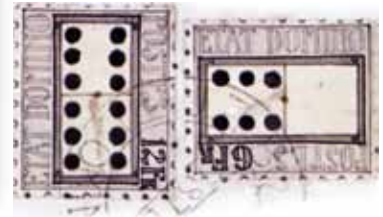
¹ In realtà questa terminologia è di molto precedente anche in Italia: si vedano il *Bullettino Postale-Telegrafico* n° I del 1891 al § 4, relativo all'istituzione di un Museo postale, e gli articoli di Achille Sassi apparsi dal 1898 su *Il francobollo* e intitolati proprio *Cenni di storia postale dal secolo XIV al XVIII*.

² Esempari in tal senso le “sculture” di Christo, che sono palazzi, monumenti, ponti impacchettati per qualche giorno con plastica o altri materiali, di cui non resta poi altro che una documentazione fotografica, molto apprezzata se realizzata e firmata dall'artista.



Una fra le prime e più celebrate opere di Mail Art, che il suo autore On Kawara ha ripetuto più volte tra il 1968 e il 1979: il messaggio "Mi sono alzato alle..." è realizzato con timbri su cartoline illustrate dirette in tutto il mondo, e poi montate su pannelli.

Due "francobolli usati" dello Stato di Domino di Donald Evans, 1974



le opere create da questa rete di Mail-artisti di oltre cinquanta paesi — in gran parte lettere, cartoline e buste decorate con illustrazioni, timbri o "francobolli d'artista" (*artistamps*) — sono semplicemente "disegni e materiali vari inviati per posta" che nulla hanno a che fare con la *Mail Art*, la quale richiede invece che l'idea sia in stretta relazione con la posta, i suoi mezzi, le sue strutture, le sue norme. Come nelle *Settecentoventi lettere dall'Afghanistan* di Alighiero Boetti, del 1974, sei pannelli che presentano le 720 lettere inviate da un ragazzo di Kabul, ciascuna con una pagina del suo diario e affrancata con sei diversi

francobolli in tutte le 720 combinazioni possibili.

Sono proprio i cultori di questa forma di *Arte concettuale* che ha nell'idea creativa e nella posta i suoi fondamenti espressivi a essersi accorti come, a ben guardare, opere riconducibili all'Arte postale fossero già state realizzate in precedenza. E non solo da esponenti del Futurismo e del Dadaismo, come le cartoline di Giacomo Balla con le sue "parole in libertà" e i *collages* di Ivo Pannaggi. Pur senza rievocare leggende di un passato remoto in cui la posta non esisteva ancora, si citano le buste illustrate, dalle Mulready contemporanee ai primi



francobolli alle loro caricature fino a quelle con *en-tête* pubblicitario, le cartoline illustrate che impazzarono soprattutto nel primo Novecento, e persino le FDC, le buste primo giorno inventate negli States.

In realtà, se solo si conosce un po' meglio e si analizza a fondo la storia postale, si scopre che di casi precedenti ve ne sono molti altri. E soprattutto che questi casi non sono tanto dei "precursori" quanto delle vere opere di *Mail Art*, rispondendo in pieno a quel concetto di creatività tramite posta che ne è alla base.

Il gioco dell'affrancatura

Nella lettera il valore estetico è cosa antica e radicata. Il modo di scrivere l'indirizzo, gli spazi bianchi, la forma stessa della lettera, l'eventuale busta, il modo di sigillare le corrispondenze, i suggerimenti da imprimere sono tutti elementi un tempo curatissimi per creare quelle "belle lettere" che dovevano presentare il mittente ancor prima di essere aperte, palesandone il rango, la cultura, il gusto; e il più delle volte motivando anche la spesa richiesta, visto che fino a metà Ottocento era buona abitudine lasciare al destinatario il piacere di pagare il costo del trasporto per avere notizie fresche di parenti e conoscenti. E non occorre neppure gran fantasia per raggiungere un buon risultato: bastava seguire le regole del galateo postale, raccolte anche in appositi volumi, oppure utilizzare carta da lettera recante un *en-tête*, di gran moda dalla fine del Settecento, e talvolta illustrazioni di taglio anche

Fin dai primi giorni, come mostra l'annullo a croce maltese di Manchester, il penny black si sdraia diventando un rombo su quest'insolita lettera triangolare



turistico, oppure buste decorate con fregi a stampa o a rilievo, le cosiddette "valentine" inizialmente utilizzate dai militari graduati per far colpo sulle dame e solo in seguito diventate

oggetti da signora. L'intervento creativo da parte del mittente era così decisamente limitato: al massimo poteva fare un disegno di suo pugno, che però di solito era all'interno e comunque risultava del tutto indipendente dal mezzo e dal sistema postale.

Fu solo con la grande Riforma postale britannica proposta e condotta in porto da Rowland Hill nel 1840 che la situazione cambiò radicalmente, soprattutto con l'introduzione delle carte-valori postali. Infatti la forma, il colore e le illustrazioni dei nuovi oggetti si prestavano a stimolare interventi più o meno creativi da parte del mittente. La prima e più immediata spinta creativa venne proprio dal francobollo, in quanto andava applicato sulle lettere. La sua posizione — diritto, capovolto, sdraiato o in diagonale — e il punto in cui lo si applicava — in alto, al centro, in un angolo ecc. — fornivano già un primo spunto creativo all'utilizzatore, ampliabile se si trovava anche il modo di inglobarlo nell'indirizzo, scritto magari con una grafia particolare o con un inchiostro di colore intonato al francobollo.

Un secondo spunto — che però si sviluppò soprattutto con l'aumentare della gamma di francobolli disponibili, specie di piccolo taglio — venne

Il gioco dell'affrancatura in due esempi tra i più classici.

