

*Pubblichiamo la prefazione di **Umberto Broccoli** al libro di Marco Melegaro "Carosello. Genio e pubblicità all'italiana", Novecento editore. Un libro che è un atto d'amore e un debito di riconoscenza proprio nell'anno in cui si celebrano i 60 anni dalla prima puntata e i 40 dall'ultimissimo "codino" di Carosello.*

Giovedì 3 gennaio 1957, 17.30. Nasce il Mago Zurli da allora, il mago del giovedì. In ripresa dal teatro del Convegno di Milano va in onda uno spettacolo per ragazzi ideato da Cino Tortorella e Zabì. Chi è Zabì? È lo pseudonimo di Billa Zanuso (o Billa Billa). Da allora Zurli diventa uno degli idoli di tutti i bambini italiani. Nei suoi esordi è accompagnato da un plotone di personaggi: Pippotto e Pippetto (rispettivamente Gian Carlo Cobelli e Angelo Corti), in scena insieme a Renata Padovani, Graziella Galvani, Marisa Robecchi e Nino Castelnuovo.

Un po' come per Rin Tin Tin, tutti i bambini aspettano le 17.30 per vedere i prodigi di Zurli, le magie della sua bacchetta capace di animare ogni cosa, il suo mantello azzurro sul costume bianco e azzurro, i lustrini sui suoi capelli. È Cino Tortorella, nella vita quotidiana. Vestito da mago, popola la fantasia di generazioni di ragazzi. Sarebbe fin troppo facile far ironia sul suo costume e su tutto il bagaglio al seguito di Mago Zurli, lustrini compresi. Invece Tortorella vestito da Zurli riassume perfettamente le atmosfere di quell'Italia del dopo-dopoguerra. Un'Italia nella quale l'educazione dei bambini era ancora largamente affidata ai doveri della scuola e Zurli con bacchetta e lustrini, rampognava Peppino Mazzullo-Richetto studente asino, invitando direttamente (o indirettamente) tutti gli scolari italiani a fare bene i compiti "perché altrimenti la signora maestra si arrabbia". Dalle esperienze di Tortorella (oggi senza più lustrini, ma sempre impegnato con i bambini) sono nate canzoni per ragazzi proposte allo Zecchino d'Oro e entrate nell'epica della televisione: nel clima di guerra fredda, i bambini potevano cantare che Popoff "non si lascia scoraggiar" alla faccia della CIA e del Piano Demagnetize. Potranno dare dignità a tutti gli insetti possibili. Nel mondo incantato di Zurli anche il moscerino può ballare il valzer (ne Il valzer del moscerino), mentre la zanzara può mettersi l'abito da sera ("l'aveva messo per far bella figura"). Nel mondo incantato di Zurli anche i topi hanno un'anima e parlano rispondendo "ma cosa mi dici mai?": è Topo Gigio con cui siamo cresciuti tutti. Alla faccia della classe dei pensatori sullo stile "io-non-ascolto-la-radio-e-non-guardo-la-televisione-perché-sono-totalmente-inutili-non-ché-diseducative".

Ma i bambini di quel 1957 non stanno dietro solo al mago del giovedì. Un mese dopo, in un orario completamente diverso dall'appuntamento tradizionale della TV dei Ragazzi prende forma un altro momento epico, strettamente legato alle abitudini di bambini e adolescenti. Il 3 febbraio 1957 alle 20.50 va in onda il primo numero di Carosello.

È quasi inutile aggiungere parole a parole su Carosello. Rileggiamo quelle di Marco Giusti, autore di un libro fondamentale sull'argomento.

"Non voglio ricominciare da dove cominciano tutti, cioè 'Chi ha inventato Carosello?', come non voglio finire con l'altra solita domanda 'Chi ha ucciso Carosello?'. Non so esattamente chi l'abbia inventato e non so esattamente chi l'abbia per sempre ucciso [...]. Chiunque avesse inventato Carosello, aveva visto bene. Non era solo pubblicità, era un programma assolutamente anomalo che si nutriva di ogni tipo di spettacolo. E dove era possibile, pur passando sotto i rigidi controlli della censura e della Sacis, far di tutto, dal cartone animato sperimentale a quello più classico, dal varietà al filmetto industriale artistico. E dove tutto poteva convivere. Così Carosello andò avanti per vent'anni, fino all'inizio del 1977 nel suo imperturbabile bianco e nero con variazioni minime, unendo banalità e genialità, le scelte facili dei comici di successo e le piccole rivoluzioni linguistiche. Fermandosi rarissime volte. La sua idea era talmente forte che il suo modello vive perfino in tanti spot attuali e noi non ce ne siamo ancora realmente liberati.

È mito. E come ogni mito che si rispetti, se ne perdono le origini nella tradizione orale, da sempre caratterizzata dai "si dice". "Si dice" sia nato da un'idea di Vittorio Cravetto dirigente RAI del settore varietà, su incarico di Sergio Pugliese. Ma "si dice" anche il nome di Roberto Ricas su

incarico del direttore generale Salvino Sernesi. Ma “si dice” anche il nome di Giovanni Fiore, nonché quello di Gino Sinopoli. Del resto - “si dice e si sa” - il successo ha sempre molti padri, tutti incerti (e per contro, l’insuccesso ne ha sempre molti pochi e tutti certi).

