

Vuoi un motivo per usare la tua biblioteca?
E noi, a Pistoia, te ne diamo più di mille!



Campagna realizzata con il contributo della Regione Toscana #0159



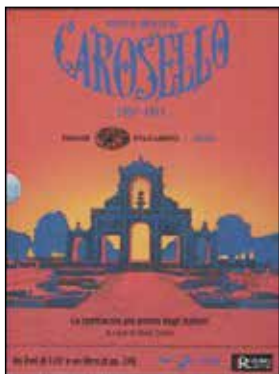

SAN GIORGIO

Carosello: sessant'anni di successi

 PISTOIA
TOSCANA
Capitale Italiana
della Cultura 2017

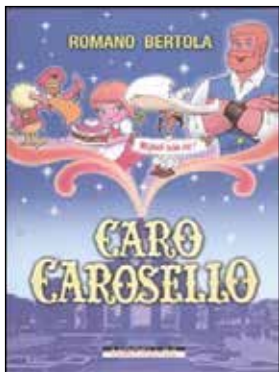
Era il 3 febbraio 1957, giusto sessant'anni fa, quando il primo "Carosello" faceva la sua comparsa sugli schermi televisivi, all'epoca non ancora presenti in tutte le case degli italiani. Quello che, almeno nelle intenzioni dei dirigenti RAI del momento, doveva essere solo un tributo alla necessità di garantire alti introiti all'azienda, diventa invece uno dei momenti più attesi della programmazione quotidiana, in grado di tracciare un confine invalicabile tra infanzia ("dopo Carosello, tutti a letto") e vita adulta. Nel corso dei suoi quasi vent'anni di vita (l'ultima serie di réclame sarebbe andata in onda il 31 dicembre 1976), "Carosello" si impone come un vero e proprio must per tutte le famiglie italiane, che gli decretano uno share oggi impensabile, con circa 20 milioni di spettatori al giorno. Per la generazione dei baby boomers, bambini negli anni Sessanta, i siparietti che si aprivano sulle piazze di Venezia, Siena, Napoli e Roma hanno alimentato l'immaginario collettivo con giochi linguistici, modi di dire, personaggi che hanno saputo vincere la sfida del tempo e imporsi anche ai giorni nostri. Alcuni figli di Carosello, come Calimero di Pagot o la Linea di Cavandoli, sono stati capaci di vivere una propria vita autonoma, mentre altri personaggi ci hanno lasciato in eredità espressioni entrate nell'uso quotidiano, che i più giovani di noi forse non sanno neppure più associare al buon vecchio Carosello. Questa rassegna intende fare un omaggio ad una grande operazione "nazional-popolare", che sdoganò moralmente il consumismo e creò un linguaggio e un sistema comunicativo capace di rappresentare le grandi speranze degli anni Sessanta.

febbraio 2017/ a. 10 - n. 3
SanGiorgioRassegne



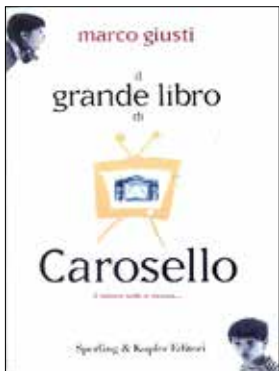
Tutto il meglio di Carosello 1957-1977 a cura di Giulia Croce. Con scritti di Edmondo Berselli e Aldo Nove, Einaudi, 2008

Un libro e un DVD in grado di regalare alle generazioni nate dalla fine degli anni Settanta in poi l'emozione di scoprire, sia pure in differita, il piacere di gustarsi le réclame pubblicitarie che hanno profondamente segnato la storia sociale e culturale dell'Italia all'epoca del boom economico. Una storia di successi indimenticabili, in grado di incidere sulle abitudini degli italiani non soltanto sul fronte dei consumi in effetti gli slogan erano pensati per vendere prodotti ma anche sul fronte delle abitudini linguistiche, delle relazioni interpersonali, dei comportamenti soggettivi. Un vero "pezzo d'Italia" da scoprire o riscoprire in video, facendosi aiutare dal corposo corredo di documentazione raccolto nel libro, dove una regista televisiva, un giornalista esperto in fatti sociali e uno scrittore offrono contributi di grande utilità per cogliere il senso di un grande innamoramento collettivo.



