

ECONERRE - Carosello. Pubblicità e Televisione 1957-1977



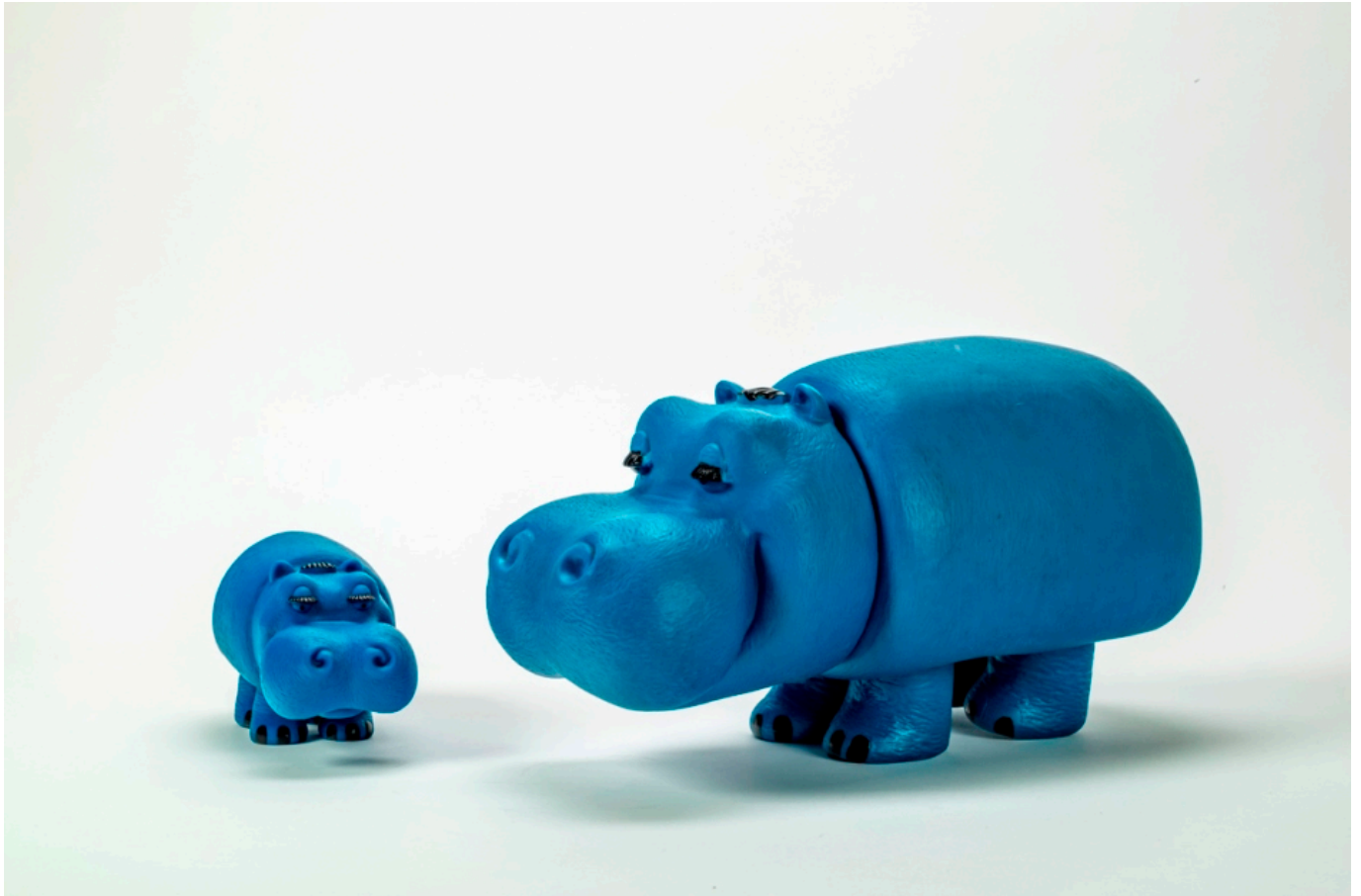
ECONERRE
ECONOMIA EMILIA-ROMANA

*Ancora qualche giorno per la mostra **Carosello. Pubblicità e Televisione 1957-1977** alla Villa dei Capolavori, sede della Fondazione Magnani-Rocca a **Mamiano di Traversetolo**, presso **Parma**. Chiusura 8 dicembre*

Un nuovo capitolo nell'indagine della storia della Pubblicità in Italia.