È mito per certi personaggi. In ordine sparso, ripescando dalla memoria così come vengono: “Come mai non siamo in otto?/ Perché manca Lancillotto!/ Po po po po po poffare!/ Presto andatelo a cercare!/ Lancillotto, buon re Artù/te lo vai a cercare tu!”. In versi, come un poema epico, parlavano così i cavalieri della Tavola Rotonda in una pubblicità della Pavesi. Mentre Virna Pieralisi, in arte Virna Lisi “Con quella bocca può dire ciò che vuole”, mentre esibiva sorridendo un dentifricio arricchito con Vitazim. Mitici anche quegli additivi chimici, nati nei laboratori di Carosello, piuttosto che nei laboratori chimici. Chi ha dimenticato il Perboratex? Nella lunga era di Carosello, è stato il festival degli additivi: se non esistevano nei laboratori, si inventavano nelle agenzie pubblicitarie. Dall’era di Carosello in poi il brandy “crea un’atmosfera”, mentre “Oggi giorno tutto è una lusinga/ dura minga dura no/ Vive solo chi non se la prende/e cantare sempre può: fino dai tempi dei garibaldini/ China Martini, China Martini/, e il Bitter Campari è l’aperitivo/ che piace a tutti chi non lo sa/ Bitter Campari ti rende giulivo/ ti dona un pizzico di buon umor/ Bitter Campari perché/ quando la vita sorride/ sorride anche a te”.

Certamente risentiva della cultura del kolossal il Carosello Rhodiatoce: “Aho! So’ Caio Gregorio/er guardiano der pretorio/ fa’ la guardia nun me piace/ c’ho dù metri de torace” urlava l’antico pupazzetto romano stilizzato uscendo dalla sua corazza. Mentre tutti i quarantenni di oggi invidiavano profondamente la popolarità di Giusva Fioravanti mentre faceva pubblicità ad un formaggino: Ramek, per la cronaca. Mito ed epopea del West si incrociano nelle pubblicità di Paulista e della Carne Montana. Il Caballero Misterioso ripropone la saga della conquista della donna (“dov’è, dov’è, dov’è la donna?”), nonché le caratteristiche dell’eroe (“è forte, è bruno, e ha il baffo che conquista”) e della rivelazione dell’eroe (amore! Quell’uom son mi!). Mentre Gringo dà vita ad uno spaghetti-western in rima, talvolta zoppicante (lo vedo, mi armo, lo agguanto e lo stingo/sarebbe lo stango, ma è per far rima con Gringo!). E poi ancora Unca Dunca, Pippo e i suoi pannolini, Angelino, Calimero. Calimero, poi, è entrato nei libri di storia e ha un suo albero genealogico: nasce a Ovate, come sedicesimo uovo della chioccia Cesira (il padre si chiama “Gallettoni”). Non è nero, ma è solo sporco.

Dal mito alla vita quotidiana il passo è brevissimo. Ha ragione Giusti nel sostenere che di Carosello non ci siamo ancora liberati. Non ce ne siamo liberati e non ce ne libereremo tanto facilmente: modi di dire, slogan, ricordi hanno segnato quei tempi e sono stati travasati direttamente fino ai nostri giorni. Con una sola eccezione: i bambini non vanno più a letto dopo Carosello.

E così Marco Melegaro riannoda i fili di tutto. Lo fa con la curiosità colta con la quale vive il suo mestiere di giornalista. Ci fa viaggiare in quel ventennio in cui l’Italia è cambiata radicalmente: dal boom allo sboom, dalla voglia di domani ai domani complessi della crisi dei Settanta, sempre meglio del domani scappato via dall’orizzonte dei ragazzi contemporanei, stupiti dalle consuetudini strane dei loro coetanei, tali nella seconda metà del XX secolo. Per i giovani del XXI secolo è inimmaginabile pensare a migliaia di adolescenti incollati di fronte ad uno spettacolo di pubblicità e - ancor più incredibile - pronti ad andare a dormire non appena calava la tela virtuale di Carosello. Uno sciame di ragazzini e di ragazzi ognuno a letto per conto suo, ma più o meno contemporaneamente. Marco racconta e in quel racconto ho rivisto le serate invernali di pioggia e freddo, con la paura dell’interrogazione il giorno dopo, perché non era programmata e la professoressa era una sacerdotessa della cultura: andar male con lei, significava darle una delusione. E lei lo diceva, chiaramente: “No, così non va. Oggi mi hai dato una delusione”.

Ho rivisto la televisione in bianco e nero, celebrata, ricordata, rimpianta, ma soprattutto più colorata di quella a colori. Ho rivisto la curiosità stupita di quando si scoprivano i prodotti reclamizzati a Carosello: sembravano diversi, proprio perché erano a colori. Ho rivisto i banchi di scuola, i pantaloni corti al ginocchio e “a casa per la cena alle 20.30, all’ora del telegiornale”, le partite di

calcio alla villa comunale con le porte fatte dai libri di scuola “di cinque passi e non barare”, delle feste al sabato pomeriggio (poi slittate al sabato sera, una volta compiuti quattordici anni), le file al negozio di dischi per ascoltare l’ ultimo successo dei Rokes senza poterlo comperare perché i soldi del settimanale non bastavano, i collettivi, le assemblee, l’ora di ginnastica e di religione, la prima comunione e la cresima, il catechismo, la parrocchia, il biliardino (in realtà calcio balilla), le tre palline colorate di gomma americana a dieci lire e la felicità stupita quando - per sbaglio - dalla bolla di vetro ne scendevano quattro, la dichiarazione, l’attesa della risposta, il “ci devo pensare”, la buca e “ma perché le piace Claudio?”, l’inadeguatezza di fronte ai ragazzi più grandi quando dicevano “Tu? tu sei ancora un ragazzino che va a letto dopo Carosello!”

Ho rivisto la mia infanzia e la mia adolescenza, caro Marco. Inevitabilmente, ma orgogliosamente segnata da Carosello.