



Design Hero

Recensioni

Interviste

Pezzi Storici

Monografie

Guide

From Design To Kitchen

Interni

Eventi

Concorsi

News

By Arredativo

Home > Eventi > L'arte in tasca: Calendarietti, réclame e grafica 1920-1940

PUBBLICATO IL 27 SETTEMBRE 2017

L'arte in tasca: Calendarietti, réclame e grafica 1920-1940

Di [Laura in Eventi](#)



A **Palazzo Santa Margherita** (corso Canalgrande 103, Modena), dal 15 settembre 2017 al 18 febbraio 2018, *L'arte in tasca. Calendarietti, réclame e grafica 1920-1940*, a cura di **Giacomo Lanzilotta**, approfondisce una forma d'arte molto diffusa in quel ventennio che intercorre tra le due guerre mondiali e che vede anche la nascita e l'evoluzione dell'**Art déco**: i **calendari da tasca**, i cosiddetti 'calendarietti del barbiere', rappresentati in mostra da ottanta esemplari, per un totale di oltre 300 immagini, accanto ai prodotti affini a quel mondo – **réclame, etichette, confezioni di profumi, cosmetici e oggetti rari** come un curioso apparecchio spazzapfumo a monete degli anni Trenta – in un percorso espositivo suddiviso per tematiche (dalla profumeria alla seduzione fino al fascino dell'Oriente, passando per letteratura e spettacolo) e illustratori.

La mostra è prodotta in occasione del **festival filosofia 2017**, dedicato quest'anno alle Arti, dal **Museo della Figurina** in collaborazione con la **Fondazione Cassa di Risparmio di Modena**.



Contrasti, 1936 Creaz. Momi, Torino; calendarietto; collezione Borsari 1870, Parma

Nella prima metà del '900, i calendarietti condividono con le figurine il piccolo formato, le tecniche di stampa, la serialità, la vocazione a diventare oggetti da collezione e, soprattutto, il fatto di veicolare messaggi pubblicitari, funzione che in seguito le figurine perderanno. **Specchio dei gusti, delle tecniche pubblicitarie e dei consumi del secolo scorso**, i calendarietti rappresentano **documenti preziosi** anche dal punto di vista della

storia della grafica e più in generale dell'arte, poiché frequentemente disegnati e firmati da **artisti famosi**, altra cosa che li distingue dalle figurine, i cui autori sono spessissimo ignoti.

Quella tra il 1920 e il 1940 è la stagione più felice per i calendarietti e la micrografica sia per l'apporto di **illustratori di grande richiamo** – da Codognato a De Bellis, da Carboni a Romoli, solo per fare qualche nome – sia per lo stile di cui erano significativi testimoni: quei prodotti rappresentavano il risultato di un'**estetica nuova, ricca di fascino ed eleganza, che presto si definì come l'imperante gusto déco**. Un linguaggio figurativo fondato su una ricercata **armonia geometrica**, ridondante di **motivi ritmici** quali scacchiere, cerchi concentrici, linee segmentate onnipresenti nella decorazione dei costumi e degli arredi, dove le storie erano spesso rappresentate in **ambientazioni da sogno**, tra le profusioni d'oro e di argento che ne ornavano le pagine.

Profumato con qualche essenza spesso reclamizzata all'interno, nel suo formato più diffuso il piccolo almanacco si presentava in forma di **libriccino di dodici o sedici facciate**. Ciò che poi lo ha fatto diventare un **genere artistico autonomo degno di rilevanza e oggetto di collezionismo**, sono stati i suoi contenuti, le incantevoli pagine a colori finemente illustrate in cui i mesi del calendario campeggiavano all'interno di una tematica: la **bellezza delle dive** del cinema, le **avventure d'amore** lette nei libri o viste a teatro, **gli eroi e i grandi personaggi** della storia, il **fascino dei lontani paesi esotici**, e tutto ciò che poteva offrire innocenti evasioni della fantasia, ispirate dalle immagini seducenti e dalle fragranze che quelle pagine emanavano.

Ma al di sopra di ogni altra cosa è stato il **mondo della bellezza, dei profumi e dei cosmetici** il tema dominante che ha influito non poco per la fortuna stessa di questo genere artistico: il legame tra i calendarietti tascabili, la loro profumazione e le correlate réclame delle diverse case produttrici 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.



Sport, 1923 Illustratore Plinio Codognato; pubblicità profumeria Eugenio Fontanella, Milano; calendarietto

Accompagna la mostra il **catalogo L'arte in tasca. Calendarietti, réclame e grafica 1920-1940** (Franco Cosimo Panini) con testi del curatore Giacomo Lanzilotta e di Maurizio De Paoli. Accanto un ampio repertorio iconografico di circa 300 immagini, i testi di Giacomo Lanzilotta mettono in luce per la prima volta in maniera completa e sistematica le biografie di artisti noti e meno noti che hanno lavorato nella micrografica. Maurizio De Paolo si concentra invece su un'analisi storica approfondita di questa particolare forma d'arte.

Sabato 16 e domenica 17 settembre dalle 16.00 alle 18.00 a ciclo continuo, sarà possibile partecipare a **Questione di naso. Indovina l'odore, percorso olfattivo** a ingresso libero per testare le nostre capacità di riconoscere gli odori. Ai partecipanti, grandi e piccoli, un piccolo omaggio profumato.

In copertina: Les fleurs niçoises Bruyère, 1930-40 – Pubblicità profumeria Cosmydor, Parigi; etichetta per scatola di saponi profumati

Condividi:

