

## ORIZZONTI

**SI È INAUGURATO IERI** a Modena un museo interamente dedicato alla storia dei cartoncini disegnati e dei rispettivi album: dalle celebri Liebig al Feroce Saladino, dai calciatori agli animali, in mostra 500mila esemplari, l'intera raccolta di Giuseppe Panini

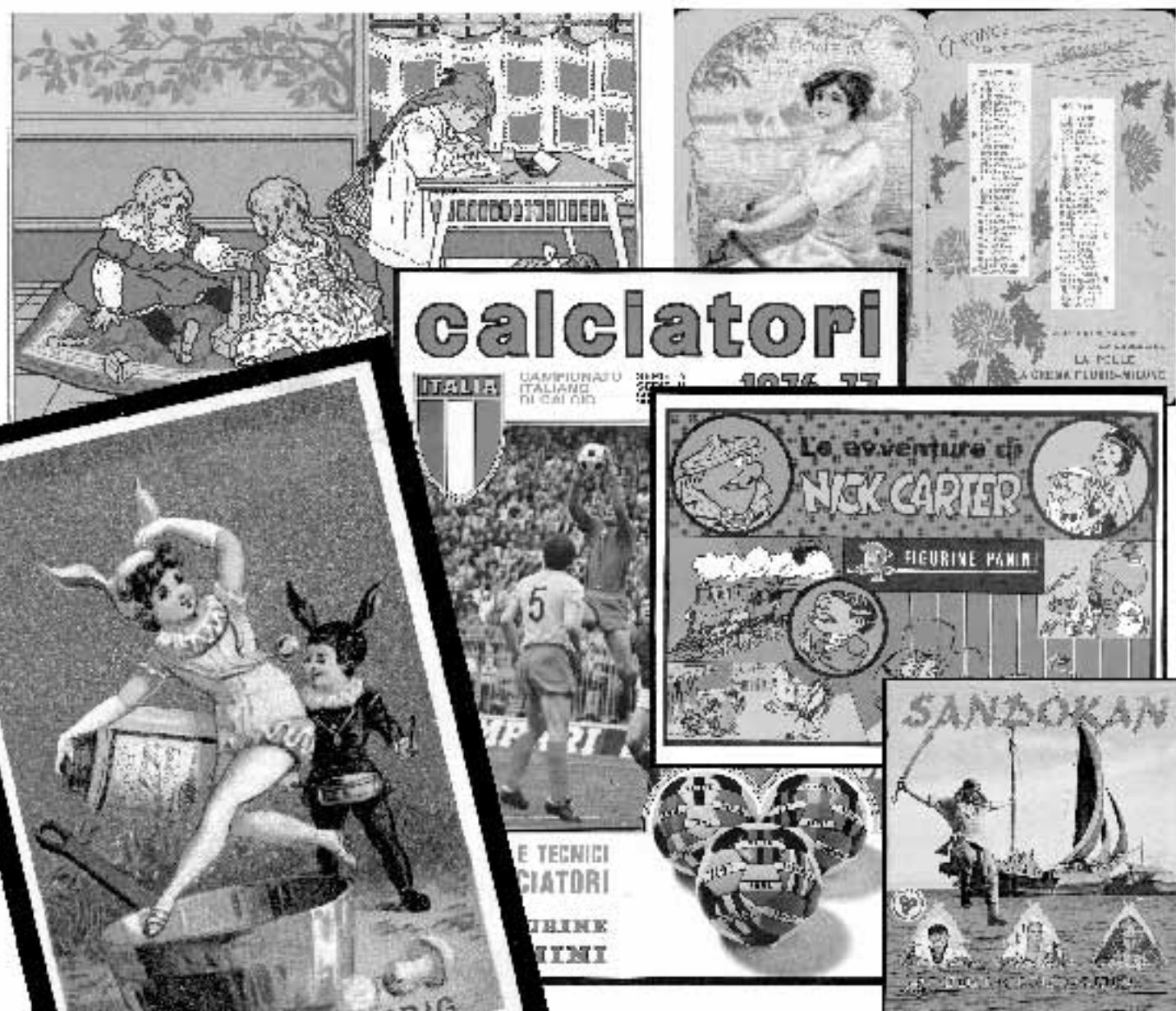
# Figurine, il mondo in un rettangolo di carta

## EX LIBRIS

*La fuga nella vita chi lo sa che non sia proprio lei la quintessenza*

Paolo Conte  
«Fuga all'inglese»