La prima, nella pagina a fronte, è una celebrata lettera degli Stati Parmensi, da Pontremoli 23 settembre 1857, con l'affrancatura più elevata finora nota (ben 4 lire e 80 cent.) in cui il mittente al posto di due esemplari da 40 cent. usò cinque pezzi da 10 e 25 cent. per poter rendere il frontespizio più colorato e geometricamente estroso

Nella lettera qui a fianco, spedita da Nizza il 31 marzo 1872, i 25 cent. di affrancatura sono espressi da altrettanti esemplari da 1 cent. disposti a mo' di cornice e con quattro pezzi in diagonale come ulteriore tocco creativo





Le sovraccoperte e i fogli da lettera da 1 penny e da 2 pence furono posti in vendita come i corrispondenti francobolli dal 1° maggio 1840 ma erano validi solo dal 6 maggio seguente. Fin dall'inizio ci fu chi decise di intervenire creativamente sul complesso disegno di William Mulready colorandolo in maniera più o meno vivace: dei due esemplari il primo è stato inoltrato nel settembre 1840, il secondo reca al retro un bollo del 26 maggio 1840, ed è forse il primo esempio di Mail Art

dalla combinazione dei diversi valori usati per l'affrancatura, o dall'impiego di coppie, strisce e blocchi: oltre a gradevoli effetti cromatici si potevano infatti creare inquadrature e cornici per l'indirizzo e "forme" come croci, lettere, cifre ecc., all'occorrenza completate con qualche tratto di penna o inglobate nell'indirizzo. Tutti modi per usare la posta e i suoi oggetti con finalità di comunicazione che andavano ben oltre il normale scritto.

Ma lo spunto più impulsivo ed eclatante venne dalle buste e dai fogli preaffrancati che furono emessi contemporaneamente ai francobolli, quel 1° maggio 1840, per essere utilizzati come gli adesivi dal 6 maggio seguente, il tempo stimato necessario affinché i sudditi della regina Vittoria comprendessero la grande novità e prendessero confidenza con questi rivoluzionari oggetti della posta.

Il gioco del disegno integrato

Il desiderio di comunicare spinse Rowland Hill, il quale riponeva più fiducia nei fogli postali che nel francobollo, a richiedere all'allora cinquantatreenne sir William Mulready della Royal Academy un disegno allegorico che presentasse la Britannia intenta a inviare i suoi alati messaggeri postali in ogni angolo del globo per favorire i commerci e l'industria, confortare vecchi e malati, rassicurare i famigliari quando il padre era lontano. Immediata ed esauriente, l'immagine del Mulready ebbe sul pubblico un effetto molto diversificato. Qualcuno l'apprezzò al punto da colorarla, con un intervento non solo pittorico, come l'uso dei colori, ma anche concettuale — aumentare l'impatto del messaggio



e farlo proprio — con finalità creative molto simili a quelle propuginate oltre un secolo dopo.

Altri invece giudicarono questi interi postali uno spunto ideale per parodie d'ogni genere, tanto che vari editori misero subito in circolazione fogli simili con "caricature" di segno sociale, politico, anticlericale o semplicemente umoristico; le quali, passate per posta, sono un altro perfetto esempio di *Mail Art*, attraverso lo stravolgimento concettuale di un simbolo stesso della posta. Al punto che già l'anno successivo le autorità britanniche si sentirono in dovere di sostituire questi nuovi oggetti postali (tra l'altro piuttosto arcaici visto che si presentavano come normali fogli da lettera o come sovraccoperte da ripiegare) con delle più moderne buste recanti impresso un francobollo in rilievo. Questo anche perché uno degli effetti collaterali della riforma fu proprio l'affermarsi della busta già pronta per contenere il messaggio: un successo che portò a una nuova industria con proprie tecnologie, di cui è prova la macchi-



na piegabuste ideata da Edvin Hill e realizzata da Warren De La Rue che all'Esposizione londinese del 1851 stupì persino la Regina Vittoria.

Soprattutto la disavventura delle Mulready fece scoprire a molti utenti britannici la possibilità di usare il frontespizio della lettera in modo creativo, mediante disegni che integravano, supportavano o solo rallegravano l'indirizzo. Le vecchie "valentine" (nel 1841 ne furono postalizzate oltre 400.000) potevano diventare ancor più comunicative e incisive, ed estendersi a ogni occasione dell'anno mediante apposite decorazioni, nastri e illustrazioni reperibili in cartoleria ma che lo stesso mittente poteva inventarsi e applicare, dando alle sue corrispondenze — o a talune di esse — un tocco ancor più personale. E a noi, dopo oltre un secolo, un modo diretto di scoprire la concezione vittoriana dell'amore, dell'umorismo, dell'identità nazionale britannica, e al tempo

stesso una chiave interpretativa della nascita della busta illustrata, caratteristica soprattutto della Gran Bretagna, almeno per lungo tempo.

Il fenomeno delle buste illustrate ha infatti origini commerciali, dell'editoria inglese che intercettava il gusto del pubblico per le vignette caricaturali, a partire da quelle della rivista satirica *Punch*, nata proprio a metà del 1841 e il cui successo fu dovuto ad artisti come John Leech, non a caso autore della prima caricatura alla Mulready; un gusto molto *british* che trova le sue radici in una cultura visuale borghese, matura e molte evoluta. Abituata a comunicare — cosa che allora avveniva essenzialmente per posta — e perciò portata anche a forme di satira postale, facendo di questo mezzo un preciso filone di elaborazione e persino contestazione artistica, che palesa spesso una marcata irriverenza per le autorità costituite.

Il disegno dell'accademico William Mulready, fin troppo ricco di messaggi sui benéfici effetti della posta e sulla grandezza della Gran Bretagna, divenne subito oggetto di sberleffi, come mostra questa "Busta comica n° 1" (ma non ne seguirono altre) di John Leech, edita dai signori Fores, spedita da Fleet Street e recante al verso un bollo postale del 30 maggio 1840, anch'essa tra i primi esempi di Mail Art



Questi sfortunati interi postali, in cui Rowland Hill aveva creduto più che nei francobolli e che furono sostituiti dopo un solo anno da più normali buste con un francobollo impresso, non diedero inizio soltanto a una ricca produzione di "caricature" di tipo politico, sociale e religioso: gli stessi Fores tra il settembre e il dicembre 1840 pubblicarono una serie di "buste da caccia", "musicali", "militari", "civiche", "da ballo", "da corsa", "di Natale" ecc. su disegni di Richard e James Doyle, in nero e anche a colori, che praticamente diedero il via alla moda delle buste illustrate



Una lettera con indirizzo-rebus, forse indirizzata a Mr Funnel, 145 Boot Road, Forest Gate. Da notare che, essendo "giocati" enigmisticamente anche via e città, veniva coinvolto nella soluzione non solo il portalettere ma anche più di un ripartitore lungo il tragitto