Caro Carosello di Romano Bertola, Morellini, 2011

E che, c'ho scritto Jo Condor? Chi non ricorda questa celebre battuta... Era il periodo d'oro della pubblicità televisiva, dove i creativi erano in grado, nonostante i limitati mezzi di allora, di inventare soluzioni di estrema raffinatezza e divertimento tanto da restare tuttora nella mente dei bambini di allora. Ecco il racconto appassionato di Romano Bertola, autore di alcune delle invenzioni più memorabili del periodo di Carosello, da "El Merendero" a "Jo Condor", da "Brava brava Maria Rosa" a "Mira mira l'Olandesina". Goliardico e divertente, battute e slogan che si incrociano per ripercorrere i retroscena dei personaggi della cultura e della creatività di quegli anni.



Carosello o dell'educazione serale di Omar Calabrese, Cooperativa Libreria Universitatis Studii Florentini, 1975

Ci sono più caroselli che nonne: per questo ci dice Omar Calabrese, all'epoca giovane critico televisivo, destinato a diventare uno dei semiologi più autorevoli del panorama italiano. Carosello è amato dai bambini ed ha sostituito il rito della fiaba prima di andare a letto. In un saggio ormai passato alla storia, l'autore smonta i meccanismi del successo del primo format pubblicitario della TV nazionale, svelandone le diverse dimensioni retoriche, estetiche e narrative, guadagnandosi di diritto il ruolo di "grande inquisitore" di una trasmissione televisiva che seppe conquistare il cuore di quasi tutti gli italiani.

Il grande libro di Carosello. E adesso tutti a nanna di Marco Giusti, Frassinelli, 2004

Una vera e propria "enciclopedia" di Carosello, con tantissime schede piene di informazioni sugli sketch pubblicitari messi in onda in poco meno di vent'anni, e corredate da notizie dettagliate su registi, attori, agenzie pubblicitarie: un atto di amore evidente da parte di Marco Giusti, notissimo autore televisivo, regista, studioso di cinema, che in questo libro raccoglie un lavoro di ricerca certosino, in grado di restituire la complessa storia di un fenomeno culturale di cui ci suggerisce non senza piacere non ci siamo affatto liberati.



Storia della pubblicità italiana di Vanni Codeluppi, Carocci, 2013

Un viaggio nell'entusiasmo e nella creatività degli italiani, dal lontano 1863, quando il farmacista Attilio Manzoni ebbe l'idea di fondare la prima concessionaria italiana di spazi pubblicitari, ad oggi, in cui la pubblicità si trasforma in un ibrido "parola-immagine che cerca di persuadere il consumatore. Grazie al sociologo Vanni Codeluppi, l'occasione per riscoprire l'evoluzione dei costumi, del gusto e delle correnti artistiche che hanno fatto la nostra storia.



Dreams. I sogni degli italiani in 50 anni di pubblicità televisiva a cura di Gianni Canova, Bruno Mondadori, 2004

Nato in seguito alla mostra "Dreams, I sogni degli italiani in 50 anni di pubblicità televisiva" allestita per celebrare il cinquantennio della nascita della televisione pubblica in Italia, il volume permette di rivivere mezzo secolo di vita degli italiani non solo come popolo, ma come somma di individui, con storie intrecciate a quella della televisione, specchio e vetrina

Carosello, la Tv e la pubblicità



Percorsi tematici di lettura, ascolto e visione

delle vicende di ciascuno di noi.

Storia della pubblicità in Italia dal 1945 a oggi di Gian Luigi Falabrino, Carocci, 2007

Dai grandi grafici attivi negli anni della Ricostruzione alle attuali anomalie del nostro sistema radiotelevisivo, dalla propaganda politica alla comunicazione pubblicitaria della politica, dai cambiamenti di costume raccontati negli spot tranquillizzanti di Carosello alle campagne shock di Oliviero Toscani: sessant'anni di storia della creatività raccontati dal giornalista e pubblicitario Gian Luigi Falabrino.

La tv che mi piace di Alessandra Comazzi, La Stampa, 2014

In Italia, di buona televisione ce n'è stata e ce n'è. Questo libro va oltre la critica e parla della tv "buona maestra" come non la conoscete: storie, ricordi, aneddoti, dietro le quinte; il tutto per far rivivere i momenti più belli di sessant'anni di televisione.

