

Questo sito contribuisce alla audience di



news, articoli, video ...

Cerca



Sicuramente Protetto di Genertelife
 La polizza d'investimento che ti garantisce il capitale
 al netto del costo di gestione.

**APPROFITTA
 ORA**



Mercoledì ore 2:59
 20 Settembre 2017

sfoglia online il numero di oggi

Cerca Abbonamenti Login

News Il giornale di oggi Banche dati Professionisti Multimedia My IO

Calcola
IMU e TASI 2017
 ANUTEL

**SPECIALE
 APPALTI PUBBLICI**

- Home
- Le Guide di ItaliaOggi
- ItaliaOggi in PDF
- In Primo Piano
- Estero
- Diritto e Fisco
- MarketingOggi
- ClassEurActiv
- Mercati e Finanza
- Azienda Scuola
- AgricolturaOggi
- Enti Locali
- ItaliaOggi Sette
- Affari Legali
- Qualità della vita 2016
- NDS - Il Nuovo Diritto delle Società
- Documenti
- Documenti IO7
- Archivio
- Desk China
- MF Conference
- I Professionisti Rispondono
- Chiedi un Consiglio
- Editorial Links
- Economia
- Agenti di commercio
- Agenti Enasarco
- Agenti Venditori
- Agenti di Commercio

ItaliaOggi Numero 221 pag. 8 del 20/09/2017 | Indietro

Consiglia 0 Tweet G+ Facebook Twitter YouTube LinkedIn

◀ Precedente **PRIMO PIANO** Successivo ▶

Organizzata a Modena una mostra in occasione del Pop festival nazionale di filosofia

Calendari profumati da barbiere

L'arte in tasca: piccoli souvenir derivati dal melodramma

di Gianfranco Morra

Erano altri tempi. Quando andavamo dal barbiere per Natale, ci donava un calendarietto profumato: per lo più i mesi del nuovo anno erano decorati con scene dei melodrammi: «Amami, Alfredo», «Largo al factotum», «Che gelida manina». E la mancia era sicura.

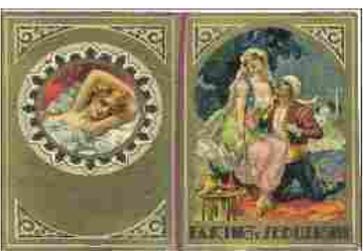


Piccoli gioielli tascabili, spesso con pagine separate e distaccabili tenute insieme con un cordoncino di seta, che ci ricordavano i giorni senza ancora la frenesia degli impegni.

Ma non solo barbieri e non solo melodramma. I calendarietti, già alla fine dell'Ottocento, erano veicoli pubblicitari, garbati ed eleganti. E

astuti: conservati in genere nel portafoglio, la loro pubblicità durava un anno e quasi ogni giorno veniva rivista con la loro consultazione. Il profumo si attenuava, ma la parola persuasiva permaneva. Choses passées, che ci vengono rievocate da una singolare mostra a Modena: «L'arte in tasca. Calendarietti, réclame e grafica: 1920-1940» (sino al 18 gennaio, me.-gio.-ven. ore 10.30-13 e 15-19: sab. e dom. 10.30-19; ingresso libero). È stata inaugurata dentro una ormai radicata tradizione modenese: il «Pop Festival della filosofia». Un accostamento meno strano di quanto si potrebbe pensare. Anche i calendarietti traducevano una filosofia, nel senso di quella saggezza di vita che il melodramma metteva in scena e che faceva parte dell'immaginario popolare.

Da alcuni anni Modena (insieme con Carpi e Sassuolo) fa filosofia con un denso triduo di lezioni pop tenute da eminenti studiosi nei luoghi più disparati: treni e mercati, musei e palazzi, chiese e chioschi, scuole e laboratori, biblioteche e librerie, orti e giardini, cinema e teatri.



Chi dice che la filosofia non c'è più venga a Modena e potrà farne indigestione: centinaia di piatti, offerti anche nelle strade, come faceva Socrate ad Atene. Un giusto compenso per una città che, di filosofi, non ne ha proprio avuti (il grandissimo Pico era della Mirandola, stato indipendente che non apparteneva a Modena).