Un caso di attiva partecipazione postale al gioco. A fronte di un indirizzo disposto in diagonale (quello di una ditta di "esperti in pubblicità") l'addetto al bollo ha orientato nello stesso senso il datario annullatore, evitando anche di colpire il disegno allusivo

La busta illustrata

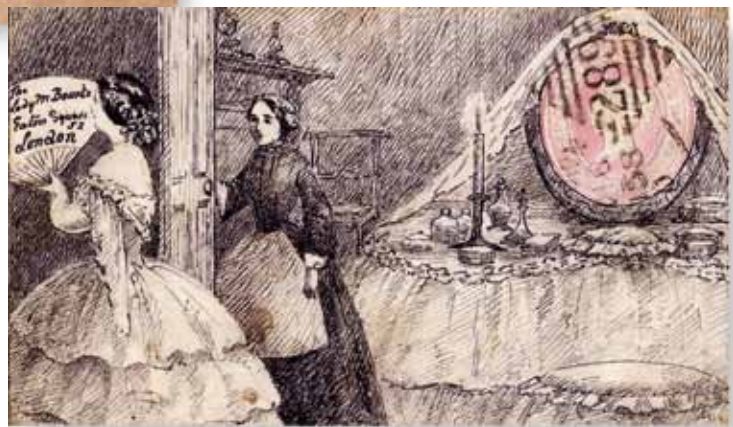
L'origine e la diffusione delle buste illustrate fu inizialmente opera di piccoli editori, che vi coinvolsero artisti di varia levatura sui più diversi temi, e non solo a fini di satira o divertimento. Infatti ebbero notevole parte anche nella divulgazione di concetti patriottici (un filone che prese molto piede negli Stati Uniti durante la guerra di secessione) e di cause sociali come il libero scambio, la pace e la

fraternità nel mondo, l'abolizione della schiavitù e persino la riduzione delle tasse postali internazionali, allora molto elevate oltre che complicate. Lanciando verso il 1850 quell'*Ocean Penny Postage* che si proponeva di estendere la tariffa uniforme da un penny anche alle lettere che traversavano gli oceani, divulgandola attraverso buste illustrate che richiamano in qualche modo le Mulready e che sono un innegabile esempio di creatività finalizzata alla posta.



Un esempio davvero insolito, risalente al 1851, di creazione squisitamente postale senza impiego di francobolli. L'uomo reca sulle spalle un pacco con su scritto "Pagato per H.W.", il che fa pensare che l'assenza del francobollo, sostituito dall'indicazione a timbro 1^o PAID, sia voluta, per non coprire la scritta allusiva

Su questa busta postale il francobollo ovale con l'effigie a rilievo della Regina Vittoria ha ispirato il mittente, che l'ha trasformato in uno specchio da toilette nella camera d'una signora, forse la stessa destinataria, sul cui ventaglio ha vergato l'indirizzo





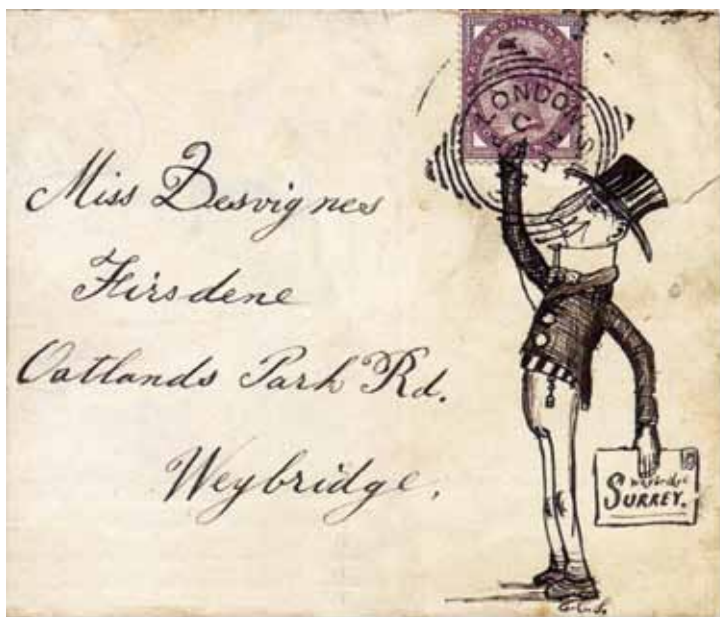
Idee ricorrenti: il francobollo come dipinto, ancora sul cavalletto e con il pittore intento a disegnare l'annullo in modo più o meno estroso



lancò le porte a un altro oggetto postale, la cartolina illustrata; la quale esplose in quel periodo grazie anche alle nuove tecniche di stampa policroma e ai minori costi di spedizione, se non di produzione come ritiene qualcuno dimenticando che allora la stampa, specie se policroma, avveniva di solito su carta leggera che poi doveva essere incollata su cartoncino.

Ma non si trattò solo di produzioni editoriali e commerciali. Anche i singoli mittenti già a metà Ottocento si diedero a decorare e illustrare a mano le buste delle loro corrispondenze — o a farle abbellire da gente di loro conoscenza — per renderle

più personali e distinguersi immediatamente presso il destinatario. Si spazia dagli indirizzi scritti o addirittura disegnati in modo fantasioso, sovente di sbieco, in vari colori, realizzando anche “costruzioni” elaboratissime, fino a vere e proprie illustrazioni sui temi più diversi che spesso comprendono l'intera soprascritta, e anche l'indirizzo. Anzi, giungendo in qualche caso alla creazione di indirizzi che dove-



L'omino evidenzia due elementi essenziali: il francobollo, tenuto ben in alto, e una lettera con la specifica che Weybridge è nel Surrey

“Una lettera sigillata” o “una lettera focata”?
Un gioco di parole visivo basato sul fatto che in inglese “seal” significa sia sigillo che foca





