



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale

in Lingue e Civiltà
dell'Asia e dell'Africa
mediterranea

Tesi di Laurea

Tradizione e Innovazione nel *Graphic Design*
Giapponese: Dall'*Ukiyoe* al Manifesto Contemporaneo

Relatrice

Ch.ma Prof.ssa Silvia Vesco

Correlatore

Ch.mo Prof. Edoardo Gerlini

Laureanda

Greta Sacco

Matricola 902044

Anno Accademico

2025 / 2026

DICHIARAZIONE DEL RICORSO A STRUMENTI DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA)

La sottoscritta Greta Sacco matricola numero 902044, iscritta presso Ca' Foscari al corso di Laurea magistrale in Lingue e Civiltà dell'Asia e dell'Africa mediterranea, autrice della tesi di laurea *Tradizione e Innovazione nel Graphic Design Giapponese: Dall'Ukiyoe al Manifesto Contemporaneo*, relatrice Silvia Vesco, consapevole delle sanzioni previste dall'art. 76 del Testo unico, D.P.R. 28/12/2000 n.445, e della decadenza dei benefici prevista dall'art. 75 del medesimo Testo unico in caso di dichiarazioni false o mendaci, sotto la propria personale responsabilità ai sensi degli artt. 46 e 47 del D.P.R. 28/12/2000 n. 445,

DICHIARA

× di aver fatto ricorso a tecnologie di intelligenza artificiale generativa per supportare aspetti della scrittura della mia tesi di laurea, in particolare: ChatGPT-4, versione rilasciata a marzo 2024; per la revisione e ottimizzazione dei testi, e la ricerca di sinonimi necessari nel testo, con l'intento di migliorare la chiarezza e la coerenza espositiva, dal capitolo 1 al capitolo 4. La tesi finale è stata consegnata progressivamente alla relatrice.

DICHIARA INOLTRE

che tutto il materiale generato dall'IA è stato attentamente verificato, rivisto e rielaborato dall'autrice, che si assume la piena responsabilità per la qualità, l'accuratezza e l'integrità scientifica del lavoro.

ABSTRACT

La presente ricerca analizza il processo attraverso il quale l'*ukiyoe*, tradizionalmente considerato un prodotto commerciale destinato alla diffusione di massa, è stato progressivamente riconosciuto come forma artistica all'interno del sistema culturale moderno giapponese e internazionale. Partendo dalla trasformazione della cultura visiva giapponese tra il periodo Edo e l'età contemporanea, lo studio si concentra sul rapporto tra riproducibilità, autorialità e legittimazione artistica, con particolare attenzione alle continuità che collegano l'*ukiyoe* al *graphic design* e alla produzione di manifesti nel Giappone del XX e XXI secolo. La ricerca prende avvio dalla constatazione che la xilografia giapponese non subì mutamenti tecnici tali da giustificare, di per sé, il passaggio da oggetto commerciale a opera d'arte. La questione centrale riguarda quindi il modo in cui tale trasformazione sia stata resa possibile attraverso una ridefinizione istituzionale e ideologica dell'autorialità all'interno del sistema espositivo moderno. In questa prospettiva, l'introduzione durante il periodo Meiji del concetto di *bijutsu*, belle arti, rappresentò un momento cruciale nella riorganizzazione delle gerarchie artistiche e nella successiva rivalutazione dell'*ukiyoe* accreditato di valore artistico e riconoscimento culturale. Attraverso un'analisi storico-critica della letteratura specialistica e lo studio di una selezione di manifesti realizzati da importanti *graphic designer* giapponesi, la ricerca intende ricostruire le modalità attraverso cui determinati linguaggi visivi e processi produttivi sono stati reinterpretati nel corso del Novecento. L'indagine prenderà inoltre in esame il caso espositivo della mostra *Graphic Japan. Da Hokusai al Manga*, curata da Rossella Menegazzo con Eleonora Lanza, che ho considerato un esempio significativo dei processi contemporanei di rilettura e musealizzazione della cultura visiva giapponese. L'obiettivo dello studio è dimostrare che la trasformazione dell'*ukiyoe* in *fine art* non sia stata determinata da innovazioni tecniche o formali, bensì da un cambiamento progressivo, storico e culturale, nei criteri di attribuzione del valore artistico e nella

concezione dell'autore promossi dalle istituzioni culturali moderne e influenzate dall'occidente. In tale prospettiva, la ricerca evidenzia come elementi quali la riproducibilità, la serialità e la diffusione di massa, a lungo considerati incompatibili con l'idea occidentale di opera d'arte, siano stati progressivamente ridefiniti come risorse espressive fondamentali per la costruzione dell'identità visiva del Giappone contemporaneo.

«Il designer ristabilisce oggi il contatto, da tempo perduto, tra arte e pubblico, tra arte intesa in senso vivo e pubblico vivo.»¹

— Bruno Munari, *Arte come mestiere*

È da questa riflessione che nasce il desiderio di tale ricerca. Se l'arte vive nel rapporto con chi la osserva, allora forme visive spesso considerate "minori" o puramente commerciali, dalla silografia *ukiyo-e* al manifesto contemporaneo, meritano di essere indagate non ai margini della storia dell'arte, ma come luoghi privilegiati di incontro tra creatività, comunicazione e società. Questa tesi nasce dall'interesse per quell'arte grafica che, proprio grazie alla sua potenza comunicativa, continua a costruire un dialogo vivo con l'essere umano che la contempla.

¹Bruno MUNARI, *Arte come mestiere*, Laterza, 2005.

INDICE

要旨	10
Introduzione	13
CAPITOLO 1 - L'immagine nel periodo Edo: l'<i>ukiyo</i>e	17
1.1 Il contesto storico e il ruolo degli <i>ukiyo</i> e	17
1.2 Tecniche, funzione e materiali	24
1.3 Collocare l'artista premoderno.....	30
1.4 Funzione urbana e cultura visiva	32
1.5 Serialità, circolazione e valore dell'opera.....	35
1.6 Esclusione dal <i>bijutsu</i> in età moderna.....	37
CAPITOLO 2 - Il sistema artistico giapponese moderno	41
2.1 Nascita del concetto di <i>bijutsu</i>	41
2.2 Il sistema delle esposizioni e la marginalizzazione della stampa	44
2.3 Ruolo dell'autore e cultura visiva moderna	48
2.4 Il modello del <i>sōsaku hanga</i> come ridefinizione dell'autorialità.....	55
CAPITOLO 3 - Origini del manifesto giapponese e sviluppo della cultura del progetto grafico	65
3.1 La creatività artistica del secondo dopoguerra.....	65
3.2 Il manifesto come oggetto firmato	72
3.3 Il ruolo delle Olimpiadi di Tōkyō del 1964 e la definizione di un linguaggio grafico moderno	74
3.4 Il rapporto testo-immagine e la sintesi grafica nel manifesto giapponese	81
CAPITOLO 4 - L'eredità visuale dell'<i>ukiyo</i>e nel linguaggio del manifesto contemporaneo....	85
4.1 La mostra <i>Graphic Japan. Da Hokusai al Manga</i> : struttura e obiettivi espositivi.....	85
4.2 Dall' <i>ukiyo</i> e alla grafica moderna: la sopravvivenza di un linguaggio visivo.....	97

4.3 Tradizione reinventata: spazio, vuoto, calligrafia, tipografia e identità visiva	106
4.4 Dal foglio stampato al poster e concetto di autorialità.....	112
Conclusioni	116
Indice delle immagini.....	120
Riferimenti bibliografici.....	122
Sitografia.....	127

要旨

本論文のテーマへの興味は、日本の視覚文化とグラフィックデザインの関係に関心を持ったことに始まる。特に、江戸時代に生まれた浮世絵が、現代のグラフィックデザインやポスター表現にどのような影響を与えているのかを知りたいと考えた。浮世絵は単なる歴史的な芸術作品ではなく、日本の視覚文化の発展において重要な役割を果たしたメディアである。また、その特徴である複製性や視覚表現は、今日のデザインにもさまざまな形で受け継がれている。

本研究では、浮世絵から現代のグラフィックデザインに至るまでの視覚文化の変化を考察し、浮世絵の持つ複製性と視覚言語がどのように現代の創造的な表現へと変化したのかを明らかにすることを目的とする。さらに、それらの特徴が日本の視覚文化における伝統と革新の関係をどのように再定義しているのかについても検討する。

第一章では、浮世絵が誕生した江戸時代を取り上げる。浮世絵は、当時の都市文化や娯楽を描くための視覚メディアとして発展した。「浮世」と呼ばれる町人文化の世界を表現し、歌舞伎や遊郭、相撲などの情報を広く伝える役割を果たしていた。しかし、比較的安価な材料と分業による制作方法によって大量に生産されていたため、長い間、西洋的な意味での「芸術」としては

評価されず、学術的な研究の対象としても十分に扱われなかった。

第二章では、明治時代以降の近代化の過程を考察する。特に、「美術」という概念の導入によって、日本の芸術制度は大きく変化した。その中で浮世絵は新しい視点から再評価されるようになり、日本国内だけでなく海外でも高い関心を集めるようになった。

第三章では、二十世紀の日本の視覚文化について分析する。二度の世界大戦と戦後復興を経験する中で、日本社会とデザインは大きく変化した。この時期、かつて周縁的な存在と考えられていた浮世絵の視覚的な特徴は、再び注目されるようになる。特に戦後のグラフィックデザインでは、複製性や反復性は単なる大量生産の技術ではなく、新しい創造性やデザイナーの個性を表現するための手段として再解釈された。

最後の第四章では、現代のポスターについて考察する。本章では、ポスターを情報伝達のための媒体としてだけでなく、一つの芸術作品として捉える。ポスターは現代都市における重要な視覚表現であり、社会的・政治的な意味を反映すると同時に、芸術とデザインの境界に位置する存在である。本研究を通して、浮世絵から現代のポスターに至る日本の視覚文化の連続性と変化を明らかにし、その意義について考察したいである。

INTRODUZIONE

*"I wanted to give the impression of developing communications."*²

— Kamekura Yūsaku, *The Graphic Design of Yusaku Kamekura*

Il mestiere del *designer* nasce nel 1919, anno di fondazione del Bauhaus nella città di Weimar, in Germania per mano di Walter Gropius.³ Ma perché dare così tanta importanza alla figura del *designer*? Il mio obiettivo è quello di portare in luce l'aspetto chiave dell'arte oggi, quando, in passato, nel corso del XX secolo la distinzione tra arte pura e arte applicata venne progressivamente messa in discussione. In secondo luogo, la figura del *designer*, o come nel caso dell'Italia, del disegnatore, è diventata, a partire dal XX secolo, una figura di estrema rilevanza poiché conoscitore di numerose tecniche tipografiche e di stampa che sono alla base della comunicazione pubblicitaria.

L'arte circonda il nostro quotidiano: dal manifesto pubblicitario di una mostra o di un evento, all'oggetto d'arredo che si acquista per la propria casa. L'arte è soggettiva, ma allo stesso tempo anche particolarmente oggettiva perché è utile, è reale, è visiva.

Il *designer* fa arte senza l'obiettivo di doverla fare: non impone a sé stesso di dare una vita all'oggetto d'arte, egli disegna e realizza con l'intento di progettare, di comunicare un pensiero, portandolo alla realizzazione oggettiva, e di conseguenza, il più utile possibile; con i *designer* si fa un'arte coerente.

²Yūsaku KAMEKURA, *The Graphic Design of Yusaku Kamekura*, Weatherhill, 1973, p. 177.

³Bruno MUNARI, *Arte come mestiere*, Laterza, 1997, p.21.

Per cercare di capire al meglio lo stato dell'arte di un genere o anche di un'opera d'arte fine a sé stessa, è bene, prima di ogni cosa, capire ed entrare in contatto con l'ambiente sociale e il contesto storico nel quale si è sviluppato un certo genere o è stata creata una determinata opera. S'intende quindi concentrare parte della storia e dello stato presente delle cose, su quale sia il ruolo dell'arte contemporanea giapponese, nello specifico trattando di quell'arte di fare manifesti. Nel momento in cui la si studia nel dettaglio o anche solo in parte, l'arte del fare manifesto o più semplicemente, di realizzare un cartellone pubblicitario, è associata a qualcosa di comune e anzi, anche spesso ignorato. Spesso, alla guida della nostra auto, o semplicemente passeggiando, vediamo manifesti pubblicitari, e su questi non poniamo la minima attenzione, ad eccezione che illustrino argomenti che catturano la nostra attenzione. Come mai invece davanti a un quadro inserito all'interno di un museo si dedica un'attenzione diversa? Sarà per il contesto di collocazione? Differenza tra inserto pubblicitario e museo come edificio? Eppure, dietro a quel manifesto, a quella pubblicità, è stato dedicato abbastanza tempo e impegno, che si aggiunge allo studio preliminare e alla professionalità di un'artista-*designer*, per cui egli merita la stessa attenzione che si riserva a Botticelli con la sua *Venere*, ammirata da molte persone quando si visitano gli Uffizi a Firenze.

Durante le fasi di scrittura di questa ricerca, una delle impressioni che man mano prendeva forma, è che per capire il contesto storico, bisogna proprio visualizzare e addentrarsi nell'immagine stessa che si decide di prendere in esame. Il visivo ha un potere molto forte, l'immagine penetra nella mente umana attraverso lo sguardo e rimane nella memoria. La cultura dell'immagine riproducibile dell'*ukiyo-e* non scompare con la modernizzazione, ma riemerge nel *graphic design* contemporaneo, dove la riproducibilità diventa parte dell'autorialità. Se nel sistema artistico moderno la serialità dell'immagine aveva inizialmente determinato la marginalizzazione della stampa rispetto alle arti maggiori, nel secondo dopoguerra il *graphic design* giapponese rielabora questa tradizione trasformando la molteplicità dell'immagine stampata in uno spazio di sperimentazione autoriale. Al giorno d'oggi addentrarsi nel mondo

dell'*ukiyoe* ed entrare in contatto con stampe, dipinti, libri illustrati, giornali e altre tipologie di fonti primarie non è più ardua impresa: oggi è tutto facilmente accessibile grazie al lavoro di studiosi del settore che hanno pubblicato, collezionato e parlato di tali opere e ne hanno trasformato la loro passione nel loro lavoro. Per arrivare alla considerazione che si ha oggi di tali oggetti vi è dietro una storia lunga che ha portato, nello specifico di questa analisi, le stampe giapponesi, ad essere apprezzate in tutto il mondo dopo lunghi periodi di marginalizzazione. Lo studio della scuola *ukiyoe* è stato per molto tempo poco considerato nelle accademie rispetto a tutte le altre forme di arte che esistono al mondo.⁴

La presente analisi si propone di indagare l'eredità artistica dell'*ukiyoe*, esaminandone l'evoluzione a partire dal processo di modernizzazione avviato durante il periodo Meiji fino al periodo delle due guerre mondiali e alle profonde trasformazioni sociali e culturali che ne sono derivate. Attraverso una prospettiva storiografica, la ricerca intende evidenziare come il ruolo della stampa abbia progressivamente mutato funzione in relazione al contesto sociale di riferimento, fino a giungere alle sue manifestazioni contemporanee. Il fulcro di questo studio è il manifesto, considerato non soltanto come strumento di comunicazione e diffusione di informazioni, ma anche come oggetto artistico autonomo, dotato di un proprio valore estetico e culturale.

Il primo capitolo verterà principalmente all'analisi del contesto storico e sociale in cui ha avuto origine il predecessore del manifesto, ovvero la stampa e il genere dell'*ukiyoe*, trattando quindi del periodo Edo e del fenomeno in sé, delineando la condizione dell'artista rapportato alla società del periodo.

Il secondo capitolo contestualizza il nascere di una nuova visione dell'arte *ukiyoe*, fino ad un certo periodo considerata marginale nei rapporti con le altre arti grazie all'introduzione del concetto di *bijutsu*, di un'arte fine a sé stessa, grazie all'influenza con l'occidente e la successiva trasformazione della stampa passata dall'essere collettiva e seriale, all'essere invece creativa e individuale, portando con sé tutte le riconsiderazioni della visione stessa dell'artista.

⁴Julie Nelson DAVIS, *Picturing the Floating World: Ukiyo-e in Context*, University of Hawaii Press, 2021, p. 9.

Il terzo capitolo entra più nel dettaglio riguardo le origini del manifesto giapponese, in un clima di cambiamento sociale e industriale, nello specifico nel momento del secondo dopoguerra, dove nascono e vengono utilizzati nuovi *media*, e l'arte si trasforma progressivamente nello specchio del nuovo assetto sociale e politico che è quello del dopoguerra.

Nell'ultimo capitolo si propone di osservare come tale eredità visiva continui a manifestarsi nella produzione grafica contemporanea. L'obiettivo non è soltanto individuare eventuali somiglianze formali tra le stampe *ukiyo*e e il manifesto moderno, ma comprenderne in che modo alcuni principi fondamentali, tra cui la sintesi compositiva, la serialità, il rapporto tra immagine e testo e la forza comunicativa dell'immagine riproducibile, siano stati reinterpretati all'interno del *graphic design* del secondo Novecento e della contemporaneità. A tale scopo verrà presa in esame la mostra *Graphic Japan. Da Hokusai al Manga*, curata da Rossella Menegazzo ed Eleonora Lanza presso il Museo Civico Archeologico di Bologna. Il percorso espositivo offre infatti un'occasione privilegiata per osservare la continuità tra tradizione e innovazione nella cultura visiva giapponese, mettendo in dialogo le stampe *ukiyo*e con manifesti, progetti grafici e prodotti della comunicazione contemporanea. Attraverso l'analisi di alcune figure particolarmente rappresentative del *graphic design* giapponese, tra cui Kamekura Yūsaku e Tanaka Ikkō, il capitolo intende evidenziare come il manifesto abbia progressivamente assunto una duplice natura: da un lato strumento di comunicazione destinato allo spazio pubblico, dall'altro forma autonoma di espressione artistica. In questa prospettiva, il *graphic design* non appare come una rottura rispetto alla tradizione, ma come una delle modalità attraverso cui il patrimonio visivo dell'*ukiyo*e continua a essere reinterpretato e trasmesso nel mondo contemporaneo.

CAPITOLO PRIMO

L'immagine nel periodo Edo: l'*ukiyoe*

1.1 Il contesto storico e il ruolo degli *ukiyoe*

Quando ci si rapporta a un'immagine, sia essa di natura materiale o, come si è abituati oggi, di natura digitale, la sua percezione visiva, come essa viene vista e interpretata, dipende, in larga misura, dalle modalità di osservazione e interpretazione.⁵ Partendo da questa prospettiva, studiosi che si sono dedicati alla storia della tradizione giapponese come Sean P. McManamon, hanno evidenziato come, parecchi anni fa, le stampe *ukiyoe* erano considerate un vero e proprio *medium*, uno strumento, particolarmente efficace e interessante per analizzare e trasmettere quelli che erano gli aspetti fondamentali della cultura giapponese premoderna, tra cui i processi di urbanizzazione, sviluppo economico e trasformazione sociale.⁶ Per comprendere appieno il ruolo svolto da queste stampe, è, quindi, necessario localizzarle e collocarle nel contesto storico in cui si sono sviluppate.

Alla fine del XVI secolo, dopo l'ascesa del clan Tokugawa e la scelta di Edo come centro del potere politico e culturale, ebbe inizio un lungo periodo di stabilità e pace che avrebbe caratterizzato la storia del Giappone per oltre due secoli.⁷ Il nuovo clima di serenità vide prima una fase di crescita demografica ed economica, resa possibile grazie alla riduzione dei conflitti armati, numerosi, invece, negli anni precedenti all'unificazione, e, in seguito, una maggiore propensione agli aspetti della cultura e della società.⁸ L'obiettivo principale non era più quello di combattere e difendersi dai nemici, ma di vivere nel benessere, nel fermento culturale e nella crescita economica

⁵Sean P. MCMANAMON, «Japanese Woodblock Prints as a Lens and a Mirror for Modernity», *The History Teacher*, 2016, p. 444.

⁶*Ibidem*.

⁷Julie Nelson DAVIS, *Picturing the Floating World: Ukiyo-e in Context*, University of Hawaii Press, 2021, p. 11.

⁸*Ibidem*.

del Paese.⁹ Edo si trasformò rapidamente in uno dei principali centri urbani dell'arcipelago, arrivando a superare il milione di abitanti nel XVII secolo.¹⁰

In questo contesto, le attività mercantili e commerciali conobbero uno sviluppo significativo, contribuendo all'ascesa della classe dei *chōnin*, i mercanti cittadini, che divennero progressivamente i protagonisti della vita economica e culturale rappresentanti di una delle classi sociali più importanti del periodo.¹¹

Tuttavia, citando le parole di Manuela Capriati «[...] è molto di più e in un certo senso anche molto meno di quello che in genere si propone.»¹²: quello che è certo, quando si tratta di *ukiyo-e*, è che si trattava di un vero e proprio fenomeno culturale che per anni e, ancora oggi, viene preso solo in parte in considerazione. Fu proprio all'interno di questo ambiente urbano dinamico e culturalmente vivace che si affermò l'*ukiyo-e*, letteralmente “immagini del mondo fluttuante”. L'intera città, nel giro di alcuni anni, cominciò a trasformarsi in un vero e proprio centro editoriale e, ancora oggi, alcuni studiosi sostengono detenga il medesimo *status* di grande metropoli dove la pubblicità e la notizia circolano più velocemente.¹³

Per quanto concerne la sua storia, dalle origini alla scomparsa, in un arco temporale di trecentocinquant'anni, venne studiata soltanto una finestra di tempo di circa trent'anni e soltanto di alcuni artisti, tra i quali, si riconosce il presunto fondatore Hishikawa Moronobu (1618 – 1694), e altri sei grandi maestri quali Suzuki Harunobu (1725 – 1770), Torii Kiyonaga (1752 – 1815), Kitagawa Utamaro (ca. 1753 – 1806), Toshusai Sharaku (attivo ca. 1794 – 1795), Utagawa Hiroshige (1797 – 1858) e Katsushika Hokusai (1760 – 1849).¹⁴

L'*ukiyo-e* non riguardava esclusivamente la realizzazione di stampe, essa includeva anche dipinti, libri illustrati e altri materiali visivi. La varietà di stili da cui attingere testimonia la natura estremamente articolata del genere, spesso ridotto a una forma di

⁹*Ibidem*.

¹⁰Julie Nelson DAVIS, *Picturing the Floating World...*, cit., p. 12.

¹¹*Ibidem*.

¹²Manuela CAPRIATI «L'UKIYO-E COME ARTE “DI USO E CONSUMO”», *Il Giappone*, 2001, p. 45.

¹³Julie Nelson DAVIS, *Picturing the Floating World...*, cit., p. 14.

¹⁴*Ibidem*.

arte “minore”.¹⁵

Tale interpretazione era in parte legata alla tecnica con cui venivano prodotte le stampe, ovvero la xilografia, e alla loro natura seriale, quindi, alla loro facilità di riproduzione, venendo, inoltre, realizzate con materiali relativamente economici e destinate a un’ampia diffusione per un ampio pubblico.¹⁶

Inoltre, la critica ha interpretato le *ukiyoe* come strumenti di rappresentazione della società urbana del periodo Edo, evidenziandone il ruolo nella circolazione delle immagini e delle informazioni.¹⁷ Proprio queste caratteristiche contribuirono al successo del genere, rendendolo uno dei principali strumenti di circolazione delle immagini e delle informazioni nella società del periodo.

Più che semplici oggetti decorativi, le stampe potevano essere interpretate come veri e propri dispositivi culturali, capaci di riflettere e al tempo stesso influenzare la realtà sociale in cui venivano prodotte.¹⁸

Derivante da una tradizione pittorica in stile giapponese, o *yamatoe*, lo sviluppo della stampa giapponese si configurava come il risultato di un lungo percorso di sperimentazione e ricerca che ancora oggi presenta alcuni aspetti non del tutto chiariti. Gli studi sull’*ukiyoe* concordano nel ritenere che la stampa, al tempo del periodo Tokugawa (1603-1868), costituiva il principale mezzo di produzione e di ricavo economico.¹⁹ Essendo un periodo di pace e prosperità, dove la cultura era messa al primo posto, il fine della stampa risiedeva proprio nel tentativo di costruire un’economia che ruotasse attorno alla creazione e circolazione delle immagini, nonché sulla valorizzazione di un nuovo gusto estetico che esaltava la rappresentazione della realtà circostante.²⁰

Per avere un quadro più chiaro di quando e come si è sviluppato il genere *ukiyoe*, è bene anche solo menzionare quelli che sono stati gli inventori del genere artistico. Tra

¹⁵Julie Nelson DAVIS, *Picturing the Floating World...*, cit., p.17.

¹⁶Frederick HARRIS, *Ukiyo-e: The Art of the Japanese Print*, Tuttle Publishing, 2012, p.15.

¹⁷ *Ibidem*.

¹⁸ *Ibidem*.

¹⁹*Ibidem*.

²⁰Julie Nelson DAVIS, *Picturing the...*, cit., p.27.

questi vi furono Iwasa Matabei (1578-1650) conosciuto maggiormente come pittore capace di rappresentare la quotidianità del suo tempo in modo molto reale, Hishikawa Moronobu (1618-1694) che insieme a Hanabusa Itchō (1652-1724) raffiguravano scene di vita popolare, specialmente figure di bellezze femminili intente a vivere la loro quotidianità e accompagnate da poesie moralizzanti e profetiche come in fig. 1.