**F**igurine, che passione. Su questa, come su altre forme di collezionismo, si può discutere in eterno. Feticismo dell'oggetto, voglia di riannodare i fili della memoria e della nostalgia? Oppure, come scriveva Bruce Chatwin in *Utz*, la molla e l'ossessione del collezionista è il desiderio segreto di rimettere in ordine e in fila un micro-mondo personale di piccole immagini e stampe, mentre fuori il macro-mondo, quello vero, ci appare sempre più disordinato e indecifrabile? Sia come sia, una cosa è certa. In Italia il «re delle figurine» ha un nome e un cognome: Giuseppe Panini da Modena, detto dai concittadini «il Commendatore» e a volte «il Paladino», il figlio dell'editore di Corso Duomo che all'inizio degli anni Sessanta si inventò l'idea dell'album dei calciatori e delle bustine colorate. E fece della passione un business che continua tuttora. Panini le figurine naturalmente le collezionava, oltre a produrle. Andando per mercatini, bancarelle, aste, soffitte e cantine in cerca degli antenati del genere: la prima serie di cartoncini a stampa, a quanto risulta agli storici del settore, risale al 1867 e raffigurava i padiglioni dell'Esposizione Universale di Parigi. Nel tempo l'imprenditore aveva messo insieme 500mila esemplari, provenienti da tutto il mondo. Nel 1992, quattro anni prima di morire, decise di donare l'intera raccolta al Comune di Modena. Che ora, dopo anni dedicati alla catalogazione, la rende pubblica e visibile con l'inaugurazione del Museo della figurina. Ieri sera il taglio del nastro ha dato il via a tre giorni di eventi. Per festeggiare l'apertura di un vero e proprio tempio della memoria e della storia in miniatura del costume. «In un secolo e mezzo di vita - racconta Paolo Battaglia, curatore del neonato museo insieme a Paola Basile e Maria Giovanna Battistini, con la consulenza scientifica della studiosa Paola Pallottino - le figurine hanno coperto un po' tutti i soggetti e gli argomenti. Immagini didattiche, scientifiche, naturalistiche, poi di divi del cinema e dello spettacolo, poi di campioni dello sport. All'inizio, già dalla fine dell'800, erano soprattutto un veicolo pubblicitario. Gadget che le aziende inserivano nelle confezioni di cioccolato, caffè, biscotti. Restano celebri le centinaia di serie di immagini della Liebig, allegate ai barattoli di estratto di carne. Non erano figurine adesive, ma cartoncini con un testo sul retro, di argomento spesso scientifico o dedicate all'arte della buona tavola». Ma come è noto fu il Feroce Saladino a scatenare la prima febbre da collezionismo tra gli italiani. La figurina introvabile disegnata da Angelo Bioletto, abbinata al concorso a premi della Peruggina-Buitoni e insieme al programma radiofonico *I quattro Moschettieri* del 1937, fece impazzire il Belpaese nella va-



Un collage di figurine, dalle Liebig al calcio

na ricerca del pezzo raro. Fu quella che oggi si chiamerebbe una riuscita campagna di «marketing multimediale di massa». E provocò un bel po' di mal di pancia e indigestioni, tra i ragazzini che si abbuffavano di cioccolato (anche) nella speranza di mettere le mani sulla preziosa immaginetta. «Giuseppe Panini - continua Battaglia - negli anni '60 diede una svolta al mercato. Con lui la figurina non è più allegata a un prodotto, né solo veicolo pubblicitario, ma oggetto a sé stante. Da collezionare ed attaccare sull'album. Non fu il primo in assoluto: c'erano già esperienze pionieristiche come quella della casa editrice Nannina, diretta dall'imprenditrice milanese Luisa

## Museo della figurina

Modena

Palazzo Santa Margherita

Dal martedì al venerdì ore 10,30-13 e 15-18

Sabato, domenica e festivi 10,30-18

www.museodellafigurina.it

Grossi, che fin dal primo dopoguerra aveva iniziato a mettere sul mercato figurine «da ritaglio». Cioè mini-ritratti e foto di star del cinema, ciclisti, piloti, cantanti che la gente ritagliava dai fascicoli e poi incollava su album artigianali fatti in casa. La prima raccolta commercializzata da Giuseppe, con l'aiuto poi dei fratelli Franco Cosimo e Umberto, era proprio una serie di figurine di calciatori acquistata dalla Nannina che si chiamava *Goll!*. L'anno dopo, nel 1961, si mise in proprio. E il primo album Pani-

ni del campionato di calcio, con Nils Liedholm in copertina, fu subito un successo da milioni di pezzi venduti.

