

il settimanale de **il Giornale****CONTROCORRENTE**

POLITICA - PERSONE - IDEE - CULTURA

LA PAROLA DELLA SETTIMANA**ATALANTA**

Figlia di Iaso, re dell'Arcadia: secondo il mito greco il padre voleva un maschio e la abbandonò su un monte. Allevata da un'orsa, uccise i centauri che volevano stuprarla. Fu l'unica donna a partecipare all'impresa degli Argonauti

MITI D'ITALIA

IL PAESE DI CAROSELLO

È stato il simbolo degli anni del boom e dell'ottimismo. Un libro ne ripercorre la storia

**di Angelo Allegri**

Per il regista Jean Luc Godard, capofila della *nouvelle vague* francese, è stato «il prodotto migliore del cinema italiano», per un ex direttore del Museo d'Arte moderna di New York, «la dimostrazione di come si possa fondere il messaggio pubblicitario con l'arte». Per milioni di italiani, invece, Carosello è stato un inesauribile serbatoio di macchiette e di slogan rimasti nella memoria e spesso nel lin-

guaggio. Ognuno ha il suo preferito: «Così bianco che più bianco non si può», «Basta la parola», «Wilma dammi la clava», «E che c'ho scritto Jo Condor?».

Si potrebbe continuare a lungo e non sempre è necessario avere una certa età per ricordarli: personaggi come Calimero il pulcino («Qui tutti ce l'hanno con me perché io sono piccolo e nero... è un'ingiustizia (...)

segue alle pagine **18-19**

segue da pagina 17

IL PAESE DI CAROSELLO

Una scenetta dopo l'altra e l'Italia è cambiata

(...) però», hanno continuato a vivere ben oltre la fine di Carosello, ormai ben 43 anni fa.

La storia del programma pubblicitario più famoso d'Italia termina bruscamente il primo gennaio del 1977: nell'ultima puntata Raffaella Carrà brinda con uno «Stock 84» alla salute dei telespettatori. E la Stock, storica società triestina (oggi trasferita a Milano) produttrice di liquori, è stata anche la protagonista del primo «spot» trasmesso da una pionieristica Rai il 3 febbraio del 1957. In scena per l'occasione c'è il comico Macario che interpreta il surreale signor Veneranda, creatura dell'umorismo di Carletto Manzoni. Tra il 1957 e il 1977, tutte le sere intorno alle 21 va in onda sul primo canale, come ha scritto lo storico della tv Aldo Grasso, «un formidabile laboratorio di linguaggi, un'officina dove si potevano sperimentare soluzioni che la programmazione normale non era in grado di concepire». Secondo

Grasso, «le invenzioni linguistiche di Carosello, le sue frizzanti sintesi narrative, i suoi ritmi discorsivi nascevano dal dover comprimere in pochi secondi messaggi convincenti, storie di senso compiuto, componimenti liricizzanti».

CREATIVITÀ E IPOCRISIA

I limiti temporali, le regole ferree a cui la Sacis, la società concessionaria della Rai, obbliga gli autori, che non possono per esempio citare nella scen-

netta iniziale il prodotto pubblicitario, diventano dunque un supporto per la creatività anziché un ostacolo.

Il risultato è che della trasmissione si parla ancora. L'ultima occasione è la recente pubblicazione del libro di Vito Molinari «Carosello... e poi tutti a nanna», (Gammarò Edizioni): una sorta di enciclopedia dedicata al tema, che fa rivivere il mito inserendolo nel contesto dell'Italia e della tv di allora. L'autore (vedi anche l'intervista in queste pagine; ndr), 90 compiuti

in novembre, di televisione se ne intende come pochi: il 3 gennaio del 1954 ha diretto la trasmissione inaugurale della Rai, è stato regista di spettacoli passati alla storia come «Un, due tre», protagonisti Ugo Tognazzi e Raimondo Vianello, o come la «Canzonissima» di Dario Fo e Franca Rame, conclusa con il ritiro dei due attori per gli interventi della censura. Quanto ai Caroselli Molinari ne ha diretti la bellezza di 500 sui 35mila trasmessi nel corso degli anni.

«Carosello e le sue regole erano frutto di un compromesso», spiega Molinari. «Da una parte l'Italia del boom, quella delle nuove forze produttive emergenti, dall'altra quella della tradizione, della Chiesa, contraria al consumismo e alla reclame, come si chiamava allora».