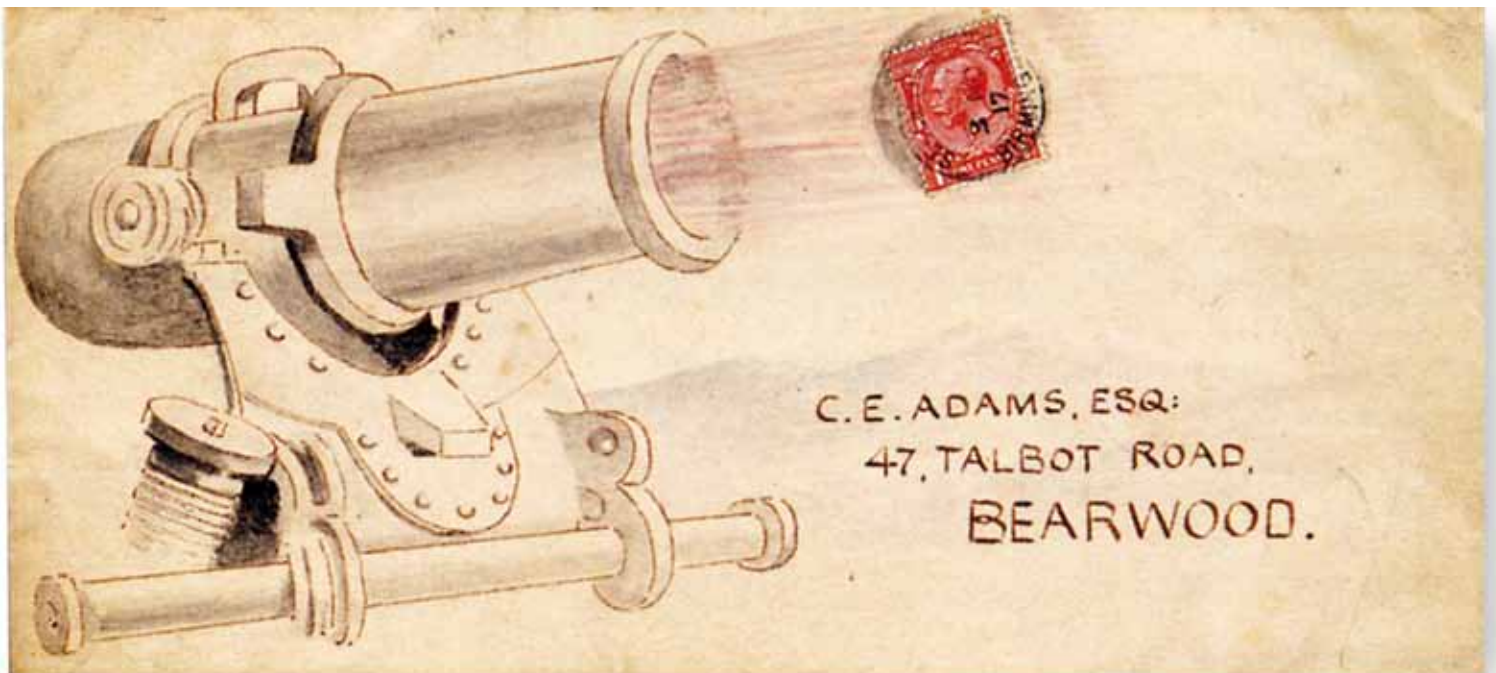
vano essere dei veri e propri enigmi per il povero portalelettere, addirittura in forma di rebus, con nomi via città “scritti” integralmente o in parte con immagini. In effetti si racconta che in qualche caso queste corrispondenze dall’indirizzo creativo ebbero dei problemi con le Poste. Ma in altri casi è chiaro che gli addetti al servizio postale stettero al gioco, e vi presero persino parte con le loro bollature.

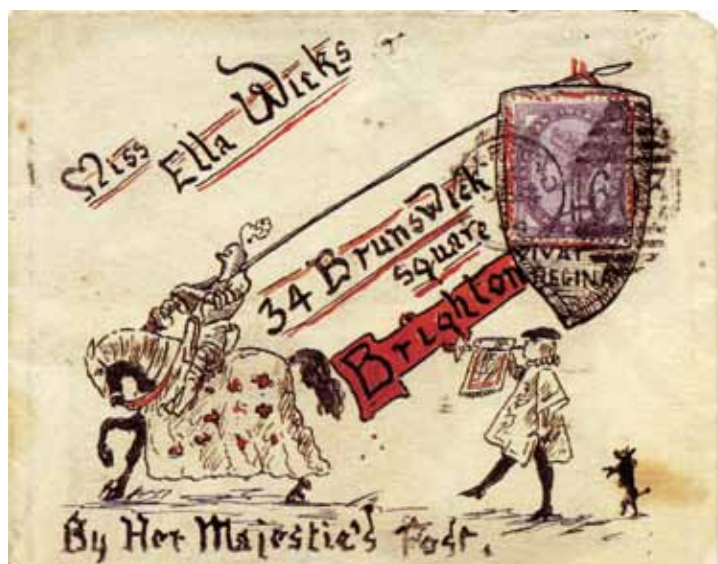
Mail Art d’annata con distinguo

Una distinzione si rende subito necessaria: quella fra buste semplicemente illustrate — non importa se “prodotte dall’industria privata”, come

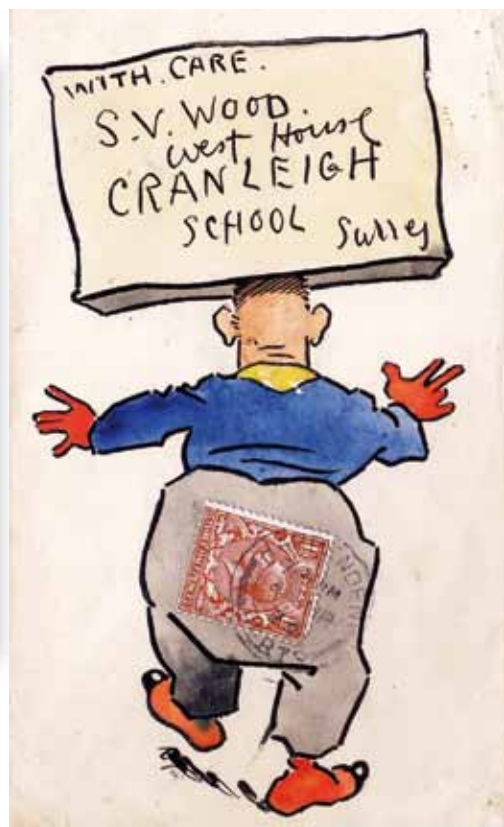


Il francobollo “giocato” in modo galante, affiancando al profilo della Regina quelli delle destinatarie. O in modo discreto, sul tavolo del breakfast insieme alla posta sotto un elegante piatto in ceramica. Oppure anche con allegra violenza, scagliato in faccia o, durante la Grande guerra, sparato con un cannone