Quel primo album, completo di tutte le figurine e in buono stato, oggi vale circa 2.500 euro sul mercato dei collezionisti. «Ma in questo settore non esiste un prezzario preciso - dice Battaglia - La quotazione la fa la rarità della figurina, certo. Ma è anche proporzionale alla voglia dell'acquirente di possedere un pezzo. E c'è chi è davvero disposto a tutto». Perché qui siamo sul terreno dell'oggetto, della mini-stampa che in ciascuno scatena ricordi, emozioni personali, flash di tempi magari ritenuti più felici. Ad ognuno la sua madeleine. Il Museo modenese ha messo insieme in occasione dell'apertura un divertente album-catalogo, *La mia figurina*, in cui settanta politici, scrittori, sportivi e uomini di spettacolo si esercitano nel ricordo della loro

immagine preferita. Per Walter Veltroni, si sapeva, l'icona dei sogni è il mitico Pizzaballa, portiere dell'Atalanta e della Roma che assurse alla ribalta tra i ragazzini degli anni Sessanta per la rarità della figurina che stava al numero uno dell'album. E del resto fu proprio l'attuale sindaco di Roma, quando era direttore de *l'Unità*, a «sdoganare» la memoria di un'intera epoca allegando al giornale gli album Panini del passato. Arrigo Levi ricorda invece il già citato Feroce Saladino. Dario Fo, inutile dirlo, conserva nella memoria un Arlecchino delle serie Liebig. Fabio Fazio ha nel cuore Pelè, mentre il politologo Edmondo Berselli rende omaggio al «sinistro mortifero» di Mariolino Corso. E Francesco Guccini, guarda un po', si è affezionato all'immagine di un koala, che campeggiava sulla copertina della raccolta *Animali di tutto il mondo* del 1952: «Per la mia generazione le figurine di quell'album furono una vera e propria sorpresa». Ora le figurine sono anche gioco, *games*, prodotti derivati di fumetti, film o serie tv d'animazione. E oggi come ieri, sono oggetto di scambio e compravendita. La nuova moda è il manga giapponese: e proprio a Naruto, una delle serie più in voga tra i ragazzi, è dedicata tutta la giornata di oggi al Museo della figurina, dopo l'inaugurazione-spettacolo di ieri con il Trio Medusa tra comicità, nostalgia e proiezioni di cartoni. Domani ancora giochi e laboratori didattici per bambini, poi lo spazio resterà aperto tutti i giorni tranne il lunedì (per informazioni tel. 059 2033090) con l'esposizione permanente di 2.500 pezzi della raccolta. In un allestimento che, dopo aver fatto attraversare al visitatore un «tunnel delle meraviglie», lo porta in una sala

**Per l'occasione è stato realizzato un «catalogo» in cui settanta personaggi ricordano la loro immagine preferita**

di 200 metri quadrati. Dove sei grandi armadi alludono ad altrettanti maxi-album da sfogliare, ripercorrendo l'intera storia di 150 anni di figurine nel mondo. Quelle pubblicitarie e quelle no, quelle di Panini e di altri meno noti editori, quelle firmate nel tempo da artisti e illustratori celebri come Mucha, Rabier, Robida, Cheret. E anche le figurine - sorpresa finale - come strumento di propaganda. C'è nel museo una serie sulla vita di Adolf Hitler: il Reich vendeva le figurine con i pacchetti di sigarette, e pare che i testi adoranti sul retro fossero di Goebbels in persona. Ma c'è pure Jesse Owens, in una serie prodotta dal regime nazista sulle Olimpiadi di Berlino del 1936. L'atleta nero americano beffò il Führer e le teorie razziste, vincendo quattro medaglie d'oro. Ma nessuno ebbe evidentemente il coraggio di cancellare la memoria dell'impresa sportiva. Nemmeno da un album di figurine.

## A TORINO In rassegna duecento riviste che dal 1948 a oggi hanno sberleffato politici e potenti

### Nell'epoca della tv la vignetta satirica diventa storia

**T**ra i delitti commessi dalla televisione c'è anche l'aver ucciso il piacere per la battuta disegnata, la vignetta, lo sberleffo satirico sepolto dalla comicità usa e getta dello schermo. Una riprova viene dalla bella mostra allestita, sino al 25 febbraio, al Museo dell'Automobile di Torino *Storia d'Italia nel pennino della satira* che presenta più di duecento riviste che, dal 1848 ad oggi, hanno raccontato la nostra storia. Soprattutto per quanto riguarda il passato dato il fiorire di giornali sbertucciati sin dall'anno della promulgazione dello Statuto da parte di Carlo Alberto, 1848: a Napoli nasce il foglio satirico italiano, *L'Arlecchino, giornale comico di tutti i colori*, seguito a Milano da *Lo spirito folletto*. Ma è soprattutto a Firenze e a Roma che si moltiplicano queste pubblicazioni, spesso fieramente opposte. Così nella città toscana *Il Lampione* e *Il Birichino* hanno come avversari i conservatori *La Vespa* e *Lo Stenterello* mentre a Roma *Cassandrino*, diretto dall'abate Ximenes, deve vedersela con il *Don Pirlone* fondato da Michelangelo Pinto. Nel frattempo a Torino nasce *Il Fischietto*, la cui redazione è organizzata come un convento: i redattori indossano sai fran-

