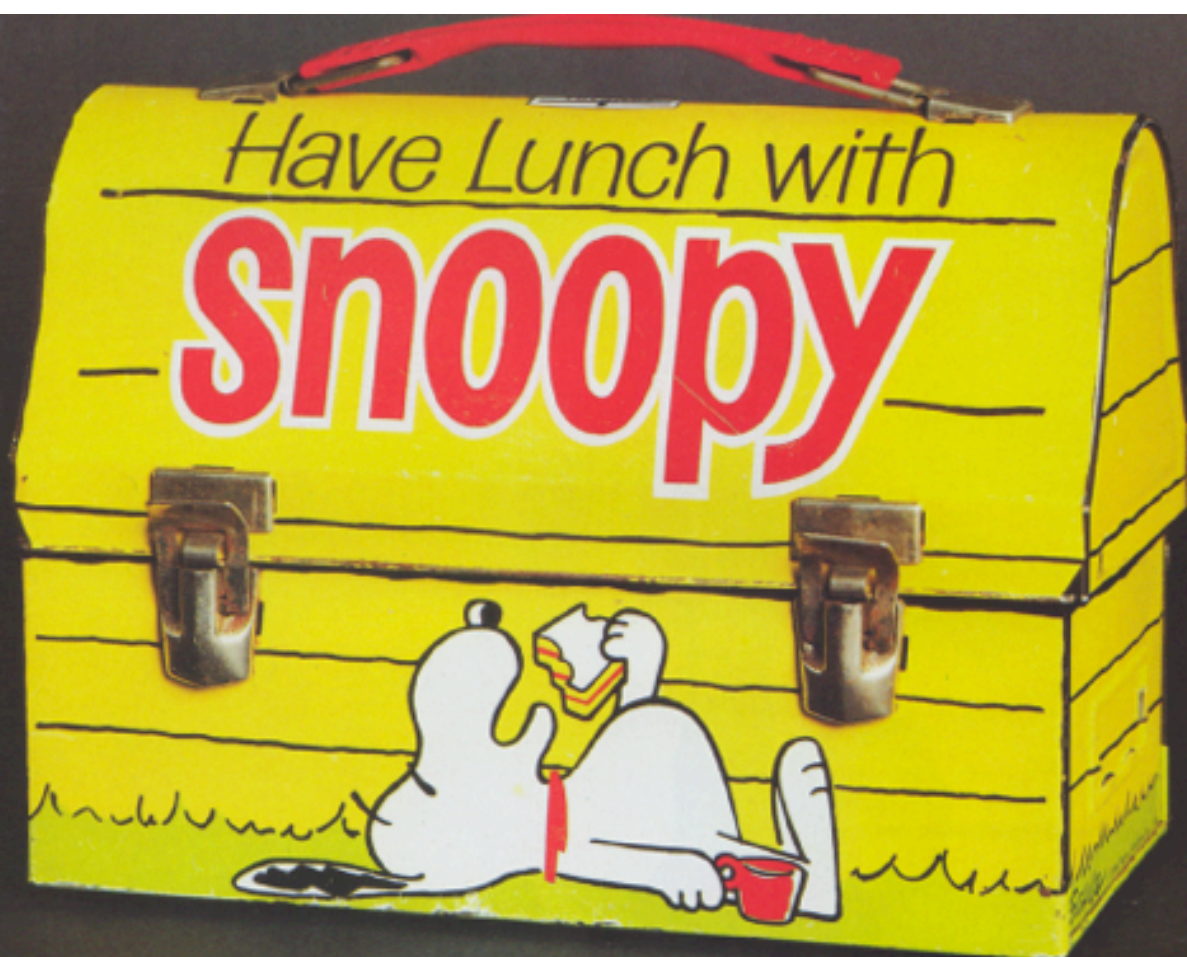




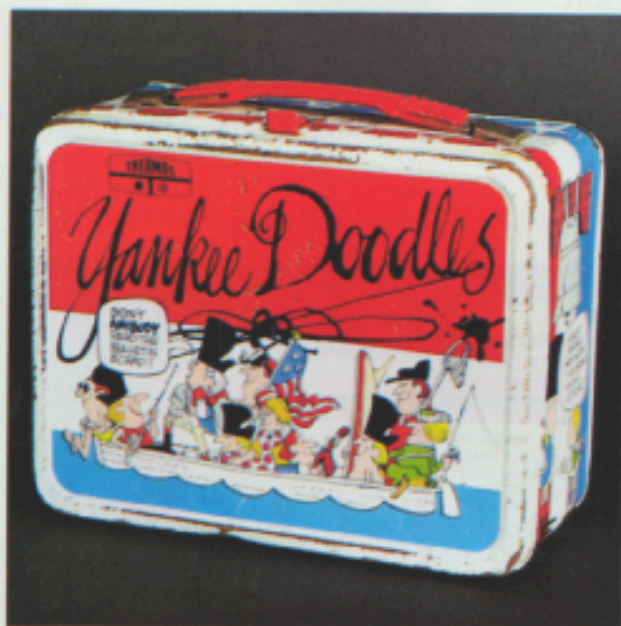
PER UNA MERENDA COLORATA

Poi l'amorevole mamma prepara la merenda, sempre a base di panini e frutta e la infila nel colorato lunch-box



In tutti i film americani che si rispettano degli anni '50 (specialmente se la protagonista è Doris Day) in almeno una scena si vede l'allegria famiglia alle prese con la prima colazione intorno all'ampio tavolo, solitamente in cucina, fra cornflakes, marmellata, toast, uova, bacon e latte. Poi l'amorevole mamma prepara la merenda, sempre a base di panini e frutta e la infila nel colorato lunch-box del saltellante bambino. Nel frattempo da fuori-campo si sente il clacson e la frenata dello school-bus davanti al vialetto di casa, cui segue l'immane inquadratura del figlio che corre, inseguito dal fedele cane di casa, verso il pulmino giallo che lo porterà a scuola, mentre la mamma in perfetta tenuta casalinga, bella, sorridente e pettinata (ma com'è che le nostre, al mattino, sono sempre di cattivo umore e struccate?) lo saluta agitando





la candida manina (che chissà com'è è sempre perfettamente curata, con le unghie lunghe e neanche una screpolatura). In sintesi questo è il quadro di quegli anni: linde mamme, linde case, bei bambini, tante merende e coloratissimi lunch-boxes, i cestini della merenda usati dai bambini americani negli anni '50 e '60. Una pubblicità delle lunch-boxes dichiarava: "Nulla di simile è mai stato visto negli annali del divertimento". Il motto era veramente azzeccato.

Tra il 1950 e il 1970 furono venduti in America oltre 120 milioni di cestini per la merenda, vale a dire un cestino e mezzo per ogni bambino nato nell'epoca del boom demografico (w il consumismo!). La chiave di questo spettacolare successo fu la televisione.

All'inizio degli anni '50, questo nuovo elettrodomestico era già diffuso in milioni di case e ai bambini del dopoguerra la TV offrì la possibilità di ampliare gli



orizzonti della loro fantasia sotto l'influsso del nuovo stile di vita. Per divertirsi non occorre più telefonare agli amici per fissare un appuntamento, prendere la bicicletta dal garage o il monopattino per raggiungerli ed infine inventare un nuovo gioco per passare il pomeriggio. Bastava un clic e subito o quasi (era un po' più lento all'epoca) il grande schermo in bianco e nero si illuminava magicamente trasmettendo l'immagine voluta, e il pomeriggio di divertimento, in compagnia degli eroi preferiti era assicurato. Ovviamente i lunch-boxes decorati con i personaggi più famosi del video divennero per i loro piccoli proprietari un simbolo di affermazione sociale come lo erano le automobili con le code per i loro genitori.





