

Altro che spot, com'era meglio Carosello

Dario Fo, che fu uno dei pionieri degli show commerciali: «Quello era spettacolo...»
 di PIERO DEGLI ANTONI

— MILANO —

TRENT'ANNI FA calava il sipario, e non per modo di dire, su una delle sigle più amate della tv italiana: quella di «Carosello». Il primo germoglio di tv commerciale lasciava il posto all'ondata di spot che negli anni seguenti ci avrebbe travolto. Era nato vent'anni prima, quando la tv italiana era tutta un'altra cosa. Tra i molti grandi protagonisti che affollano «Carosello» (da Gilberto Govi a Tino Scotti, da Ernesto Calindri ai De Filippo, da Delia Scala a Ugo Tognazzi, a Totò, a Nino Manfredi, da Mina a Federico Fellini) **Dario Fo** fu tra i principali. Un personaggio per tutti merita di essere ricordato: il «ballista», prototipo degli spacconi da bar, che concludeva le sue incredibili iperboliche avventure con la reclame della Barilla.

Cosa rappresentava «Carosello»?

«Era uno spettacolo compiuto che comprendeva pezzi vari di televisione, dai cartoni animati ai giochi comici al cinema. Si trattava di pezzi che avevano una vera e propria struttura narrativa molto forte con un inizio, uno sviluppo e una fine, e solo in coda entrava la pubblicità. In pratica l'azienda produttrice regalava al telespettatore uno spettacolino, era come un piccolo show 'offerto da...»

Che differenza esiste con gli spot di oggi?

«Oggi si realizzano anche spot molto belli, ma la cui unica funzione è vendere il prodotto, nient'altro. Magari c'è una bella idea ma subito ci attaccano il tormentone perché la marca deve essere ricordata. E poi è tutto brevissimo, perché i secondi costano... Il prezzo che una volta le aziende pagavano per un siparietto di 'Carosello' oggi equivarrebbe a neanche la metà di uno spot di pochi secondi».

Quali ricordi conserva di quel periodo e di quel «Carosello»?

«'Carosello' aveva una matrice molto moderna, di sintesi scattante. C'era per esempio l'investigatore che indagava e scopriva un delinquente, poi l'inseguiva con una macchina scassata che però, grazie alle miracolose proprietà di una certa benzina, gli permetteva di arrestare il

fuggitivo. Ma il gioco era tutto prima, nell'investigazione, nella scoperta del colpevole. La marca della benzina arrivava solo alla fine».

Collaborava alla stesura dei testi o si limitava a recitare un copione?

«Non solo scrivevo i testi, ma facevo anche la regia e il montaggio. Il montaggio in particolare era importantissimo per dare ritmo a una scenetta che durava 135 secondi».

Lei che era abituato a recitare a teatro, e quindi con testi molto lunghi, come si trovò a confrontarsi con spettacoli così brevi?

«Mi è servito molto. Mi ha insegnato la sintesi indispensabile ai giochi comici».

Quali «Caroselli» ricorda con maggior piacere?

«Ne realizzai uno per un aperitivo e un altro per un vino, e un altro anco-

ra per un liquore. Le marche non le ricordo nemmeno perché alla fine erano di gran lunga più importanti le chiavi comiche rispetto alla pubblicità in se stessa. La pubblicità lasciava un grande spazio al divertimento. Tanto è vero che 'Carosello' costituiva un appuntamento così fondamentale nella serata da far nascere la famosa frase 'dopo Carosello i bambini a letto'. I telespettato-

ri accendevano il televisore apposta per vedere 'Carosello'. Oggi invece quando c'è la pubblicità si cambia canale. La differenza mi sembra evidente».

Perché cercarono proprio lei per le scenette di «Carosello»?

«Cercavano tutti quelli che avevano una sintesi comica efficace».

E perché il suo rapporto con «Carosello» terminò?

