

MOSTRE - Al Museo della Figurina di Modena vent'anni di calendarietti da barbiere

A palazzo Santa Margherita
"L'arte in tasca. Calendarietti,
réclame e grafica 1920- 1940"

Il profumo della réclame

E non solo: sono esposti anche poster e figurine di cartone che fra gli anni Venti e i Quaranta accompagnarono l'ingresso nelle case degli oggetti da toilette. Primi prodotti di largo consumo e primo banco di prova della pubblicità, ispirati ai motivi dell'Art Déco

MODENA - Dive del cinema, scenari sportivi, paesaggi esotici, femme fatales, mitici personaggi della storia. Immagini che sono lo specchio di un'epoca, quella dagli anni Venti ai Quaranta, caratterizzata da una grande speranza nel futuro, intenzionata a cancellare gli orrori della Grande Guerra e che per questo si affidava al divertimento e alla spensieratezza.

Uno spirito nuovo che entrava nelle case anche attraverso i primi mezzi pubblicitari come i poster o le piccole figurine di cartone decorato che accompagnavano gli oggetti da toilette. Lo racconta la mostra "L'arte in tasca. Calendarietti, réclame e grafica 1920-1940" organizzata dal Museo della Figurina di Modena in occasione del Festival-Filosofia e allestita, fino al 18 febbraio, a palazzo Santa Margherita (corso Canalgrande 103).

Il curatore Giacomo Lanzillotta ha raccolto un'ottantina di pezzi (per un totale di circa 300 immagini) per approfondire una forma d'arte molto diffusa nel ventennio tra le due guerre mondiali, quella dei calendari da tasca, i cosiddetti "calendarietti del barbiere" che pubblicizzavano confezioni di saponette, profumi, cosmetici, ma anche per le stesse profumerie e farmacie. Oggetti curiosi (ma per lo più futili), i calendarietti rappresentano lo specchio dei gusti, delle tecniche pubblicitarie e dei consumi del secolo scorso e sono documenti importanti anche dal punto di vista della storia della grafica e, più in generale, dell'arte, perché sono spesso disegnati da artisti famosi. Sintetizzano quindi tutta l'estetica tipica dell'Art Déco - cerchi concentrici, giochi geometrici, motivi ritmici, largo uso di oro e argento, ambientazioni da sogno - alla quale aderiscono diversi illustri disegnatori e illustratori del tempo tra cui Codognato, De Bellis, Carboni e Romoli.

Profumato con qualche essenza spesso pubblicizzata all'interno, il piccolo almanacco si presenta in

forma di libricino di dodici o sedici facciate. A determinare il successo di questi calendarietti, diventati oggetti di collezionismo nonché un genere artistico autonomo, sono state non soltanto le belle illustrazioni, ma soprattutto ciò che offrivano, vale a dire innocenti evasioni della fantasia. I temi della bellezza, dei profumi e dei cosmetici hanno inoltre contribuito alla fortuna di questo genere: "Il legame tra i calendarietti tascabili, la loro profumazione e le correlate réclame delle diverse case produttrici - si legge nel comunicato di presentazione della mostra - è stato infatti uno dei fattori più importanti per la loro stessa popolarità, permettendo che quei piccoli foglietti illustrati fungessero da veicolo pubblicitario gradevole e duraturo nelle tasche di intere generazioni".

Ad arricchire il percorso espositivo troviamo poi réclame, etichette, confezioni di profumi, cosmetici e oggetti rari (come un curioso apparecchio spruzza-profumo a moneta degli anni Trenta) personalizzati da un linguaggio figurativo dal gusto Déco.

CLAUDIA ROSINI



Alcuni calendarietti e figurine in esposizione a Modena



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.