Il francobollo in un'allegoria della lettera portata "dalla Posta di Sua Maestà"; come tavolozza che darà colore e vita all'indirizzo sul cavalletto; come sole che illumina il destinatario; come pedata al corriere perché recapiti la lettera "con cura"



si diceva allora, o autografe del mittente o chi per lui — su cui il francobollo serve solo ad affrancare e buste in cui invece l'illustrazione utilizza direttamente il francobollo, rendendolo parte integrante dell'idea creativa elaborata sulla soprascritta. Solo in quest'ultimo caso la carta-valore postale — poco importa se adesiva, e quindi applicata per ultima, oppure già impressa a stampa nel caso di buste, cartoline e biglietti postali — diviene il protagonista dell'opera, addirittura ancor prima che questa venga inoltrata per posta. Anzi, accade sovente che il transito postale finisca per deturpare proprio il punto focale dell'immagine, specie nel periodo in cui erano in uso i bolli numerali e quelli pieni di sbarrette, che avevano il preciso compito di rendere assolutamente inservibili i francobolli applicati sulle corrispondenze, imbrattandoli in modo indelebile o

addirittura incidendoli con punti e tratti laceranti tipo rasoi. Ma in qualche caso il bollo è previsto, se non addirittura giocato in anticipo dall'autore.

Come nel caso delle affrancature "giocate" sulla composizione e la disposizione dei francobolli, si tratta di forme di creatività decisamente più oggettiva che concettuale, e quindi ben diversa dalla *Mail Art* come sarà poi intesa nella seconda metà del Novecento. Ma non vi è dubbio alcuno che si tratti di un'espressione artistica nel più completo senso del termine, visto che esprime creativamente istanze, temi e gusti del momento. Utilizzando *in toto*, e



Nel campo dell'oggettistica il francobollo può creativamente assumere le più diverse sembianze, anche grazie al colore: il quadro in una galleria, il calore radiante da una stufa, il fregio di un quadretto decò, mattonelle inserite in un mosaico,



la vela di una barchetta-ciabatta per topi da favola o un altrettanto fiabesco stendardo da conigli



persino oltre le intenzioni ufficiali, quei materiali e quei servizi postali che al momento — e fin oltre la metà del Novecento — rappresentavano il più diffuso e pratico mezzo di comunicazione disponibile al mondo. Infatti il mittente, con il suo uso molto personale della soprascritta e dei francobolli, non crea soltanto dei giochi grafici o verbali ma in molti casi si esibisce in un “omaggio” al destinatario oppure fa un riferimento più o meno esplicito a convenzioni sociali, all’attualità, alla politica, alla cultura e alle mode del momento, agli stessi servizi postali. Di cui talvolta prevede persino in qualche modo sollecita l’intervento con i bolli postali.

È un gioco diffuso soprattutto in Gran Bretagna, dove è iniziato, e nei paesi anglofoni, ma che con il

tempo conquista anche persone di altri paesi, seppure sempre in numero piuttosto limitato. E sovente si scopre che le corrispondenze di questo tipo recanti francobolli italiani, francesi, tedeschi e di altri paesi fuori dal Commonwealth o degli Stati Uniti in realtà sono opera di sudditi di Sua Maestà britannica in viaggio o residenti all’estero, oppure di persone che hanno frequenti contatti con cittadini inglesi.

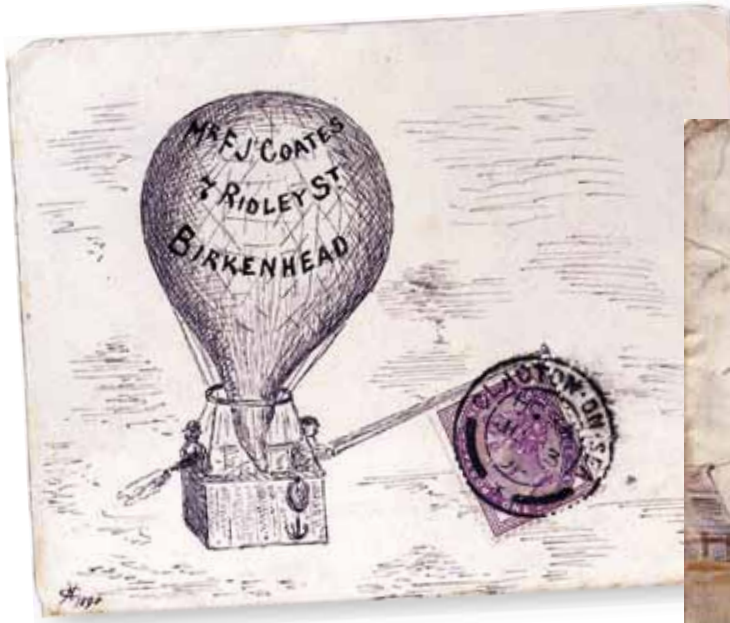
I pre-Mailartisti

Ma chi sono questi artisti che dalla metà dell’Ottocento usano le buste come tele e i francobolli come colore aggiunto? Innanzi tutto occorre dire che spesso l’autore resta un mistero: è il mittente, che però non è identificabile se non si è autoindicato al retro (cosa rara sino a fine secolo), o si tratta di un disegno a stampa, sovente non firmato? Seconda annotazione di rilievo è che sinora nessuno ha mai tentato di analizzare questa corrente artistica spontanea, forse anche perché nessun critico d’arte se n’è mai accorto; e se qualche appassionato di posta, francobolli o cartoline ci ha fatto caso non ha mai pensato che po-



Il francobollo collegato ai trasporti in modo per nulla metaforico. Come parte di un carro a cavalli simile a quelli in uso in città per il servizio dei pacchi postali o di una stramba carriola esotica usata per portare una persona (“Non siete arrabbiata, vero?”); come pesante valigia trasportata da un facchino su un carrello o come sedile di una curiosa sedia da pattinaggio per signore chic (e il destinatario della lettera è indicato nel cartello come la persona da chiamare “in caso di incidente”)





Il francobollo vola in mongolfiera a mo' di stendardo, o si mimetizza sui ballons montés usati per una strana battaglia aerea fra un contrabbandiere di lettere (dalla Francia?) e una guardia armata di tutto punto



tesse essere una forma d'arte. Il suo grande difetto sta infatti nell'essere iniziata prima della grande stagione degli *imi*, quando la ricerca di nuove forme espressive e creative è diventata un fatto normale, accettato; soprattutto nasce in assenza di autori che ne abbiano fornito una ragione e una motivazione, ovvero uno di quei "manifesti" che purtroppo furono in voga solo più tardi, a inizio Novecento.