Da qui l'ipocrisia della separazione netta e invalicabile tra la scenetta e la parte pubblicitaria vera e propria, che in termini narrativi è una sorta di appendice posticcia al rac-

1957- LA PRIMA SCENETTA: MACARIO È IL SIGNOR VENERANDA



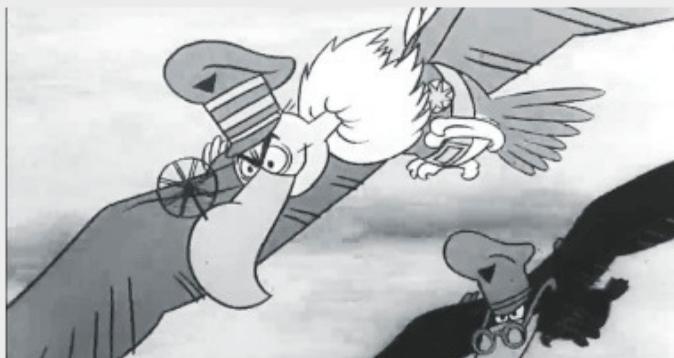
Tre febbraio 1957, ore 20.50: va in onda il primo Carosello. Nella scenetta inaugurale Macario (a sinistra con Giulio Marchetti) interpreta per «Stock 84» il signor Veneranda, personaggio inventato dall'umorista Carlo Manzoni. In un altro siparietto c'è Mike Bongiorno per l'Oreal

1958- VIA AI CARTONI ANIMATI CON L'OMINO BIALETTI



Le caffettiere Bialetti si affidano all'animazione (genere di Carosello che diventerà sempre più popolare) di Paul Campani. Nasce «l'omino coi baffi»: la bocca prende la forma delle lettere pronunciate. Campani si ispira ai baffi di Renato Bialetti, patron dell'azienda, morto tre anni fa

1971- NASCONO JO CONDOR E IL GIGANTE BUONO



Jo Condor (con il suo aiutante Secondor) e il Gigante buono sono i protagonisti dei Caroselli realizzati per i Kinder Ferrero: le scenette sono ambientate nel Paese «dove tutti si vogliono bene». Secondo un sondaggio di qualche anno fa è questo lo «spot» più amato di Carosello

1972- PAOLO FERRARI SCAMBIA I «FUSTINI»



Nel 1972 Paolo Ferrari, come in una candid camera, inizia ad offrire alle casalinghe dei supermercati lo scambio di «due fustini di detersivo per uno». Nasce uno degli slogan più famosi della pubblicità italiana: «Così bianco che più bianco non si può»

L'INTERVISTA: VITO MOLINARI

«Mastroianni e Magnani i soli a dir di no agli spot»

Ha diretto il primo programma della Rai nel 1954 e oltre 500 Caroselli: «Orson Welles registrò un episodio di prova, ma fu bocciato Per Tino Scotti l'incubo dei lassativi»



Maestro
Fellini era già pronto a girare, poi rinunciò

«Avevo fatto teatro negli anni dell'Università, Sergio Pugliese, l'uomo che ha creato la Rai, mi chiamò e mi chiese: vuole fare la tv? Non ho idea di che cosa sia, gli risposi». Vito Molinari da Sestri Levante, classe 1929, ha l'aria di uno che non ha mai smesso di lavorare. Di recente, dopo la morte della moglie, ha fatto un giro del mondo di quattro mesi su una nave da crociera. Ma ora parla già soddisfatto dei suoi nuovi progetti per il teatro Olmetto di Milano, mentre racconta del suo libro su Carosello e di un pezzo importante di storia della tv pugliese dopo il colloquio l'ha assunta subito.

«Sì, sono entrato in Rai che non

avevo ancora 23 anni. Pugliese aveva cercato di coinvolgere nel progetto della tv i migliori nomi del cinema. Ma allora il grande schermo era una potenza, era appena nato il technicolor. Si facevano spiegare che cosa era la tv, una scatola piccola, dove le immagini erano sfuocate e in bianco e nero, poi dicevano: fossi matto, in due anni la moda è bell'e finita. Gli hanno detto tutti di no. Lui non voleva quelli della radio, perché diceva che la televisione non è parola ma immagine. Così ha assunto chi aveva esperienza di teatro».

