

900

ARTI DECORATIVE E APPLICATE DEL XX SECOLO



a cura di Tersilla Faravelli Giacobone

Saggi

Nora Bairati, Giancarlo Bojani, Rosita Bonito Fanelli,
Rossana Bossaglia, Tersilla F. Giacobone, Anna Finocchi,
Ezio Godoli, Anty Pansera, Daniele Riva, Ettore Rotelli,
Ornella Selvafolta, M. Cristina Tonelli, Maurizio Vitta

edizioni
LYBA
L'arte
L'immagine

Una radio in ogni stanza

La collezione Radios - The Golden Age

Negli States americani tra la fine degli anni Venti e l'inizio degli anni Quaranta prosperavano più di 600 fabbriche di radio, poichè, pur rimanendo quasi inalterata la programmazione delle emittenti, la diffusione dell'apparecchio ubbidiva al comune e imperativo slogan di "una radio in ogni stanza". La sbalorditiva esuberanza di creatività, spesa pure da parte di noti industrial designer nella progettazione di apparecchi dalle incredibili forme, costituiva l'elemento indispensabile alla veicolazione della radio come oggetto anche decorativo e alla sua voluta, rapida obsolescenza. La fantasia dei designer si esprime allora nella creazione di apparecchi da tavolo dalle incredibili forme: a grattacielo, nave, mappamondo, bottiglia di birra o champagne, pianoforte, orologio, macchina fotografica. Sovente riproducono cartoni animati, eroi di fumetti, immagini sportive, prodotti di consumo, star del cinema.

Un'altra caratteristica delle radio di quel periodo è che sono tra le prime merci a utilizzare, per la costruzione della cassa, i nuovi materiali artificiali quali la bachelite e i suoi ricavati, commercializzati con i nomi di Catalin, Marblette, Durite, Gemstone. La prima cassa in palstica la costruì la Chicago Molded Products, nel 1931, per Kadette. Nel 1950, il fenolo, l'urea, la caseina e altri componenti sintetici erano presenti nel 95 per cento delle radio da tavolo, mentre il legno diventa il materiale principale delle casse degli apparecchi televisivi e dei mobili radio. (Anche le prime TV sono occasionalmente coperte in plastica.) Il metallo fu, al contrario, utilizzato in misura assai ridotta. La Catalina, in particolare, lanciata agli inizi degli anni Trenta, ebbe un immediato successo per i suoi colori, più di duecento, trasparenti, marmorizzati, opachi. Ne nacque una moda e così si produssero oggetti che una volta lucidati raggiungevano la levigatezza del vetro. Cartier utilizzò la Catalina per le casse dei suoi orologi, Fred Astaire ballava su un pavimento realizzato con il suo materiale preferito, la Catalina appunto, mentre Ginger Rogers pubblicizzava bijoux realizzati nello stesso materiale. Così iniziò anche la produzione di involucri per piccole radio non costose ma assai attraenti per la loro ampia gamma cromatica: giallo, verde, rosso, arancio e il rarissimo blu. Da alcuni anni queste radio sono divenute oggetto di collezione soprattutto per il materiale costruttivo che, sebbene alterato dal tempo e dalla luce solare, è possibile riportare all'originale splendore e lucentezza.

Tersilla Faravelli Giacobone

A radio in every room

The Radios collection - The golden age

From the end of the twenties up to the beginning of the forties, more than 600 radio factories flourished in the United States, because even though the programming of these transmitters remained almost unchanged, the diffusion of the set obeyed the common imperative slogan "a radio in every room". The amazing exuberance of creativeness, spent by even most famous industrial designers in designing sets in incredible shapes, was the vital element in the spread of the radio also as a decorative object and in its deliberate, fast obsolescence.

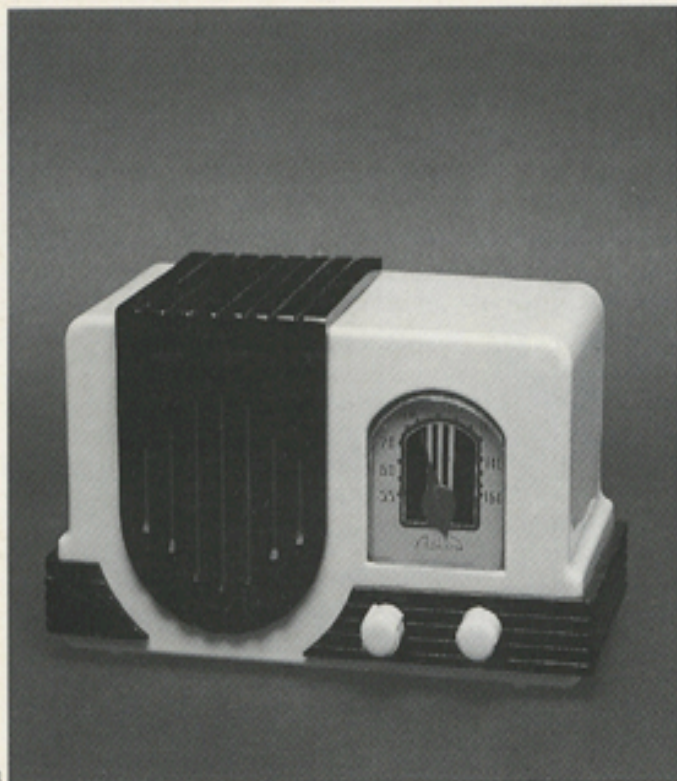
The designer's imagination expressed in the creation of table radio sets in incredible shapes: in the shape of skyscrapers, ships, globes, bottled of beer and champagne, pianos, clock and cameras. They often reproduced cartoons, comic-strip heroes, sporting scenes, consumer products and film stars.

Another characteristic feature of the radio at that time is that they were among the first goods to use new artificial materials for their speakers, such as bakelite and its by-products traded under the names Catalin, Marblette, Durite and Gemstone. The first plastic speaker was made by Chicago Molded Products in 1931 for Kadette. In 1950 phenol, urea, casein and other synthetic components were used in 95% of table radios, while wood became the main material for television set and cabinet radio speakers. (Even the first TVs were sometimes covered in plastic.) Metal, on the other hand, was used considerably less.

Catalina in particular, which was launched at the beginning of the thirties, was an instant success because of its colours, which were over two hundred including transparent, marbled and mat varieties. This became the fashion and consequently manufacturers began to produce objects which became as smooth as glass when polished. Cartier used Catalina for his watch-case, Fred Astaire used to dance on a floor made in his favourite material, that is Catalina, while Ginger Rogers publicized jewellery made in the same material.

This was also how the production of the speakers began for small, cheap radios but which were quite appealing because of their vast colour range: yellow, green, red, orange and blue, which was very rare. Over the last few years, these radios have become collector's items especially because of the material they are made in which, even though it is altered with time and by sunlight, can be returned to its original brightness and shine.

Tersilla Faravelli Giacobone



1. Emerson, modello BT 245 (1939).
 2. Emerson, modello 400 (1940).
 3. Addison, modello A2A (1940).

1. Emerson, BT 245 model (1939).
 2. Emerson, 400 model (1940).
 3. Addison, A2A model (1940).
 4. Garod, 6AU1 model (1940).



5



6



7



8

5. Sonora, modello KM (1941).
 6. De Wald, modello A501 (1941).
 7. Fada, modello 1000 (1946).
 8. Sentinel, modello L284 (1947).
 Collezione Galleria Old, Torino.

5. Sonora, KM model (1941).
 6. De Wald, A501 model (1941).
 7. Fada, 1000 model (1946).
 8. Sentinel, L284 model (1947).
 Old Gallery collection, Turin.