

MOSTRE. A MAZZANO DI BRESCIA UNA RICCA RASSEGNA DI VECCHI CARTELLONI

PUBBLICITÀ DA ARTISTA

Le grandi campagne erano firmate da pittori di grande fama come De Chirico, Boccioni, Casorati, Depero, Sironi, Fontana

Maria Teresa Ferrari

«Uscito dalla stazione ed entrato nel cuore della città lo scenario diventa sempre più magico; si ha l'impressione di essere in una grande scatola a sorpresa; di trovarsi davanti la scena di un teatro meraviglioso... Ogni muro tappezzato di réclames è una sorpresa metafisica; e il putto gigante del sapone Cadum e il rosso puledro del cioccolato Poulain sorgono con la solennità inquietante di divinità dei miti antichi...». Sono parole di Giorgio De Chirico, che risalgono al 1925 quando, tornato a Parigi, rimane colpito dalle «icone» pubblicitarie che avevano il compito di sollecitare e carpire attenzioni, emozioni, di trasmettere suggestioni indimenticabili. C'è la nostra storia, quella dell'evolversi di usi e costumi e non solo, nella pubblicità contenuta in affiches e bozzetti della prima metà del Novecento. La ritroviamo nella bella mostra prorogata fino al 29 marzo nel polo museale a Cilverghe di Mazzano, in provincia di Brescia, «Eccellenza Italiana - Arte, moda e gusto nelle icone della pubblicità», curata da Massimiliano Capella, storico dell'arte e direttore del Mu-

sei. Oltre cento opere, tra affiches e bozzetti, ideate dai grandi illustratori - quali Metlicovitz, Dudovich, Villa e da alcuni tra i più significativi artisti italiani del XX secolo, come Depero, Fontana, Cambellotti, De Chirico - celebrano l'Arte, la Moda e il Gusto del saper Bere, tre temi attorno ai quali si articolano i percorsi espositivi permanenti, che comprendono il museo della moda e del costume, il museo del vino e del cavatappi, la casa museo Giammaria Mazzucchelli e la pinacoteca Giuseppe Alessandra. La mostra presenta materiali conservati nell'archivio di Massimo & Sonia Cirulli, fondato a New York nel 1985 e dedicato all'arte pubblicitaria e alla propaganda in tutte le sue forme, e nella collezione Salce, in deposito al Museo Bailo di Treviso. Dalla collezione di Massimo Cirulli sono stati selezionati i manifesti delle prime due sezioni, *Eleganza e moda* e *Il gusto del bere*, che si rifanno alle prime campagne pubblicitarie tra Otto e Novecento, commissionate dai Magazzini Mele di Napoli, i Magazzini Bocconi, La Rinascente di Milano. Comunicando alle masse, ottimizzando gli strumenti dell'epoca e coniugandoli con

di questi manifesti avevano l'abilità non solo di raccontare una scena, un prodotto, un personaggio, ma anche di preservare l'immagine da ogni caduta di intensità e dinamismo.

Opere che narrano le trasformazioni della moda della prima metà del XX secolo in Italia: se all'inizio la moda era dettata da Parigi, come testimoniano le affiche di Dudovich del 1911-12 per i Magazzini Mele o la raffinatissima Melenis di Metlicovitz del 1912 per l'opera lirica di Zandonai, nei primi decenni del Novecento il made in Italy inizia a imporsi sulla scena, grazie al cappello che diventa un accessorio irrinunciabile, documentato dallo storico manifesto di Dudovich del 1911 per la Borsalino. Nel 1936, a Firenze, Salvatore Ferragamo crea la prima scarpa con la suola ortopedica, che nel giro di pochi anni diventa una foggia popolare per il sandalo femminile.

Tra i soggetti più conosciuti e apprezzati ci sono le figure femminili. Con la sua arte, formata tra Secessione e realismo, non senza attenzione a Toulouse-Lautrec, Dudovich raccontò l'incantata fiaba della belle époque ritratta nella bellezza e nella raffinatezza femminili. Una figura che evol-

veva negli anni nei tratti dell'artista, di pari passo con i mutamenti della società che rappresentava.

Un percorso altrettanto stimolante propone la sezione dedicata al Gusto del bere a partire dalle affiches più antiche di Adolfo Hohenstein dedicate al «Bitter» e al «Cordial Campari» risalenti al 1898, per arrivare ai manifesti del maestro Leonetto Cappiello per Isolabella del 1910. L'invito al bere non è più diretto, per far bere si pone l'accento sulla seduzione femminile o sull'innocenza infantile, come nel Champagne Kupferberg del 1901 del triestino Leopoldo Metlicovitz.

La mostra si chiude con una interessante selezione di affiches provenienti dalla Collezione Salce di Treviso, realizzate dai più importanti artisti italiani del XX secolo tra i quali spiccano i nomi di De Chirico, Boccioni, Casorati, Depero, Cambellotti, Prampolini, Sironi e Fontana. Ancora una volta si ha la conferma che la tecnica dell'affiche si debba considerare a tutti gli effetti come una vera espressione artistica alla stregua di pittura e scultura. Un linguaggio decisamente mutato da quando gli spot televisivi hanno preso il sopravvento. ♦



La pubblicità dei Magazzini Mele, il cartellone è esposto alla mostra di Brescia