Ma di Artisti si tratta, in molti casi. E sarebbe auspicabile che chi possiede o trova questo materiale cominciasse a studiarlo, a parlarne, a documentarlo, magari anche ad esporlo. Le mostre in filatelia sono abbastanza ricorrenti, e sarebbero un buon punto di partenza per ampliarne la conoscenza, favorire la ricerca, e approfondire l'argomento.

L'importante è però uscire dai consueti schemi



Altra idea ricorrente: il francobollo come scudo d'un antico guerriero, anche col motto "Ecco il segno". Lo spunto viene dai tanti romanzi storici in voga nell'Ottocento, a partire dall'Ivanhoe di Walter Scott

Anche un gioco di parole può servire da ispirazione: oltre che "affrancare", "bollare" e "francobollo" in inglese stamp significa "pestare i piedi"





A fine Ottocento gli uomini-sandwich dovevano essere un elemento urbano alquanto comune, almeno nell'immaginario collettivo, se li si trova sfruttati più volte e in vari modi per esibire tabelloni recanti il francobollo o l'indirizzo in veste di pubblicità

filatelici, a cominciare da quello di mostrare sempre e solo l'esterno delle corrispondenze, e quasi esclusivamente la soprascritta. Salvo pochissimi casi il nome dell'autore-mittente è infatti scritto al retro della lettera o della cartolina, se non addirittura reperibile solo dalla chiusa o dal testo del messaggio, e in questo caso la pessima abitudine filatelica di

*"Tanto di cappello!"
è il caso di dire per un'altra idea ricorrente, il francobollo come copricapo, in tal caso proprio un vero accessorio artistico, che però trova ogni volta nuove soluzioni, spaziando tranquillamente dal perfetto dandy al politico fino al classico volpone della fiaba*





Miss Mary Kerr
Queen's House
Carrick



Il francobollo diventa protagonista entrando nel paesaggio, poco importa se come panno steso ad asciugare o cartello da spiaggia, pietra miliare o rosone di rudere (degnò però di foto turistica), insegna stradale o da bar o affissione tranviaria. Poetica l'idea dei francobolli portati in volo da gabbiani alla famigliola in viaggio (e la frusta disegna il nome della destinataria), e curiosamente postale l'uso del francobollo sul cancelletto cui s'appoggia la giovane chiedendo al postino "C'è qualcosa per me?"



eliminare il foglio interno con la corrispondenza può essere fatale. I cataloghi d'asta, che pure possono essere utilissimi ai fini di una ricerca (indispensabile quello sugli *Illustrated envelopes* della collezione Hassan Shaida battuti nel 2005 della Casa d'aste svizzera David Feldman, e a suo tempo recensito da *Storie di Posta*), purtroppo riproducono solo i frontespizi, e neppure tutti.

Gli sviluppi del Novecento

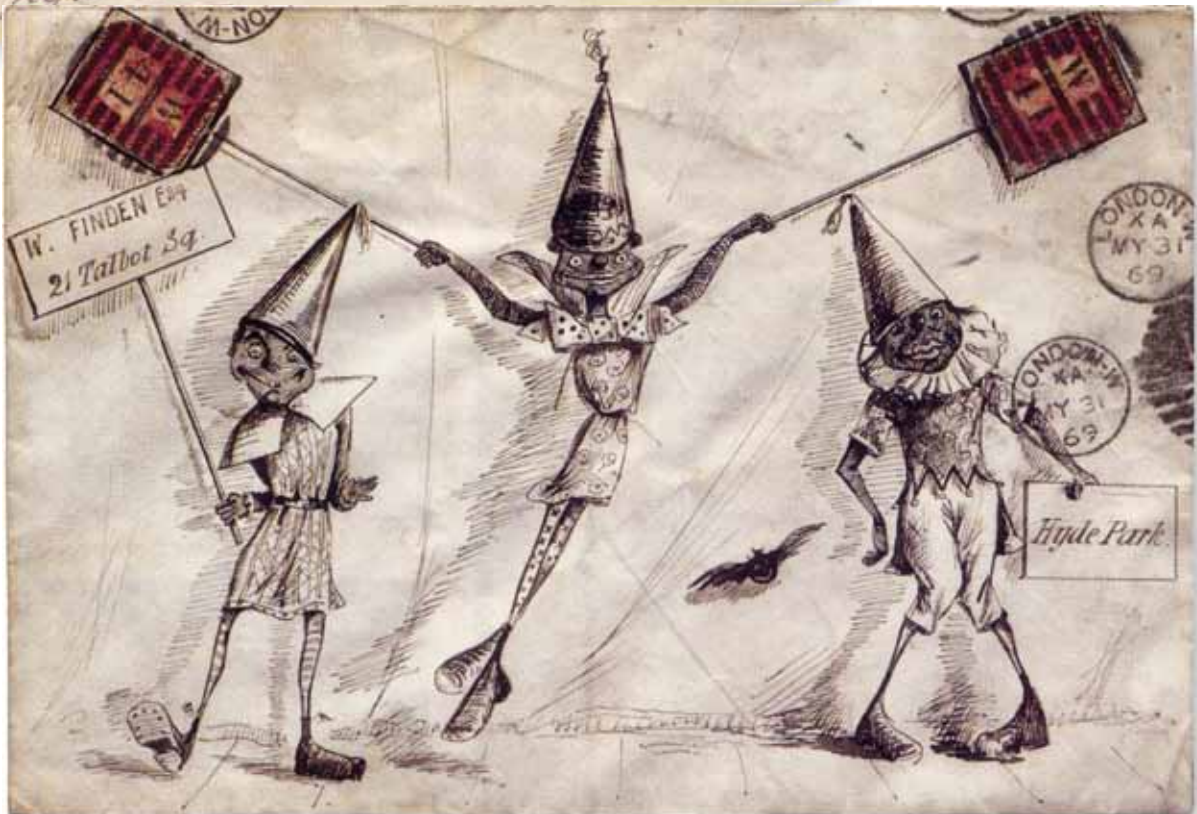
Nei due decenni a cavallo del Novecento la posta raggiunse il suo apice sia come offerta di servizi che come penetrazione nella società civile. Nessuna meraviglia quindi se la creatività postale finì per attrarre anche