E lei nelle compagnie universitarie genovesi aveva fatto l'attore e il regista.

«In tv volevo fare l'attore. Pugliese

La prima trasmissione tv dedicata alla «réclame» è andata in onda per 20 anni esatti a partire dal 1957. I pubblicitari la subivano, la Chiesa la detestava

conto principale. «Ai pubblicitari la formula non è mai piaciuta: troppo dominante la parte dedicata allo spettacolo, troppo breve e quasi frettoloso il cosiddetto "codino" dedicato al prodotto». Per anni l'equilibrio tiene, poi le cose cambiano. «Il mercato si stava trasformando, stava diventando più moderno e dinamico. Aziende e pubblicitari erano sempre più insofferenti di fronte ai limiti posti dalla Rai», continua Molinari. «Anche il pubblico era cambiato: la tv

pedagogica di Carosello aveva fatto il suo tempo».

Alla fine vincono le agenzie pubblicitarie americane, che chiedono spot brevi di 30/60 secondi e per i loro prodotti più internazionali vogliono uniformarsi agli standard mondiali, senza creare spot ad hoc per l'Italia. Finisce un piccolo mondo antico, che tutto sommato non ha troppe colpe. Ma *Civiltà Cattolica*, la rivista dei Gesuiti, non se ne accorge e così commenta la chiusura della

L'incubo dei dirigenti Rai era il sesso. La censura colpiva parole e situazioni che potevano essere anche lontanamente a rischio. Con qualche svista

trasmissione: «Non lo rimpiangeranno quanti ritengono che è tutt'altro compito di un'azienda praticamente di Stato, avallare per vent'anni, come servizio pubblico, una pubblicità quale Carosello, che più di altre rubriche, ha identificato l'essere col sembrare, il dovere col piacere, la felicità col possesso, il senso sociale col consumismo».

In realtà Carosello era un argine, che teneva in piedi perfino le ipocrisie linguistiche dell'Italia di un tem-

po, per esempio la regola che vietava anche solo di pronunciare certe parole. I problemi erano quotidiani: uno dei più noti umoristi italiani, Marcello Marchesi, venne incaricato di scrivere i testi per i confetti Falqui. I dirigenti Rai chiarirono subito che era proibito parlare di «purgante» o «lassativo». Marchesi, racconta nel suo libro *Molinari*, era disperato: «Che ci resta da dire? Solo la parola Falqui». E dalla necessità nacque lo slogan: «Basta la parola». Era la censura

«buona», quella incaricata di proteggere educazione e buone maniere. E soprattutto di evitare ogni riferimento al sesso.

LA PAROLA PROIBITA

Buc il bucaniere era un fantasma inventato da Bruno Bozzetto per le lavatrici Castor. Ma quel buco nella pancia, nonostante Bozzetto si sforzasse di spiegare che non c'era alcun doppio senso osceno, non lasciava tranquilli i dirigenti Rai. Così il personaggio, che pure aveva avuto successo, dovette farsi da parte. Anche i censori però avevano i loro limiti. E soprattutto non erano tenuti a conoscere i dialetti. Marco Biassoni, creò per i Pavesini la serie dei Cavalieri della Tavola Rotonda. C'erano Lancillotto e Re Artù. E anche Mago Merlino che a un certo punto esclamava: «Oh belin, un sei per otto, ma cos'è questo casotto?». La battuta passò, lo spot andò in onda. In fin dei conti la Rai non era, e non è, di Genova.

Angelo Allegri

1958- PER I CONFETTI «BASTA LA PAROLA»



Marcello Marchesi viene incaricato di scrivere i testi per i confetti Falqui. Ma gli viene proibito di parlare di «purgante» o «lassativo». L'umorista è disperato: «Che ci resta? Solo la parola Falqui». Nasce lo slogan: «Basta la parola». Tino Scotti interpreterà la serie fino al 1975

1968- COCHI, RENATO E TEOCOLI IN SCENA PER GLI ABITI LEBOLE



L'attore Armando Francioli è l'elegante testimonial degli abiti Lebole. In molte scenette si confronta con due surreali (e perdenti) personaggi: Cochi e Renato che si esibiscono spesso in un cabaret. In alcune scene uno dei modelli che indossano gli abiti è Teo Teocoli