1: HISHIKAWA MORONOBU

“Cento donne del mondo fluttuante”

Libro illustrato (*ehon*)

1681, periodo Edo

Silografia monocroma (*sumizurie*)

Collezione privata

Tutti e tre gli artisti furono inizialmente formati nell'ambito della pittura tradizionale, apprendendo le tecniche proprie delle scuole Kanō e Tosa e operando prevalentemente su commissione. In una fase successiva, tuttavia, essi orientarono la propria produzione verso una pratica più artigianale, dedicandosi all'intaglio di matrici lignee e alla realizzazione di stampe xilografiche. Questa scelta rispondeva non solo a esigenze tecniche, ma anche a una progressiva integrazione con il contesto commerciale e editoriale urbano, nel quale le immagini svolgevano un ruolo sempre più rilevante.²¹

In questo senso, le stampe *ukiyo-e* si configuravano come un mezzo particolarmente efficace per rappresentare e diffondere i valori della nuova società urbana del periodo Edo: una realtà caratterizzata da stabilità politica, crescita economica e sviluppo di forme di intrattenimento legate al consumo e al tempo libero. Le immagini del “mondo fluttuante” contribuivano così a costruire e veicolare un immaginario fondato sul piacere, sulla fugacità dell'esperienza e sulla dimensione effimera dell'esistenza.

Un momento decisivo per lo sviluppo del genere si ebbe con l'attività di Suzuki Harunobu (1725?–1770), al quale viene tradizionalmente attribuita la diffusione delle stampe policrome, note come *nishikie*.²² L'introduzione di questa tecnica segnò un importante avanzamento nella qualità visiva delle stampe, rendendo possibile l'impiego di una gamma cromatica più ampia e raffinata.²³

Un esempio significativo è rappresentato dalle stampe realizzate per calendari illustrati, i *daishō egoyomi*, spesso commissionati all'interno di circoli poetici.²⁴ In tali opere, elementi figurativi e testuali si combinavano in modo ludico e allusivo: nel caso della figura femminile, come in fig. 2, raffigurata mentre cavalca una gru, il soggetto si presta a una reinterpretazione ironica di temi tradizionalmente religiosi, trasformandosi in un gioco visivo e intellettuale destinato a un pubblico colto.

²¹Frederick HARRIS, *Ukiyo-e: The Art of...*, cit., p. 17-20.

²²Julie Nelson DAVIS, *Picturing the...*, cit., p.30.

²³*Ibidem*.

²⁴*Ibidem*.



2: SUZUKI HARUNOBU

“Donna che cavalca una gru volante”

1765, periodo Edo

Silografia policroma (*nishikie*)

Museum Fine Arts, Boston

La tecnica delle stampe policrome si diffuse rapidamente anche in altri ambiti, in particolare nella rappresentazione del teatro kabuki e delle cortigiane dei quartieri del piacere, tra cui il celebre Yoshiwara.²⁵ In questi contesti, le immagini svolgevano una funzione chiaramente commerciale, contribuendo alla promozione di spettacoli, luoghi e figure legate all'intrattenimento urbano.²⁶

²⁵Julie Nelson DAVIS, *Picturing the...*, cit., p.64.

²⁶*Ibidem*.

Tuttavia, non tutto quello che viene pensato per essere bello, culturale e apprezzato a livello sociale ha dei risvolti sempre positivi: l'affermazione dell'*ukiyoe* comportò anche una ridefinizione degli equilibri artistici tradizionali. Come evidenziato dalla storiografia, la crescente diffusione di immagini legate alla cultura urbana e al consumo entrò in tensione con i modelli pittorici ormai consolidati, fondati, al contrario, su tecniche e soggetti legati maggiormente alla tradizione. Infatti, in risposta all'avvento del genere *ukiyoe*, alcuni pittori legati alle scuole più antiche iniziarono una sorta di sfida artistica proponendo opere che andavano ad enfatizzare certi elementi quali, per esempio, la preziosità dei materiali scelti, come un uso preponderante di sete preziose o la scelta pregiata di pigmenti minerali, puntando a migliorare quella che era la raffinatezza tecnica secondo loro nel tentativo di riaffermare il proprio prestigio.²⁷

Nonostante svariati tentativi nel riportare in auge il modello tradizionale, nel giro di pochi anni, le stampe policrome assunsero una posizione centrale nella produzione culturale. Gli editori, figure centrali nel sistema produttivo, selezionavano artisti e designer in grado di rispondere alle richieste del mercato, garantendo al contempo la qualità estetica e la redditività delle opere.²⁸ In questo modo, l'*ukiyoe* si consolidò come un sistema integrato in cui dimensione artistica, artigianale ed economica risultavano strettamente interconnesse.

²⁷Julie Nelson DAVIS, *Picturing the...*, cit., p. 33.

²⁸Julie Nelson DAVIS, *Picturing the...*, cit., p. 1.

1.2 Tecniche, funzione e materiali

La realizzazione di una stampa *ukiyo-e* richiedeva il contributo coordinato di più figure specializzate, ciascuna con un ruolo ben definito e circoscritto. Tra queste vi era il disegnatore, o ideatore, che ipotizzava e realizzava il disegno da cui partire, l'intagliatore, figura di estrema rilevanza dal momento che il materiale utilizzato erano proprio le matrici in legno, lo stampatore, colui che si dedicava a imprimere l'inchiostro prima e il colore dopo sulla matrice di legno e, infine, la figura dell'editore che completava il processo creativo veicolando la commissione e il rapporto con il cliente.²⁹ La produzione si configurava dunque come un processo collettivo, nel quale la componente artigianale rivestiva il ruolo fondamentale.³⁰ Anche per questa ragione, oltre che per la loro natura seriale, le stampe giapponesi non venivano tradizionalmente considerate opere d'arte di alto valore, bensì prodotti destinati alla circolazione e al consumo: non erano oggetti singoli, ma prodotti in serie.

La funzione principale delle stampe era, infatti, quella di trasmettere informazioni e fungere da mezzo di promozione visiva. Esse pubblicizzavano eventi che si sarebbero tenuti nel centro della città come spettacoli teatrali, incontri di *sumo*, attività dei quartieri del piacere, solo che, nonostante la loro primaria funzione divulgativa, svolgevano anche la funzione di essere dei veri e propri elementi decorativi inseriti non solo lungo le vie principali della città, ma anche negli spazi domestici.³¹



3: PAGODA

770, periodo Nara

legno di cipresso giapponese, 35 x 10 cm

Yagi Book Store

²⁹Manuela CAPRIATI «L'UKIYO-E COME..., cit., p. 48.

³⁰*Ibidem*.

³¹*Ibidem*.

Potevano essere esposte come kakemono, applicate alle porte scorrevoli come *fusumae*, oppure collocate sui pilastri verticali degli interni, assumendo così un ruolo integrato nell'ambiente abitativo.³²

Tuttavia, la storia dell'utilizzo delle matrici lignee intagliate per scopi divulgativi affonda le proprie radici nell'VIII secolo. Già in questo periodo, infatti, la tecnica della silografia veniva impiegata per riprodurre e diffondere testi religiosi buddhisti. Come mostrato nella figura 3, tra le più antiche testimonianze si trovano i *darani*, brevi formule e preghiere buddhiste stampate su carta e inserite all'interno di piccole pagode realizzate in cipresso giapponese che iniziarono ad essere diffuse in tutto il Giappone e a far capire l'importanza della riproducibilità.³³ A partire da questa esperienza, la produzione di stampe a carattere religioso conobbe una progressiva diffusione. I testi buddhisti venivano copiati, studiati e riprodotti per favorirne la circolazione e la trasmissione del sapere religioso. In alcuni casi, le preghiere stampate venivano persino collocate all'interno di statuette buddhiste cave, contribuendo ulteriormente alla loro conservazione e divulgazione.

Ritornando al discorso sulle stampe silografiche, la prima forma di illustrazione intesa come tecnica vera e propria risale, invece, al 1600 circa e prende il nome di *sumizurie*, delle stampe realizzate esclusivamente con inchiostro nero. In questo contesto, come già osservato, Hishikawa Moronobu è riconosciuto non solo come iniziatore del genere, ma anche come il principale interprete di questa prima fase tecnica, figura 4.

Successivamente, tale produzione venne affiancata e in parte sostituita dal *benie*, caratterizzato dall'impiego del colore rosa. Intorno al 1745 si affermano i *benizurie*, che introdussero un uso più articolato del colore, limitato in particolare al verde e al rosso chiaro. Ma il passaggio decisivo avvenne a metà del XVIII secolo con

³²Frederick HARRIS, *Ukiyo-e: The Art of the Japanese Print*, Tuttle Publishing, 2012, p.15.

³³Ivi, p.16.

l'introduzione delle *nishikie*, ovvero delle stampe policrome ottenute mediante l'impiego di più matrici lignee, ciascuna destinata a un colore specifico. Questa innovazione segnò un momento fondamentale nello sviluppo del genere, consentendo, così, una resa visiva più ricca e articolata.³⁴



4: HISHIKAWA MORONOBU
"Due amanti" 1675–80, periodo
 Edo, Silografia monocroma
 (sumizurie)



5: KATSUSHIKA HOKUSAI
Giornata limpida col vento del sud
 [Fuji rosso] (Gaifū kaisei)
 Serie: *Trentasei vedute del monte Fuji*
 2025
 Silografia policroma (*nishikie*)
 Adachi Hanga Foundation

³⁴Frederick HARRIS, *Ukiyo-e...*, cit., pp. 10-11.

Erano quindi necessari più blocchi di legno, ma quello che di solito non viene preso in considerazione è che per aggiungere più matrici insieme, il processo richiedeva una carta nettamente più sottile.³⁵ L'evoluzione delle stampe giapponesi implicò anche un cambiamento nell'uso delle matrici in legno utilizzate come supporto: se in un primo momento, quando le immagini del mondo fluttuante conoscevano i primi stadi di realizzazione, venivano utilizzati singoli blocchi di legno levigato, quello di ciliegio uno dei più apprezzati perché non si rovinava quando venivano applicati i pigmenti, chimicamente collosi e bagnati, sui quali venivano incise le linee colorate poi con inchiostro nero monocromatico. In seguito, con il crescente successo, più matrici in legno vennero applicate per la realizzazione a colori di tali stampe.³⁶ Lo spessore del blocco di legno si aggirava intorno ai tre centimetri e mezzo e veniva opportunamente essiccato e levigato da ambo i lati affinché potesse poi essere diviso in matrici e pronto all'intaglio sia da un lato che dall'altro. L'intagliatore incollava un disegno preparatorio alla matrice legnosa e lo faceva aderire bene alle fibre del legno passandovi una pressa, o *baren*, che facesse aderire per bene l'inchiostro e quindi le linee guida del successivo intaglio.³⁷ Numerose erano, pertanto, le tecniche utilizzate nella realizzazione delle stampe, per cui nel corso degli anni, venivano affinate sempre di più. Tra queste è bene menzionare la tecnica del *bokashi* che consisteva in una gradazione tonale ottenuta modulando con precisione pigmento e acqua direttamente sulla matrice tramite il pennello. Durante la stampa, il *baren* veniva utilizzato con attenzione per sfumare uno o più colori, creando passaggi morbidi.³⁸ Si precisa inoltre che le stampe, pur essendo spesso realizzate su commissione e prodotte in serie attraverso la collaborazione di più artigiani, non costituivano un sistema produttivo del tutto distinto da quello librario. Molte delle immagini oggi note, infatti, derivano da libri illustrati contenenti tavole eseguite dagli stessi artisti che, avvalendosi delle medesime tecniche, realizzavano anche stampe autonome.³⁹ Ne consegue che

³⁵Julie Nelson DAVIS, *Picturing the...*, cit., p.63.

³⁶*Ibidem*.

³⁷*Ibidem*.

³⁸Frederick HARRIS, *Ukiyo-e...*, cit., pp. 26-30.

³⁹Ivi, p.29.

l'illustrazione libraria e la stampa singola traevano origine da un medesimo sistema artigianale e produttivo. Ciò che mutava era principalmente la finalità: il libro illustrato si configurava come un dispositivo narrativo unitario, volto a sviluppare una storia lineare spesso incentrata su uno stesso personaggio, mentre la stampa autonoma si presentava come un'immagine indipendente, destinata alla fruizione individuale e alla collezione.⁴⁰

Nel contesto economico del periodo Edo, l'*ukiyoe* si inseriva pienamente nelle dinamiche del mercato. Le stampe venivano prodotte su commissione da editori o istituzioni, e il loro prezzo, stabilito dal *bakufu*, le rendeva accessibili a un pubblico ampio. Più che opere d'arte nel senso moderno, esse possono essere paragonate a strumenti di comunicazione visiva, simili agli attuali mezzi di diffusione della cultura popolare. La funzione era più o meno la stessa degli inserti di oggi, immagini, illustrazioni, inserite tra le pagine di libri, con l'intento di essere viste e propagare la notizia di un evento.⁴¹

Il messaggio contenuto all'interno delle stampe era di tipo subliminale dal momento che i nomi e gli oggetti che si volevano presentare erano nascosti all'interno dell'immagine e il messaggio andava così cercato. Si pubblicizzavano spettacoli teatrali, scandali, eventi, prodotti cosmetici, locali, manovre del governo, pubblicazioni letterarie e tutto quello che riguardava la sfera pubblica e riferita alla società, qualsiasi cosa che potesse spezzare la routine quotidiana della vita in periodo Edo.⁴²

Tuttavia, le stampe *ukiyoe* non erano soltanto un prodotto commerciale e pubblicitario destinato alla promozione di eventi pubblici, ma costituivano anche un importante veicolo di trasmissione culturale. Attraverso la loro diffusione, esse contribuirono infatti a favorire forme di contatto, seppur indirette, tra il Giappone e l'Occidente.⁴³ Sebbene una parte della storiografia abbia a lungo interpretato il periodo Tokugawa come una fase di isolamento pressoché totale, definita dal termine *sakoku*,

⁴⁰Julie Nelson DAVIS, *Picturing the...*, cit., p.70.

⁴¹Manuela CAPRIATI «L'UKIYO-E...», cit., pp. 45-52.

⁴²*Ibidem*.

⁴³Frederick HARRIS, *Ukiyo-e...*, cit., p. 32.

tale lettura appare oggi riduttiva. Più che una chiusura assoluta, il sakoku può essere inteso come una regolamentazione controllata dei rapporti con l'esterno, inserita in un contesto di stabilità politica e riorganizzazione interna.⁴⁴ In questo senso, numerosi studi hanno evidenziato come proprio l'epoca Tokugawa abbia rappresentato un momento fondamentale di trasformazione culturale, ponendo le basi per i successivi processi di modernizzazione della Restaurazione Meiji.⁴⁵ Il Giappone Tokugawa, infatti, pur limitando i contatti con l'esterno, consentiva relazioni commerciali selettive, in particolare con gli olandesi della Compagnia Olandese delle Indie Orientali, stanziati presso l'isola artificiale di Deshima, nel porto di Nagasaki. Questo elemento dimostra come la società giapponese non fosse completamente isolata, ma mantenesse forme di conoscenza indiretta delle realtà occidentali. Verso la fine del XVIII secolo, studiosi come Sugita Genpaku (1733-1817) tentarono di accedere ai saperi occidentali, in particolare nel campo della medicina, attraverso testi olandesi. Tuttavia, le difficoltà linguistiche limitarono la piena comprensione di tali materiali. In questo contesto, le immagini assunsero un ruolo fondamentale: il loro linguaggio visivo si rivelò più immediatamente accessibile rispetto a quello scritto, facilitando la trasmissione di conoscenze provenienti dall'esterno.⁴⁶

Le stampe *ukiyo-e* contribuirono in modo significativo a questo processo, rendendo disponibili a un pubblico più ampio le immagini di paesaggi e modelli visivi di origine europea.⁴⁷ In particolare, suscitò interesse la tecnica calcografica occidentale, caratterizzata da un elevato grado di realismo, che colpì gli artisti giapponesi nonostante la sua limitata diffusione nel Paese, dovuta ai costi elevati e alla scarsità di materiali come il rame.⁴⁸ Ciò che colpiva maggiormente era il realismo nella rappresentazione, che contribuì a fornire ai giapponesi una conoscenza più concreta delle realtà europee. Una volta entrati in possesso di tali opere, gli artisti giapponesi, pensando all'immediato successo del gusto per l'esotico, cominciarono a riprodurre le

⁴⁴*Ibidem.*

⁴⁵Sean P. MCMANAMON, «Japanese Woodblock Prints as...», cit., pp 443-464.

⁴⁶Julie Nelson DAVIS, *Picturing the...*, cit., p. 75.

⁴⁷Frederick HARRIS, *Ukiyo-e...*, cit., p. 36.

⁴⁸*Ibidem.*

stampe con le solite tecniche tradizionali della silografia, quindi anche più economiche e di conseguenza circolabili e vendibili a tutti.⁴⁹

1.3 Collocare l'artista premoderno

Per comprendere il ruolo dell'artista nel periodo Edo, è necessario interrogarsi sulla natura della società in cui egli operava e sul rapporto che si instaurava tra produzione artistica e contesto sociale. Come sottolinea Kato Shuichi, il legame tra arte e società costituisce un elemento centrale per definire la posizione dell'artista all'interno della cultura giapponese.⁵⁰ In particolare, l'autore evidenzia come l'artista non possa essere considerato una figura isolata, ma debba essere interpretato in relazione alle dinamiche sociali ed economiche del proprio tempo. In questo contesto, l'attività artistica si configurava come profondamente radicata nella realtà sociale.⁵¹ Essere artista significava infatti partecipare attivamente alla vita culturale della comunità, traducendo in forma visiva valori, tensioni e trasformazioni della società. Tuttavia, con il progressivo sviluppo di forme proto-industriali e con la trasformazione dell'assetto sociale, emerse anche una dimensione di tensione tra individuo e collettività, che condusse a una condizione di parziale alienazione dell'artista.⁵²

A partire da tali premesse, esistono due possibili modalità di relazione tra artista e società. Da un lato, vi è una forma di piena integrazione, in cui l'arte si pone come espressione collettiva e strumento di comunicazione sociale, dall'altro, una posizione più distaccata, caratterizzata da una minore integrazione nelle dinamiche sociali. Nel periodo Tokugawa, tuttavia, prevale una condizione di forte connessione tra artista e società, che differisce da modelli successivi maggiormente improntati all'autonomia individuale.⁵³

La struttura sociale dell'epoca Edo contribuì in modo significativo a definire questo

⁴⁹Manuela CAPRIATI «L'UKIYO-E...», cit., pp. 78-82.

⁵⁰Katō SHUICHI, *Arte e società in Giappone*, Edizioni della Fondazione Giovanni Agnelli, Torino, 1991, p. 1.

⁵¹*Ibidem*.

⁵²*Ibidem*.

⁵³Katō SHUICHI, *Arte e società...*, cit. p. 5.

rapporto. A partire dal XVII secolo, con la stabilizzazione del potere dello shogunato, la società si organizzò secondo una rigida gerarchia di classi. Come esaminato nel paragrafo precedente, il nuovo stile di vita dei *chōnin*, fondato sul benessere economico e sul consumo, favorì la diffusione di forme di intrattenimento quali il teatro, la musica e i quartieri del piacere. In questo contesto si affermarono valori come il *ninjō*, inteso come dimensione emotiva e individuale, e il *giri*, legato invece al senso del dovere e della comunità, dando luogo a una tensione tra individualismo e norme sociali.⁵⁴

Gli artisti *ukiyo-e*, spesso provenienti proprio da queste classi urbane, risultavano quindi profondamente integrati nel tessuto sociale. Essi non operavano in isolamento, ma come interpreti diretti della realtà contemporanea, contribuendo a definire e diffondere modelli culturali condivisi. In tal senso, l'artista non si configura come figura alienata, ma come portavoce della sensibilità collettiva del proprio tempo. Il percorso formativo degli artisti rifletteva questa dimensione sociale e professionale. Fin dalla giovane età, gli apprendisti affiancavano maestri più esperti, acquisendo competenze tecniche attraverso la pratica e lo studio dei libri illustrati, che fungevano da repertori di modelli iconografici. Il talento artistico si esprimeva in primo luogo attraverso l'uso del pennello e dell'inchiostro, strumenti fondamentali per la progettazione delle immagini. All'interno del sistema produttivo dell'*ukiyo-e* esisteva inoltre una precisa gerarchia professionale. Gli artisti potevano evolvere professionalmente da semplici illustratori fino a *designer* affermati, capaci di realizzare stampe policrome. Il riconoscimento non dipendeva tanto dall'origine sociale, quanto dal successo economico e dalla capacità di affermarsi nel mercato editoriale. Questa organizzazione contribuì tuttavia alla marginalizzazione della stampa rispetto alla pittura. Quest'ultima, in quanto opera unica e destinata a contesti privati, era considerata superiore, mentre la natura seriale e riproducibile delle stampe ne limitava il riconoscimento artistico.⁵⁵

⁵⁴DAVIS, *Picturing the...*, cit., pp. 15-16.

⁵⁵Frederick HARRIS, *Ukiyo-e...*, cit., pp. 26-28.

Inoltre, il ruolo creativo era attribuito principalmente al *designer*, mentre figure come l'intagliatore e lo stampatore, pur altamente specializzate, venivano considerate artigiani e rimanevano ai margini del riconoscimento pubblico.⁵⁶ Il processo di realizzazione evidenziava ulteriormente questa distinzione. A partire dal disegno preparatorio (*shitae*), l'opera passava attraverso diverse fasi e figure intermedie, tra cui il copista (*hikko*), prima di giungere all'intagliatore e allo stampatore.⁵⁷ Tale articolazione dimostra come la produzione fosse fortemente strutturata e come il contributo delle diverse figure, pur essenziale, non fosse riconosciuto in modo uniforme.

1.4 Funzione urbana e cultura visiva

Le stampe *ukiyo-e* erano apprezzate non solo per la loro qualità formale, ma anche per il loro stretto legame con le tendenze contemporanee. Esse raffiguravano soggetti della cultura urbana, dagli attori, alle cortigiane, *oiran*, alle mode e scene di vita quotidiana, rispondendo al gusto di un pubblico informato e culturalmente consapevole.⁵⁸

Tale modalità di fruizione evidenzia, pertanto, l'esistenza di consumatori attivi, capaci di riconoscere sia il valore estetico sia la rilevanza sociale delle immagini. In questo senso, il successo dell'*ukiyo-e* anticipa dinamiche proprie del consumo moderno, nelle quali estetica e appartenenza culturale risultano strettamente intrecciate.⁵⁹

Sebbene la produzione di stampe si sviluppò inizialmente nelle città di Kyōto e Ōsaka, è a Edo che essa raggiunse una diffusione di massa, tanto da essere identificata con il termine *edoe*, utilizzato per indicare le immagini legate alla vita urbana della capitale.⁶⁰

In questo contesto, le stampe rifletterono anche un crescente interesse per il viaggio, che non si limitava più al pellegrinaggio religioso, ma includeva anche spostamenti di

⁵⁶*Ibidem.*

⁵⁷*Ibidem.*

⁵⁸Sean P. MCMANAMON, «*Japanese Woodblock Prints...*», cit., pp. 444-445.

⁵⁹DAVIS, *Picturing the...*, cit., pp. 33-34.

⁶⁰Sean P. MCMANAMON, «*Japanese Woodblock Prints...*», cit., pp. 451-455.

diversa natura come quella economica e commerciale.⁶¹ Un ruolo decisivo in questo processo è svolto dal sistema del *sankin kōtai*, che obbligava i *daimyō* a risiedere periodicamente a Edo, favorendo lo sviluppo di una rete di infrastrutture e intensificando la mobilità interna.⁶² Tale fenomeno contribuì alla diffusione di una vera e propria cultura del viaggio, che trovò espressione nelle serie paesaggistiche di Utagawa Hiroshige, tra cui *Le cinquantatré stazioni del Tōkaidō*, e nelle opere di Katsushika Hokusai, contribuendo a una nuova sensibilità verso il paesaggio.⁶³

Le stampe, spesso acquistate come *souvenir*, erano accessibili a un pubblico ampio e trasversale, favorendo una diffusione capillare delle immagini.⁶⁴ In tal modo, per circa due secoli precedenti alla Restaurazione Meiji, l'ukiyo rappresentò uno dei principali mezzi di comunicazione visiva della società giapponese.⁶⁵

Come evidenziato da Sean P. McManamon, le stampe potevano essere interpretate come uno strumento privilegiato per osservare i processi di trasformazione della società Tokugawa, anticipando forme di modernizzazione che si svilupperanno pienamente solo in epoca successiva.⁶⁶ L'artista *ukiyo* si configurava, quindi, come un attore attivo all'interno del sistema economico e culturale, partecipando alle dinamiche di mercato e contribuendo alla diffusione di nuovi modelli visivi.

Tra i temi più rilevanti, un ruolo centrale è occupato dalla rappresentazione della figura femminile.⁶⁷ Nel periodo Edo, l'immagine della donna si trasformò profondamente, rispondendo sia a esigenze estetiche sia a finalità promozionali legate ai quartieri del piacere. Le stampe raffiguravano le *bijin*, donne ideali spesso associate a cortigiane e intrattenitrici, valorizzandone l'abbigliamento, le acconciature e gli accessori.⁶⁸ In

⁶¹*Ibidem.*

⁶²*Ibidem.*

⁶³Frederick HARRIS, *Ukiyo-e...*, cit., pp. 66-72.

