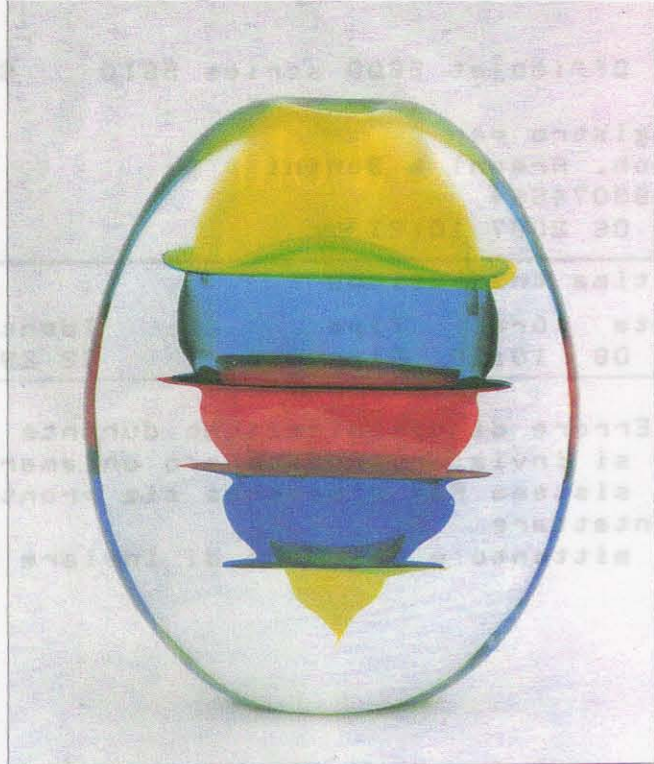


Forlì

**"I, II, fine Novecento"
Oggetti ed opere di un secolo in mostra**

IL NOVECENTO RIVISITATO attraverso i suoi oggetti e le sue opere. Dalle più semplici alle più significative. Fino ai nostri giorni. Mille proposte, sempre diverse come le immagini di un caleidoscopio, per i mille volti di un secolo che per l'enorme accrescimento delle cose prodotte si caratterizza. Non la solita riedizione del mercatino del "bel tempo che fu", ma l'occasione, quella offerta a Forlì il 27 e 28 maggio, per riconoscere la valenza storico-culturale degli oggetti moderni, potendo determinarne il valore sotto il profilo dell'investimento vero e proprio. E innumerevoli sono gli oggetti in mostra, ognuno dei quali rappresenta il tassello di un vasto panorama che va dalle arti decorative ed applicate alla moda, al design industriale, alla fotografia, alla musica pop, alla pubblicità. Fino alle produzioni seriali con cui abbiamo convissuto in questi anni di consumismo

crescente. Ed ecco, accanto ai raffinati oggetti d'uso provenienti dall'archivio storico dell'Alessi, i più significativi "pezzi" del museo della Kartell, nonché alcuni arredi disegnati da Salvador Dalì, messi a disposizione dal Museo dell'arredo contemporaneo di Russi (Ra). Di seguito, cento anni di pubblicità e di costume, attraverso il prodotto più cosmopolita di questo secolo, la Coca-Cola. In tema di pubblicità, quella più soft della Iliy Caffè, che veicola la qualità del prodotto con l'arte attraverso una serie limitata di tazzine decorate dai più famosi pittori contemporanei. E, ancora, le opere in ceramica di Joe Tilson, che si è affidato, per la loro esecuzione, alla sezione artistica della Coop. va Ceramica di Imola, un colosso industriale. In tema di "terra e fuoco", prevista l'esposizione di opere di Biancini, Zauli e Zaccagnini. Mentre una mostra di abiti anni '50/'60,



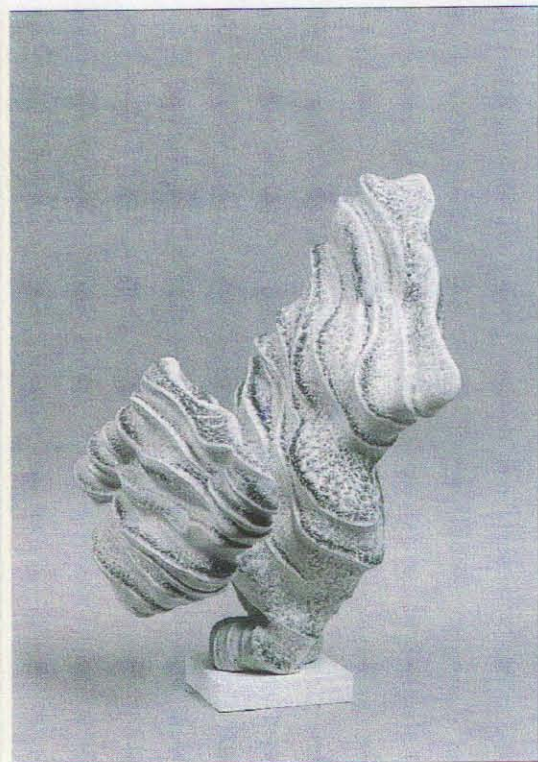
Alfredo Barbini (Murano). Cristallo di grosso spessore con incolmi interni policromi firmato A. Barb/ni. 40/100). h. cm 26

curata da A.N.G.E.L.O. Vintage Palace, simboleggia gli albori del pret-à-porter. Dello stesso periodo, un'esposizione di Fiat 600 nelle varie interpretazioni, quasi s'artori, che i carrozzeri dell'epoca hanno dato di questo simbolo del "miracolo economico". Infine, alcune significative opere di pittori italiani: uno squarcio sulle inquietudini del mondo contemporaneo filtrate attraverso gli occhi di grandi artisti.

Ad un pubblico acculturato - amante del bello ma senza steccati culturali, sensibile

alle problematiche dell'evoluzione del costume, feticista quanto un collezionista può esserlo ma con sufficienti anticorpi contro la grande volatilità delle mode - si rivolge la mostra. Che un nutrito programma di manifestazioni culturali propone: lo scopo, quello di sottolineare con alcuni rapidi flash alcune fra le peculiarità (funzionalismo, design, industrializzazione delle produzioni, utilizzo di materiali innovativi, nuove tecnologie, ricerca di nuove forme espressive in campo artistico) di questo secolo.

Lorenzo Bonini



Carlo Zauli (Faenza);
a sinistra:
"Cubo alato".
statua in gres bianco
cotto a 120°.
h. cm 46;
a destra:
"Agamennone".
statua in gres bianco
cotto a 1200°.
h. cm 46