cescani e si fanno chiamare Fra Gandus, Fra Lapi-steno, Fra Tertulliano. È l'inizio di un diluvio di vignette, disegni, caricature, battute feroci che lasciano il segno: molto più dure e dirette che non le blande gag dei contemporanei comici televisivi. Pio IX, Gioberti, Cavour, Garibaldi, Carlo Alberto... sono bersagliati dai satirici senza remore, né ossequi. Del resto Pinto, sul suo *Don Pirlone*, scrive: «Edotti dall'esperienza, sappiamo quale profonda traccia lascino nell'animo umano gli incancellabili colpi del ridicolo». Spiegano i curatori della rassegna, Dino Aloï e Paolo Moretti: «L'Italia raccoglie il gusto della caricatura dai francesi: la satira politica italiana nasce, infatti, dopo la dominazione francese e l'epoca napoleonica e nasce «carbonara» nel momento in cui percepisce l'efficacia di colpire il nemico anche con l'arma del ridicolo». La satira si esprime al meglio nei periodi di maggiore tensione ideale: il Risorgimento, l'età giolittiana (Giovanni Giolitti ha il record delle vignette con Giulio Andreotti), il dopoguerra, gli anni della contestazione. E, naturalmente, il craxismo messo in croce

## Storia d'Italia nel pennino della satira

Torino

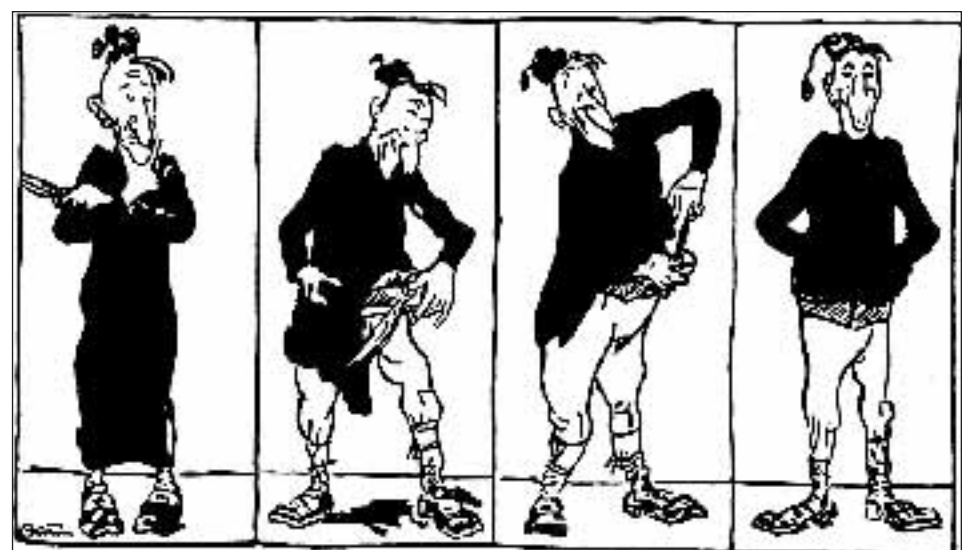
Museo dell'automobile

«Carlo Biscaretti Di Ruffia»

Fino al 25 febbraio

dal settimanale *Cuore* che, erede del *Tango* di Sergio Staino e legato all'*Unità*, rappresenta l'ultima pubblicazione di satira di successo in Italia: diretto da Michele Serra sarà in edicola dal 1989 al 1996. Seguono altri tentativi, ma con pochi successi. Su tutti resiste l'irriverente *Il Vernacoliere* di Livorno.

A vedere quindi le centinaia di tavole esposte nella mostra di Torino (che, organizzata dalla Regione Piemonte e con il patrocinio della Camera dei Deputati e del Comune di Torino, ci si augura sarà portata in altre città) prende lo sconcerto. Perché non ci sono più giornali con le terribili vignette e caricature? «Perché la tivù ha cambiato i gusti - sentenzia Aloï - Non c'è più il piacere per il disegno, la voglia di leggere i segni grotteschi e



## L'evoluzione di Don Sturzo

«Il travaso delle idee», vignetta che prende in giro il «trasformismo» di Don Sturzo

graftanti: «basta» la battuta detta in tivù». Scrive nella prefazione del poderoso catalogo della mostra, uno che se ne intende, il senatore a vita Giulio Andreotti: «Vedo con curiosità in que-

sto saggio ricordare il bivalente cartello pubblicitario sul «nemico che ascolta». Lo ricordo bene. Per di più con tanti ascoltatori (pubblici e privati) di oggi si offre spazio per i satirici. Se ne servano».