⁶⁴Julie Nelson DAVIS, *Picturing the...*, cit., p. 34.

⁶⁵*Ibidem.*

⁶⁶Sean P. MCMANAMON, *Japanese Woodblock Prints...*, cit., pp. 446-452.

⁶⁷Julie Nelson DAVIS, *Picturing the...*, cit., pp. 82-100

⁶⁸*Ibidem.*

questo ambito si distinse Suzuki Harunobu, tra i primi a contribuire alla diffusione della figura femminile nelle stampe policrome. Successivamente, artisti come Kitagawa Utamaro (1753-1806) svilupparono uno stile riconoscibile, caratterizzato da eleganza formale e attenzione ai dettagli fisionomici, in particolare nei ritratti a mezzo busto, *okubie*.⁶⁹ Altri artisti, come Torii Kiyonaga (1752-1815), proposero figure più monumentali e composizioni su larga scala, mentre nelle opere di Utagawa Kunisada (1786-1885) e Utagawa Kuniyoshi (1797-1861) si osserva una progressiva trasformazione stilistica, talvolta interpretata come segno di una fase di declino del genere. L'*ukiyo-e* contribuì, quindi, a ridefinire il concetto di bellezza.

Il termine *bijin*, privo di una rigida distinzione di genere, indicava un ideale estetico costruito culturalmente, che includeva non solo donne, ma anche giovani uomini, entrambi rappresentati come modelli di eleganza e raffinatezza.

Accanto alle figure femminili, un altro ambito fondamentale della cultura visiva era rappresentato dal teatro, in particolare il *kabuki* e il *bunraku*, nonché dagli incontri di *sumo*. Artisti come Tōshūsai Sharaku si specializzarono nei ritratti di attori, spesso raffigurati in primi piani espressivi e in costume di scena.⁷⁰

Infine, il paesaggio si affermò come un altro dei temi principali, pur avendo già le sue origini nella tradizione pittorica cinese. Le rappresentazioni di elementi naturali quali montagne, fiori e uccelli riflettevano l'importanza del rapporto con la natura nella cultura giapponese.⁷¹ In questo contesto, Katsushika Hokusai (1760-1849) svolse un ruolo fondamentale, contribuendo alla diffusione del genere attraverso stampe e libri illustrati.⁷²

⁶⁹ *Ibidem*.

⁷⁰ *Ibidem*.

⁷¹ *Ibidem*.

⁷² Frederick HARRIS, *Ukiyo-e...*, cit., pp. 104-145

1.5 Serialità, circolazione e valore dell'opera

Gli editori di *ukiyoe* svolgevano un ruolo centrale non solo nel coordinamento della produzione delle stampe, ma anche nella loro distribuzione e diffusione. A partire dal XVIII secolo, le immagini venivano inizialmente vendute da ambulanti nelle strade di Edo; successivamente, il sistema distributivo si ampliò includendo venditori itineranti e botteghe specializzate, le *ezoshiya*, contribuendo a una circolazione sempre più capillare.⁷³

In una città come Edo, che contava oltre un milione di abitanti, l'*ukiyoe* si configurava come una forma di produzione culturale destinata a un vasto pubblico urbano. La natura commerciale delle stampe implicava la necessità di renderle economicamente accessibili, favorendone così la diffusione tra diverse classi sociali². In questo contesto, le immagini non erano semplicemente oggetti estetici, ma strumenti attivi nella costruzione e nella diffusione di modelli culturali e sociali.

Il processo produttivo giapponese, basato sulla silografia, risultava inoltre meno costoso rispetto alle tecniche occidentali, che richiedevano macchinari più complessi. Questo contribuì ulteriormente alla diffusione delle stampe, che potevano circolare sia come fogli singoli sia all'interno di libri illustrati.⁷⁴ La loro accessibilità ne favoriva l'uso quotidiano, rendendole parte integrante della cultura visiva dell'epoca.

Sebbene le testimonianze dirette sui consumatori siano limitate, si ritiene che il pubblico delle stampe comprendesse membri della classe dei mercanti, artigiani e, in alcuni casi, anche samurai.⁷⁵ Le immagini venivano talvolta utilizzate anche in contesti commerciali, come le case da tè, dove contribuivano a decorare gli ambienti e a intrattenere i clienti. In questo senso, le stampe possono essere interpretate come strumenti di comunicazione visiva e di promozione, capaci di influenzare i gusti e le preferenze del pubblico.⁷⁶

⁷³Frederick HARRIS, *Ukiyo-e*, cit., p. 66.

⁷⁴*Ibidem*.

⁷⁵S. P. McManamon, «Japanese Woodblock Prints...», cit., pp. 446–452.

⁷⁶*Ibidem*.

Un ulteriore fattore che favorì la diffusione delle stampe fu lo sviluppo della mobilità interna. La pratica del viaggio, incentivata anche dal sistema del *sankin kōtai*, portò alla diffusione dell'abitudine di acquistare immagini come souvenir.⁷⁷ Questo fenomeno trova una chiara espressione nella serie di Utagawa Hiroshige *Le cinquantatré stazioni del Tōkaidō*, che raffigura le principali tappe lungo la via che collegava Edo a Kyōto, contribuendo alla costruzione di un immaginario condiviso del paesaggio giapponese.⁷⁸

La serialità delle stampe rappresenta un elemento fondamentale per comprendere il loro valore. A differenza della pittura, concepita come opera unica, l'*ukiyo-e* si basava principalmente sulla riproducibilità dell'immagine, che ne consentiva una diffusione su larga scala. Questo aspetto ha contribuito, da un lato, alla loro marginalizzazione all'interno delle arti "maggiori", ma dall'altro ha favorito la loro funzione come mezzo di comunicazione visiva di massa.⁷⁹

Nel tardo XVIII secolo, editori come Tsutaya Jūzaburō svolsero un ruolo determinante nella promozione degli artisti, contribuendo a trasformarli in vere e proprie figure pubbliche. Le collaborazioni tra editori, artisti e scrittori erano spesso guidate da logiche economiche che venivano mantenute se redditizie e interrotte in caso contrario. Allo stesso tempo, gli editori sviluppavano strategie di cooperazione per condividere i costi di produzione e ampliare il mercato di riferimento. Durante l'era Tenmei (1781–1789), nonostante le difficoltà economiche e sociali, si registrò una significativa vitalità culturale. Le stampe, spesso caratterizzate da contenuti satirici, riflettevano le tensioni del periodo e dimostrano come artisti e editori fossero in grado di adattarsi alle restrizioni imposte dal contesto politico.⁸⁰ In questo senso, l'*ukiyo-e* si configura come un sistema produttivo dinamico, capace di coniugare esigenze economiche, innovazione artistica e risposta alle trasformazioni sociali.

⁷⁷ *Ibidem*.

⁷⁸ J. N. Davis, *Picturing the Floating World*, cit., pp. 82–100.

⁷⁹ Frederick HARRIS, *Ukiyo-e...*, cit., p. 67.

⁸⁰ S. P. McManamon, «Japanese Woodblock Prints...», cit., pp. 452–454,

1.6 Esclusione dal *bijutsu* in età moderna

Tra la metà del XIX secolo e l'inizio della Restaurazione Meiji (1868), il Giappone attraversò una fase di profonda trasformazione politica, sociale ed economica, che ebbe importanti ripercussioni anche sul sistema artistico. In questo contesto, le stampe *ukiyo-e*, pur continuando a svolgere la loro funzione informativa e divulgativa, si avviarono progressivamente verso una fase di marginalizzazione.⁸¹

Con l'avvento del governo Meiji, si affermò una nuova concezione dell'arte, fortemente influenzata dai modelli occidentali. Il termine *bijutsu* venne introdotto per definire le cosiddette “belle arti”, contribuendo, così, a una riorganizzazione gerarchica del sistema artistico. In questo processo, l'*ukiyo-e* venne progressivamente escluso dal canone delle arti maggiori, venendo classificato come arte popolare o applicata, insieme ad altre forme considerate minori.⁸²

Nonostante l'emergere di nuovi mezzi di comunicazione, quali la fotografia, la litografia e la stampa quotidiana, l'*ukiyo-e* continuò per un certo periodo a documentare la realtà contemporanea, mantenendo temi tradizionali come *bijin*, attori, guerrieri e paesaggi. Tuttavia, il mutamento del contesto culturale e tecnologico ne ridusse progressivamente il ruolo all'interno della società.

Come evidenziato da Frederick Harris, il processo di apertura del Giappone all'Occidente si riflette chiaramente nello sviluppo di un sottogenere noto come *Yokohamae*, che documentava l'arrivo degli stranieri e le innovazioni tecnologiche introdotte nel Paese.⁸³ Tale trasformazione fu avviata a partire dal 1853, con l'arrivo del commodoro Matthew Perry nella baia di Edo, evento che segnò l'inizio della fine della politica di isolamento Tokugawa.

I successivi trattati internazionali aprirono il Giappone al commercio con le potenze occidentali, determinando un profondo cambiamento nell'immaginario visivo. Le stampe iniziarono a raffigurare soggetti legati alla presenza straniera, come navi a vapore, tecnologie moderne e scene di vita quotidiana occidentale, figura 6. In questo

⁸¹ F. Harris, *Ukiyo-e*, cit., p. 163.

⁸² J. N. Davis, *Picturing the Floating World*, cit., pp. 153–159.

⁸³ F. Harris, *Ukiyo-e*, cit., p. 172.

senso, le *Yokohamae* rappresentano una testimonianza significativa dell'incontro tra due sistemi culturali differenti.



6: UNSEN

Attrezzature interne di una nave da battaglia tedesca

1874, periodo Meiji

Silografia policroma tritico

Questa marginalizzazione si rifletteva anche nelle esposizioni internazionali, in cui il Giappone privilegiava opere ritenute più rappresentative di una nazione moderna e competitiva sul piano globale, come pittura, scultura e arti decorative. Le stampe *ukiyo*e, associate a temi considerati leggeri o moralmente discutibili, come i quartieri del piacere, risultavano meno adatte a rappresentare l'immagine ufficiale del Paese.

Tuttavia, proprio mentre in Giappone l'*ukiyo*e veniva progressivamente svalutato, in Occidente esso suscitava un crescente interesse.⁸⁴ Collezionisti o artisti europei e americani iniziarono ad apprezzarne le caratteristiche formali, contribuendo alla

⁸⁴ J. N. DAVIS, *Picturing the Floating World*, cit., pp. 157.

diffusione del cosiddetto giapponismo e garantendo la sopravvivenza del mercato delle stampe.⁸⁵

In questo contesto, emerge una significativa contraddizione: mentre il Giappone moderno cercava di distanziarsi dalla tradizione dell'*ukiyo*e per costruire una nuova identità artistica nazionale, proprio tale tradizione veniva riscoperta e valorizzata all'estero. Questo processo contribuì a mantenere viva, seppur in forma trasformata, la produzione di immagini legate al mondo fluttuante. Il passaggio alla modernità non determinò quindi una scomparsa definitiva del genere, ma piuttosto una sua rielaborazione. Nella nuova epoca, alcuni artisti continuarono a reinterpretarne i temi e le tecniche, dando vita a nuove forme espressive che, pur distaccandosi dal modello originario, ne conservavano elementi fondamentali. In tal senso, l'*ukiyo*e può essere considerato non solo come un fenomeno artistico del passato, ma come una tradizione visiva capace di adattarsi e trasformarsi nel tempo. Nel capitolo che segue, verranno presentati quelli che sono gli inizi di una nuova generazione dell'arte *ukiyo*e, che come si è visto, anche se in penombra, mai fu completamente eliminata. Numerose furono le reinterpretazioni dei soggetti prevalenti e molti furono gli artisti che, vivendo nella nuova era moderna, decisero di riportare in vita, andando contro il modello dominante politico, soggetti e tradizioni del Giappone del periodo d'oro, quello Edo.

⁸⁵*Ibidem.*

CAPITOLO SECONDO

Il sistema artistico giapponese moderno

2.1 Nascita del concetto di *bijutsu*

L'elaborazione di una narrazione unitaria dell'arte giapponese a partire dalla Restaurazione Meiji (1868) si presenta ancora oggi come un'operazione complessa e, per certi aspetti, prematura. Sebbene sia comprensibile il desiderio di costruire un modello teorico capace di ordinare in modo coerente gli sviluppi artistici successivi al 1868, una simile sintesi rischia di imporre schemi interpretativi rigidi a una realtà storica e culturale estremamente articolata, di cui molti aspetti restano tuttora insufficientemente indagati. Gli studi più recenti tendono pertanto a privilegiare un approccio “dal basso”, fondato sull'analisi di casi specifici, rimandando a un momento successivo la possibilità di una sistematizzazione complessiva.¹

Pertanto, alcuni studiosi ritengono sia utile partire da quelli che sono stati alcuni dei cambiamenti incorsi in fase di sviluppo e modernizzazione del Giappone. Con l'avvento della Restaurazione, avviata a partire dal 1868, l'arcipelago intraprese un processo di profonda trasformazione politica, sociale e culturale, orientato verso la costruzione di uno Stato moderno sul modello delle Potenze occidentali che già da qualche anno si erano industrializzate e stavano cercando di farsi notare anche a livello internazionale.² Partendo da questo contesto storico, anche i sistemi giapponesi, interni al Paese, vennero sottoposti a una radicale riorganizzazione; tutto questo portò all'introduzione di nuove categorie estetiche e istituzionali tra cui, un ruolo centrale fu assunto dal concetto di *bijutsu*, termine coniato nella seconda metà del XIX secolo per tradurre la nozione occidentale di “belle arti”.³ Tale concetto non si limitava, però, soltanto a definire quale fosse l'ambito estetico ritenuto in risalto, ma costituiva un

¹T. RIMER, *Since Meiji: Perspectives on the Japanese Visual Arts, 1868–2000*, University of Hawaii Press, 2011, p.6.

²*Ibidem*.

³D. SATŌ, *Modern Japanese Art and the Meiji State: The of Beauty*, Getty Research Institute, 2011, pp. 1-6.

vero e proprio strumento ideologico attraverso cui il governo Meiji riuscì a riorganizzare la produzione artistica nazionale secondo criteri moderni e internazionali riuscendo poi nell'intento di portare il Paese alla modernizzazione.⁴

Infatti, a tal proposito, si sottolinea come la produzione visiva e artistica del periodo Edo, inclusa, tra tutte, quella dell'*ukiyo-e*, oggetto d'analisi della dissertazione, si inseriva più che altro in un contesto di consumo e circolazione pubblicitaria, piuttosto che in una logica di autonomia artistica e di arte fine a sé stessa utile a dare un'immagine del Paese verso il quale valesse la pena investire delle risorse sia economiche che professionali.⁵

Prima di questa graduale trasformazione, però, il Giappone non disponeva di una distinzione chiara tra quali fossero le arti maggiori e quali quelle minori. Come visto nel capitolo precedente, le diverse forme espressive, tra cui la pittura, la calligrafia, le arti decorative e la produzione grafica, erano integrate in un unico sistema culturale, nel quale la separazione tra artista e artigiano risultava molto meno marcata rispetto al contesto occidentale.

L'introduzione del termine preso in analisi avvenne proprio in concomitanza con il primo tentativo di trasformazione e con la partecipazione del Giappone alle sue prime esposizioni universali di stampo internazionale e, insieme, anche alla necessità di rappresentare la propria produzione culturale attraverso categorie condivise con quelle già in voga in Occidente. Durante questo processo, il sistema artistico giapponese venne progressivamente riallineato ai modelli europei in voga, privilegiando forme espressive considerate più elevate, e quindi tra queste la pittura e la scultura.⁶

All'interno di questa nuova gerarchia, tra le altre cose, si affermò la distinzione tra pittura in stile giapponese (*nihonga*) e pittura in stile occidentale (*yōga*), entrambe incluse nel campo del *bijutsu*.⁷

Al contrario, altre forme espressive, tra cui proprio la stampa *ukiyo-e*, vennero, per

⁴*Ibidem*.

⁵J. N. DAVIS, *Picturing the Floating World: Ukiyo-e in Context*, University of Hawaii Press, 2021, p. 154.

⁶J. T. RIMER, *Since Meiji: Perspectives on the Japanese Visual Arts, 1868–2000*, University of Hawaii Press, 2011, pp. 12–18.

⁷*Ibidem*.

motivi prettamente gerarchici, progressivamente escluse da tale categoria e ricondotte a un ambito secondario, spesso definito come arte applicata o popolare.⁸

È bene, inoltre, sottolineare che questa esclusione non fu dovuta a una mancanza di valore estetico, ma piuttosto alla natura stessa dell'*ukiyoe*, caratterizzata, come visto in precedenza, da serialità, riproducibilità e funzione commerciale. Tali caratteristiche risultavano incompatibili con l'idea occidentale di opera d'arte come oggetto unico, originale e destinato a una fruizione istituzionale e anche con l'idea unito anche al pensiero di creare un bagaglio artistico culturale che esponesse la Nazione a livello internazionale.⁹ In questo senso, la nuova definizione di arte contribuì a ridefinire profondamente il ruolo dell'artista, distinguendolo sempre più nettamente dalla figura dell'artigiano.

Il processo di istituzionalizzazione del sistema del *bijutsu* segnò quindi una frattura significativa nella storia dell'arte giapponese. Se da un lato, esso consentì al Giappone di inserirsi nel sistema artistico internazionale e di poter competere con le altre Potenze, dall'altro, comportò, invece, la marginalizzazione di forme espressive tradizionali che non si conformavano ai nuovi criteri.¹⁰ Si può quindi constatare che l'*ukiyoe* rappresenta uno dei casi più emblematici di questa trasformazione, passando da mezzo centrale della cultura visiva urbana in periodo Edo a forma artistica relegata ai margini del sistema.

L'introduzione del concetto di *bijutsu* implicò anche una trasformazione delle modalità di fruizione delle opere stesse: se in periodo Edo le immagini erano parte integrante della vita quotidiana e circolavano attraverso canali commerciali accessibili e visibili da tutti, con la modernizzazione Meiji esse vennero progressivamente sottratte a tale contesto per essere inserite in spazi istituzionali, come musei ed esposizioni.¹¹ Questo processo contribuì, infatti, anche a ridefinire il rapporto tra opera d'arte come oggetto a se stante e pubblico, introducendo una distanza simbolica e culturale tra

⁸Doshin SATŌ, *Modern Japanese Art and....*, cit. p. 2-3.

⁹J. T. RIMER, *Since Meiji: Perspectives on the....*, cit. p. 6.

¹⁰J. N. DAVIS, *Picturing the Floating World....*, cit. p. 159.

¹¹Doshin SATŌ, *Modern Japanese Art and....*, cit. p. 72.

produzione artistica e consumo quotidiano.

La nascita del *bijutsu* segnò anche il passaggio da una cultura visiva diffusa e condivisa a un sistema più selettivo, gerarchizzato e istituzionalizzato, nel quale il valore artistico veniva determinato da criteri estetici formalizzati e ben precisi. Tale distinzione tra arte autonoma e produzione visiva riproducibile risulta particolarmente significativa se messa in relazione con il *graphic design* contemporaneo, ambito nel quale la serialità e la diffusione di massa costituiscono alcuni degli elementi strutturali più importanti, analogamente a quanto avveniva per l'*ukiyo-e* nel periodo Edo.

2.2 Il sistema delle esposizioni e la marginalizzazione della stampa

Se da un lato il nuovo sistema moderno stava portando il Giappone a stringere rapporti con i paesi occidentali, tenendo conto dei secoli in cui il Paese venne tenuto all'oscuro e quindi inconscio di quello che stava succedendo oltre i suoi confini, dall'altro lato si aggiunse la necessità di tenere conto delle distorsioni interpretative legate allo sguardo occidentale, inevitabilmente incline al confronto e all'uso di categorie critiche non sempre adeguate al contesto giapponese.¹² Termini come “modernismo” o “avanguardia”, pur adottati anche in Giappone, assumono infatti significati specifici e circoscritti, difficilmente sovrapponibili a quelli europei.¹³ In questo quadro, l'apertura del Giappone all'Occidente in epoca Meiji innescò una trasformazione profonda, caratterizzata da una tensione costante tra tradizione e innovazione, che si tradusse nella coesistenza di linguaggi artistici differenti e talvolta contrapposti.¹⁴

Parallelamente, mutamenti strutturali quali la ridefinizione dei sistemi di patronato e l'emergere di una nuova concezione dell'artista come individuo autonomo, contribuirono a ridefinire radicalmente il panorama culturale. Ne risultò, pertanto, un

¹²J. T. RIMER, *Since Meiji: Perspectives on the...*, cit. p. 5.

¹³*Ibidem*.

¹⁴*Ibidem*.

sistema artistico plurale e dinamico, segnato da fratture e sovrapposizioni, che rende ancora oggi difficile una lettura univoca e definitiva della sua evoluzione.¹⁵

Fu solo a partire dagli anni Ottanta del XX secolo che l'arte giapponese moderna iniziò a essere riconosciuta come un ambito di ricerca autonomo al pari di quelli occidentali, ricevendo progressivamente maggiore attenzione da parte della storiografia.¹⁶

Innanzitutto, fatta eccezione per le stampe giapponesi, le opere pittoriche, scultoree, nonché i manufatti artistici e calligrafici prodotti tra la fine del XIX secolo e l'inizio dell'età contemporanea risultavano ancora scarsamente rappresentati nelle collezioni dei musei europei e americani, almeno fino ai primi decenni del Novecento.¹⁷ Inoltre, la documentazione disponibile e gli studi condotti dagli studiosi tendevano a concentrarsi prevalentemente sulle fasi più antiche della storia culturale e artistica del Giappone, trascurando, così, in larga misura il periodo moderno.¹⁸

Nel processo di riorganizzazione del sistema artistico giapponese avviato durante l'era Meiji, oltre che dall'introduzione del concetto di "belle arti", un ruolo centrale fu assunto allo stesso modo dalle prime esposizioni universali ufficiali, che contribuirono in modo decisivo alla definizione dei criteri di legittimazione artistica dell'arte giapponese.¹⁹ In particolare, l'istituzione del Bunten (*Monbushō Bijutsu Tenrankai*) nel 1907 segnò l'inizio di un sistema espositivo statale volto a promuovere e regolamentare la produzione artistica nazionale.²⁰ Come evidenziato da Satō Dōshin, il Bunten non rappresentava soltanto un luogo di esposizione, ma uno strumento politico e culturale attraverso cui il governo Meiji definiva ciò che poteva essere considerato arte nel senso moderno del termine.²¹

¹⁵*Ibidem.*

¹⁶J. T. RIMER, *Since Meiji: Perspectives on the...*, cit. p. 2.

¹⁷D. SATŌ, *Modern Japanese Art and...*, cit. p. 70.

¹⁸J. T. RIMER, *Since Meiji: Perspectives on the...*, cit. p. 6.

¹⁹D. SATŌ, *Modern Japanese Art and...*, cit. pp. 78-85.

²⁰*Ibidem.*

²¹*Ibidem.*

Attraverso la selezione delle opere e la definizione delle categorie espositive, lo Stato contribuiva a costruire un canone artistico coerente con il progetto di modernizzazione nazionale. Come si osserva nell'allestimento della Bunten in figura 7, la selezione e la disposizione delle opere riflettevano una gerarchia artistica precisa, che privilegiava pittura e scultura e accentuava l'esclusione di forme come l'*ukiyo*e dal sistema del *bijutsu*. La disposizione delle opere nello spazio espositivo evidenzia la costruzione di una gerarchia artistica istituzionale, in cui il genere della pittura occupa una posizione centrale, mentre altre forme espressive, come la stampa, risultano escluse.

Già prima dell'istituzione del Bunten, alcuni tentativi di organizzazione del sistema espositivo erano stati promossi da associazioni artistiche, come dimostra il catalogo della *Bijutsu tenrankai* del 1892. In merito a ciò, emerse una prima classificazione delle arti che anticipava la successiva gerarchizzazione e contribuiva a comprendere il processo di selezione delle pratiche artistiche riconosciute.²² Questo processo trova una formalizzazione più sistematica con l'istituzione del Bunten nel 1907. Il sistema si articolava principalmente in tre sezioni: pittura in stile giapponese (*nihonga*), pittura in stile occidentale (*yōga*) e scultura.



²²*Bijutsu tenrankai shuppin mokuroku* (美術展覧会出品目録), Meiji 25 [1892], Tōkyō, Nihon Bijutsu Kyōkai.

7: UTAGAWA HIROSHIGE

Museo d'arte all'Esposizione Industriale Nazionale nel Parco di Ueno,
1877, periodo Meiji
Silografia policroma (*nishikie*), trittico.

Tali categorie riflettevano una gerarchia delle arti fondata su modelli occidentali e funzionale alla rappresentazione del Giappone come nazione moderna e culturalmente avanzata.²³

In questo contesto, forme espressive come l'*ukiyo*e, caratterizzate da serialità e funzione commerciale, risultavano difficilmente collocabili all'interno del nuovo sistema.