alcuni grandi artisti, soprattutto a fine Ottocento, quando l'*Art nouveau* introdusse il concetto che l'arte doveva portare un tocco di bellezza a tutte le cose, compresi gli oggetti d'uso comune, e nei primi decenni del Novecento, quando divennero sempre





Il francobollo roba da circo, o da spettacolo popolare. Nel primo caso il valore umbertino regge la palla ITALY-ENGLAND su cui sta l'elefante portalettere, nel secondo e ben più elaborato caso i due con la Regina Vittoria sono al centro dei cartelli usati dal clown giocoliere, ed è notevole l'uso del bollo annullatore da parte dell'operatore postale



più forti e numerose le spinte anti-accademiche e si scoprirono nuove forme di espressione, dal *collage* alla fotografia fino al cinema. In particolare i Futuristi, nella loro convinta e dinamica ricerca dei più diversi campi d'azione, si resero conto che l'elementare servizio postale poteva offrire una innovativa e potente forma di comunicazione; e lo impiegarono spesso, anche se soprattutto affidandosi a invenzioni di "parolibere" su cartolina.

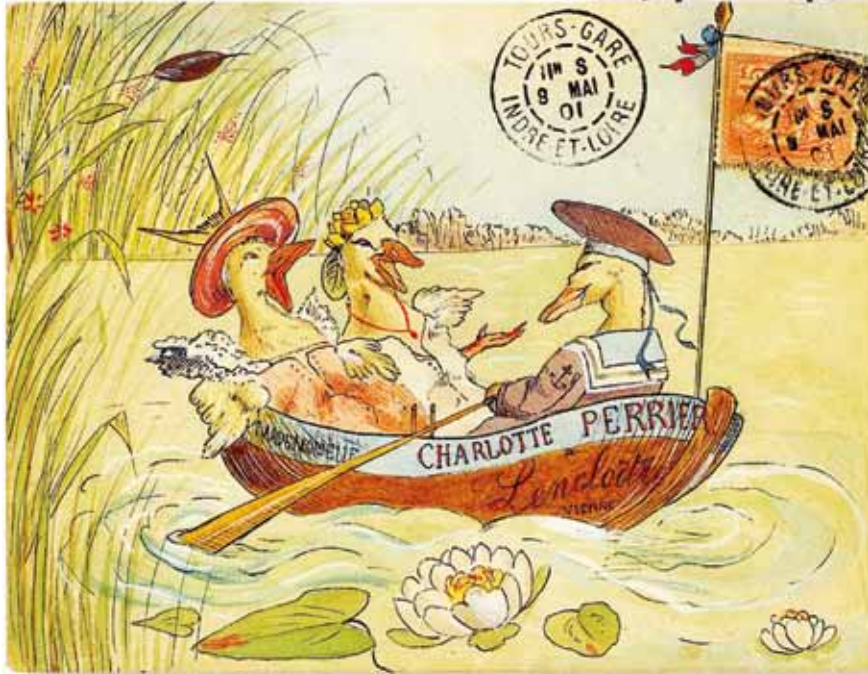
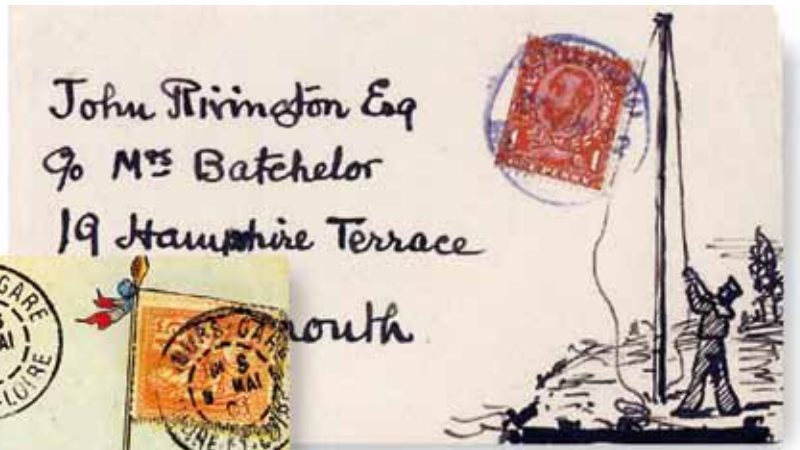
Nel prosieguo del Novecento il fenomeno sembra però calare. Anche se proprio le due Guerre mondiali che caratterizzano il nuovo secolo finirono per stimolare l'impiego creativo del mezzo postale: in particolare attraverso le cartoline postali militari in franchigia che venivano distribuite alle truppe — soprattutto durante la Grande Guerra, rivelatasi su molti fronti un'interminabile guerra di trincea — e tramite gli speciali moduli usati nella Seconda

guerra mondiale dagli Alleati per il servizio degli *Airgraph* e della *V-Mail*, microfilmati in modo da caricare sugli aerei solo rulli di pellicola, e all'arrivo a destinazione stampati su carta fotografica e inviati ai destinatari in apposite buste.

Ma se venne calando il fenomeno di chi usava gli oggetti postali in modo fantasioso per puro divertimento personale, o interpersonale, in compenso iniziò a diffondersi la corrente artistica concettuale della *Mail Art*, non solo tramite autori più o meno affermati, comunque professionisti della creatività libera, ma soprattutto con una crescente platea di appassionati che non mancavano occasione — ed anzi sovente le creavano — per sbizzarrirsi nella ideazione di "opere" da inoltrare per posta.

