

## Objetos encantados para los nostálgicos: abre una muestra de publicidad retro

“La escala cuenta” es la muestra de publicidad corpórea con piezas de colección de Eduardo Argüello. El cordobés abre la puerta a la fascinación de otros tiempos en el Palacio Ferreyra.

Por ALEJANDRO MARECO - 08/10/2019-[La Voz del Interior](#)



Las cosas pueden parecer apenas cosas, meros asuntos de materia inerte, pero a veces las cubre una extraña aura que las anima. Sucede cuando tienen el poder de retener no sólo el rastro del tiempo, sino también lo vivido, los días de las vidas que se han entendido con ellas. Lo fugaz de lo cotidiano queda guarecido en esos objetos que disparan la evocación y son capaces, con sólo mirarlos, de desatar un revuelo de sensaciones. La nostalgia, entonces, reconoce un gusto dulce. Y no sólo va en busca de los recuerdos personales, sino más allá, hasta el ayer de los mayores, hacia los misterios de entrecasa de esos mundos apenas pasados. En el tercer piso del Museo Superior de Bellas Artes Evita, en el emblemático Palacio Ferreyra, se han reunido casi 100 piezas de una colección de publicidad corpórea que habitaron vidrieras, mostradores, escritorios y baúles de viajantes, sobre todo en la primera parte del siglo 20, aunque algunos también en las últimas décadas.

Son objetos de tres dimensiones, algunos incluso con movimiento o luces, que le ponían el cuerpo a las estrategias publicitarias desde los tiempos en los que no se contaba sino con las dos dimensiones de las páginas de diarios y revistas o la inmaterialidad de las radios.

“Hay que verlas con la mirada de otro tiempo, con la de nuestros abuelos, para intentar comprender qué sensaciones podían despertar estas piezas desde una vidriera”. Quien sugiere el camino sensible para entrar en la fascinación de ese pequeño universo de cosas es Eduardo Argüello, el coleccionista cordobés que ha dedicado tres décadas de su vida a una búsqueda sin pausa que hoy se regocija en esta impactante muestra.

Sí, las vidrieras eran inmensas ventanas mágicas, las pantallas que quedaban encendidas cuando la noche caía sobre las calles de los corazones urbanos. Tanto que recorrerlas, detenerse frente a cada una para repasar las cosas ya vistas y descubrir las nuevas, era un paseo familiar muy frecuentado.

De todos los días

Era algo más que la ambición de alcanzar la posesión de uno de esos objetos, que el deseo de consumir. Era el ansia de mirar y, sobre todo, de encontrar una versión extraordinaria de las cosas que formaban parte de lo ordinario de los días.

Y las piezas que definían la atracción de una vidriera eran esas formas de la publicidad corpórea: peines, agujas, lámparas, relojes de bolsillo gigantes; cocinas, camiones, bañeras pequeñas; creaciones con diseños especiales; personajes inventados... tantas. No sugerían ni fórmulas de felicidad, ni de atracción, ni de poder. Todo giraba alrededor de la sencillez de los productos, sólo que lo hacían de un modo y un tamaño que las cosas de lo cotidiano se volvieran encantos.

Elogio de la hipérbole

“La escala cuenta” se llama la muestra que será inaugurada este miércoles, a las 19.30, en el museo Evita.

¿Qué hacen en el museo superior de bellas artes de la provincia cabezas de Geniol, el legendario perro Nipper frente a la bocina del fonógrafo de la RCA, una radio con la forma

del Jabón Federal, el gorila de los suspensores (calzoncillos) Cliper, la réplica en miniatura de la escultura de El Tamborcito de Tacuarí que ilustraba la tapa de los cuadernos, el burrito cordobés de Cachamai?

“Son muchos los artistas que incursionaron en la publicidad, no sólo como diseñadores sino plenamente como artistas. Entonces, estas piezas de colección son obras de arte diseñadas por artistas y no sólo piezas de colección, y su exhibición en el museo es una forma de ponerlos en valor. Por eso resulta pertinente mostrarlas aquí más allá de su intención original”, explica Mariana del Val, directora del Museo.

También destaca la oportunidad de apertura que representa esta exposición.

“Trabajar sobre ciertas construcciones sociales que estuvieron atravesadas por otras cosas más allá del arte, es una buena manera de convocar al museo a otra gente que no es del mundo de las bellas artes”, dice Del Val.

La muestra ocupa tres salas y el hall de ingreso al tercer piso. La curaduría estuvo a cargo de Carlos A. Lista, mientras que del diseño del montaje se ocupó Juan Canavesi. Todas las piezas cuentan con vasta información, y en la investigación participó Rodolfo Bellomo, profesor de Historia de la Publicidad, en la Universidad Siglo 21, además del propio Argüello.

Hasta enero

Lista, el curador, subraya la centralidad de la hipérbole (aumentar o disminuir exageradamente algo) en la exhibición. Y explica que la razón del título, “La escala cuenta,” tiene un doble sentido: “Por un lado, importa cuando aumenta o miniaturiza un objeto, dado que, al exagerar deliberadamente algún rasgo o cualidad del mismo lo saca de su ‘normalidad’ para producir un efecto buscado. Por otro lado, a través del doble juego de crear ‘gigantes’ y ‘liliputienses’, con propósitos lúdicos y persuasivos, la publicidad, emula al arte y a la literatura”.

Los objetos estarán en el Palacio hasta enero (aunque es posible que se prorrogue la muestra), acaso en un lugar inesperado para sus historias, pero dispuestos a ser parte de nuevas vivencias.