La struttura gerarchica del sistema espositivo è confermata anche dai cataloghi ufficiali del Bunten (*Monbushō Bijutsu Tenrankai mokuroku*), nei quali le opere sono classificate esclusivamente nelle categorie di pittura e scultura, senza alcun riferimento alla produzione xilografica *ukiyo*e.²⁴ Già prima dell'istituzione del Bunten, alcuni tentativi di organizzazione del sistema espositivo erano stati promossi da associazioni artistiche, come dimostra il catalogo della *Bijutsu tenrankai* del 1892. In tale contesto, emerge una prima classificazione delle arti che anticipa la successiva strutturazione istituzionale e contribuisce a comprendere il processo di selezione delle pratiche artistiche riconosciute.²⁵

La successiva istituzione del Teiten (*Teikoku Bijutsu Tenrankai*) nel 1919 consolidò ulteriormente questo modello, rafforzando il controllo statale sulla produzione artistica e contribuendo alla definizione di standard estetici sempre più codificati. Come osserva Rimer, tali esposizioni non solo riflettevano le trasformazioni in atto, ma partecipavano attivamente alla costruzione di un'identità artistica nazionale in linea con le aspettative internazionali.²⁶ Anche nei cataloghi delle esposizioni imperiali (*Teikoku Bijutsu*

²³J. T. RIMER, *Since Meiji: Perspectives on the...*, cit. pp. 24-25.

²⁴*Monbushō Bijutsu Tenrankai mokuroku* (文部省美術展覧会目録), Tokyo, 1907.

²⁵*Bijutsu tenrankai shuppin mokuroku* (美術展覧会出品目録), Meiji 25 [1892], Tōkyō, Nihon Bijutsu Kyōkai.

²⁶*Ibidem*.

Tenrankai mokuroku), la suddivisione delle arti riflette una gerarchia consolidata, che continua a escludere la stampa *ukiyo*e dal sistema del *bijutsu*.²⁷

In questo quadro, la marginalizzazione dell'*ukiyo*e apparve come una conseguenza diretta della nuova organizzazione del sistema artistico. Esclusa dalle principali istituzioni espositive e dalle categorie del *bijutsu*, la stampa venne progressivamente relegata a un ambito secondario, spesso associato all'artigianato o alla produzione commerciale.²⁸ Venne così a crearsi una tensione tra tradizione e modernità in cui il sistema delle esposizioni contribuiva a legittimare nuove forme artistiche e a inserire il Giappone nel circuito internazionale dell'arte, comportando l'esclusione di pratiche visive che avevano svolto un ruolo centrale nella cultura del periodo Edo.²⁹

In tal senso, l'*ukiyo*e rappresenta un caso emblematico di come il processo di modernizzazione abbia implicato non solo innovazione, ma anche selezione e gerarchizzazione delle forme espressive.

2.3 Ruolo dell'autore e cultura visiva moderna

Nel passaggio dal periodo Edo alla modernità Meiji, il mutamento dell'assetto politico e sociale determinò profonde trasformazioni anche nel ruolo dell'artista e nella concezione della produzione culturale. Se in epoca Edo l'attività artistica era prevalentemente legata a contesti urbani e a classi sociali dotate di tempo e risorse, con la fine del XIX secolo si assistette a un progressivo spostamento della popolazione dalle campagne alle città, che contribuì a ridefinire le dinamiche della vita collettiva.³⁰ L'urbanizzazione e l'industrializzazione modificarono radicalmente il tessuto sociale, determinando una frattura tra la tradizione culturale preesistente e le nuove esigenze della modernizzazione.³¹ Il governo Meiji, infatti, orientò lo sviluppo del Paese verso

²⁷*Teikoku Bijutsu Tenrankai mokuroku* (帝国美術展覧会目録), Tokyo, 1919

²⁸J. N. DAVIS, *Picturing the Floating World...*, cit. pp. 153-159.

²⁹*Ibidem*.

³⁰S. KATO, *Arte e società in Giappone*, Fondazione Giovanni Agnelli, 1991, pp. 7-29.

³¹*Ibidem*.

obiettivi di militarizzazione e apertura internazionale, promuovendo un modello di progresso ispirato alle potenze occidentali. Questo cambiamento comportò un ridimensionamento del ruolo delle arti legate al piacere e all'intrattenimento, che avevano caratterizzato la cultura urbana del periodo Edo. In tale contesto, si sviluppò una condizione di tensione tra individuo e società, che, ad oggi, oggi essere interpretata con il termine di alienazione culturale.³²

In questo senso, la questione dell'autore nella cultura visiva moderna non può essere separata dalle trasformazioni sociali ed economiche che caratterizzarono il passaggio alla modernità: quello che l'artista decideva di rappresentare, era il frutto della condizione che stava vivendo. L'arte, come molti altri strumenti utilizzabili per raccontare la realtà, permetteva di esprimere i tormenti e i dubbi interiori di questi artisti che, trovandosi in una condizione del tutto nuova e a loro estranea, si sentivano isolati e in parte alienati. A dimostrazione di ciò, le nuove classi urbane, spesso costituite da ex contadini, si trovavano prive di una formazione artistica strutturata e facevano fatica a rapportarsi con la tradizione, tra le altre cose, ancora fortemente radicata, che si presentava come un sistema rigido e difficilmente conciliabile con le influenze provenienti dall'Occidente. Questa duplice condizione generò, infatti, un contesto culturale complesso, caratterizzato da una frattura tra modernizzazione e continuità.

L'industrializzazione si sviluppò principalmente nelle città, mentre le aree rurali rimasero in gran parte escluse da tali processi, accentuando il divario tra centro urbano e periferia.³³ Allo stesso tempo, il rapido assorbimento di modelli occidentali contribuì a creare un ambiente in cui la tradizione risultava indebolita, senza essere completamente sostituita da nuovi riferimenti culturali. Tale situazione si protrasse fino alla metà del XX secolo, quando la fine della Seconda guerra mondiale segnò un momento di svolta nella ridefinizione dell'identità culturale giapponese.³⁴

Ma è in quel nuovo clima sociale che l'artista decise anche di ribellarsi e di dare

³²*Ibidem.*

³³*Ibidem.*

³⁴*Ibidem.*

un'utilità diversa all'arte e al ruolo che essa assumeva a livello politico e sociale: l'artista, con le sue forme espressive, si ribellò al sistema, e pose l'arte, non solo arte di "primo ordine" come pittura e scultura, e quindi le belle arti, ma, al contrario, cominciò a riportare in luce tecniche artistiche che erano state accantonate. Eventi come la diffusione di nuove ideologie politiche, l'aumento delle tensioni sociali e l'emergere di una cultura urbana consumistica contribuirono a trasformare radicalmente il ruolo dell'artista, concepito, come già sottolineato, come soggetto attivamente coinvolto nella realtà contemporanea e nei conflitti del proprio tempo.³⁵

Infatti, nel periodo interbellico, tra la fine della Prima guerra mondiale e la fine degli anni Trenta, l'artista giapponese smise di essere solo un produttore di "belle arti" e decise di diventare una figura sociale attiva, coinvolta nella comunicazione di massa, nella pubblicità, nella politica e nella costruzione della modernità di tipo urbano; l'individuo divenne una pedina attiva nella scacchiera della complessa società moderna.

Le rivolte popolari successive al trattato di Portsmouth del 1905, come ad esempio, i Rice Riots del 1918 e la diffusione delle idee socialiste e comuniste provenienti dalla Russia rivoluzionaria alimentarono, infatti, una crescente sensibilità verso le disuguaglianze sociali, influenzando profondamente numerosi artisti e intellettuali giapponesi.³⁶

Numerosi furono, quindi, gli artisti e intellettuali che iniziarono a percepire la produzione artistica come uno strumento capace di intervenire direttamente nella società contemporanea, trasformando l'arte in un mezzo di critica politica e di riflessione sulla condizione moderna.³⁷

Tale atteggiamento trovò una delle sue espressioni più significative nel movimento d'avanguardia Mavo, fondato nel 1923 da Murayama Tomoyoshi (1901-1977), Yanase Masamu (1900-1945) e altri giovani artisti intenzionati a sovvertire il sistema

³⁵J. T. RIMER, *Since Meiji: Perspectives on the...*, cit. pp. 7-8.

³⁶Gennifer WEISENFELD, "The Expanding Arts of the Interwar Period", in *Since Meiji: Perspectives on...*, cit., pp. 66-67.

³⁷Ivi, pp. 67-68.

artistico accademico giapponese.³⁸ Il gruppo si pose in aperta opposizione all'idea di un'arte autonoma e puramente imitativa del modello occidentale, promuovendo invece una pratica interdisciplinare fondata sulla contaminazione tra pittura, fotografia, teatro, danza, architettura e grafica pubblicitaria.³⁹ Le loro produzioni comprendevano *collage*, manifesti, riviste, performance teatrali, danza, progetti architettonici e opere multimateriche, riflettendo una concezione interdisciplinare dell'arte che mirava a integrare la produzione culturale nella vita quotidiana e nello spazio urbano moderno.⁴⁰ Nonostante la sua breve durata, il collettivo esercitò una forte influenza sul panorama artistico contemporaneo, distinguendosi per il suo atteggiamento provocatorio e per la volontà di sovvertire l'ordine culturale esistente. I membri di Mavo rifiutavano la separazione tra arte e vita quotidiana e cercavano, invece, di integrare la produzione artistica all'interno dello spazio pubblico moderno, organizzando performance, esposizioni nei caffè, interventi urbani e pubblicazioni sperimentali.⁴¹

L'intera esperienza si sviluppò in stretta relazione con le avanguardie europee, in particolare con il dadaismo, il futurismo italiano e il costruttivismo russo, dai quali gli artisti giapponesi ripresero l'atteggiamento provocatorio, l'interesse per la macchina, il senso della velocità e la valorizzazione dei materiali industriali. Tuttavia, tali influenze vennero reinterpretate secondo le specificità del contesto giapponese, assumendo un carattere fortemente legato alla realtà urbana e sociale del Giappone degli anni Venti.⁴²

Tra le iniziative più rilevanti promosse dal collettivo Mavo vi fu la pubblicazione della rivista omonima *Mavo*, attiva tra il 1924 e il 1925, che costituì uno dei principali strumenti attraverso cui il gruppo elaborò e diffuse la propria visione dell'arte moderna.⁴³ La rivista rifletteva una concezione della produzione artistica

³⁸Gennifer WEISENFELD, *Mavo: Japanese Artists and the Avant-Garde, 1905–1931*, University of California Press, 2002, pp. 1-6.

³⁹Ivi, pp. 8-15.

⁴⁰*Ibidem*.

⁴¹Gennifer WEISENFELD, "The Expanding Arts of the Interwar Period", in *Since Meiji: Perspectives on...*, cit., p. 68.

⁴²Gennifer WEISENFELD, *Mavo: Japanese Artists* pp. 29-37.

⁴³*Ibidem*.

profondamente legata ai processi di riproducibilità tecnica e alla nascente cultura di massa, mettendo in discussione l'idea tradizionale dell'opera d'arte come espressione individuale e autonoma.⁴⁴ Inoltre, la figura dell'artista veniva ridefinita come soggetto capace di operare attivamente all'interno dei nuovi sistemi di comunicazione visiva e dei meccanismi della modernità industriale. L'impiego di fotografie, *collage* tipografici e frammenti di quotidiani evidenziava infatti la volontà di integrare linguaggi artistici e media di massa, trasformando la rivista in uno spazio sperimentale di interazione tra arte, politica e comunicazione. Per gli artisti vicini agli ambienti socialisti, tali strumenti rappresentavano anche un mezzo attraverso cui diffondere una nuova coscienza collettiva e promuovere forme di rinnovamento sociale. L'approccio provocatorio del gruppo, tuttavia, suscitò la reazione delle autorità: il terzo numero della rivista venne censurato poiché considerato sovversivo: episodio che compromise significativamente la stabilità economica del collettivo.⁴⁵

⁴⁴*Ibidem*.

⁴⁵Gennifer WEISENFELD, "The Expanding Arts of the Interwar Period", in *Since Meiji: Perspectives on...*, cit., p. 71.



8: MAVO

Copertine della rivista (1924–1925)
Museum of Contemporary Art, Tokyo

Questa progressiva fusione tra arte, politica e comunicazione visiva rifletteva le profonde contraddizioni della modernità giapponese del periodo interbellico. Da un lato, la crescita delle città e dei consumi sembrava offrire nuove possibilità di espressione individuale e di emancipazione culturale; dall'altro, il rapido processo di industrializzazione e la crescente pressione ideologica dello Stato producevano diffuse forme di alienazione e disorientamento sociale.⁴⁶

L'arte divenne, pertanto, uno spazio privilegiato in cui elaborare le tensioni generate dal conflitto tra modernizzazione e tradizione, tra internazionalismo e nazionalismo, tra cultura di massa e identità individuale.⁴⁷

Inoltre, il veicolo della pubblicità assunse anche un ruolo centrale nei processi di

⁴⁶Gennifer WEISENFELD, *Mavo: Japanese Artists* pp. 95-96.

⁴⁷*Ibidem.*

costruzione della società moderna e nella formazione di una nuova identità nazionale.⁴⁸ Le grandi imprese giapponesi emergenti utilizzarono, infatti, parte del potere della comunicazione visiva come strumento capace di orientare gusti, abitudini e comportamenti collettivi, contribuendo alla diffusione di modelli culturali legati alla modernità urbana e al consumo.⁴⁹ Come accadeva nella propaganda politica, anche il linguaggio pubblicitario si basava su dinamiche di persuasione visiva volte a influenzare l'immaginario sociale. La crescita del mercato dei consumi offrì inoltre nuove possibilità lavorative ad artisti e *designer*, favorendo una sempre maggiore interazione tra sperimentazione estetica e produzione commerciale.

È importante sottolineare, quindi, in merito al discorso sull'arte del fare manifesto, che soluzioni visive sviluppate dalle avanguardie moderniste vennero progressivamente assorbite dalla grafica pubblicitaria, arrivando a dimostrare come i linguaggi dell'arte contemporanea avessero ormai superato gli spazi tradizionali delle belle arti per entrare stabilmente nella cultura di massa.⁵⁰

Di conseguenza, il confine tra arte e mercato iniziò progressivamente a dissolversi, mentre il *design* pubblicitario acquisiva un nuovo statuto culturale e professionale. Questo processo di legittimazione non fu casuale, ma derivò dall'azione consapevole di artisti, grafici e teorici del *design*, i quali cercarono di affermare il valore estetico e sociale della propria attività all'interno della modernità giapponese.⁵¹

Difatti, alcune grandi aziende giapponesi iniziarono a utilizzare le estetiche moderniste e le strategie visive delle avanguardie per costruire una nuova immagine commerciale legata ai valori della modernità industriale. Un caso significativo fu quello della Kaō Soap Company che, all'inizio degli anni Trenta, avviò una profonda riorganizzazione della propria comunicazione visiva sotto la direzione artistica di Ōta Hideshige, considerato tra i primi *art director* professionisti del Giappone moderno.

⁴⁸Gennifer WEISENFELD, "The Expanding Arts of the Interwar Period", in *Since Meiji: Perspectives on...*, cit., pp 83-90.

⁴⁹*Ibidem*.

⁵⁰*Ibidem*.

⁵¹ *Ibidem*.

La campagna promozionale elaborata dall'azienda non si limitava alla pubblicità in senso stretto, ma coinvolgeva anche il *redesign* del *packaging* dei prodotti, dimostrando come il *design* fosse ormai in fase di concepimento come elemento centrale nella costruzione dell'identità aziendale e di conseguenza di quella nazionale.⁵²



9: KAO SOAP COMPANY

Disegni originali per il concorso dedicato al nuovo *packaging* del sapone Kaō: in alto, da sinistra, HARA HIROMU (progetto vincitore), HIROKAWA MATSUGORŌ e SUGIURA HISUI; in basso, da sinistra, YOSHIDA KENKICHI, MURAYAMA TOMOYOSHI e OKUDA MASANORI.

2.4 Il modello del *sōsaku hanga* come ridefinizione dell'autorialità

Nel contesto della trasformazione del sistema artistico giapponese tra la fine del XIX e i primi decenni del XX secolo, il movimento del *sōsaku hanga* rappresentò uno dei momenti più significativi di ridefinizione del concetto di autorialità nella produzione visiva.⁵³

Esso si sviluppò in un periodo in cui, come si è visto, la stampa *ukiyo-e* era stata progressivamente esclusa dal sistema del *bijutsu* e relegata a una posizione marginale all'interno della gerarchia artistica moderna. A dare inizio a questo fenomeno fu la rivalutazione dei celebri blocchi di legno utilizzati durante il periodo Edo per la

⁵² Ivi, pp. 87-90.

⁵³ Kōshirō ONCHI, "The Modern Japanese Print: An International History of the Sōsaku-Hanga Movement", *Ukiyo-e Art*, n. 11, 1965, p. 5.

realizzazione delle stampe, che vennero recuperati e reinterpretati come strumenti artistici non solo come matrice per l'intaglio, ma come vero e proprio soggetto dell'opera.⁵⁴

L'aspetto più importante formatosi sulla base degli eventi di questo movimento fu la diversa considerazione che si aveva dell'opera d'arte. A differenza di quello che avveniva in precedenza, la realizzazione di una opera non richiedeva più il lavoro di più professioni insieme, ma al contrario, essa veniva realizzata dall'inizio alla fine da una singola persona.⁵⁵

Per l'occasione venne fondata e pubblicata per la prima volta nel 1907, la rivista artistica *Hosun*, gestita dai membri fondatori quali Ishii Hakutei (1882-1958), Morita Tsunetomo (1881-1933), Yamamoto Kanae (1882-1946), Kosugi Misei (1881-1964) e Sakamoto Hanjiro (1882-1969). La particolarità di questa rivista era che veniva stampata in un grande formato su carta prestigiosa con al suo interno immagini e illustrazioni.⁵⁶ L'anno 1907 fu un anno rilevante per lo sviluppo dell'arte giapponese: non solo venne fondata questa rivista, ma anche la famosa *Myojo* e la mensile *Shirakaba* divennero dei punti focali nella circolazione dell'arte moderna giapponese.⁵⁷

Sotto questo aspetto, il *sōsaku hanga* si configurò non solo come una continuità tecnica rispetto alla tradizione xilografica, ma come una risposta critica alla sua marginalizzazione e una sua radicale riformulazione con gran parte dell'influenza esercitata su questo tipo di movimento che proveniva proprio dalle correnti europee.

Come visto in precedenza, si osserva che, il sistema tradizionale dell'*ukiyo-e* era fondato su una produzione collettiva che coinvolgeva diverse figure professionali: dal *designer*, agli intagliatori, stampatori o editori, ciascuna responsabile di una fase specifica del processo. Tale struttura rifletteva un modello produttivo legato al mercato e alla circolazione delle immagini, in cui l'opera era concepita più che altro come il risultato di una collaborazione e non come espressione individuale. Al

⁵⁴Ivi, p.7.

⁵⁵Bert WINTHER-TAMAKI, "The Ligneous Aesthetic of the Postwar Sōsaku Hanga Movement and American Perspectives on the Modern Japanese Culture of Wood", *Archives of Asian Art*, vol. 66, n. 2, 2016, pp. 214-215.

⁵⁶*Ibidem*.

⁵⁷*Ibidem*.

contrario, il *sōsaku hanga* introdusse un nuovo paradigma basato sull'autorialità unica, sintetizzato nel principio *jiga, jikoku, jizuri*, secondo cui l'artista è responsabile dell'intero processo creativo, dalla progettazione alla stampa.⁵⁸

Questa trasformazione implicò quindi un cambiamento profondo nella concezione dell'opera d'arte, che venne, da quel momento in poi, intesa come manifestazione diretta dell'individualità dell'artista.

Come afferma Kōshirō Onchi, figura centrale del movimento, la stampa moderna giapponese doveva essere considerata un mezzo espressivo autonomo, capace di trasmettere una visione personale e soggettiva del mondo.⁵⁹

Tuttavia, questa adesione ai modelli occidentali non implicò una semplice imitazione, ma piuttosto un processo di rielaborazione critica della tradizione: quello che si creò fu un vero e proprio movimento che ebbe la sua fase embrionale nel periodo prebellico, più precisamente nel 1918, ed ebbe modo di svilupparsi conseguentemente dopo la fine della Seconda guerra mondiale.⁶⁰

Il movimento maturò una specifica sensibilità estetica, definita come *ligneous aesthetic*⁶¹, che puntava alla valorizzazione delle qualità materiali del legno e il carattere manuale del processo di stampa.⁶² In questo modo, la tecnica tradizionale della xilografia venne reinterpretata in chiave moderna, trasformandosi in un mezzo espressivo capace di coniugare artigianalità e individualità, con l'unica differenza che ad assumere un ruolo importante non era solo l'opera d'arte in sé ma anche l'artista che l'aveva creata. Si crea così il concetto di autorialità.

Il *sōsaku hanga* si inserì, pertanto, in un contesto più ampio di trasformazione sociale e culturale, in cui il mondo dell'arte assumeva un ruolo attivo nella definizione dell'identità moderna giapponese. Non si trattava soltanto di ridefinire uno strumento artistico: il fatto che questo movimento si sviluppasse in un'epoca in cui l'arte

⁵⁸I. Ignacio ADRIASOLA, Sarah TEASLEY, Jilly TRAGANOU, Yasutaka TSUJI e Hideki KIKKAWA, "Design and Society in Modern Japan: An Introduction", *Review of Japanese Culture and Society*, vol. 28, 2016, pp. 20–25.

⁵⁹Kōshirō ONCHI, "The Modern Japanese Print...", cit. pp. 3–10.

⁶⁰Bert Winther-TAMAKI, "The Ligneous Aesthetic of ...", cit., p. 215.

⁶¹Ivi, p.215.

⁶²Bert Winther-TAMAKI, "The Ligneous Aesthetic of ...", cit., pp. 215–220.

privilegiava materiali industriali, simboli di modernizzazione e industrializzazione, contribuì a rendere ancora più significativo e originale l'interesse nei confronti di questa avanguardia.⁶³ Come, infatti, sottolineato da Ignacio Adriasola e altri studiosi, la produzione artistica del periodo si sviluppò in relazione ai processi di industrializzazione e urbanizzazione, che ridefinirono il rapporto tra individuo e società.⁶⁴

Nel 1918 la fondazione della Japanese Creative Print Society (*Nihon Sōsaku Hanga Kyōkai*) segnò un momento decisivo nel processo di legittimazione della stampa artistica in Giappone.⁶⁵ Promossa da figure come il noto Yamamoto Kanae, l'associazione si pose l'obiettivo di elevare il prestigio della grafica, sostenendo il riconoscimento della stampa come forma d'arte autonoma all'interno delle istituzioni ufficiali.⁶⁶ Grazie alla sua attività, il movimento *sōsaku hanga* ottenne, così, in tempi relativamente rapidi una visibilità e una legittimazione pubblica, culminate nell'ammissione delle opere grafiche alle principali esposizioni artistiche nazionali. Tale processo contribuì in modo determinante a consolidare il ruolo dell'incisore come artista indipendente e a integrare la stampa nel sistema dell'arte moderna giapponese.⁶⁷

La rinascita della stampa giapponese si intrecciò profondamente con il processo di ricostruzione del Paese nel secondo dopoguerra. Un ruolo significativo fu svolto anche dai militari durante l'occupazione americana, momento nel quale la presenza di centinaia di migliaia di soldati statunitensi e delle loro famiglie favorì la diffusione e il sostegno economico della produzione xilografica: le stampe, realizzate nell'ambito del *sōsaku hanga*, venivano infatti acquistate e collezionate come *souvenir*, contribuendo non solo al sostentamento di numerosi artisti, ma anche alla circolazione e alla conoscenza internazionale delle loro opere.⁶⁸

⁶³Ivi, p. 220.

⁶⁴I. Ignacio ADRIASOLA, Sarah TEASLEY, Jilly TRAGANOU, Yasutaka TSUJI e Hideki KIKKAWA, "Design and Society...", cit. pp. 22-23.

⁶⁵L. SMITH, «Japanese Prints 1868–2008», in *Since Meiji: Perspectives on the Japanese Visual Arts, 1868–2000*, Honolulu, University of Hawaii Press, 2012, p. 371-372.

⁶⁶*Ibidem*.

⁶⁷Ivi, p. 373.

⁶⁸Bert Winther-TAMAKI, "The Ligneous Aesthetic of ...", cit., p. 232.

L'artista non era più semplicemente un artigiano inserito in un sistema produttivo collettivo, ma divenne un soggetto autonomo, portatore di una visione individuale e inserito in un nuovo sistema di valori culturali.

Un ulteriore elemento di particolare rilevanza è rappresentato dalla ricezione internazionale del movimento *sōsaku hanga*. Come evidenziato nel catalogo dell'Art Institute of Chicago dedicato alle stampe moderne giapponesi, il movimento contribuì in maniera decisiva al riconoscimento della xilografia come forma d'arte autonoma e pienamente legittimata nel panorama artistico contemporaneo. Le opere degli artisti del movimento iniziarono infatti a essere esposte in contesti museali e internazionali, venendo apprezzate non più come semplici prodotti artigianali o commerciali, ma come autentiche espressioni artistiche individuali, capaci di riflettere la sensibilità e la visione personale dell'autore.⁶⁹

Questo cambiamento di prospettiva risultò particolarmente significativo se confrontato con la condizione dell'*ukiyo-e* all'interno del Giappone tra la fine del XIX e l'inizio del XX secolo. Venendo progressivamente svalutate nel contesto nazionale, soprattutto in un'epoca fortemente orientata verso la modernizzazione e l'assimilazione dei modelli culturali occidentali, numerose furono le perdite di valore delle stampe *ukiyo-e*. Il successo internazionale del *sōsaku hanga* contribuì, invece, a invertire questa tendenza, favorendo una rivalutazione della tradizione xilografica giapponese e dimostrando come essa potesse ancora rappresentare un linguaggio artistico moderno, innovativo e culturalmente rilevante.