In entrambi i casi si trattava di un'attività che di lì a non molto avrebbe trovato nuovi impulsi nell'avvento dell'elettronica digitale, iniziato a cavallo tra

Grazie al suo formato, al colore e probabilmente anche al suo status di carta-valore istituzionale, il francobollo è al centro di un'altra idea ricorrente: interpretato come bandiera.



Anche in questo caso però la stessa idea viene realizzata in modi spesso molto diversi: passando da un marinaio intento a un realistico alzabandiera, ad una coloratissima immagine da cartoon con una barchetta imbandierata che porta in gita due pollastre canterine, fino alla sognante descrizione di un signore — forse ben noto a mittente e destinatario — che vola immerso nella lettura di un libro, sospeso a palloncini, con tanto di bagagli, ombrello e naturalmente di uno stendardo di riconoscimento





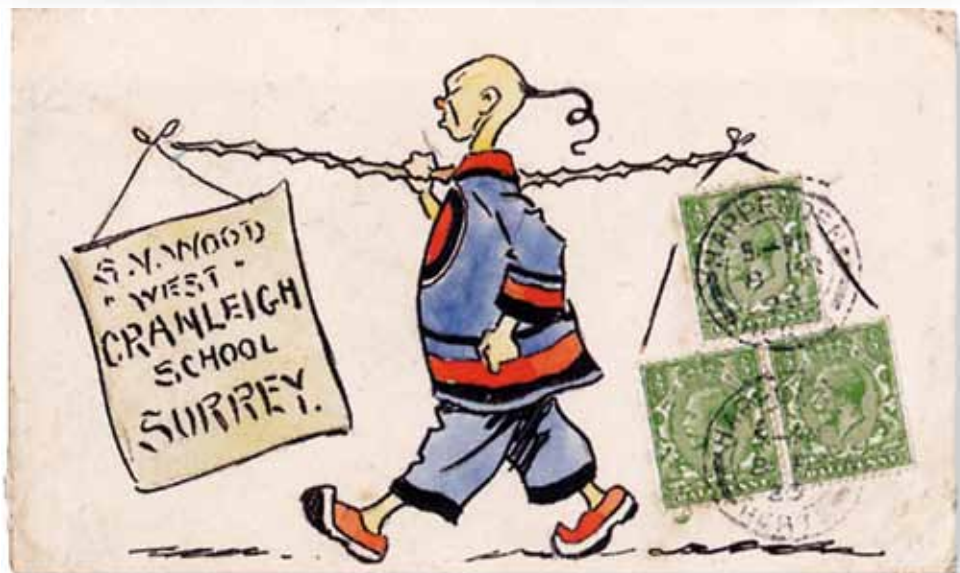
In un periodo incentrato sugli imperi coloniali, sul fascino dell'esplorazione di un mondo ancora in parte ignoto e della scoperta di tradizioni e culture diverse e sovente persino più antiche che mettono in crisi il senso di superiorità dell'Occidente, spingendolo a buttarlo tutto in burla e facili stereotipi, nessuna meraviglia che il francobollo divenga protagonista anche di invenzioni dal taglio esotico.

Come mostruoso pesce preso all'amo da uno spaventato "giovane pescatore Zulu".

Leccato da un piccolo africano sorpreso forse dal buon sapore del retro di Sua Maestà.

Elegante finitura dei grandi cesti laterali trasportati dagli elefanti, in lenta carovana fra stormi di uccelli nella lontana India.

Catasta di mercanzia issata in spalla con il classico bilanciere da uno stilizzato portatore cinese con tanto di caratteristico codino





Il francobollo scende anche in piazza, e in maniera decisamente violenta, brandito da uno scalmanato in questa rissa a un comizio elettorale. Da notare che il pezzo da 1 penny utilizzato è munito di una perforazione privata con le lettere SS, forse iniziali del mittente, secondo il sistema da poco introdotto proprio in Gran Bretagna da Joseph Sloper per impedire la rivendita o il cambio di esemplari trafugati da ladruncoli o impiegati infedeli

Nella vicina Francia invece il francobollo esce all'aperto in una forma più tranquilla, e decisamente insolita: con il valore utilizzato anche come indicazione del prezzo d'ingresso al Gran Teatro Eccentrico, invenzione grafica di un artista parigino, Alphonse Coutard, più noto come chansonnier e non nuovo a queste creazioni postali che indirizzava però soltanto a se stesso, forse perché notoriamente era molto riservato o forse perché si rendeva conto di essersi addentrato in una nuova forma d'arte



gli anni '60 e '70. Ma è stato soprattutto la convergenza di queste nuove tecnologie con la telefonia a portare nell'ultimo decennio del Novecento a quella grande diffusione dei *personal computer* e allo sviluppo di *Internet* che hanno facilitato l'impiego di PC e stampanti per la personalizzazione non solo dei messaggi ma anche degli involucri con cui spedirli, consentendo così anche ai meno esperti di manualità grafica di creare di questi oggetti postali e produrre opere classificabili come *Mail art*.

Successivamente, e proprio grazie al *web*, all'ormai quarantenne *Mail Art* si è affiancato quell'altro fenomeno comunicazionale che qualcuno ha subito battezzato *e-mail art*: ora l'invenzione passava attraverso i canali elettronici anziché quelli postali tradizionali. Nuove anche le definizioni: il servizio postale è diventato per i mail-artisti convenzionali una "rete cartacea", mentre un gruppo di artisti

che si scambiano opere via *Internet* (ma guarda caso, l'indicazione della via è antica quanto la posta!) forma un *Mail Art Network*, una "rete" di arte postale.

Ma la sostanza non cambia. Ottocento o Novecento o Duemila poco importa. Ciò che conta è che la posta o il web siano realmente utilizzati in modo creativo e specifico e non solo come vettori. Per usare la più classica terminologia postale potremmo dire "in modo attuale e personale" anche sotto il profilo dell'invenzione artistica.

Certo, l'artista d'oggi ha meno rispetto per il francobollo: negli invii per posta giunge a disegnarselo per conto suo, tanto alle poste timbrano tutto, mentre negli inoltri per *e-mail* l'ha persino dimenticato. Ma è solo perché, come ogni forma d'arte, anche la *Mail Art* esprime, deve esprimere il suo tempo.

FRANCO FILANCI