E ogni mattina i bambini mostravano orgogliosi il cestino della merenda che rifletteva la loro identificazione con un personaggio alla moda o con uno spettacolo particolarmente seguito.

Da principio, le autorità scolastiche non videro di buon occhio queste scatole colorate anzi furono considerate come dei piccoli cavalli di Troia che portavano la TV e il divertimento nel regno consacrato della cultura, ma i lunch-boxes dal loro scaffale vicino ai cappotti non smisero mai di trasmettere allegria.

Risale alla primavera del 1949 il primo lunch-box decorato con un personaggio televisivo e questo personaggio che spicca sullo sfondo rosso è ormai leggenda: Hopalong Cassidy. La reazione fu più grande dell'aspettativa e la fabbrica pro-

dottrice, la Aladdin Industries, divenne una delle più importanti del settore. Ma nel 1953 un'altra ditta, la American Thermos (in seguito si chiamerà King Seeley



Thermos), che sarà per decenni la rivale della Aladdin, produce il primo lunch-box completamente litografato con un altro noto personaggio appartenente al filone western: Roy Rogers. Un altro trionfo e tanto divertimento per i bambini. Nella loro battaglia per il primato di vendite, la Aladdin e la King Seeley ricercarono la collaborazione di famosi designers quali Robert O. Burton noto per il logo Kentucky Fried Chicken e Big By e ancor più per il progetto di illuminazione della State Street a Chicago; e Elmer Lehnhardt collaboratore di Sundbloom nella creazione di Babbo Natale della Coca Cola e molti altri ancora. Insomma fu una vera e propria battaglia a base di fumetti, disegni, colori e fantasia. L'apice del design fu raggiunto con i lun-





ch-boxes con il coperchio arrotondato, ma ne furono prodotti in minima quantità per ragioni di elevato costo produttivo. Ebbero comunque un gran successo perché la loro forma si adattava facilmente ad assumere le sembianze di un pulman, di un treno o di una carovana.

All'inizio degli anni '70, purtroppo, un gruppo agguerrito di mamme (le solite apprensive) si rivolse alle autorità dello Stato della Florida chiedendo ed ottenendo il bando dei lunch-boxes in metallo in quanto pericolosi in caso di lite tra i bambini (in effetti erano una bell'arma impropria, soprattutto se la merenda era un po' "pesante"!): Questo decreto fu presto condiviso anche dagli altri stati. Era la fine di un periodo, Doris Day non salutava più il proprio pargoletto dalla

porta di casa, i bambini non usavano più quei colorati contenitori per il loro spuntino, ma in compenso si picchiavano con le spranghe di ferro, mentre il pulmino della scuola era rimasto imbottigliato nel traffico. La produzione dei cestini per la merenda, non più in metallo, ma in vinile, è tutt'ora esistente, ma non così fantasiosa come in quegli anni e forse c'è un po' di nostalgia e un desiderio di ricerca e di collezionismo per questi oggetti che hanno tanto un sapore di vecchia America e tacchino ripieno, come i film dell'epoca. Oggi molti Americani hanno iniziato a cercare dovunque i famosi cestini della loro infanzia, ma poiché queste scatole di latta erano sottoposte ad un trattamento poco riguardoso da parte dei loro piccoli proprietari (che a quanto pare

erano anche un po' agitati) e adibite a contenere cibi e bevande, è ormai piuttosto difficile trovare un lunch-box che sia sopravvissuto per trent'anni in perfette condizioni. C'è comunque da considerare il fatto che essendo oggetto di una nuova forma di collezionismo, probabilmente c'è qualche possibilità di trovarne in una polverosa soffitta o in un vecchio mercatino delle pulci.

Chissà se anche da noi scoppierà questa nuova moda "made in U.S.A.", che ci porterà a recuperare il nostro vecchio cestino (ma i nostri non erano in vimini?) per creare un angolo di colore e di ricordi per la camera dei nostri bambini?

Monica Stori

La collezione di lunch-boxes appartiene a Odi, via Duchessa Isanda, 13/A Torino.