⁶⁹Art Institute of Chicago, *Japan's Modern Prints – Sōsaku Hanga*, 1960, pp. 10–15.

È importante, inoltre, sottolineare che il *sōsaku hanga* non rappresentava soltanto una rottura totale con la tradizione, ma piuttosto una sua trasformazione. Esso recuperava il mezzo tecnico della stampa, ma ne modificava profondamente il significato e la funzione, adattandolo alle esigenze della modernità. In questo senso, il movimento può essere interpretato come un tentativo di conciliare due modelli apparentemente opposti: da un lato, la tradizione artigianale e collettiva della produzione ukiyoe; dall'altro, il paradigma moderno dell'artista individuale e dell'opera come espressione unica.

In conclusione, il *sōsaku hanga* rappresentò un momento cruciale nella storia dell'arte giapponese moderna, in quanto ridefinì il concetto di autorialità e restituì alla stampa un ruolo centrale all'interno del sistema artistico. In tal modo, la stampa, da forma marginalizzata, tornò a essere uno spazio privilegiato di sperimentazione artistica e di espressione individuale.



10: ONCHI KŌSHIRŌ
Lirica n. 32
1955
silografia (*sōsaku hanga*)
collezione non specificata.

Il principio di autorialità del *sōsaku hanga* anticipò, inoltre, alcune dinamiche proprie del *graphic design* contemporaneo, in cui il *designer* assunse un ruolo sempre più riconosciuto come autore, pur operando all'interno di processi di produzione e riproduzione tecnica.⁷⁰

⁷⁰Bert Winther-TAMAKI, “*The Ligneous Aesthetic of ...*”, cit., p.220.

A differenza della produzione *ukiyo-e*, caratterizzata da una divisione del lavoro, le opere del *sōsaku hanga* resero visibile il processo creativo, evidenziando la manualità e l'unicità dell'intervento artistico. Questa trasformazione segnò un passaggio fondamentale verso una concezione moderna dell'immagine come espressione individuale.

Come evidenziato nelle opere di Onchi Kōshirō e Shikō Munakata, figure 10 e 11, la stampa creativa si configurò come un veicolo espressivo molto potente, in cui il segno e la composizione riflettevano direttamente l'intervento dell'artista.

La varietà stilistica tra astrazione e figurazione dimostra come il *sōsaku hanga* non

costituisca uno stile unitario, ma un paradigma fondato sull'autorialità e che in entrambi i casi, ciò che emerge è la centralità del gesto e del processo, elementi che trasformano la stampa in un mezzo espressivo autonomo in cui l'artista viene ad essere il protagonista di tale processo.



11: ONCHI KŌSHIRŌ

Portrait of the Poet Hagiwara Sakutarō (1886–1942), Author of "Ice Island"

1943

Sōsaku hanga,

Art Institute of Chicago

Analogamente a quanto avviene oggi nella pratica del *design* contemporaneo, l'opera non fu più considerata il risultato di una produzione collettiva anonima, ma espressione di una visione individuale, in cui forma, segno e composizione riflettevano l'identità dell'autore.⁷¹

Allo stesso tempo, la valorizzazione della materialità del processo, evidente nell'uso del legno, nella *texture* e nella manualità della stampa, ha trovato un parallelo nelle pratiche contemporanee che recuperano tecniche analogiche e artigianali come forma di sperimentazione visiva.

In questo senso, il *sōsaku hanga* non rappresenta soltanto una fase della storia dell'arte giapponese, ma costituisce un precedente fondamentale per comprendere alcune dinamiche della cultura visiva attuale, in cui convivono produzione seriale e ricerca individuale. Tale continuità evidenzia come la stampa giapponese moderna non sia soltanto un fenomeno storico, ma una matrice concettuale ancora attiva nelle pratiche visive contemporanee.

Inoltre, come evidenziato da Riccardo Falcinelli, inizialmente il *graphic design* si configurò come una pratica tecnica legata alla produzione industriale e alla realizzazione di oggetti destinati alla comunicazione di massa, per poi acquisire progressivamente una dimensione culturale e teorica autonoma.⁷² In questo processo, il progettista cessa di essere considerato un semplice esecutore inserito nei meccanismi produttivi, assumendo invece un ruolo sempre più vicino a quello di autore, capace di esprimere una visione e di incidere attivamente sulla costruzione del messaggio visivo.⁷³

Tale evoluzione è strettamente connessa alla separazione tra ideazione e produzione che caratterizza l'industrializzazione: come sottolinea Falcinelli, con la modernità le fasi progettuali si distaccano progressivamente dai processi di stampa, determinando la nascita di una figura professionale autonoma, distinta dall'artigiano e inserita in un

⁷¹Riccardo FALCINELLI, *Filosofia del graphic design*, Torino: Einaudi, 2022, pp. 4–5.

⁷²*Ibidem*.

⁷³*Ivi*, pp. 5–6.

sistema produttivo più complesso.⁷⁴

In questo senso, la ridefinizione dell'autorialità nel *sōsaku hanga* appare particolarmente significativa, poiché rielabora in maniera originale tale frattura: pur nascendo all'interno di un contesto segnato dalla modernizzazione, il movimento riafferma l'unità del processo creativo, restituendo all'artista il controllo diretto su tutte le fasi della produzione. Questa convergenza evidenzia come, pur in contesti culturali differenti, la modernità abbia prodotto trasformazioni analoghe nel modo di concepire la pratica visiva. Da un lato, il graphic design occidentale evolve verso una crescente consapevolezza teorica e progettuale; dall'altro, il *sōsaku hanga* ridefinisce la stampa come spazio di espressione individuale. In entrambi i casi, emerge una nuova centralità dell'autore e una rinnovata attenzione al rapporto tra processo, forma e comunicazione visiva.

12: ONCHI KŌSHIRŌ
Manichino nello studio
1936
sōsaku hanga
British Museum, Londra



⁷⁴Ivi, pp. 7–8.

CAPITOLO TERZO

Origini del manifesto giapponese e sviluppo della cultura del progetto grafico

3.1 La creatività artistica del secondo dopoguerra

Con la fine della Seconda guerra mondiale, il Giappone si trovò ad affrontare una profonda fase di ricostruzione che coinvolse non soltanto l'economia e le strutture politiche, afflitte da anni di guerra, ma anche tutto quello che riguardava la dimensione culturale della società.¹ L'ambito artistico nel Giappone di questo periodo storico si è dimostrato essere un terreno molto ricco, perché nasce da una frattura storica enorme, che prende in considerazione la sconfitta del 1945, le bombe atomiche, l'occupazione americana, che portarono, di fatto, a una ridefinizione dell'identità culturale. Non si trattò soltanto di fare "arte nuova", ma di cercare di capire cosa significasse fare arte. Fu proprio in questo contesto tumultuoso e dalle ferite aperte, che il *design* e la comunicazione visiva iniziarono ad assumere un ruolo sempre più centrale nella definizione di nuovi modelli identitari e nella costruzione di una cultura contemporanea condivisa.² Il *design* venne, così, concepito non soltanto come attività produttiva, ma anche come mezzo per affrontare problemi collettivi e contribuire alla ricostruzione della società giapponese.³

Il secondo dopoguerra rappresentò un momento decisivo per lo sviluppo del *design* giapponese, in cui la produzione visiva divenne uno strumento strategico per articolare e modellare il rapporto tra tradizione e modernità che, come visto nel capitolo precedente, era già stato preso in considerazione da movimenti d'avanguardia come quello del *sōsaku hanga*.⁴ Il Giappone, già interessato nei secoli precedenti da profondi

¹I. Ignacio ADRIASOLA, Sarah TEASLEY, Jilly TRAGANOU, Yasutaka TSUJI e Hideki KIKKAWA, "Design and Society...", cit., pp 1–5.

²*Ibidem*.

³Ivi, p.6-7.

⁴Ivi, 6–12.

processi di trasformazione, dalla stabilizzazione culturale del periodo Edo alla modernizzazione Meiji, si confronta ora con una nuova fase di apertura internazionale.

Inoltre, nel corso del secondo dopoguerra e fino ai primi anni Duemila, la stampa artistica giapponese ha conosciuto una profonda trasformazione, passando da una struttura tradizionale a un sistema pienamente inserito nel contesto internazionale.⁵ Se da un lato il numero degli incisori indipendenti crebbe significativamente, dall'altro solo una minoranza riuscì a vivere esclusivamente della propria produzione artistica, segno di una persistente fragilità economica del settore. La formazione accademica, ormai, oggi, predominante grazie a istituzioni come la Tokyo University of the Arts, contribuì a standardizzare e al contempo internazionalizzare le pratiche artistiche.⁶ In questo contesto, gli artisti operarono sempre più autonomamente, gestendo in prima persona l'intero processo creativo e produttivo, inserendosi in reti globali di scambio e circolazione.

Parallelamente, la stampa raggiunse un pieno riconoscimento istituzionale, testimoniato dalla presenza in musei dedicati e collezioni permanenti, come nel caso del National Museum of Modern Art di Tōkyō.⁷

Tuttavia, l'intero sviluppo della grafica moderna continuò a confrontarsi con l'eredità dell'*ukiyo-e*, che, da modello produttivo, venne progressivamente trasformato in riferimento simbolico e identitario.⁸

In questo quadro, le tensioni tra tradizione e innovazione, tra dimensione nazionale e apertura internazionale, non risultano ancora oggi del tutto risolte, ma anzi costituiscono uno degli elementi più fecondi della creatività artistica giapponese contemporanea.

La stampa giapponese conobbe una trasformazione radicale, segnata dalla scomparsa di figure centrali come Onchi Kōshirō e Kawase Hasui e dall'apertura del sistema

⁵L. SMITH, «Japanese Prints 1868–2008», in *Since Meiji: Perspectives on the Japanese Visual Arts, 1868–2000*, Honolulu, University of Hawaii Press, 2012, pp. 362.363

⁶*Ibidem*.

⁷Ivi, p.263.

⁸*Ibidem*.

artistico a dinamiche sempre più internazionali.⁹ La progressiva istituzionalizzazione del settore e l'intensificarsi degli scambi con Europa e Stati Uniti favorirono la diffusione di linguaggi moderni, in particolare l'astrazione e le tecniche occidentali come l'intaglio e la litografia, che acquisirono un ruolo crescente nelle accademie e nelle pratiche artistiche.¹⁰

Artisti come Yamaguchi Gen svilupparono composizioni astratte sempre più libere ed espressive, mentre Iwami Reika e Takahashi Rikio proseguono l'eredità della *sōsaku hanga*, enfatizzando la dimensione lirica e individuale della stampa.¹¹

In questo contesto di apertura, si affermò anche una rinnovata relazione con la tradizione dell'*ukiyo-e*, che si è visto, non scomparì, ma venne reinterpretata in chiave moderna e spesso concettuale.¹² A partire dagli anni Sessanta, numerosi artisti recuperarono motivi iconici della tradizione: ad esempio Ay-O rielaborò le stampe di *sumō* in chiave *pop* e seriale, mentre Shinohara Ushio riprese le figure femminili dell'epoca Edo trasformandole in composizioni sperimentali e quasi ironiche. Ouchi Makoto reinterpretò direttamente Hokusai, utilizzando la celebre Grande Onda come elemento compositivo rielaborato in chiave contemporanea, mentre Kawachi Seikō e, più tardi, Nana Shiomi, continuarono a citare Hiroshige e le serie del *Tōkaidō*¹³, dimostrando la persistenza di questo immaginario. Anche artisti come Tsuruya Kōkei tornarono alla tradizione delle stampe teatrali *kabuki*, realizzando ritratti di attori secondo un approccio che combina la filosofia della *sōsaku hanga* con le modalità produttive dell'*ukiyo-e*.¹⁴

Nel complesso, la stampa giapponese del secondo Novecento si configurò quindi come un campo ibrido in cui coesistevano innovazione tecnica, apertura globale e continua rielaborazione della tradizione, dando vita a una modernità artistica fondata

⁹Ivi, p.394.

¹⁰Ivi, p.396.

¹¹*Ibidem*.

¹²*Ibidem*.

¹³Utagawa Hiroshige è noto soprattutto per aver realizzato la celebre serie di stampe *Le Cinquantatré stazioni del Tōkaidō*, una delle più importanti rappresentazioni del paesaggio nell'*ukiyo-e* del periodo Edo. J. N. Davis, *Picturing the Floating World: Ukiyo-e in Context*, University of Hawaii Press, 2021, *passim*.

¹⁴L. SMITH, «Japanese Prints 1868–2008», in *Since Meiji...*, cit. p. 389.

sul dialogo costante tra memoria storica e sperimentazione contemporanea.

Per introdurre il discorso sulla formazione della cultura intorno al *graphic design*, e nello specifico di quello giapponese, è necessario anzitutto dare una definizione pressoché lineare di cosa significa questo tipo di arte. Esso è un insieme di pratiche tecniche, , di azioni umane, e oggi di azioni digitali, che sono tenute insieme da una serie di “leggi” che formano una vera e propria disciplina.¹⁵ Una disciplina che, analogamente alla cultura giapponese, trae la propria identità dal passato e dalle origini della scrittura è il *graphic design*. Si tratta di un ambito spesso considerato insolito, soprattutto se si tende ad associare la grafica esclusivamente alle arti figurative, come la pittura. Tuttavia, ciò che è grafico è innanzitutto qualcosa di visibile e, per potersi esprimere, necessita di un linguaggio. Il *graphic design* affonda infatti le sue radici nella tipografia e, più precisamente, nella nascita dei primi libri stampati a caratteri mobili. Le sue origini possono quindi essere ricondotte a quelle prime pubblicazioni realizzate con l'intento di essere diffuse e destinate a un determinato pubblico.¹⁶ La figura del disegnatore, o per usare il termine in auge, *designer*, altro non è che quella persona che ha in mente un progetto e con l'uso dell'intelletto mette insieme la materia fisica portando alla realizzazione di un oggetto, nel caso qui specifico, di un progetto pubblicitario, chiamato manifesto.¹⁷ Il *graphic design* è quindi:

«un insieme di saperi e di pratiche che partecipano a dare forma al pensiero umano, sia per ragioni commerciali o pubblicitarie, sia per motivi conoscitivi, per informare o anche per narrare.»¹⁸

Per richiamare, quindi, il discorso all'arte di realizzare le stampe nell'ambito giapponese, una cosa in comune emerge: ogni autore-artista che decideva di realizzare

¹⁵Riccardo FALCINELLI, *Filosofia del graphic design*, cit. pp. p. 5.

¹⁶Ivi, p.6

¹⁷Ivi, p.8.

¹⁸Ivi, p. 9.

una stampa e oggi una grafica, per esempio, altro non aveva e altro non ha che l'esigenza di comunicare la propria visione del mondo e il proprio agire.¹⁹ Numerosi erano e sono gli artisti che pensano, si mettono in relazione e in discussione con il mondo, prevedono e propongono quello che per loro è necessario trasformare in linguaggio visibile. Chi progetta per fare manifesti, si sente coinvolto e responsabile a livello sociale nel proporre un'idea attraverso la sua opera di sensibilizzazione, e molti sono gli autori che hanno e continuano a lavorare in questo modo.²⁰

Un'altra caratteristica rilevante nel discorso sulla ricezione del *design* in età contemporanea riguarda il contributo di Katō Shūichi che permette di interpretare tale trasformazione non come una semplice occidentalizzazione dell'arte, ma come un processo molto più complesso di "internazionalizzazione", in cui il Giappone rielaborò attivamente gli influssi esterni integrandoli all'interno della propria tradizione culturale.²¹ Questa prospettiva consente, inoltre, di comprendere come la modernità giapponese, ancora oggi, si sviluppi, e si possa quindi studiare e interpretare, attraverso un equilibrio dinamico tra quella che è la continuità e il cambiamento, piuttosto che attraverso una rottura netta con il passato.

A seguito di questa introduzione sul nuovo assetto sociale di un Paese profondamente assoggettato dalle Potenze occidentali, specialmente da quella americana, è bene specificare che, in generale, quello che venne a crearsi fu una diversa e nuova visione dell'arte, non più circoscritta al senso di comunità, ma un'arte dialogante, mescolata, in divenire.²²

L'età contemporanea riformulò il concetto di arte stessa: l'arte divenne universale e una soltanto. Il fattore principale di tale cambiamento può essere ricondotto all'avvento e alla diffusione di nuovi mezzi di comunicazione come quello della fotografia, delle tecniche di riproduzione e dei progressi tecnologici.²³

Inoltre, molti artisti avevano più possibilità e curiosità nel viaggiare, anche perché la

¹⁹Ivi, pp. 10-11.

²⁰*Ibidem*.

²¹S. KATO e D. PANZIERI, *Arte e società in Giappone*, Torino, Fondazione Giovanni Agnelli, 1991, p. 130.

²²*Ibidem*.

²³*Ibidem*.

globalizzazione comportava un accorciamento delle distanze fisiche, e questi personaggi avevano, quindi, modo di vedere con i propri occhi l'arte l'uno dell'altra parte del mondo.²⁴

A differenza dell'epoca Meiji in cui ci fu un'esagerazione del gusto per l'Occidente, al punto che, come si è visto, generi come quello tradizionale *ukiyo-e* vennero marginalizzati e messi in secondo piano, quello che si verificò a partire dagli anni Cinquanta in poi del XX secolo, furono proprio scambi interculturali equi. Non fu più soltanto il Giappone a cogliere e fare suo quello che proveniva da ovest, ma anche lo stesso Occidente ridefinì il proprio approccio culturale diventando, di fatto, più “aperto” e disponibile agli influssi provenienti da est.²⁵

Nel corso del Novecento le arti visive giapponesi entrarono progressivamente in una dimensione più globale, favorita dalla diffusione delle tecnologie di riproduzione e dall'intensificarsi degli scambi culturali.²⁶

Parallelamente, la crescita della società dei consumi e dei *mass media* determinò una trasformazione profonda per quanto concerne il ruolo dell'immagine. In questo senso, il contributo teorico del *designer* italiano Riccardo Falcinelli (1973-) permette di comprendere come il *visual design* non sia soltanto una pratica estetica, ma un dispositivo culturale che struttura il modo in cui gli individui percepiscono e interpretano la realtà.²⁷ Le immagini progettate, come nel caso della grafica pubblicitaria e dei manifesti, partecipano attivamente alla costruzione di significati sociali, diventando strumenti fondamentali nella comunicazione contemporanea.

Il design visivo, dunque, non si limita a rappresentare il cambiamento, ma contribuisce a renderlo visibile e condivisibile all'interno della società. La sua natura riproducibile e seriale consente infatti una diffusione capillare delle immagini, rendendole parte integrante della vita quotidiana.²⁸ Questo aspetto risulta

²⁴Ivi, p. 121.

²⁵Ivi, pp. 122-133.

²⁶J. T. RIMER, *Since Meiji: Perspectives on the...*, cit., pp. 23-27.

²⁷Riccardo FALCINELLI, *Critica portatile al visual design*, Torino, Einaudi, 2014, pp. 87-92.

²⁸*Ibidem*.

particolarmente rilevante nel contesto giapponese del dopoguerra, dove la comunicazione visiva assunse una funzione chiave nella ridefinizione dell'identità collettiva che era andata perdendosi.

In un equilibrio tra apertura e continuità, il *graphic design* giapponese contemporaneo si configura come spazio di mediazione culturale, in cui tradizione e innovazione coesistono reciprocamente.

A differenza della fase Meiji, si sviluppò così un linguaggio visivo capace di integrare elementi internazionali e specificità culturali locali, dando origine a una produzione grafica originale e riconoscibile.²⁹

In questo contesto di profonda trasformazione culturale e visiva, il manifesto emerse progressivamente come uno degli strumenti privilegiati della comunicazione moderna.³⁰ La sua affermazione in Giappone fu strettamente legata allo sviluppo dei mezzi di stampa e alla diffusione della cultura visiva di massa, che resero possibile una circolazione ampia e capillare delle immagini nello spazio urbano.³¹

Come sottolinea Falcinelli, il manifesto, in generale, e quindi anche quello giapponese, appartiene a una più ampia categoria di artefatti progettati per essere visti rapidamente e in contesti pubblici, caratterizzati da una forte sintesi visiva e da un'immediata efficacia comunicativa.³² In questo senso, esso si distingue da forme artistiche precedenti per la sua funzione esplicitamente comunicativa e per il suo legame con la dimensione seriale e riproducibile del *design*.³³

Nel caso giapponese, tuttavia, l'evoluzione del manifesto non fu rappresentato dalla sola importazione di modelli occidentali: come evidenzia Gian Carlo Calza, a partire dalla metà del Novecento il manifesto d'artista in Giappone si sviluppa come un linguaggio autonomo, capace di coniugare influenze internazionali e tradizioni visive locali, dando origine a una produzione originale e fortemente riconoscibile.³⁴ Questa

²⁹I. Ignacio ADRIASOLA, Sarah TEASLEY, Jilly TRAGANOU, Yasutaka TSUJI e Hideki KIKKAWA, "Design and Society...", cit., p. 8.

³⁰Ivi, p.15.

³¹ Ivi, p. 17-18.

³² Riccardo FALCINELLI, *Critica portatile...*, cit. pp. 90-92.

³³*Ibidem*.

³⁴G. C. CALZA, *Manifesti d'artista 1955-2005*, Milano, Ideart, 2005.

specificità si radicò proprio nel contesto descritto in precedenza: un sistema culturale aperto agli scambi, ma al tempo stesso profondamente consapevole della propria identità visiva. Il manifesto giapponese nacque quindi non solo come mero strumento di comunicazione, ma come spazio di sperimentazione progettuale, in cui convergono arte, *design*, autorialità e cultura visiva contemporanea.

3.2 Il manifesto come oggetto firmato

A partire dal contesto delineato nel paragrafo precedente, il manifesto giapponese si sviluppò, quindi, nel secondo dopoguerra non solo atto alla comunicazione visiva, ma anche alla sperimentazione artistica e progettuale. In questo processo, uno degli elementi più rilevanti fu la progressiva affermazione del manifesto come oggetto firmato, ovvero come prodotto riconducibile a un autore e dotato di un valore estetico autonomo.³⁵

A partire dagli anni Cinquanta del XX secolo il manifesto in Giappone si distinse per una forte componente autoriale: *designer* e artisti non si limitavano a rispondere a esigenze comunicative, ma utilizzavano questo mezzo per esprimere una propria ricerca visiva e linguistica.³⁶ Questo atteggiamento segnò un passaggio fondamentale rispetto alla funzione originaria del manifesto, tradizionalmente legata alla promozione puramente commerciale o istituzionale.

Ed è proprio a partire da questi anni, che nasce anche la parola stessa di *graphic design*, più precisamente nel 1959, quando la rivista manifesto dell'*International Style* «Neue Grafik» viene letta e tradotta in lingua inglese in «New Graphic Design». Fu Addison Dwiggins (1880-1956) a coniare per la prima volta il termine, prima in Italia, dove, per esempio, si parlava di “cartellonismo” per riferirsi a tutto ciò che riguardava l’arte pubblicitaria.³⁷ Si creò quindi un tipo di prodotto a metà tra il progetto utile a quel determinato fine o scopo lavorativo e un nuovo modo di vedere l’oggetto, inteso

³⁵*Ibidem*.

³⁶G. C. CALZA, *Manifesti d'artista 1955–2005*, Milano, Ideart, 2005.

³⁷Riccardo FALCINELLI, *Critica portatile al visual design*, Torino, Einaudi, 2014, p.6.

ora non solo come utile, ma anche come bello e artistico.³⁸

In questo senso, il manifesto giapponese si collocava in una posizione intermedia tra arte e *design*. Da un lato, manteneva una funzione comunicativa, legata alla necessità di trasmettere un messaggio chiaro ed efficace; dall'altro, si configurava come un'opera progettuale autonoma, in cui la componente estetica e sperimentale assumeva un ruolo centrale.³⁹ Questa ambivalenza riflette, oggi, una più ampia trasformazione del *visual design* contemporaneo, in cui i confini tra discipline risultano sempre più fluidi. Se da un lato, in periodo di modernismo, sia occidentale, che dal punto di vista orientale, la grafica era ricondotta al campo del progresso, all'avvento della tecnologia e al mondo dell'industria, dall'altro lato, oggi è finita l'ideologia che un manifesto possa trattare soltanto del mito del progresso. Il *graphic design* non è più una disciplina a sé stante, ma, al contrario, è una disciplina formata da tante altre conoscenze.⁴⁰

Come sottolinea Riccardo Falcinelli, il *design* visivo moderno era ed è ancora oggi caratterizzato dalla capacità di sintetizzare contenuti complessi in forme immediatamente percepibili, attraverso un uso consapevole di immagini, colori e tipografia.⁴¹ Nel caso del manifesto, questa sintesi si traduceva in una costruzione visiva estremamente calibrata, in cui ogni elemento contribuiva alla definizione del messaggio.

Nel contesto giapponese, tale processo assunse caratteristiche specifiche. La tradizione visiva locale, dalla composizione delle stampe *ukiyo-e* all'uso espressivo della calligrafia, forniva un repertorio formale che veniva rielaborato all'interno del linguaggio grafico contemporaneo.⁴² I designer giapponesi integrarono queste eredità con influenze internazionali, dando origine a soluzioni visive innovative e riconoscibili.