Storie e culture della televisione italiana a cura di Aldo Grasso, Mondadori, 2013

Cosa è successo quando è apparsa la televisione in Italia? Chi ne comprese per primo le potenzialità? Ha ancora senso l'idea di servizio pubblico? Che rapporti ha intrecciato con il cinema e la letteratura? Come è diventata il medium egemone inglobando altre forme espressive? Le nuove tecnologie ne

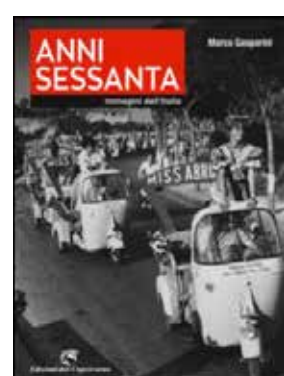
sanciranno la fine o ne trasformeranno la natura e le sorti? Aldo Grasso, il nostro maggior esperto in materia, ha radunato i più importanti studiosi di media, italiani e stranieri, per disegnare uno scenario inedito sul più diffuso e popolare strumento di comunicazione.

Lingua italiana e televisione di Gabriella Alfieri e Ilaria Bonomi, Carocci, 2012

Che cosa unisce l'italiano sciolto e disinibito della televisione di oggi e quello sobrio e garbato della televisione delle origini, e che cosa li separa? Quali strumenti disponiamo per riconoscere nella selva dei programmi un linguaggio da fare proprio? Ecco i perché di questo piccolo saggio sulla tv generalista rapportata all'italiano contemporaneo, per mettere in luce come la lingua televisiva sia variegata e comunicativa con le sue differenti varietà di parlato e registro, non sono specchio riflesso della società, ma promotrice stessa di nuove scelte linguistiche.

Dizionario della pubblicità. Storia, tecniche, personaggi a cura di Alberto Abruzzese e Fausto Colombo, Zanichelli, 1994

Non esattamente un dizionario, almeno come lo intendiamo abitualmente, quanto piuttosto una grande carrellata di ritratti di agenzie pubblicitarie famose, ricerche storiche che promuovono una forma di attenzione al sistema pubblicitario in quanto utenti dell'immaginario collettivo in cui viviamo.



Ai tempi di Carosello

Anni Sessanta. Immagini dell'Italia di Marco Gasparini, Torino, Edizioni del Capricorno, 2015

Sono proprio gli anni Sessanta quelli nei quali Carosello ha incarnato l'epopea della modernità e del boom economico: anni nei quali l'Italia si è profondamente trasformata ed ha attraversato crisi profonde, dall'emigrazione interna alla contestazione studentesca, dalle lotte operaie al tragico affacciarsi del terrorismo. Anni favolosi, ripercorsi in questo interessante libro attraverso un ricchissimo corredo fotografico che rappresenterà l'occasione, per chi ha vissuto quel periodo, di un nostalgico tuffo nella giovinezza. Molto utili le cronologie con i più importanti eventi di ogni annualità e le ricostruzioni, sintetiche ma fedeli, dei principali cambiamenti che hanno segnato la società italiana del tempo.

La grande illusione. I nostri anni Sessanta di Marta Boneschi, Milano, Mondadori, 1996

Una ricostruzione ampia ma avvincente della vita in Italia negli anni Sessanta, durante i quali i cambiamenti sul fronte dei costumi e del comportamento individuale sono enormi: il benessere economico porta con sé la crescita dei consumi. La povertà come ebbe a dire Pasolini all'epoca è vista sempre più come un peccato dal quale stare lontani: il valore delle persone si misura sempre di più sul possesso di automobili, televisori, elettrodomestici, abiti e altri prodotti di moda. Dietro le apparenze di un progresso inarrestabile, scorrono i fiumi limacciosi della corruzione politica, della divisione sociale, della fragilità di un territorio scosso da grandi tragedie (il Vajont, l'alluvione di Firenze, il terremoto del Belice) che avrebbero potuto essere evitate. Dietro quelle luccicanti apparenze,



Percorsi tematici di lettura, ascolto e visione

una grande illusione che svanisce con le bombe di Piazza Fontana.