Strumenti

- Invia un commento
- Leggi i commenti
- Ricevi RSS
- Visualizza in PDF
- Invia ad un amico
- Stampa
- Testo

Vota ☆☆☆☆☆ 0 Voti

Ricerca avanzata giornali

Gli Articoli piu' letti

1. È stata vietata dal governo, ma nei villaggi sperduti del Malawi prosegue la pratica dei defloratori **19/09/2017**
2. Diritto & Rovescio **19/09/2017**
3. Il boomerang Consip è in giro **19/09/2017**
4. Periscopio **19/09/2017**
5. La Tour Eiffel sotto vetro (blindato) **19/09/2017**

Gli Articoli piu' commentati

1. Stupri: Friburgo come Rimini **10/09/2017**
2. La filosofa Maria Zambrano: io sono femminile, non femminista **03/09/2017**
3. Induzione a occupazioni abusive **29/08/2017**
4. Cari migranti, non integratevi **28/08/2017**
5. Il razzismo dell'antirazzismo **19/09/2017**

Gli Articoli piu' votati

1. Uno solo fa come una redazione **26/08/2017**
2. Diritto & Rovescio **23/08/2017**
3. Bisogna ricostruire. Ma da zero **08/09/2017**
4. Il rispetto bisogna guadagnarselo **30/08/2017**
5. Cartelle, sì alla compensazione **04/09/2017**

Argomenti

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

La mostra dei calendarietti si tiene nel luogo più adatto. Quel «Museo della figurina» che la famiglia Panini ha donato a Modena e che può così vantare una delle più ricche raccolte di figurine e di altre piccole stampe a colori (più di 500 mila pezzi). Chi per primo ne inventò l'uso per reclamizzare prodotti fu la Liebig nel 1872: 1.866 serie ciascuna di sei dotte figurine. Da noi l'exploit fu con le 100 figurine Buitoni (l'introvabile «feroce Saladino») negli anni Trenta. Seguirono le 283 serie del Caffè Lavazza, negli anni Cinquanta.

All'inizio degli anni Sessanta i Panini fecero nascere la figurina sportiva dei calciatori, che ottenne un successo straordinario e consentì loro di estendersi alla editoria di libri per ragazzi: una ditta familiare, creata da Giuseppe insieme ai tre fratelli, che è divenuta una multinazionale con decine di sedi in tutto il mondo. Con la Panini la figurina non è più strumentale alla pubblicità o alla didattica, si emancipa come genere autonomo e diviene un gioco volto a soddisfare i desideri del pubblico.

La mostra modenese fa rivivere il periodo glorioso dei calendarietti, quel ventennio tra le due guerre in cui massima fu la loro diffusione. Talvolta erano opera di grandi artisti, come Dudovich e Depero, più spesso erano anonimi o firmati con pseudonimi, perché considerati arte «minore». Seguire loro la storia consente di rileggere, sia pure in forma popolarmente mutuata, tutti i mutamenti degli stili artistici, soprattutto dal liberty al déco.

Le 300 immagini degli 80 calendarietti esposti sono state collegate in quattro sezioni tematiche. Prima la «Profumeria» (soprattutto Bertelli a Milano e Borsari a Parma con la famosa «Violetta»), così consona al clima dell'epoca, decadente ed estetizzante. A reclamizzare i prodotti (profumi, sali, ciprie, creme, saponi, ma anche abiti e biancheria intima) erano donne sofisticate e lunari, nude-look appena accennate, quasi sempre importate dalle pagine di D'Annunzio. Segue la «Seduzione»: calendari destinati non solo alle donne, alle quali fornivano dei modelli, ma anche ai consumatori maschili. Venne così aperta la strada per un uso sessista della donna, destinato a divenire nella pubblicità prevalente ed invadente.

La terza sezione fa rivivere un mito collettivo esploso tra le due guerre: «Il fascino dell'Oriente». È l'epoca dei Balletti russi di Djagilev e del trionfo della Turandot di Puccini, che stimolano l'interesse, certo morboso, per l'esotismo, con le sue donne misteriose e voluttuose: la Regina di Saba, Cleopatra, Salomé. Quasi un contraltare della donna sposa e soprattutto madre prolifica che il fascismo cercava di imporre. Infine la quarta sezione offre immagini di «Letteratura e spettacolo»: diffuse per chi aveva cultura e anche per gli analfabeti (allora 35 %), che vedevano tradotti in immagini quei classici che non potevano leggere: Orlando, Paradiso proibito, Promessi sposi e, ovviamente, tanti melodrammi.

Un gustoso viaggio nei calendarietti popolari, ma pur sempre artistici e fantastici, ormai del tutto sepolti: eliminati prima dalla tecnologizzazione delle agendine in plastica, manageriali e pragmatiche, poi della memoria elettrica dei computer e smartphone. Ma ogni epoca ha i suoi valori e il suo stile di vita.

© Riproduzione riservata

Modena filosofia insieme calendarietti Sessanta i Panini figurina

- Modena
- Sessanta i Panini
- insieme
- filosofia
- figurina
- calendarietti