Parallelamente, il crescente riconoscimento istituzionale del *design* contribuì a rafforzare la figura del *graphic designer* come autore. Nel secondo dopoguerra il *design*

³⁸Ivi. p. 7.

³⁹Ivi. p. 9.

⁴⁰Ivi, p. 54.

⁴¹ Riccardo FALCINELLI, *Critica portatile...*, cit. pp. 90-92.

⁴²T. RIMER, *Since Meiji: Perspectives on the...*, cit. pp. 40-45.

in Giappone venne progressivamente legittimato come disciplina autonoma, attraverso la creazione di associazioni professionali, mostre e concorsi.⁴³ In questo contesto, il manifesto divenne uno dei principali ambiti di visibilità e di comunicazione per i *designer*, che poterono così affermare una propria identità progettuale.

Di conseguenza, il manifesto giapponese non fu più soltanto un mezzo di comunicazione, ma anche un oggetto culturale che rifletteva le tensioni e le trasformazioni della società contemporanea. La firma dell'autore assunse, pertanto, un valore simbolico, segnando il passaggio da una produzione anonima e funzionale, come quella durante il periodo Edo, a una pratica progettuale consapevole e riconosciuta.

3.3 Il ruolo delle Olimpiadi di Tōkyō del 1964 e la definizione di un linguaggio grafico moderno

Le Olimpiadi di Tōkyō del 1964 rappresentarono un momento cruciale non solo per la storia sportiva della Nazione, ma anche per la costruzione dell'immagine internazionale del Giappone nel secondo dopoguerra. In un contesto di rapido sviluppo economico e di profonda trasformazione urbanistica, da quando il Giappone si arrese alle forze Alleate e perse, quindi, la Seconda guerra mondiale, subì profondi cambiamenti interni, soprattutto per mano degli americani. Se da un lato questo fattore minò la libertà giapponese di essere espressa, dall'altro lato aiutò il Paese a cambiare definitivamente una volta per tutte entrando definitivamente in competizione con le altre Potenze.

Fatta questa premessa, l'evento sportivo fu, in realtà, utilizzato come strumento di legittimazione politica e culturale, volto a presentare il Paese come moderno, tecnologicamente avanzato e pienamente reintegrato nella comunità internazionale dopo il periodo storico subito durante e dopo la fine del secondo scontro mondiale.⁴⁴

⁴³I. Ignacio ADRIASOLA, Sarah TEASLEY, Jilly TRAGANOU, Yasutaka TSUJI e Hideki KIKKAWA, "Design and Society...", cit., p. 25-30.

⁴⁴ Eugenio DE ANGELIS, Il caso Tokyo Olympiad tra critica e celebrazione degli ideali olimpici, 2022, pp. 245–246.

Gli ingenti investimenti infrastrutturali e la riorganizzazione dello spazio urbano di Tōkyō contribuirono a creare una narrazione visiva della “rinascita” nazionale, in cui la città stessa diventava simbolo della ricostruzione postbellica e della nuova identità giapponese.⁴⁵ In questo senso, le Olimpiadi si configurarono come una vera e propria operazione di *branding* nazionale, capace di riscrivere il passato militarista del Paese e di proiettarlo verso un futuro basato su progresso, ordine e sviluppo tecnologico, aprendo poi le porte a quello che sarebbe diventato il soft power giapponese.⁴⁶

Da eventi come questo, il progetto grafico assunse un ruolo centrale. Come sottolinea Richard S. Thornton, il sistema visivo sviluppato per le Olimpiadi costituì uno dei primi esempi di identità visiva coordinata su larga scala, capace di integrare manifesti, segnaletica, tipografia e comunicazione pubblicitaria in un linguaggio coerente e riconoscibile. Parallelamente, la necessità di comunicare con un pubblico globale portò allo sviluppo di un sistema innovativo di pittogrammi, concepiti per superare le barriere linguistiche e garantire una comunicazione immediata e universale.⁴⁷ Il manifesto, in particolare, divenne il mezzo privilegiato attraverso cui veicolare tale immagine, grazie alla sua capacità di combinare immediatezza comunicativa e forte impatto visivo.

Tra gli esempi più significativi si colloca il celebre manifesto ufficiale realizzato da Kamekura Yūsaku (1915-1997), figura centrale del *design* giapponese del dopoguerra.⁴⁸ In realtà la storia della scelta del logo delle Olimpiadi ha seguito un bando indetto apposta per comprendere quale linguaggio universale, dal forte impatto, che si potesse scegliere per la rappresentazione dei giochi olimpici. Il logotipo delle Olimpiadi fu selezionato a seguito del concorso indetto nel giugno del 1960, in cui emersero molte proposte che risultavano estremamente eterogenee dal punto di vista stilistico; tuttavia, fu il progetto di Kamekura a essere scelto all'unanimità.⁴⁹ Il *designer* elaborò una composizione verticale, caratterizzata da un linguaggio moderno e minimalista, in cui i cinque cerchi olimpici si collocano alla base, seguiti dalla dicitura

⁴⁵*Ibidem.*

⁴⁶Ivi, p. 246.

⁴⁷R. THORNTON, «Japanese Posters» cit., p-12.

⁴⁸G. C. CALZA, Giappone: segno e colore, Milano, Electa, 1996, p. 45.

⁴⁹Ivi, p. 46.

“Tokyo 1964” in carattere *Helvetica* color oro e da un ampio cerchio rosso posto nella parte superiore.⁵⁰

Sebbene tale configurazione possa richiamare visivamente la bandiera giapponese e il simbolo del sole nascente, Kamekura stesso sottolineò come questa associazione non costituisse il presupposto progettuale, prendendo le distanze da una lettura esplicitamente nazionalistica.⁵¹

Un altro elemento rilevante è rappresentato dall’uso del colore e della sintesi formale. In numerosi manifesti olimpici, il rosso, colore fortemente simbolico nella cultura giapponese, viene impiegato in combinazione con il bianco per richiamare la bandiera nazionale, contribuendo a costruire un’identità visiva immediatamente riconoscibile.⁵² Questa scelta cromatica, apparentemente semplice, rivela in realtà una profonda consapevolezza progettuale, in cui ogni elemento è calibrato per massimizzare l’efficacia comunicativa.

I manifesti delle Olimpiadi del 1964 segnarono un punto di svolta nella grafica giapponese, in quanto dimostrarono la capacità dei *designer* di coniugare rigore formale, sintesi visiva e sensibilità estetica.⁵³

Un aspetto particolarmente significativo è la riduzione degli elementi visivi all’essenziale e il puntare, pertanto, ad un approccio più minimalista. I manifesti olimpici rinunciano a ogni decorativismo superfluo per concentrarsi su pochi segni forti, su linguaggi universali capibili e alla portata di tutti, organizzati secondo principi di equilibrio e chiarezza.⁵⁴ Questa tendenza alla sintesi rappresenta uno degli elementi distintivi del *design* giapponese moderno e influenzerà profondamente le generazioni successive di *graphic designer*.

In realtà, oltre al principale manifesto, furono realizzati altri tre manifesti, sempre dello stesso *designer*. In questi altri si nota come l’uso della fotografia e della tipografia

⁵⁰ *Ibidem*.

⁵¹ *Ibidem*.

⁵² Ivi, pp. 45–48.

⁵³ G. C. CALZA, *Manifesti d’artista*, cit., pp. 30–34.

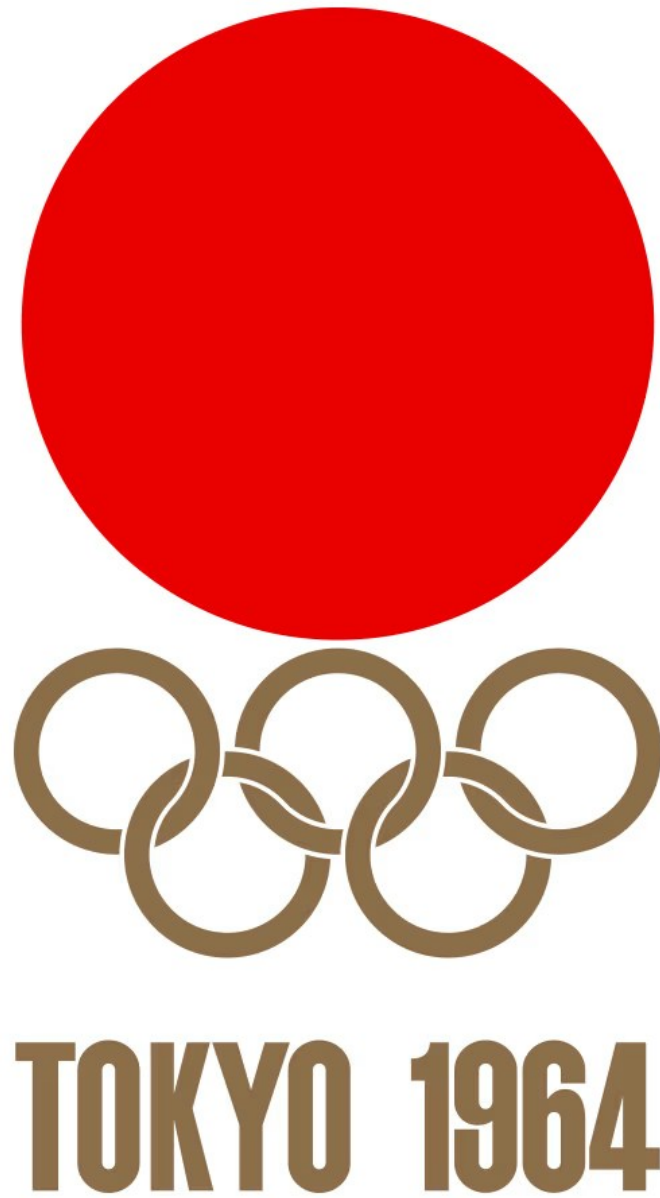
⁵⁴ Ivi, pp. 36–38.

dimostra una piena padronanza dei linguaggi visivi contemporanei.⁵⁵ La combinazione di immagini fotografiche e struttura grafica razionale consente di creare messaggi immediatamente leggibili anche da un pubblico internazionale, superando le barriere linguistiche.⁵⁶

Le Olimpiadi di Tokyo del 1964 rappresentano un momento di sintesi e di maturazione del *design* giapponese, in cui convergono le trasformazioni sociali, culturali e istituzionali analizzate nei paragrafi precedenti. Il manifesto, in questo contesto, si afferma come uno strumento capace non solo di comunicare, ma anche di rappresentare un'identità culturale complessa e in continua evoluzione.

⁵⁵R. THORNTON, «Japanese Posters», cit., pp. 12–13.

⁵⁶ *Ibidem*.



13: KAMEKURA YŪSAKU

Tokyo 1964

1961



14: KAMEKURA YŪSAKU
Tokyo 1964
1962



TOKYO  1964

15: KAMEKURA YŪSAKU
Tokyo 1964
1963

3.4 il rapporto testo-immagine e la sintesi grafica nel manifesto giapponese

Per comprendere le specificità del manifesto giapponese contemporaneo, è necessario soffermarsi sul rapporto tra tipografia e immagine, elementi centrali nella costruzione del messaggio visivo.⁵⁷ Un prodotto pubblicitario efficace si fonda sull'interazione tra componente iconica e componente linguistica, le quali collaborano nella trasmissione del significato.⁵⁸

Questo principio estetico basato sulla realtà oggettiva e visibile dell'immagine e del linguaggio scritto, trovò, sin dall'inizio, un terreno particolarmente fertile nel contesto giapponese, nel quale i sistemi di scrittura, articolati in *kanji*, *hiragana* e *katakana*, possedevano già una forte dimensione visiva.⁵⁹ I caratteri non sono infatti meri strumenti linguistici, ma configurazioni grafiche dotate di valore estetico e simbolico.⁶⁰ Tale caratteristica favoriva una naturale integrazione tra parola e immagine, rendendo la comunicazione visiva più immediata e stratificata.

In assenza di un adeguato supporto testuale, l'immagine rischia di risultare semanticamente ambigua.⁶¹ Come sottolineato dagli studi di semiotica visiva, tra cui quelli di Roland Barthes e Judith Williamson, il messaggio linguistico svolge una funzione di ancoraggio, orientando l'interpretazione dello spettatore e riducendo la molteplicità delle possibili letture.⁶²

Nel contesto del *graphic design* giapponese, questa relazione non si limitava tuttavia a una semplice complementarità. A partire dalle avanguardie del secondo Novecento, si sviluppò una progressiva fusione tra testo e immagine, che condusse a una vera e propria sintesi grafica.⁶³ Elementi tipografici, calligrafici e fotografici vennero combinati in composizioni complesse, in cui la scrittura stessa assume un ruolo visivo autonomo.

⁵⁷Ory BARTAL, *Text as Image in Japanese Advertising Typography Design*, p. 54.

⁵⁸*Ibidem*.

⁵⁹Riccardo FALCINELLI, *Critica portatile al visual design* (Torino: Einaudi, 2014), 87–92.

⁶⁰Ivi, p. 90.

⁶¹Ivi, pp. 95–100.

⁶²*Ibidem*.

⁶³Ory BARTAL, *Text as Image...*, cit. pp 54-58.

La tradizione calligrafica giapponese esercitava in questo senso un'influenza determinante.⁶⁴ Stili storici come il *chikara moji* o l'*hige moji*, originariamente legati a specifici contesti sociali, come la comunicazione visiva nel mondo del *sumo*, dimostrarono come la forma grafica del carattere potesse veicolare significati culturali e simbolici oltre il contenuto linguistico.

Nel *design* contemporaneo, tali pratiche vengono rielaborate e integrate con influenze occidentali, dando origine a soluzioni visive ibride. L'uso di *font* di derivazione europea, come il *Garamond*, accanto a caratteri giapponesi o a elementi calligrafici tradizionali, testimonia una continua negoziazione tra codici culturali differenti.⁶⁵

Un ulteriore elemento di interesse è rappresentato dall'impiego del *rōmaji*, ossia la trascrizione in caratteri latini della lingua giapponese. L'adozione di alfabeti occidentali all'interno dei manifesti non risponde esclusivamente a esigenze comunicative, ma assume anche una funzione estetica e simbolica, legata alla modernità e all'internazionalizzazione del linguaggio visivo.⁶⁶

Nel complesso, il manifesto giapponese si configura come uno spazio di sperimentazione in cui testo e immagine non sono semplicemente accostati, ma profondamente integrati, dando luogo a una forma di comunicazione visiva altamente sintetica ed espressiva.

Nelle stampe *ukiyo-e*, la presenza di iscrizioni, firme e cartigli non costituisce un elemento marginale o puramente informativo, ma parte integrante della struttura visiva.⁶⁷ I caratteri si inseriscono nello spazio dell'immagine seguendone l'equilibrio compositivo, contribuendo alla definizione del ritmo e delle gerarchie visive. Questo aspetto evidenzia come, già in epoca Edo, testo e immagine non fossero concepiti come ambiti separati, bensì come componenti di un unico sistema visivo.⁶⁸

Nel *design* giapponese contemporaneo, tale relazione viene ulteriormente sviluppata e resa esplicita. Come sottolinea Ory Bartal, la tipografia nella comunicazione visiva

⁶⁴Ivi, 60–62.

⁶⁵Riccardo FALCINELLI, *Critica portatile...*, cit. pp. 120–125.

⁶⁶Ory BARTAL, *Text as Image...*, cit. pp. 54–58.

⁶⁷G.C. CALZA, *Giappone: segno e colore*, cit., pp. 2–20.

⁶⁸*Ibidem*.

giapponese non si limita a trasmettere contenuti linguistici, ma assume una vera e propria funzione iconica.⁶⁹ I caratteri, infatti, possiedono una dimensione grafica intrinseca che li rende assimilabili a immagini: la loro forma, il loro peso visivo e la loro disposizione nello spazio contribuiscono direttamente alla costruzione del significato.

Questa caratteristica è strettamente legata alla natura del sistema di scrittura giapponese, in cui convivono ideogrammi e sillabari. I kanji, in particolare, presentano una complessità formale che li avvicina a elementi figurativi, favorendo una fusione tra dimensione linguistica e visiva.⁷⁰ Di conseguenza, nel manifesto giapponese il testo può essere trattato come un elemento plastico, manipolato e integrato nella composizione al pari delle immagini.

Molti designer giapponesi del secondo Novecento sfruttano questa ambiguità tra scrittura e immagine per sviluppare soluzioni grafiche innovative, in cui i caratteri diventano parte attiva della costruzione visiva⁷¹. In numerosi manifesti, la tipografia non è semplicemente sovrapposta all'immagine, ma ne condivide lo spazio, interagendo con essa attraverso sovrapposizioni, contrasti e integrazioni formali.

La stessa creatività artistica tradizionale giapponese prevedeva lo studio non solo delle doti pittoriche, ma anche di quelle calligrafiche, non a caso, infatti, si poteva parlare di shoga, un'unica espressione.⁷²

⁶⁹ Ory BARTAL, "Text as Image...", cit., pp. 52–55.

⁷⁰ Ivi, pp. 56–58

⁷¹ G. C. CALZA, *Manifesti d'artista...*, cit., pp. 60–65

⁷² Rossella MENEGAZZO; Eleonora LANZA, *Graphic Japan. Da Hokusai al manga*, Milano, Moebius, 2025, p11.

CAPITOLO QUARTO

L'eredità visuale dell'*ukiyoe* nel linguaggio del manifesto contemporaneo

4.1 La mostra *Graphic Japan. Da Hokusai al Mang*: struttura e obiettivi espositivi

Negli ultimi anni il *graphic design* giapponese è stato oggetto di una crescente attenzione da parte delle istituzioni culturali e museali europee e occidentali, che ne hanno evidenziato il ruolo all'interno della cultura visiva contemporanea. Il presente e ultimo capitolo, che ha l'obiettivo di chiudere, pertanto, il discorso sull'evoluzione della grafica giapponese, dal momento d'origine in periodo Edo, al giorno d'oggi, prende in esame la mostra temporanea *Graphic Japan: Da Hokusai al Manga*, curata da Rossella Menegazzo con Eleonora Lanza e ospitata presso il Museo Civico Archeologico di Bologna tenutasi dal 20 novembre al 6 aprile 2026. L'esposizione, promossa da MondoMostre, in collaborazione con il Settore Musei Civici di Bologna, proponeva un percorso volto a ripercorrere l'evoluzione della comunicazione visiva giapponese dalle stampe *ukiyoe* del periodo Edo fino alle forme contemporanee del *graphic design* e del *manga* conservate presso istituzioni museali e collezioni pubbliche e private italiane e giapponesi. Tra queste figurano il Museo d'Arte Orientale Edoardo Chiossone di Genova, il Museo d'Arte Orientale di Venezia, biblioteche civiche e nazionali, nonché enti giapponesi quali la Dai Nippon Foundation for Cultural Promotion e la Adachi Foundation.¹ L'iniziativa si inserisce nel contesto delle relazioni culturali tra Italia e Giappone sviluppatesi in occasione di Expo Ōsaka 2025, configurandosi come una prosecuzione ideale delle attività di promozione della cultura giapponese avviate nell'ambito del Padiglione Italia, di cui Rossella Menegazzo ha

¹Rossella MENEGAZZO; Eleonora LANZA, *Graphic Japan. Da Hokusai al manga*, Milano, Moebius, 2025, p11-15.

ricoperto il ruolo di Responsabile Cultura.

La mostra si è inoltre avvalsa del patrocinio della Regione Emilia-Romagna e del sostegno del Consolato Generale del Giappone a Milano.²

Attraverso un approccio trasversale e divisa per sale tematiche, la mostra evidenziava la persistenza di alcuni elementi fondamentali della cultura visiva giapponese tradizionale, quali la sintesi tra immagine e testo, la serialità e la forte componente comunicativa delle immagini. Ed è proprio grazie a questa sua componente visiva, che l'arte giapponese delle stampe prese e continua ad avere una certa notorietà, andando a toccare anche gli ambienti del design industriale.³

²*Ibidem.*

³*Ibidem.*



16: YAMASHIRO RYŪICHI

Seconda mostra internazionale di stampe di Tokyo

1960

Manifesto, stampa ink.jet

Musei Civici, Varese

Foto scattata personalmente alla mostra 3 aprile 2026



17: KITAGAWA UTAMARO (1753-1806)

Serie: *Cinque ritratti di belle donne*

1803-1804, periodo Edo

Silografie policrome (*nishikie*)

Museo d'Arte Orientale "Edoardo Chiossone" Genova

Foto scattata personalmente alla mostra 3 aprile 2026



18: MATSUNAGA SHIN

Okkyan

1991

Minatoza Theatre

Carta, stampa offset

Università degli Studi di Milano

Foto scattata personalmente alla mostra 3 aprile 2026

Nonostante appartengano a contesti storici e sociali profondamente diversi rispetto a quelli dell'*ukiyo-e*, molti dei *designer* presentati in questo percorso dimostrano una particolare attenzione per quegli elementi che appartengono alla tradizione delle stampe *ukiyo-e* quali, ad esempio, la sintesi formale, l'uso della linea, il colore piatto e la gestione dello spazio compositivo.

Basandosi, quindi, sugli elementi a disposizione della mostra, il presente capitolo analizza meno gli aspetti teorici sull'evoluzione del *graphic design* e si concentra maggiormente sulla realtà artistica di alcune delle figure particolarmente rappresentative della grafica giapponese contemporanea insieme ai loro tratti caratteristici particolari, al fine di evidenziare la permanenza e la trasformazione di specifiche caratteristiche della cultura visuale *ukiyo-e* all'interno del manifesto moderno e contemporaneo.

Secondo la curatrice Rossella Menegazzo, la recente mostra si configura come un percorso espositivo costruito attorno a tre momenti chiave che permettono al visitatore di leggere in modo diacronico lo sviluppo del linguaggio grafico giapponese e la sua progressiva affermazione a livello internazionale.⁴ Sin dalla prima sala, si intravede come l'obiettivo principale dell'esposizione sia proprio quello di mettere in evidenza la continuità tra tradizione e contemporaneità, superando quella che sarebbe potuta diventare una lettura lineare e separata tra arti storiche e pratiche del *design* moderno, per restituire, invece, un sistema culturale unitario in cui immagine, artigianato, editoria e comunicazione visiva risultano profondamente interconnessi.⁵

Questa circolazione internazionale delle opere evidenzia come il manifesto giapponese non sia più confinato al contesto originario, ma partecipi a una rete globale di scambi culturali e istituzionali. Le mostre contemporanee svolgono quindi un ruolo fondamentale nel ridefinire il significato del manifesto, trasformandolo in oggetto di analisi storica e critica.

⁴Rossella MENEGAZZO; Eleonora LANZA, *Graphic Japan. Da Hokusai al manga*, Milano, Moebius, 2025, p11-15.

⁵*Ibidem*.



19: GRAPHIC JAPAN: DA HOKUSAI AL MANGA

Mostra temporanea, sala 1

Museo civico di Bologna

Foto scattata personalmente alla mostra 3 aprile 2026



20: NAGAI KAZUMASA

Kazumasa Nagai Poster Exhibition, Nihonshu [sakè giapponese]
2017 e 2016

Manifesto, stampa offset, riproduzione fotomeccanica
Foto scattata personalmente alla mostra 3 aprile 2026



21: SATOH TAKU

Pleats please Issey Miyake

2018

Riproduzione fotomeccanica

Università degli Studi di Milano, Biblioteca di Storia dell'arte

Foto scattata personalmente alla mostra 3 aprile 2026.

Il primo nucleo del percorso è dedicato all'analisi dei motivi principali che venivano rappresentati in epoca Edo, quali figure di uccelli e vegetazione floreale, e alla produzione delle stampe *ukiyo-e*, considerate, come affrontato nei capitoli precedenti, come momento fondativo della tradizione visiva giapponese.⁶ In questa sezione viene, inoltre, sottolineato il ruolo decisivo della serialità, della riproducibilità tecnica e della diffusione delle immagini, elementi che anticipano dinamiche proprie della grafica contemporanea e che contribuiscono alla costruzione di un immaginario visivo riconoscibile e condiviso anche in ambito internazionale.⁷

Il secondo momento chiave riguarda la transizione tra Ottocento e Novecento e, in particolare, il periodo Meiji e il secondo dopoguerra, durante il quale il Giappone rielabora i modelli occidentali e ridefinisce il proprio sistema delle arti applicate. In questa fase emerge la figura del *graphic designer* moderno e si afferma una nuova identità visiva che trova piena espressione nel dopoguerra, grazie a progettisti come Kamekura Yūsaku e alla crescita di una cultura del manifesto, della fotografia e della comunicazione visiva legata ai grandi eventi internazionali.⁸

Il terzo momento è infine dedicato alla contemporaneità, in cui la cultura visiva giapponese si diffonde globalmente attraverso *manga*, animazione, moda e *design* industriale. In questa sezione la mostra evidenzia come il Giappone sia diventato un punto di riferimento estetico globale, capace di coniugare innovazione e memoria storica, tradizione artigianale e produzione industriale, fino a costruire un linguaggio visivo immediatamente riconoscibile e altamente influente.⁹

Nel loro insieme, questi tre momenti non sono presentati come compartimenti storici separati, ma come stratificazioni di uno stesso processo culturale. La mostra, nella lettura proposta dal saggio curatoriale, costruisce così un ponte tra artisti del periodo Edo, come presenta il titolo stesso, nomi come Hokusai e prodotti culturali quali il

⁶*Ibidem.*

⁷*Ibidem.*

⁸*Ibidem.*

⁹*Ibidem.*

manga contemporaneo, evidenziando come il *graphic design* giapponese derivi da una lunga continuità di pratiche visive che attraversano secoli, tecniche e media differenti, ma che mantengono, tuttavia, invariata una specifica sensibilità estetica fondata sull'attenzione al dettaglio, alla sintesi formale e alla forza evocativa dell'immagine.