Anni di novità e di grandi cose. Il boom economico fra tradizione e cambiamento di Patrizia Gabrielli, Il Mulino, 2011

Favolosi, straordinari, magnifici sono gli aggettivi frequentemente attribuiti agli anni Sessanta, palcoscenico del boom economico che trasformano l'Italia da paese agricolo a industriale, producendo profondi cambiamenti negli stili di vita e nei costumi. Entusiasmi, illusioni e disincanti sono parte integrante, l'anima delle storie narrate e raccolte in questo volume. Scritture semplici o ricercate, di chi scelse di mettersi davanti alla pagina bianca di un quaderno o di un foglio, armati di biro o di macchina per scrivere, per dar voce alla consapevolezza degli squilibri e delle disfunzioni di quel momento storico e i cambiamenti esistenziali che stavano per investire le nuove generazioni.



Era tutta un'altra cosa: i miei (e i vostri) anni Sessanta di Marcello D'Orta, Barbera, 2012

Un libro pieno di ricordi in cui lo scrittore Marcello D'Orta indaga la sua e la nostra infanzia e maturità narrando vicende personali e sociali che dalla seconda metà degli anni '50 arrivano fino ai giorni nostri. L'infanzia spensierata nei vicoli di Napoli, gli incontri con i giocolieri, i cantastorie, i burattinai, i pagliacci, gli scugnizzi, Totò, il mago Zurlì, Maradona, padre Mariano e molte altre figure indimenticabili di una mitologia costruita con un pizzico di nostalgia e molto acume antropologico e sociale.

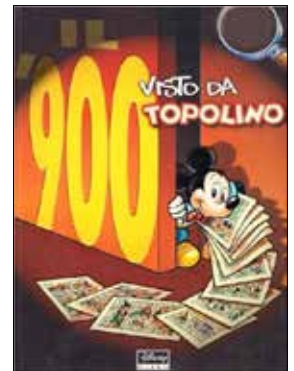


Carosello dopo Carosello

Il 900 visto da Topolino testi di Luca Boschi, Milano, Disney, 1994

Ecco per voi un numero speciale di "Super Disney", in cui Topolino e i suoi compagni di avventura ripercorrono i principali eventi del Secolo Breve: una sorta di storia del Novecento a fumetti, nella quale alcuni importanti accadimenti vengono ricordati attraverso strisce d'epoca, ripescate nell'immenso archivio Disney. Tra i capitoli della storia del mondo, ce n'è uno appositamente dedicato a "Carosello", l'appuntamento serale con le storie della pubblicità che per i bambini costituiva l'ultimo atto della giornata prima di andare a letto. Grazie alla penna di Guido Scala, "Topolino" pubblicò una serie di strisce dal titolo "Lo spot della settimana", nelle quali Paperino, Paperone e gli altri personaggi recitavano una esilarante parodia dei più famosi spot dell'epoca: in questo libro una piccolissima ma divertente selezione.

da AVA e dall'olandese che non si fermano alle apparenze, apparve per la prima volta in TV il 14 luglio 1963, protagonista nelle animazioni pubblicitarie create per la società di detersivi Mira Lanza in Carosello. Con le sue storie e le sue disavventure ci conduce per mano dimostrando come le nostre particolarità possono renderci unici al mondo.



Mister Linea e quell'incredibile venerdì 17 di Osvaldo Cavandoli, Gallucci, 2005

Mister Linea è buffo, brontolone, sempre in movimento. "Figlio di una matita e di una mano", rimane simpatico anche quando si arrabbia e succede spesso, perché gliene capitano davvero di tutti i colori. Nato dalla penna di Osvaldo Cavandoli, che lo propose ad alcune agenzie pubblicitarie che realizzavano filmati per il Carosello, divenuto testimonial della celebre azienda Lagostina, è diventato l'emblema di "un piccolo uomo vivace, dal naso realmente espressivo, con tutte le istanze e le preoccupazioni della vita moderna".



I sogni di Calimero di Nino e Toni Pagot, Gallucci, 2009

Quinto nato della gallina Cesira, discriminato per il suo colore e salvato



Comune di
Pistoia

Biblioteca San Giorgio

Via Sandro Pertini

51100 Pistoia

Tel 0573 371600

Fax 0573 371601

sangiorgio@comune.pistoia.it

www.sangiorgio.comune.pistoia.it