La mostra **Carosello. Pubblicità e Televisione 1957-1977** - allestita alla Villa dei Capolavori, sede della Fondazione a **Mamiano di Traversetolo** presso Parma fino a domenica 8 dicembre - segue infatti dopo due anni la prima esposizione dedicata alla storia della pubblicità dal 1890 al 1957, che fu l'occasione per ripercorrere la nascita e l'evoluzione della comunicazione pubblicitaria e in particolare del manifesto, permettendo al visitatore di comprenderne la genesi, dai primi schizzi ai bozzetti, fino al manifesto stampato. Se in quella prima tappa della storia della pubblicità fu possibile ammirare le creazioni di cartellonisti come Leonetto Cappiello, Sepo, Marcello Dudovich o Plinio Codognato - per citarne alcuni tra i principali - questa nuova occasione espositiva permette di continuare a seguire l'evoluzione della storia della grafica pubblicitaria e del manifesto con grandi designer come **Armando Testa**, **Erberto Carboni**, **Raymond Savignac**, **Giancarlo Iliprandi**, **Pino Tovaglia**, affiancandola a un nuovo media - la televisione - che con Carosello mosse i primi passi nel mondo della pubblicità. Il visitatore quindi troverà tantissimi, celebri manifesti di quel periodo, affiancati ai bozzetti e agli schizzi, e insieme avrà la possibilità, grazie a una serie di schermi distribuiti nelle sale espositive, di ripercorre l'unicità e l'innovazione degli inserti pubblicitari di Carosello, vincolati al tempo a rigide regole di novità e lunghezza. Si scoprirà così l'universo dei personaggi animati che sono nati con la televisione, come La Linea di **Oswaldo Cavandoli**, Re Artù di **Marco Biassoni**, Calimero di **Pagot** o Angelino di **Paul Campani**, fino alla moltitudine di personaggi nati dalla matita di **Gino Gavioli**. Bozzetti, schizzi, rodovetri, storyboard sono gli elementi a complemento della serie di cartoni animati presentati in mostra a cui si aggiungono gli inserti pubblicitari in cui sono protagonisti i più importanti cantanti dell'epoca da **Mina** (Barilla) a **Frank Sinatra**, da **Patty Pravo** a **Ornella Vanoni** e **Gianni Morandi** o grandi attori come **Totò**, **Alberto Sordi**, **Virna Lisi**, **Vittorio Gassman** e grandi registi come **Luciano Emmer**, **Mauro Bolognini**, **Ettore Scola**, i fratelli **Taviani**, oltre a personaggi tv popolarissimi come **Mike Bongiorno**, **Pippo Baudo**, **Raffella Carrà**, **Sandra Mondaini** e **Raimondo Vianello**.

Carosello. Pubblicità e Televisione. La cultura di massa



Pippo l'ippopotamo

Una selezione dei più importanti oggetti promozionali dell'epoca come l'ippopotamo Pippo, o i gonfiabili di Camillo il Coccodrillo, della Mucca Carolina, di Susanna tutta Panna completano la presentazione della pubblicità dei primi trenta anni della seconda metà del Novecento. Carosello, infatti, ebbe successo anche perché creò e impose i suoi caratteristici personaggi. Umberto Eco all'epoca sosteneva, nel saggio *Ciò che non sappiamo della pubblicità televisiva*, che si trattava di personaggi ambigui ed esili, di personaggi cioè che, a differenza degli eroi e dei personaggi mitologici tradizionali, non erano «portatori di un'idea» e avevano perso «la nozione di ciò che dovevano simboleggiare». Eppure, forse proprio grazie a questa loro apparente debolezza comunicativa, tali personaggi hanno saputo integrarsi efficacemente con la cultura di massa della società italiana. Hanno saputo cioè diventare vere e proprie [icone], esseri senza profondità, spesso, come ha sottolineato lo stesso Eco, anche indipendentemente dai prodotti da cui erano nati.



Susanna Tutta Panna

La fiabesca rivoluzione dei consumi

La pubblicità di quel periodo - dal 1957 al 1977, non solo televisiva - introdusse una vera e propria rivoluzione nel patrimonio culturale e visivo di tutti. Carosello era trasmesso in bianco e nero, ma per gli italiani era ricco di colori. Aveva infatti i colori del consumo, i colori di un nuovo mondo di beni luccicanti che si presentavano per la prima volta sulla scena sociale: lavatrici, frigoriferi, automobili, alimenti in scatola, etc.



