

# Quando a fare pubblicità erano gli artisti

## Manifesti pubblicitari dalla Collezione Salce in mostra

di Mario Longhi Fumagalli

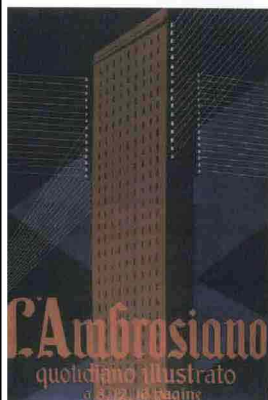
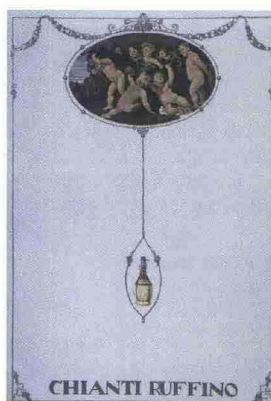
**ECCELLENZA ITALIANA**  
 Arte, Moda e Gusto  
 nelle icone  
 della pubblicità  
 Dove  
 Musei Mazzucchelli  
 Ciliverghe di Mazzano BS  
 Quando e quanto  
 dal 22 novembre 2008  
 al 15 marzo 2009  
 ingresso 8 euro  
 Per informazioni  
 Merighi comunicazione  
 tel. 045.8013546

Di primo acchito, fa un certo effetto vedere nomi come Boccioni, Fontana, Sironi, De Chirico e Depero accostati alla pubblicità, sia pure sotto forma di manifesto. L'arte non accetta compromessi commerciali. Eppure non di rado, artisti *in nuce* o affermati si sono misurati, per ragioni diverse, con la pubblicità e talvolta con risultati interessanti. L'occasione per verificarlo è la mostra "Eccellenza Italiana, arte, moda e gusto nelle icone della pubblicità" a Ciliverghe di Mazzano fino al 15 marzo 2009: un'accurata selezione a tema di *affiche* dal Massimo&SoniaCirulli Archive di New York e dalla Collezione Salce. Più di 100 opere realizzate, oltre che da artisti significativi, dai migliori illustratori del XX secolo, quali Metlicovitz, Dudovich, Villa e Beltrame.

Un quadro storico, che riguarda la prima parte del secolo scorso, nel quale si coglie come la moda da parigina diventi sempre più

italiana — grazie anche al cappello Borsalino — ed uno stimolate affresco sociologico dove si vede, ad esempio, la donna che fa compere, che guida, insomma che si emancipa.

Altro aspetto di sicuro interesse è l'evolversi e il modificarsi del linguaggio visivo con ammiccamenti espliciti all'arte con la "a" maiuscola (liberty, cubismo, futurismo, razionalismo, astrattismo). Si tratta di una comunicazione pubblicitaria che nasce non da studi più o meno scientifici basati su semantica, semiotica, psicologia del colore, *target*, *lettering*, *head line*, *body copy*, *consumer benefit*, *corporate identity*, ecc, come si fa oggi. Riguarda, invece, un'espressione commerciale figlia di un approccio genuino, pittorico, a volte accademico, giocata soprattutto sull'emulazione e sull'appartenenza (con la televisione alle porte che cambierà tutto). Ma forse anche per questo, bella da vedere.



Aleardo Villa, 1899  
 Magazzini Mele  
 Napoli

Marcello Dudovich  
 1911, Marca Zenit.  
 G. B. Borsalino

Leopoldo Metlicovitz  
 1902  
 Chianti Ruffino

Plinio Codognato  
 1912-1913  
 Campari

Mario Sironi  
 L'Ambrosiano  
 quotidiano illustrato

Fortunato Depero  
 1928  
 Bitter Campari

Marcello Dudovich  
 1956 circa  
 La Rinascente

Duilio Cambellotti  
 I sette a Tebe