L'analisi della mostra, sebbene approssimata alla sola introduzione del capitolo di questa dissertazione, conferma come l'*ukiyo-e* non possa essere considerato esclusivamente un fenomeno artistico appartenente al passato. Al contrario, esso costituisce una delle matrici fondamentali della cultura visiva giapponese moderna e contemporanea, i cui principi continuano a manifestarsi nel *graphic design*, nella tipografia e nel *manga*, dimostrando la straordinaria capacità di adattamento e trasformazione di questo linguaggio visivo.



22: MATSUNAGA SHIN

Il futuro del sake giapponese (dettaglio)

2016

Manifesto, stampa ink-jet

Japan Design Committee

Università degli Studi di Milano, Biblioteca di Storia dell'arte

Foto scattata personalmente alla mostra 3 aprile 2026

20 NOVEMBRE 2025 | 6 APRILE 2026

GRAPHIC JAPAN

DA HOKUSAI AL MANGA

MUSEO CIVICO ARCHEOLOGICO
BOLOGNA

GRAPHICJAPANBOLOGNA.IT

MOSTRA ORGANIZZATA DA



IN COLLABORAZIONE CON



CON IL PATROCINIO DI



CON IL SUPPORTO DI



TICKETING PARTNER



4.2 Dall'*ukiyo-e* alla grafica moderna: la sopravvivenza di un linguaggio visivo

Spostando il focus su alcuni aspetti fondamentali della rappresentazione grafica contemporanea, uno degli elementi artistici più evidenti nella relazione tra la tradizione dell'*ukiyo-e* e il manifesto giapponese oggi si riflette nell'uso del colore piatto, inteso come campitura uniforme priva di modulazioni chiaroscurali.¹⁰ Questa caratteristica, fondamentale nella produzione delle stampe del periodo Edo, deriva direttamente dalle tecniche di stampa silografica, che prevedevano l'applicazione separata dei pigmenti attraverso matrici lignee incise.¹¹

Inoltre, l'*ukiyo-e* si distingueva per una costruzione visiva basata su superfici cromatiche nette e ben delimitate, in cui il colore non aveva funzione illusionistica, ma strutturale.¹² Le campiture non miravano a simulare la tridimensionalità, bensì a organizzare lo spazio dell'immagine secondo un equilibrio bidimensionale, in cui ogni elemento contribuiva alla chiarezza compositiva.¹³

Il colore nelle stampe *ukiyo-e* veniva utilizzato per creare contrasti visivi immediati e per guidare lo sguardo dello spettatore, piuttosto che per descrivere realisticamente la luce o il volume.¹⁴ Questa logica visiva si traduceva in immagini altamente leggibili, caratterizzate da una forte sintesi formale e da un impatto immediato. Il confronto tra *La grande onda presso Kanagawa* di Hokusai, con il suo famoso Blu di Prussia¹⁵ e il manifesto *Nihon Buyo* di Tanaka Ikko (1930-2002) evidenzia, per esempio, la persistenza di alcuni principi fondamentali della cultura visiva giapponese. In entrambe le opere il colore è impiegato come elemento strutturale della composizione attraverso l'utilizzo di campiture uniformi e nettamente delimitate. Sebbene separate da oltre un secolo e appartenenti a contesti differenti, le due immagini condividono una concezione bidimensionale dello spazio e una forte ricerca di sintesi formale,

¹⁰Frederick HARRIS, *Ukiyo-e: The Art of the Japanese Print*, Tokyo, 2012, pp. 34–37.

¹¹*Ibidem*.

¹²Julies N. DAVIS, *Picturing the Floating World: Ukiyo-e in Context*, 2021, pp. 72–76.

¹³*Ibidem*.

¹⁴Frederick HARRIS, *Ukiyo-e: The Art of...*, cit., pp. 40–44.

¹⁵Pigmento sintetico creato in Europa e importato in Giappone diventando il simbolo più famoso dell'arte tradizionale giapponese. Frederick HARRIS, *Ukiyo-e: The Art of...*, cit., p. 42.

dimostrando come il linguaggio dell'*ukiyo-e* abbia continuato a influenzare il graphic design giapponese contemporaneo.



23: KATSUSHIKA HOKUSAI

La [grande] onda presso la costa di Kanagawa

Serie: Trentasei vedute del monte Fuji

Riproduzione contemporanea di Adachi Hanga Foundation 2025

Silografia policrome (*nishikie*)



24: TANAKA IKKŌ

The 1st National Cultural Festival Grand Finale
1986

Manifesto, stampa offset

Agency for Cultural Affairs (ACA)

Tokyo Metropolis

DNP Foundation for Cultural Promotion Archive

Come osserva Gian Carlo Calza, molti *graphic designer* giapponesi adottano il colore piatto non solo come scelta estetica, ma come strategia progettuale consapevole, volta a garantire efficacia comunicativa e riconoscibilità visiva.¹⁶ Le superfici cromatiche uniformi permettono, infatti, una lettura rapida del messaggio, particolarmente importante nel contesto urbano e nella comunicazione pubblicitaria.¹⁷

Un esempio significativo di questa continuità può essere individuato nei manifesti d'artista della seconda metà del Novecento, in cui l'uso di colori saturi e non sfumati richiama esplicitamente la tradizione silografica. In queste opere, il colore non è subordinato alla rappresentazione naturalistica, ma diventa elemento autonomo di costruzione dell'immagine.¹⁸ Per esempio, il manifesto già menzionato di Tanaka Ikko, in cui i colori derivati dal trucco e dai costumi del teatro *kabuki* vengono reinterpretati in chiave grafica contemporanea.¹⁹ Il rosso, il nero e il bianco non svolgono soltanto una funzione estetica, ma richiamano elementi identitari della tradizione giapponese, contribuendo a creare un forte impatto visivo e comunicativo.²⁰ Questo approccio evidenzia come il colore possa diventare un veicolo di memoria culturale e di espressione simbolica nel progetto grafico. Artisti come Tanaka Ikko si riconoscono nell'immediato perché i loro lavori interessano la maggior parte dei campi sociali e artistici della società come poster per mostre, rappresentazioni teatrali, concerti e progetti editoriali di ogni genere.²¹ Nelle sue opere nulla viene lasciato al caso e tutto viene progettato secondo una logica, anch'essa derivante dalla commistione di valori tradizionali e contemporanei, ma a giocare un ruolo significativo è la città d'origine dell'artista, Nara, città per eccellenza dell'armonia fra tradizione e bellezza.²²

¹⁶Gian Carlo CALZA, Giappone: segno e colore, Milano, Electa, 1996, pp. 9-20.

¹⁷*Ibidem.*

¹⁸Gian Carlo CALZA, *Manifesti d'artista 1955–2005*, Milano, Ideart, 2005, pp. 48–52.

¹⁹X. ZHANG, B. JIAO, *A Study on the Development of Japanese Design Based on the Theory of Design Semiotics*, Zhengzhou University of Aeronautics, China, p. 478.

²⁰*Ibidem.*

²¹Gian Carlo CALZA, Giappone: segno e colore, p. 172.

²²*Ibidem.*



25: TANAKA IKKŌ

Japan

1986

Manifesto, serigrafia

Università degli studi di Milano, Biblioteca di Storia dell'arte

田中一光グラフィックアート植物園
IKKO TANAKA GRAPHIC ART EXHIBITION



26: TANAKA IKKŌ

Ikkō Tanaka Graphic Art Exhibition/
Tanaka Ikkō gurafikku āto shokubutsuen
1990
Manifesto, stampa offset
Università degli Studi di Milano

Come evidenziato ancora da Calza, questa scelta non rappresenta una semplice citazione formale dell'*ukiyo-e*, ma una vera e propria rielaborazione del suo linguaggio visivo.²³ I designer contemporanei reinterpretano il colore piatto adattandolo alle esigenze della comunicazione moderna, integrandolo con tipografia, fotografia e composizione grafica.²⁴

In questo senso, il colore piatto può essere letto come un elemento di continuità culturale, che attraversa la storia dell'immagine giapponese mantenendo una funzione costante: rendere il messaggio visivo immediato, chiaro ed efficace. La sua persistenza nel manifesto contemporaneo dimostra come la tradizione dell'*ukiyo-e* non venga semplicemente conservata, ma, al contrario, attivamente trasformata all'interno del linguaggio del *graphic design*.

Accanto all'uso del colore bidimensionale, un altro elemento fondamentale che collega la tradizione al manifesto giapponese contemporaneo è il ruolo della linea di contorno nella definizione delle forme. Nelle stampe del periodo Edo, la linea non svolgeva una funzione secondaria, ma costituiva l'ossatura stessa dell'immagine, determinando la leggibilità e l'organizzazione delle figure all'interno dello spazio visivo.²⁵

Le stampe *ukiyo-e* si caratterizzavano per un uso deciso e continuo del contorno, spesso tracciato in nero, che delimitava con precisione le campiture cromatiche e conferiva stabilità alla composizione.²⁶ La linea non mirava, quindi, a restituire un effetto naturalistico o volumetrico, ma piuttosto a costruire una forma chiara, sintetica e immediatamente riconoscibile. In questo senso, essa svolgeva una funzione sia strutturale sia espressiva.²⁷ La figura umana, in particolare, veniva sottoposta a un processo di stilizzazione che privilegiava l'eleganza del segno e la semplificazione delle proporzioni rispetto alla resa realistica. I corpi apparivano spesso allungati, le posture enfatizzate e i dettagli ridotti all'essenziale, secondo una logica che mirava a

²³Gian Carlo CALZA, *Giappone...* cit., pp. 9-20.

²⁴*Ibidem*.

²⁵Frederick HARRIS, *Ukiyo-e: The Art of...*, cit., pp. 28-31.

²⁶*Ivi*, pp. 32-36.

²⁷*Ibidem*.

catturare l'essenza visiva piuttosto che la fedeltà anatomica.²⁸



27: KITAGAWA UTAMARO
Donne nel giardino di iris
1794, periodo Edo
Silografia policroma (*nishikie*)
Museum Fine Arts, Boston

²⁸Ivi, pp. 45-49.

Questo modo di costruire l'immagine trova una significativa continuità nel *graphic design* contemporaneo. Come sottolinea Riccardo Falcinelli, il *design* visivo moderno si fonda sulla capacità di selezionare e organizzare gli elementi grafici in funzione della loro efficacia percettiva, eliminando ciò che risulta superfluo.²⁹ La linea, in questo contesto, diventa uno strumento fondamentale per guidare lo sguardo e per stabilire gerarchie visive all'interno della composizione.

Tuttavia, essa non si limita a riprodurre modelli del passato, ma viene reinterpretata attraverso linguaggi contemporanei, che includono sia influenze internazionali sia sperimentazioni individuali.³⁰ In molti casi, il segno grafico assume un valore autonomo, diventando elemento espressivo capace di comunicare anche al di là del contenuto rappresentato.

Falcinelli evidenzia, inoltre, come la stilizzazione non debba essere intesa come una semplificazione riduttiva, ma come un processo di sintesi che consente di rendere più efficace la comunicazione visiva.³¹

Eliminare il dettaglio e puntare al minimale non significa impoverire l'immagine, bensì rafforzarne la chiarezza e l'impatto. Questo principio è perfettamente coerente con la logica dell'*ukiyoe*, in cui la riduzione formale è funzionale alla costruzione di immagini fortemente leggibili.³²

La continuità tra passato e presente si manifesta quindi nella persistenza di una concezione della linea come elemento generativo dell'immagine: se nelle stampe *ukiyoe* essa definiva la relazione tra figura e sfondo, nel manifesto contemporaneo essa contribuisce a costruire una sintassi visiva efficace, capace di adattarsi ai contesti della comunicazione moderna. In questa prospettiva, la stilizzazione della figura non rappresenta una mera eredità formale, ma una vera e propria strategia progettuale. Attraverso la linea, il designer organizza l'informazione visiva, trasformando la tradizione in uno strumento attivo all'interno del linguaggio grafico contemporaneo.

²⁹Riccardo FALCINELLI, *Critica portatile...*, cit., pp 102-108.

³⁰Riccardo FALCINELLI, *Filosofia del graphic...*, cit., pp. 55-60.

³¹Riccardo FALCINELLI, *Critica portatile...*, cit., pp 110-115.

³²*Ibidem*.

4.3 Tradizione reinventata: spazio, vuoto, calligrafia, tipografia e identità visiva

Un altro degli aspetti tecnici e artistici da tenere in considerazione quando si tratta di continuità generazionale delle fasi artistiche che hanno e caratterizzano ancora oggi il mondo artistico giapponese, riguarda proprio lo spazio impiegato durante la fase ideativa del disegno e la seguente disposizione degli elementi protagonisti ritenuti anch'essi fattori importanti.³³

Prendendo sempre in analisi la più famosa opera di Hokusai, una delle prime differenze che emerge quando si osserva con attenzione, è che la posizione degli elementi e il focus di questi ultimi, risulta essere ben diversa da quella a cui gli occidentali, da sempre abituati allo studio della prospettiva, hanno sempre avuto a che fare. La composizione è costruita attraverso una forte diagonale generata dall'onda che occupa gran parte dell'immagine.³⁴ Il Monte Fuji, soggetto teoricamente principale, viene invece relegato sullo sfondo e incorniciato dalla curva dell'onda stessa, la quale, con affilati "artigli" al posto delle onde, minaccia i marinai che cercano invece di sopravvivere alla natura.³⁵ Lo spettatore è guidato lungo una traiettoria visiva instabile che enfatizza il senso di movimento e la tensione narrativa. È proprio questa struttura asimmetrica, di quest'opera famosa dell'artista, solo per citare solo un esempio, il *modus operandi* dell'arte tradizionale giapponese, rappresenta, per l'appunto, un esempio paradigmatico della concezione spaziale giapponese, fondata sull'equilibrio delle forze piuttosto che sulla centralità del soggetto.³⁶

Nell'arte giapponese le figure vengono spesso collocate lateralmente, talvolta parzialmente fuori campo, oppure inserite in composizioni oblique che suggeriscono movimento e instabilità. Questa scelta non è casuale, ma riflette una precisa concezione dello spazio come sistema dinamico, in cui l'equilibrio nasce dalla tensione tra le parti piuttosto che dalla loro distribuzione regolare.

³³Ory BARTAL, *Text as Image in Japanese Advertising Typography Design*, p. 57.

³⁴Julie N. DAVIS, *Picturing the...*, cit. pp. 88-94.

³⁵*Ibidem*.

³⁶*Ibidem*.

Le immagini non mirano a costruire, quindi, uno spazio illusionistico basato sulla prospettiva lineare, bensì a organizzare superfici bidimensionali attraverso relazioni visive che guidano lo sguardo dello spettatore.³⁷

In questo senso, la composizione non è subordinata alla rappresentazione realistica, ma risponde a logiche percettive e narrative: il punto di vista può essere ribaltato, frammentato o decentrato, mentre il ritmo visivo è scandito dall'alternanza tra pieni e vuoti.

Proprio il vuoto costituisce un altro degli elementi più caratterizzanti di questa tradizione artistica; ampie porzioni della superficie possono essere lasciate prive di elementi figurativi, senza che ciò venga percepito come una mancanza.³⁸ Al contrario, tali spazi contribuiscono attivamente alla costruzione dell'immagine, creando pause visive, enfatizzando le forme presenti e suggerendo profondità senza ricorrere a sistemi prospettici tradizionali.³⁹

Questo modo di concepire lo spazio trova un parallelo diretto nel concetto di *ma* 間, che non indica semplicemente un “vuoto”, ma un intervallo significativo, una distanza che permette agli elementi di emergere e di entrare in relazione.⁴⁰ Non si tratta, quindi, di uno spazio passivo, bensì di una componente essenziale dell'esperienza visiva, in cui si costruisce il ritmo e il senso dell'immagine.⁴¹

Nel *design* contemporaneo, tali principi vengono ripresi e reinterpretati in funzione delle esigenze della comunicazione visiva. Progettare un'immagine significa anche saper gestire l'assenza, ovvero decidere cosa non mostrare e come distribuire gli elementi nello spazio disponibile.⁴²

Il vuoto, in questa prospettiva, diventa uno strumento progettuale fondamentale, capace di migliorare la leggibilità e di orientare l'attenzione dello spettatore.

Falcinelli insiste, inoltre, sul fatto che la percezione visiva non dipende dalla quantità

³⁷*Ibidem.*

³⁸Ivi, pp. 95–102

³⁹*Ibidem.*

⁴⁰Ory BARTAL, *Text as Image ...*, cit., p. 58.

⁴¹*Ibidem.*

⁴²Riccardo FALCINELLI, *Critica portatile...*, cit., pp 130-136.

di informazioni presenti, ma dalla loro organizzazione.⁴³ Un'immagine sovraccarica rischia di risultare confusa, mentre una composizione essenziale, costruita attraverso pochi elementi ben distribuiti, risulta più efficace.⁴⁴ Questo principio trova una chiara corrispondenza nella tradizione dell'*ukiyo-e*, dove la riduzione degli elementi e l'uso strategico del vuoto contribuiscono a creare immagini di grande impatto. Tale modalità compositiva consente di attirare l'attenzione e di rendere il messaggio più immediato, soprattutto in contesti urbani caratterizzati da una forte competizione visiva, e questo avveniva sia in periodo Edo, come analizzato nel primo capitolo, sia al giorno d'oggi, dove la competizione tra aziende e *brand* di diverse marche e multinazionali sono in competizione su chi si aggiudica la pubblicità migliore.⁴⁵

Allo stesso tempo, il vuoto, però, assume una funzione comunicativa precisa: isolare gli elementi principali per creare delle gerarchie visive e facilitare la lettura dell'immagine.⁴⁶ Il progetto grafico non consiste nell'aggiungere, ma nel selezionare e organizzare, eliminando ciò che non è necessario.⁴⁷

In questo senso, il vuoto diventa uno spazio attivo di significazione, in cui si costruisce l'efficacia del messaggio.

Un ulteriore esempio è rappresentato dall'uso espressivo dei caratteri, rientrando, quindi, nell'ambito della tipografia. Nella lingua giapponese, i tre sistemi di scrittura che caratterizzano il modo di esprimersi, sono, a loro volta, delle immagini vere e proprie. Inoltre, se collocati in un contesto pubblicitario e ingranditi, deformati o frammentati veicolano il significato stesso del messaggio pubblicitario e ne enfatizzano il valore visivo.⁴⁸ In questi casi, il significato letterale del termine passa in secondo piano, mentre emerge la dimensione grafica, ed estetica, del segno.⁴⁹ Tale approccio trova un precedente diretto nelle pratiche calligrafiche e nelle iscrizioni presenti nelle stampe *ukiyo-e*, dove il testo partecipava già alla costruzione dell'immagine.

⁴³Ivi, pp. 137–142.

⁴⁴*Ibidem*.

⁴⁵*Ibidem*.

⁴⁶Ivi, pp. 80–85.

⁴⁷*Ibidem*.

⁴⁸Ory BARTAL, *Text as Image in Japanese Advertising Typography Design*, p. 59–62.

⁴⁹*Ibidem*.

La continuità tra calligrafia tradizionale e comunicazione contemporanea appare evidente, per esempio, nella campagna turistica dedicata al Monte Kōya progettata da Kunizaku Hoshiba, figura 28, sito famoso oggi per escursioni, ma un tempo anche uno dei luoghi più importanti della religione buddhista.⁵⁰



28: KUNIZAKU HOSHIBA

World Heritage Registration

Koya.

Manifesto

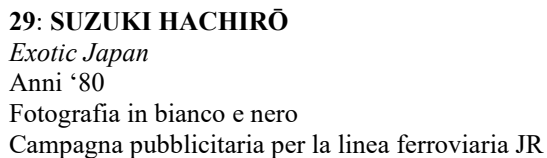
Inchiostro, font Gothic BBB

Prefettura di Wakayama

In particolare, la parola *Kōya*, scritta in *kanji* nella parte anteriore, ma ripetuta orizzontalmente in maniera più discreta, è realizzata attraverso una calligrafia a inchiostro che richiama immediatamente la tradizione buddhista e i rotoli dipinti dai monaci. La scrittura non svolge soltanto una funzione informativa, ma diventa parte integrante dell'atmosfera visiva dell'immagine, contribuendo a evocare un

⁵⁰Ivi, p. 54.

Un altro esempio significativo è rappresentato dalla campagna *Exotic Japan* del fotografo Suzuki Hachirō per Japan Railways (JR), figura 29.⁵¹



⁵²*Ibidem.*

diventare uno strumento di rappresentazione dell'identità culturale nazionale. Il fotografo è conosciuto per questo tipo di campagne indirizzate prevalentemente alla promozione di viaggi e turismo domestico, per l'artista ciò che è esotico rientra proprio nella combinazione di modernità e tradizione.⁵³

Allo stesso tempo, come osserva Richard S. Thornton, l'evoluzione del manifesto giapponese, a partire dal secondo dopoguerra, fu caratterizzata da una crescente attenzione per la sintesi comunicativa, in cui testo e immagine dovevano essere organizzati in modo da garantire una lettura immediata ed efficace.⁵⁴ La combinazione di elementi tipografici e visivi non è quindi casuale, ma risponde a precise esigenze progettuali, legate alla comunicazione di massa.

Nel contesto contemporaneo, questa integrazione assume forme sempre più complesse. I designer giapponesi non si limitano a utilizzare la tipografia come supporto al contenuto visivo, ma la trasformano in un vero e proprio elemento compositivo, capace di dialogare con immagini, colori e spazi vuoti.⁵⁵ Ne deriva una concezione del manifesto come sistema unitario, in cui ogni componente contribuisce alla costruzione del significato.

In questa prospettiva, l'integrazione tra immagine e tipografia può essere interpretata come una delle espressioni più evidenti della continuità tra *ukiyo-e* e *design* contemporaneo. Non si tratta di una semplice eredità formale, ma di una modalità di pensare l'immagine come insieme articolato di segni, in cui scrittura e rappresentazione visiva si fondono in un unico linguaggio. Il manifesto giapponese dimostra la capacità di trasformare la tradizione in un dispositivo attivo, capace di rispondere alle esigenze della comunicazione moderna senza rinunciare alla propria specificità culturale.

⁵³*Ibidem*.

⁵⁴Richard S. THORNTON, «Japanese Posters: The First 100 Years», *Design Issues*, 1989, pp. 10-12.

⁵⁵Gian Carlo CALZA, *Giappone: segno e colore...*, cit., pp. 30-34.

4.4 Dal foglio stampato al poster e concetto di autorialità

Le stampe *ukiyo-e*, prodotte attraverso la tecnica silografica, erano oggetti destinati a una diffusione ampia e relativamente accessibile. Non si trattava di opere uniche, ma, come analizzato, di immagini riproducibili, concepite per circolare all'interno della vita quotidiana: vendute nei quartieri urbani, collezionate, talvolta esposte negli spazi domestici.

La dimensione seriale e distributiva rappresenta uno degli elementi di maggiore continuità con il manifesto moderno.⁵⁶ La storia del manifesto giapponese si sviluppa a partire da una lunga tradizione di comunicazione visiva legata alla stampa, che precede e prepara l'affermazione del *graphic design* nel senso contemporaneo.⁵⁷

Già tra XIX e inizio XX secolo, la diffusione di materiali stampati, tra cui, annunci commerciali, illustrazioni o immagini pubblicitarie, contribuiva alla formazione di un ambiente visivo urbano in cui il manifesto iniziava a trovare e, nel tempo, ha trovato, il proprio spazio.⁵⁸

In questo passaggio, dal foglio stampato al manifesto, ciò che si mantiene costante non è tanto il contenuto, quanto la logica di produzione e fruizione: immagini pensate per essere replicate, distribuite e percepite rapidamente.⁵⁹ Come sottolinea Riccardo Falcinelli, il *design* visivo moderno nasce proprio all'interno di questo paradigma della riproducibilità, in cui l'efficacia comunicativa dipende dalla capacità di progettare immagini leggibili in tempi brevi e in contesti saturi di stimoli visivi.⁶⁰

Il manifesto, in particolare, si distingue per la sua collocazione nello spazio pubblico, esso è progettato per essere visto in movimento, spesso da una distanza variabile e in condizioni di attenzione limitata. Questa trasformazione comporta un adattamento del linguaggio visivo, ma non una rottura con la tradizione precedente.⁶¹

Il progetto grafico dovrebbe sempre tenere conto del contesto di visione: dimensioni,

⁵⁶Richard S. THORNTON, «Japanese Posters...», cit., pp. 10-12.

⁵⁷*Ibidem.*

⁵⁸*Ibidem.*

⁵⁹Riccardo FALCINELLI, *Critica portatile...*, cit., pp 50-55.