Caballero e Carmencita

Carosello non era semplicemente pubblicità, ma un paesaggio fiabesco dove regnavano la felicità e il benessere, un paesaggio estremamente affascinante per una popolazione come quella italiana che proveniva da un lungo periodo di disagi e povertà. Un paesaggio onirico che esercitava un effetto particolare nei piccoli paesi, nelle campagne e nelle regioni più arretrate, dove rendeva legittimo l'abbandono di quell'etica della rinuncia che apparteneva alla vecchia cultura contadina, in favore dell'opulenza della città e dei suoi beni di consumo. Carosello, dunque, ha insegnato a vivere la modernità del mondo dell'industria, ha insegnato cioè che esistevano dei nuovi beni senza i quali non ci si poteva sentire parte a pieno diritto del nuovo modello sociale urbano, industriale e moderno. E ha insegnato anche come tali beni andavano impiegati e collocati all'interno del modo di vita di ciascuno.

Seppure vincolato dalle rigide norme imposte dalla Rai puritana dell'epoca, ha comunque potuto mostrare le gratificazioni e le diverse fonti di piacere che erano contenute nei nuovi beni di consumo. Forse non è un caso che a Carosello lavorassero insieme i migliori creativi e le migliori intelligenze del teatro e del cinema italiano dell'epoca.



Bozzetto per Paulista Lavazza

Carosello. Le collaborazioni

L'esposizione, fra gli altri contributi, si avvale della collaborazione col prestito di un importante numero di bozzetti originali e manifesti di Carboni, Iliprandi, Testa, Tovaglia del Centro Studi e

Archivio della Comunicazione (CSAC) dell'Università di Parma, e di manifesti d'epoca del Museo nazionale Collezione Salce di Treviso e della Collezione Alessandro Bellenda □ Galleria L'IMAGE, Alassio (SV), della Fondazione Luigi Micheletti di Brescia, di archivi aziendali e di importanti collezioni private. Per tutta la parte filmica si avvale del contributo dell'Archivio Generale Audiovisivo della Pubblicità Italiana e del personale apporto del suo Fondatore e Direttore, lo storico della pubblicità Emmanuel Grossi.

La mostra e il catalogo

La mostra - a cura di **Dario Cimorelli**, cultore di storia della pubblicità, e **Stefano Roffi**, direttore scientifico della Fondazione, come il precedente capitolo dedicato alla pubblicità del periodo 1890-1957 - è accompagnata da un catalogo edito da Silvana Editoriale, dove, oltre ai saggi dei curatori e alla riproduzione di tutte le opere esposte, vengono ripubblicati testi fondamentali di Omar Calabrese su Carosello e su Armando Testa, a cui vengono affiancati nuovi testi di Emmanuel Grossi su cinema, musica e animazione in rapporto a Carosello, Roberto Lacarbonara sull'attività di Pino Pascali in ambito pubblicitario, Stefano Bulgarelli sulla Scuola modenese di Carosello.

CAROSELLO. Pubblicità e Televisione 1957-1977. Le info utili

Fondazione Magnani-Rocca, via Fondazione Magnani-Rocca 4, Mamiano di Traversetolo (Parma). Orario: dal martedì al venerdì continuato 10-18 (la biglietteria chiude alle 17) □ sabato, domenica e festivi continuato 10-19 (la biglietteria chiude alle 18). Lunedì chiuso. Ingresso: € 12,00 valido anche per le raccolte permanenti - € 10,00 per gruppi di almeno venti persone - € 5,00 per le scuole. Informazioni e prenotazioni gruppi: tel. 0521 848327 / 848148
info@magnanirocca.it www.magnanirocca.it

ECONERRE

ECONOMIA EMILIA-ROMAGNA

Direttore responsabile: Claudio Pasini. Segreteria di redazione c/o Unioncamere

Viale Aldo Moro, 62 - 40127 Bologna (BO) - Tel. 051 637 70 26 - Fax. 051 637 70 50 - Email: comunicazione@rer.camcom.it

"Econerre-economia Emilia-Romagna" (Autorizzazione del Tribunale di Bologna n. 6285 del 27 aprile 1994 - Iscrizione ROC - Registro Operatori Comunicazione n. 26898)