«Finì perché stava diventando un portatore di prodotti e non uno spettacolo. La chiave di divertimento non c'era più. E dietro c'era la pressione degli spot veri e propri. Trent'anni fa mi offrirono un miliardo di lire per una serie di pubblicità, ma rifiutai perché non credevo esistesse un solo buon motivo per vendere la mia faccia».

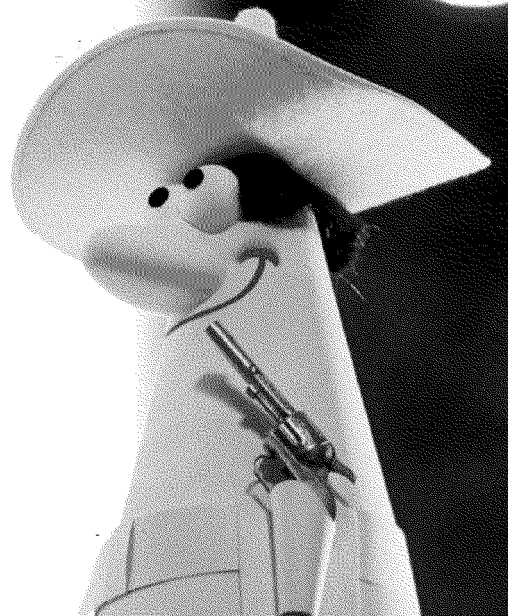
Oggi non c'è nemmeno uno spot che le piace?

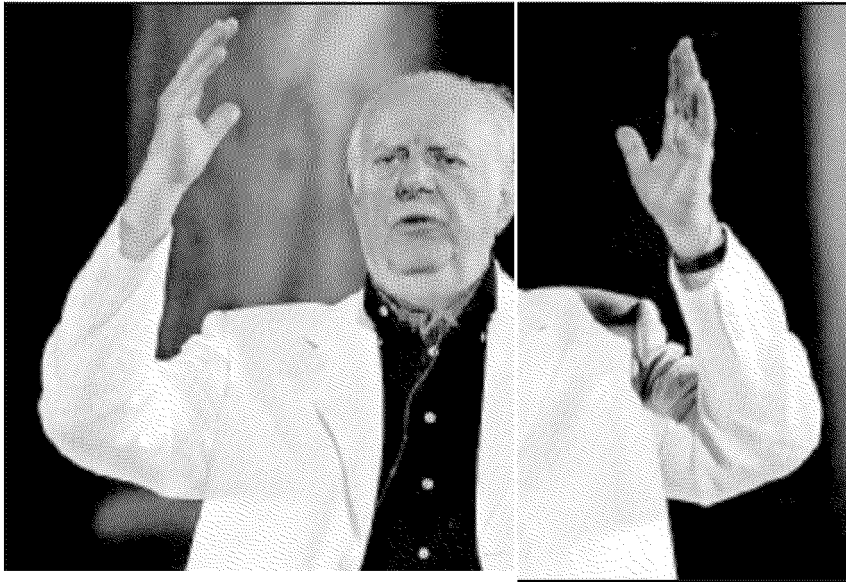
«Magari qualcuno è realizzato bene, ma sono talmente ammassati uno all'altro che inevitabilmente finiscono omo-

geneizzati». Per chi avesse voglia di apprezzare **Dario Fo** in una veste dimenticata, basta andare su Youtube.com e cercare «il ballista» per godersi due minuti dell'esilarante gag di un futuro premio Nobel.

NOSTALGIA
 «La gente accendeva apposta il televisore, oggi invece cambia canale»

OGGI ONLINE SU Quotidiano.net
IL SIGNOR FO
 Dario Fo: vita, opere e successi di un Premio Nobel. Scopri il canale cultura, clicca su
 www.quotidiano.net





SIPARIO
La vecchia sigla di Carosello, **Dario Fo** e, a sinistra, un'immagine della pubblicità Paulista del 1960, una delle tante che è rimasta nella memoria degli italiani

