

MIRABILIA

di Stefano Salis

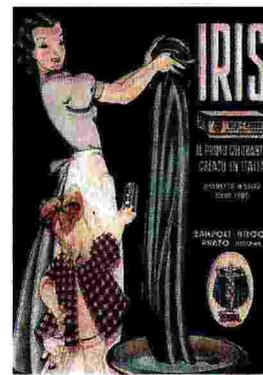
Il fascino del mondo di latta

«Sono oggetti delicati, si graffiano facilmente, si arrugginiscono, si scoloriscono, si piegano, sono stati prodotti in quantità limitate e pochi esemplari sono giunti fino a noi». Forse è per questa loro delicatezza, che ispira certamente pathos e benevolenza (quando invece, alla loro epoca, erano forse pensati per essere più resilienti della incerta carta, esposta a vento, pioggia e intemperie varie), che la targhe pubblicitarie di latta – o, meglio, i “manifesti”, come giustamente suggerisce il titolo dell’eccellente lavoro di Dario Cimorelli (autore della citazione iniziale) – ci trasportano davvero in un mondo perduto, fatto di figure e lettere d’altri tempi, irrimediabilmente sorpassato dalla tecnologia e dai gusti “tattili” del pubblico. Eppure, a un anno di distanza dal precedente libro sulle scatole della stessa materia, questi *Manifesti di latta. 1890-1950* (Silvana Editoriale, pagg. 256, con centinaia di illustrazioni, € 39,00), dovuto all’infaticabile lavoro di Cimorelli (che ha anche fotografato tutti i manifesti), e di

alcuni collezionisti come Michele Gabbani, Marco Gusmeroli e Pier Luigi Longarini, è un repertorio che riaccende tutta una meraviglia intorno a sé. Raggruppati per categorie commerciali (si va dai medicinali alle sigarette, dai trasporti all’industria agricola, per dire), con appendici interessanti sulle ditte che li producevano e il modo di restaurarli, questi manifesti brillano, nel vasto campo dell’illustrazione pubblicitaria, di una luce propria. Che, di nuovo, unisce il linguaggio prettamente grafico, ma tiene conto della matericità del supporto sul quale doveva apparire. Sono tutti, o quasi, manifesti “regressivi”, rassicuranti: sulla latta si sperimenta meno che sulla carta, anche se i maestri della grafica pubblicitaria di una volta (e parliamo di Sepo o Maga, di Dudovich o Boccasile, ma anche di Krauss, Arp, Wando, nomi che sembrano fatti apposta per firmare manifesti) non vengono meno alla loro capacità inventiva. C’è poi la folta schiera dei non nominati; illustratori destinati a restare anonimi, probabilmente consapevoli e autoconvinti di eseguire un

lavoro da cartellonisti, da “manovalanza” dell’arte (cosa che, come noto, noi respingiamo con forza quando si parla di illustrazione e pubblicità), spesso in balia di una committenza non troppo illuminata. E invece, questa rassegna, con quegli slogan ingenui, smaccatamente pubblicitari («Odontofilo. Il migliore elisir dentifricio, fa sparire istantaneamente il più forte mal di denti», come no?) è un tuffo in una società che non c’è più ma che ha una storia e una dignità commoventi. Steariche, reticelle a incandescenza, vernici miracolose, pulitori per metalli, tinture per lane (il Tis: «Tinge Istantaneamente Stoffe»), lucido per scarpe, vermouthe, estratto di pomodoro, e infine, ahimé... giornali. Oggi restano, forse, le scatolette di alici e qualche latta di olio con le loro grafiche d’antan: un mondo che resiste tenacemente. E avrà una sua rivincita. Almeno nei libri, nella passione dei collezionisti, nella qualità di chi non si arrende: che vive l’oggi ma rispetta il passato, personale e collettivo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**RARITÀ**

Due «manifesti di latta» tratti dal libro curato da Dario Cimorelli et al. per **Silvana Editoriale**.
Sopra: «Radio, è la migliore!», circa 1930, 30x20 cm; sotto: «Iris, il primo colorante creato in Italia», circa 1930, 50x35cm