1974- BONGIORNO RISCHIA LA VITA PER LA GRAPPA



Di Caroselli ne ha girati tantissimi (per cosmetici, detersivi, birre) ma nel 1974 Mike Bongiorno firma per la Grappa Bocchino. «Sempre più in alto», è lo slogan. Si esibisce in una serie di scene sportive e nel 1976, sorpreso da una tempesta in cima al Cervino, si salva legandosi alla croce sulla vetta

1977- SI CHIUDE CON UN BRINDISI DELLA CARRÀ



L'ultima scenetta, trasmessa il primo gennaio 1977, è dell'azienda che aveva aperto la trasmissione vent'anni prima, la Stock con la regia di Gino Landi. Raffaella Carrà saluta Carosello e i telespettatori brindando con loro e ringraziandoli per la ventennale attenzione

mi ha guardato e ha detto: ma gli attori sono tutti biondi e belli, lei con quel naso... Farà il regista. E il regista lo fatto: più o meno 2mila trasmissioni, di tutti i generi, tra cui la prima della Rai il 3 gennaio del 1954. Solo di Caroselli ne ho girati 500. Prima ero dipendente Rai e non potevo, poi mi sono licenziato per avere più libertà».

E ha contribuito a creare un genere.

«Con *Un, due, tre* che è nato subito, nel gennaio del '54, ci siamo inventati qualche cosa che non esisteva, il varietà televisivo. In teatro la rivista stava morendo l'avanspettacolo era già defunto. Noi abbiamo fatto qualcosa di diverso dalla rivista

teatrale che ha una prospettiva orizzontale con il palco di fronte al pubblico e abbiamo dato una dimensione verticale grazie al movimento della telecamera».

Di quella televisione faceva parte Carosello.

«Che ha fatto subito numeri formidabili. Il primo anno l'incasso per la Rai è stato di due miliardi. Gli spazi sono stati venduti immediatamente. All'inizio ogni sera alle 20.50 andavano in onda quattro scenette della durata di un minuto e 45 secondi ognuna, tempi interminabili rispetto ad ora. Invece il "codino pubblicitario" durava solo 30 secondi. Dal 1961 le scenette sono diventate cinque per accontentare la domanda degli in-

terzionisti. Andava in onda tutte le sere salvo il venerdì santo e il 2 novembre. Ed è stato sospeso solo quattro volte: per la morte di Papa Pio XII, di Papa Giovanni, di Kennedy e per la strage di Piazza Fontana».

Nessuno tra i grandi nomi dello spettacolo si è tirato indietro: quasi tutti una scenetta l'hanno interpretata.

«Tra i grandi a mia memoria solo Mastroianni e la Magnani hanno sempre detto di no. Gilberto Govi, grande attore genovese, aveva sempre criticato la trasmissione, poi ebbe un rovescio finanziario e per rifarsi delle perdite girò uno spot. Orson Welles realizzò, come attore e regista, una scenetta di prova però ven-

ne rifiutata, perché troppo visionaria, prima dalla Stock e poi da Rhodiatoce. Per il resto ci sono passati davvero tutti».

Quasi la stessa cosa si può dire dei registi.

«Federico Fellini doveva farne uno con Mina ma alla fine si tirò indietro. Una leggenda dice che girò una scena per una banca, forse con Paolo Villaggio, ma non ci sono prove. A Pier Paolo Pasolini e Michelangelo Antonioni furono fatte delle offerte e pare che i due fecero anche dei sopralluoghi per le riprese. Ma anche loro alla fine rinunciarono. In compenso hanno girato dei Caroselli Gillo Pontecorvo, Ermanno Olmi, Claude Lelouch, Giuliano Montal-

do, Luigi Comencini, Mauro Bolognini e si potrebbe continuare».

In molti casi il personaggio e il Carosello finivano per identificarsi: Paolo Ferrari è sempre stato l'uomo del detersivo, Ernesto Candelini era l'uomo Cynar.

«Il caso più divertente è stato quello di Tino Scotti. Dal 1958 al 1975 è stato il protagonista dei Caroselli per i confetti lassativi Falqui. Si lamentava perché appena lo vedevano iniziavano le battute. Al produttore degli spot una volta confessò il suo cruccio: "ti sono grato perché in quasi vent'anni mi hai fatto fare un sacco di soldi. Ma per tutta Italia io sono "il cavaliere di m."».