⁶⁰*Ibidem.*

⁶¹*Ibidem.*

distanza, tempo di esposizione e competizione visiva influenzano direttamente le scelte formali.⁶² In questo senso, il manifesto giapponese eredita dall'*ukiyoe* non solo alcune soluzioni stilistiche e artistiche come prima anticipate, ma anche una concezione filosofica e pragmatica dell'immagine vista come uno strumento di comunicazione immediata. Le stampe *ukiyoe* presentavano spesso proporzioni verticali e una struttura compositiva pensata per essere osservata frontalmente, caratteristiche che si ritrovano, seppur adattate, anche nel manifesto contemporaneo. Questa persistenza formale suggerisce una trasmissione di modelli visivi che attraversa i cambiamenti tecnologici e culturali.⁶³

In questa prospettiva, il manifesto può essere interpretato come l'evoluzione di una lunga tradizione di immagini stampate, in cui la dimensione seriale, la portabilità e l'accessibilità giocano un ruolo fondamentale. Pur cambiando scala, funzione e contesto, esso mantiene un legame profondo con le modalità di produzione e fruizione proprie dell'*ukiyoe*. La continuità tra foglio stampato e manifesto non riguarda quindi soltanto la forma, ma anche la funzione sociale dell'immagine: in entrambi i casi, si tratta di oggetti visivi destinati a circolare, a essere visti da un pubblico ampio e a partecipare attivamente alla costruzione della cultura visiva. In questo senso, il manifesto giapponese contemporaneo può essere considerato non come una rottura rispetto alla tradizione, ma come una sua trasformazione coerente all'interno della modernità.

⁶²Ivi, pp. 120–125.

⁶³*Ibidem*.

Come evidenziato da Adriasola, Teasley e Traganou, nel Giappone del secondo dopoguerra il *design* si afferma progressivamente come disciplina autonoma, strettamente legata ai processi sociali, economici e culturali della modernizzazione.¹ Riconosciuto, quindi, come un settore autonomo, capace di generare vantaggi economici per produttori e commercianti sia sul mercato interno sia in quello internazionale, il *graphic design* permise di sviluppare una rete nazionale di scuole tecniche e istituti di ricerca dedicati alla formazione e alla consulenza nel campo della progettazione, mentre grandi magazzini e aziende produttrici di beni di consumo iniziarono ad avvalersi di designer grafici per promuovere efficacemente i propri prodotti.² Parallelamente, la crescente letteratura sul *design* introdusse e diffuse concetti come “arte industriale” (*kōgei*) e “arte commerciale” (*shōgyō bijutsu*), evidenziando una concezione del *design* come disciplina situata all’intersezione tra espressione artistica e attività economica.³ In questo contesto, il *designer* non è più considerato agli occhi della società e degli ambienti artistici, soltanto un tecnico o, come in periodo Edo, un artigiano al servizio della comunicazione, ma, al contrario, una figura autoriale, conoscitrice della sua arte, capace di intervenire attivamente nella costruzione del linguaggio visivo della società contemporanea e contribuire alla spiegazione dei concetti sociali che fanno parte del quotidiano.

Tale trasformazione implica, però, anche un cambiamento nel modo di concepire il progetto grafico. Come sottolinea Riccardo Falcinelli, il *design* non consiste nella semplice applicazione di regole formali, ma in un processo di selezione e organizzazione degli elementi visivi, orientato alla costruzione del significato.⁴ Il progettista diventa quindi responsabile non solo dell’aspetto estetico, ma anche delle modalità attraverso cui l’immagine viene percepita e interpretata; egli diventa il mediatore responsabile di un messaggio artistico e sociale.

¹Ignacio ADRIASOLA, Sarah TEASLEY, Jilly TRAGANOU, Yasutaka TSUJI e Hideki KIKKAWA, “*Design and Society in Modern Japan: An Introduction*”, *Review of Japanese Culture and Society*, vol. 28, 2016, pp. 10–15.

²Ivi, p.6.

³*Ibidem*.

⁴Riccardo FALCINELLI, *Critica portatile...*, cit., pp 90-96.

Nel caso specifico del manifesto, tale dimensione autoriale si traduce nella capacità dell'artista di saper elaborare soluzioni visive riconoscibili, in cui stile, composizione e uso degli elementi grafici riflettono una precisa intenzione progettuale. Ogni scelta, dalla disposizione delle forme all'uso dello spazio, contribuisce a costruire un sistema visivo coerente, in cui nulla è lasciato al caso.⁵

Dunque, è soltanto unendo elementi culturali differenti e, soprattutto, derivanti da anni e anni di sviluppi e cambiamenti, che, si può parlare oggi di una cultura del *graphic design*. All'interno di questo quadro, il riferimento alla tradizione dell'*ukiyo-e* non deve essere interpretato, quindi, come una semplice citazione, ma come una risorsa progettuale attivamente rielaborata. I designer giapponesi del secondo Novecento non si limitarono a riprendere motivi o soluzioni formali del passato, ma li trasformarono in strumenti operativi, adattandoli alle esigenze della comunicazione contemporanea. Il *design* visivo non è soltanto produzione di immagini a colori o in bianco e nero, ma costruzione di sistemi culturali che influenzano il modo in cui la realtà viene percepita e interpretata. In questo senso, l'ingresso del manifesto nello spazio museale rappresenta un passaggio cruciale: ciò che nasce come oggetto destinato alla comunicazione immediata diventa elemento di riflessione e memoria. Allo stesso tempo, come evidenziato dagli studi di Adriasola e collaboratori, il design giapponese si sviluppa in stretta relazione con i contesti sociali e istituzionali, trovando proprio nelle esposizioni e nelle pratiche curatoriali uno dei principali strumenti di legittimazione culturale.

⁵Riccardo FALCINELLI, *Filosofia del graphic...*, cit., pp. 60-62.

Conclusioni

Il percorso sviluppato nel corso di questa ricerca ha permesso di osservare come la storia del *graphic design* giapponese non possa essere interpretata attraverso una semplice contrapposizione tra tradizione e modernità. L'analisi dell'*ukiyoe* ha evidenziato l'esistenza di una continuità culturale e visuale che attraversa differenti contesti storici, politici e sociali. Lungi dall'essere una forma artistica confinata al passato, l'*ukiyoe* si è rivelato un elemento fondamentale per comprendere i processi di costruzione dell'identità visiva giapponese. Le caratteristiche che per lungo tempo ne hanno determinato la marginalizzazione rispetto alle cosiddette arti maggiori, dalla serialità, alla riproducibilità tecnica, e ancora, alla dimensione commerciale e la produzione collettiva, costituiscono proprio gli aspetti che consentono di riconoscere la sua eredità all'interno delle pratiche della comunicazione visiva contemporanea.

In questo senso, la storia dell'*ukiyoe* mette in discussione una concezione tradizionale dell'opera d'arte fondata sull'unicità dell'oggetto e sulla centralità dell'autore individuale, suggerendo la necessità di adottare categorie interpretative più ampie e capaci di tenere conto delle specificità della cultura visuale giapponese.

L'introduzione del concetto di *bijutsu* durante il periodo Meiji rappresenta uno dei momenti centrali di tale processo. L'adozione di modelli occidentali non comportò solamente una trasformazione delle pratiche artistiche, ma produsse una profonda ridefinizione dei criteri attraverso cui attribuire valore alle immagini. La progressiva esclusione del genere dal nuovo sistema delle belle arti e la sua successiva rivalutazione dimostrano come le categorie di "arte", "design" e "artigianato" siano il risultato di costruzioni storiche e istituzionali piuttosto che di caratteristiche intrinseche agli oggetti.

Allo stesso modo, l'analisi del manifesto giapponese del secondo Novecento ha mostrato come numerosi *graphic designer* abbiano rielaborato principi visivi già presenti nella tradizione delle stampe. Elementi quali la sintesi compositiva, il rapporto tra testo e immagine, l'uso espressivo dello spazio vuoto e la forza comunicativa

dell'immagine riproducibile non si configurano come semplici sopravvivenze formali, bensì come strategie progettuali continuamente reinterpretate in relazione alle esigenze della contemporaneità. In questa prospettiva, il manifesto emerge come uno spazio privilegiato di incontro tra comunicazione e ricerca estetica, tra funzione pubblica e affermazione autoriale.

La mostra *Graphic Japan. Da Hokusai al Manga* ha, inoltre, offerto un ulteriore punto di osservazione su tali dinamiche, evidenziando come il patrimonio visuale giapponese venga oggi costantemente riletto attraverso pratiche espositive, processi di musealizzazione e nuove modalità di narrazione culturale. Più che stabilire una linea genealogica diretta tra *ukiyo*e e *graphic design contemporaneo*, l'esposizione invita infatti a riflettere sulle modalità attraverso cui il passato viene selezionato, interpretato e reso significativo nel presente.

Alla luce dell'intera disamina emersa, appare quindi riduttivo considerare l'*ukiyo*e esclusivamente come un antecedente storico del *graphic design* giapponese. Piuttosto, esso può essere interpretato come un laboratorio culturale nel quale si sono sviluppate forme di produzione, diffusione e fruizione delle immagini che continuano ancora oggi a influenzare la cultura visuale contemporanea. La persistenza di tali modelli suggerisce che il rapporto tra arte, comunicazione e riproducibilità costituisca una delle chiavi interpretative più significative per comprendere l'evoluzione dell'immagine in Giappone. La presente ricerca non intende, pertanto, proporre una conclusione definitiva, quanto piuttosto aprire ulteriori prospettive di indagine. Le relazioni tra *ukiyo*e, *graphic design*, *design* industriale e del prodotto, *manga*, media digitali e pratiche visuali contemporanee rappresentano infatti un campo ancora ampiamente esplorabile, capace di offrire nuove riflessioni sul modo in cui le immagini costruiscono significati, identità e memoria culturale. Al termine di questo percorso, ciò che emerge con maggiore evidenza non è soltanto la straordinaria continuità storica di un linguaggio visivo, ma la sua capacità di rinnovarsi attraversando epoche, tecnologie e mutamenti sociali senza perdere la propria riconoscibilità. L'*ukiyo*e, nato come espressione di una cultura urbana specifica e di un particolare momento storico, ha

superato i limiti del proprio tempo per diventare una matrice visiva capace di influenzare forme espressive profondamente diverse tra loro. Le sue logiche compositive, la sintesi grafica, l'attenzione al ritmo dell'immagine, il rapporto tra vuoto e pieno, tra osservatore e rappresentazione, continuano infatti a riemergere in contesti che i suoi primi autori non avrebbero potuto immaginare: nella progettazione grafica contemporanea, nel *design* di prodotto, nell'illustrazione editoriale, nell'animazione, nei manga, nei videogiochi e negli ambienti digitali che oggi abitano la quotidianità di milioni di persone. Questa persistenza non può essere interpretata come una semplice sopravvivenza di forme del passato. Al contrario, essa testimonia la capacità delle immagini di agire come organismi culturali dinamici, in grado di adattarsi a nuovi contesti senza dissolvere completamente le tracce della propria origine. Lungo il corso della sua storia, il Giappone ha più volte dimostrato di poter integrare influenze esterne, innovazioni tecnologiche e trasformazioni sociali mantenendo al contempo un dialogo costante con il proprio patrimonio culturale. Le immagini, in questo senso, costituiscono uno degli strumenti privilegiati attraverso cui tale dialogo si manifesta: esse custodiscono memorie, trasmettono valori, raccontano visioni del mondo e contribuiscono alla costruzione di identità collettive che continuano a ridefinirsi nel tempo.

In un'epoca, come quella odierna, caratterizzata dalla velocità della comunicazione globale e dalla produzione incessante di contenuti visivi, la lezione offerta dall'esperienza giapponese assume una rilevanza ancora maggiore. Le immagini contemporanee viaggiano oltre i confini geografici con una rapidità senza precedenti, vengono continuamente condivise, rielaborate e reinterpretate, generando reti di significato sempre più complesse. Eppure, proprio in questo scenario apparentemente dominato dall'effimero, emergono con forza i processi di continuità culturale che permettono alle forme visive di conservare una memoria e di mantenere un legame con le proprie origini. Le stampe continuano a essere osservate, studiate e reinterpretate non soltanto per il loro valore storico o estetico, ma perché sembrano custodire una particolare concezione dello sguardo: uno sguardo capace di cogliere il movimento

delle cose, la bellezza dell'istante e la relazione costante tra permanenza e trasformazione. È forse proprio questa tensione tra memoria e cambiamento a costituire il filo conduttore dell'intero percorso analizzato in queste pagine. Dalle stampe silografiche del periodo Edo alle interfacce digitali contemporanee, dalle botteghe degli incisori ai laboratori di progettazione, dai fogli stampati destinati alla circolazione popolare agli schermi che oggi mediano gran parte dell'esperienza visiva quotidiana, si snoda una storia fatta di continui passaggi, traduzioni e metamorfosi. Una storia che non procede in linea retta, ma attraverso ritorni, sovrapposizioni e rielaborazioni, dimostrando come ogni innovazione porti con sé tracce di ciò che l'ha preceduta. Forse, allora, il lascito più importante dell'*ukiyo-e* non risiede esclusivamente nelle sue soluzioni formali, né nella sua influenza sul *design* contemporaneo, ma nella sua capacità di insegnare che la creatività autentica nasce dall'incontro tra memoria e invenzione. Le immagini del passato non sopravvivono perché vengono conservate immutate, ma perché continuano a essere reinterpretate da generazioni successive che attribuiscono loro nuovi significati. È in questo incessante processo di trasformazione che la tradizione trova la propria vitalità e che il futuro prende forma.

Indice delle immagini

Figura 1: HISHIKAWA MORONOBU, “Cento donne del mondo fluttuante”, *ukiyo hyakunin onnae*, https://ja.ukiyo-e.org/image/bm/AN00076887_001_1, ultima visita 10 giugno 2026.

Figura 2: SUZUKI HARUNOBU, “Donna che cavalca una gru volante”, https://collections.mfa.org/search/objects/*/harunobu%20/images?page=5, ultima visita 10 giugno 2026.

Figura 3: PAGODA, da HARRIS Frederick, *Ukiyo-e: The Art of the Japanese Print*, Tuttle Publishing, 2012, p. 25.

Figura 4: HISHIKAWA MORONOBU, “Due amanti”, <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/37123>, ultima visita 10 giugno 2026.

Figura 5: KATSUSHIKA HOKUSAI, Giornata limpida col vento del sud [Fuji rosso] (Gaifū kaisei) da Trentasei vedute del monte Fuji, MENEGAZZO, Rossella; LANZA, Elisabetta, *Graphic Japan. Da Hokusai al manga*, Moebius, Milano, 2025, p.142.

Figura 6: UNSEN, Attrezzature interne di una nave da battaglia tedesca, <https://www.metmuseum.org/it>, ultima visita 10 giugno 2026.

Figura 7: UTAGAWA HIROSHIGE, Museo d’arte all’Esposizione Industriale Nazionale nel Parco di Ueno, <https://www.metmuseum.org/it>, ultima visita 10 giugno 2016.

Figura 8: MAVO, Copertine della rivista (1924–1925), Museum of Contemporary Art, Tokyo, <https://monoskop.org/MAVO>, ultima visita 10 giugno 2026.

Figura 9: KAO SOAP COMPANY, Disegni originali per il concorso dedicato al nuovo packaging del sapone, <https://books.google.it/books?id=UaUCjgaV3y4C>, ultima visita 10 giugno 2026.

Figura 10: ONCHI KŌSHIRŌ, *Lirica n. 32*, <https://worchester.emuseum.com/objects/7260/lyric-no-32>, ultima visita 10 giugno

2026.

Figura 11: ONCHI KŌSHIRŌ, *Portrait of the Poet Hagiwara Sakutarō (1886–1942), Author of "Ice Island"*, <https://www.artic.edu/artworks/14033/portrait-of-the-poet-hagiwara-sakutarō-1886-1942-author-of-ice-island>, ultima visita 10 giugno 2026.

Figura 12: ONCHI KŌSHIRŌ, *Manichino nello studio*, <https://www.britishmuseum.org/>, ultima visita 10 giugno 2026.

Figura 13: Kamekura Yūsaku, Tokyo 1964, <https://www.moma.org/collection/works/8780>, ultima visita 12 giugno 2026

Figura 14: Kamekura Yūsaku, Tokyo 1964, <https://www.moma.org/collection/works/8783>, ultima visita 12 giugno 2026

Figura 15: Kamekura Yūsaku, Tokyo 1964. <https://www.moma.org/collection/works/8780>, ultima visita 12 giugno 2026.

Figura 16: 16: YAMASHIRO RYŪICHI, Seconda mostra internazionale di stampe di Tokyo, Foto scattata personalmente alla mostra 3 aprile 2026.

Figura 17: KITAGAWA UTAMARO (1753-1806), Serie: Cinque ritratti di belle, foto scattata personalmente alla mostra 3 aprile 2026,

Figura 18: MATSUNAGA SHIN, Okyan, foto scattata personalmente alla mostra 3 aprile 2026.

Figura 19: GRAPHIC JAPAN: DA HOKUSAI AL MANGA, Mostra temporanea, sala 1, foto scattata personalmente alla mostra 3 aprile 2026.

Figura 20: NAGAI KAZUMASA, Kazumasa Nagai Poster Exhibition, Nihonshu [sakè giapponese], foto scattata personalmente alla mostra 3 aprile 2026

Figura 21: SATOH TAKU, Pleats please Issey Miyake, foto scattata personalmente alla mostra 3 aprile 2026.

Figura 22: MATSUNAGA SHIN, Il futuro del sake giapponese (dettaglio), foto scattata personalmente alla mostra 3 aprile 2026.

Figura 23: 23: KATSUSHIKA HOKUSAI, La [grande] onda presso la costa di Kanagawa, Riproduzione contemporanea di Adachi Hanga Foundation 2025.

Figura 24: TANAKA IKKŌ, The 1st National Cultural Festival Grand Finale, DNP Foundation for Cultural Promotion Archive.

Figura 25: TANAKA IKKŌ, Japan, Università degli studi di Milano, Biblioteca di Storia dell'arte.

Figura 26: 26: TANAKA IKKŌ

Ikkō Tanaka Graphic Art Exhibition/Tanaka Ikkō gurafikku āto shokubutsuen, Università degli Studi di Milano.

Figura 27: UTAMARO KITAGAWA, Donne nel giardino di iris. <https://collections.mfa.org/objects/206799>, ultima visita 12 giugno 2026.

Figura 28: KUNIZAKU HOSHIBA, World Heritage Registration Koya. BARTAL, Ory, «Text as Image in Japanese Advertising Typography Design». Design Issues 29, fasc. 1 (2013), p. 54.

Figura 29: SUZUKI HACHIRŌ, Exotic Japan. BARTAL, Ory, «Text as Image in Japanese Advertising Typography Design». Design Issues 29, fasc. 1 (2013), p. 55.

Riferimenti bibliografici

Fonti Primarie in giapponese: Cataloghi di esposizione

BIJUTSU TENRANKAI SHUPPIN MOKUROKU (美術展覧会出品目録), MEIJI 25 [1892], TŌKYŌ, NIHON BIJUTSU KYŌKAI.

MONBUSHŌ BIJUTSU TENRANKAI MOKUROKU (文部省美術展覧会目録), TŌKYŌ, MONBUSHŌ, 1907.

TEIKOKU BIJUTSU TENRANKAI MOKUROKU (帝国美術展覧会目録), TŌKYŌ, MONBUSHŌ, 1919.

Fonti Secondarie

ADRIASOLA, Ignacio, TEASLEY Sarah, TRAGANOU Jilly, TSUJI Yasutaka, e KIKKAWA Hideki. «Design and Society in Modern Japan: An Introduction». Review of Japanese Culture and Society 28 (2016): 1–50. JSTOR.

ART INSTITUTE OF CHICAGO, Chicago Art Institute of Japan's Modern Prints—Sōsaku Hanga. Art Institute of Chicago, 1960. <https://books.google.it/books?id=HswCjdwKyxYC>.

BARTAL, Ory, «Text as Image in Japanese Advertising Typography Design». Design Issues 29, fasc. 1 (2013): 51–66. JSTOR.

BENNETT, T. Japan and The Graphic: A Complete Record of Events, 1870-1899. Brill, 2011. <https://books.google.it/books?id=FfV5DwAAQBAJ>.

CALZA, Gian Carlo, *Giappone: segno e colore: 500 manifesti di grafica contemporanea*. Cataloghi di mostre. Electa, 1996.
<https://books.google.it/books?id=aIsWAAAACAAJ>.

CALZA, Gian Carlo, *Manifesti d'artista 1955-2005*, Ideart, 2005.

CAPRIATI, Manuela. «L'UKIYO-E COME ARTE "DI USO E CONSUMO"». *Il Giappone* 41 (2001): 43–86. JSTOR.

DAVIS, Julie Nelson, *Picturing the Floating World: Ukiyo-e in Context*. University of Hawaii Press, 2021. <https://books.google.it/books?id=YYOUEAAAQBAJ>.

FALCINELLI, Riccardo, *Critica portatile al visual design: da Gutenberg ai social network*. Einaudi tascabili: Stile libero Extra. Einaudi, 2014.
<https://books.google.it/books?id=pn9WnwEACAAJ>.

FALCINELLI, Riccardo, *Filosofia del graphic design*. Piccola biblioteca Einaudi. Big. Einaudi, 2022. <https://books.google.it/books?id=YGUAzwEACAAJ>.

GRANIERI, Lucia. «LE BASI DELL'AVANGUARDIA ARTISTICA IN GIAPPONE: PASSATO E PRESENTE». *Il Giappone* 39 (1999): 49–84. JSTOR.

HARRIS, Frederick, *Ukiyo-e: The Art of the Japanese Print*. NONE. Tuttle Publishing, 2012. <https://books.google.it/books?id=LznRAgAAQBAJ>.

KAMEKURA Yūsaku, *The Graphic Design of Yusaku Kamekura*, Weatherhill, 1973.

KATŌ, Shūichi, PANZIERI Daniela, *Arte e società in Giappone*. Fondazione

Giovanni Agnelli, 1991. <https://books.google.it/books?id=VuUhPQAACAAJ>.

MCMANAMON, Sean Paul. «Japanese Woodblock Prints as a Lens and a Mirror for Modernity». *The History Teacher* 49, fasc. 3 (2016): 443–64. JSTOR.

MENEGAZZO, Rossella, LANZA, Elisabetta, *Graphic Japan. Da Hokusai al manga*, Milano, Moebius, 2025.

MUNARI, Bruno, *Arte come mestiere*. Laterza, 2005.
<https://books.google.it/books?id=VWatPAAACAAJ>.

NEWLAND, Amy Reigle, *The Hotei Encyclopedia of Japanese Woodblock Prints*, Amsterdam, Hotei Publishing, 2005.

ONCHI, Koshirō, «THE MODERN JAPANESE PRINT - An International History of the Sosaku-Hanga Movement». *Ukiyo-e art* 11 (1965): 3–24.
<https://doi.org/10.34542/ukiyoeart.146>.

RIMER, THOMAS J, (a cura di), *Since Meiji: Perspectives on the Japanese Visual Arts, 1868-2000*. Arte (E-libro). University of Hawaii Press, 2011.
<https://books.google.it/books?id=OF4EEAAAQBAJ>.

SATŌ, Dōshin, *Modern Japanese Art and the Meiji State: The Politics of Beauty*. Getty Publications - Series. Getty Research Institute, 2011.
<https://books.google.it/books?id=P5u33A3EXskC>.

THORNTON, Richard S. «Japanese Posters: The First 100 Years». *Design Issues* 6, fasc. 1 (1989): 4–14. JSTOR. <https://doi.org/10.2307/1511574>.

TIPTON, E. K., CLARK J, *Being Modern in Japan: Culture and Society from the 1910s to the 1930s*. University of Hawaii Press, 2000.
<https://books.google.it/books?id=POIYmGPSHX8C>.

WEISENFELD, Gennifer, *MAVO: Japanese Artists and the Avant-Garde, 1905-1931*. University of California Press, 2002.
<https://books.google.it/books?id=UaUCjgaV3y4C>.

WINTHER-TAMAKI Bert, «The Ligneous Aesthetic of the Postwar Sōsaku Hanga Movement and American Perspectives on the Modern Japanese Culture of Wood». *Archives of Asian Art* 66, fasc. 2 (2016): 213–38.

ZHANG, X., JIAO, B., «A Study on the Development of Japanese Design Based on the Theory of Design Semiotics. » *Proceedings of the 2022 International Conference on Art Design and Digital Technology (ADDT 2022, 16-18 settembre, Nanchino)*, Atlantis Press, 2023, pp. 474–479. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-114-2_57

Sitografia

Art Institute of Chicago sito ufficiale: <https://www.artic.edu/>, ultima visita giugno 2026.

MAVO – Monoskop: <https://monoskop.org/MAVO>, ultima visita giugno 2026.

Museum of Fine Arts, Boston sito ufficiale: <https://www.mfa.org/>, ultima visita giugno 2026.

The British Museum sito ufficiale: <https://www.britishmuseum.org/>, ultima visita giugno 2026.

The Metropolitan Museum of Art sito ufficiale: <https://www.metmuseum.org/it>, ultima visita giugno 2026.

The Museum of Modern Art sito ufficiale: <https://www.moma.org/>, ultima visita giugno 2026.

Worcester Art Museum sito ufficiale:
<https://worcester.emuseum.com/objects/7260/lyric-no-32>, ultima visita giugno 2026.

Art Institute of Chicago sito ufficiale: <https://www.artic.edu/>, ultima visita giugno 2026.

