

«Le pubblicità Barilla? Documenti della nostra storia»

Il critico Aldo Grasso: «Offrono un ritratto della società che muta col passare del tempo»

Festival della narrazione industriale Incontro inaugurale

Pagina 1

*Le
aziende
che hanno
la fortuna
di
possedere
materiale
visivo
della loro
storia
hanno
tra
le mani
un vero
e proprio
tesoro da
conservare
con cura*

» I mutamenti di costume della nostra società raccontati attraverso gli spot Barilla. La famiglia e i suoi «riti» a tavola ripercorsi in un lungo viaggio nel tempo, guidato dalle immagini dagli spot di Carosello, dall'intramontabile slogan «Dove c'è Barilla c'è casa», per arrivare fino ai giorni nostri, a quella «gioia dello stare insieme» raccontata dalle pubblicità più recenti.

Il Festival della narrazione industriale si è aperto ieri pomeriggio al Grand hotel de la Ville con Aldo Grasso, critico televisivo del Corriere della Sera. Introdotto dalla giornalista Patrizia Ginepri, ha parlato de «La società italiana attraverso la narrazione della pubblicità: il caso Barilla».

In apertura dei lavori il sindaco Michele Guerra ha sottolineato come «la narrazione industriale sia qualcosa di profondamente affascinante, che ha assunto il valore del documento storico». Isotta Piazza, docente di Letteratura contemporanea del nostro Ateneo e presidente del Comitato scientifico del Festival, è intervenuta anche a nome di Giuseppe Iotti, presidente del Gruppo imprese artigiane e presidente del comitato organizzatore del Festival. «Siamo alla prima edizione - ha dichiarato ma speriamo che possa esserci un seguito. Abbiamo cercato di declinare il tema dell'industria attraverso vari linguaggi. Si tratta di un viaggio nelle trasformazioni, anche del nostro presente, che ha coinvolto le nuove generazioni e ha dato voce a tutti i protagonisti che, a vario titolo, possono offrire una loro narrazione di questo mondo».

Grasso è partito dalle pubblicità di Carosello per sottolineare il valore documentale degli spot.

«Per venti anni è stata la vera fucina della pubblicità in Italia - ha osservato -. Carosello è una materia di studio fondamentale. Gli storici erano convinti che gli unici documenti validi per raccontare il Paese fossero solo quelli scritti, invece grazie a Carosello si ha la prova uditiva e visiva di come vestivamo e parlavamo».

«Le aziende che hanno la fortuna di possedere materiale visivo della loro storia, hanno tra le mani un vero e proprio tesoro - ha rimarcato Grasso -; sono quindi chiamate alla massima attenzione per conservare questo materiale che ci parla molto più di quanto crediamo ». Quanto agli spot Barilla, sono vere e proprie opere d'arte che raccontano la vita vissuta e che quindi hanno una forte presa sul pubblico. «Ci fanno capire quanto la cornice sia importante per dare



Incontro Sopra, il critico Aldo Grasso mentre dialoga con Patrizia Ginepri. Qui a fianco, il folto pubblico presente all'evento inaugurale del Festival della narrazione industriale.

IL PROGRAMMA DI OGGI

• **Ore 17** Le Village (Crédit Agricole), via Cavestro 3
Presentazione del libro «La modernità malintesa» con

senso a un testo - ha spiegato -. La famiglia è sempre stata al centro degli spot Barilla perché è il contesto ideale per i suoi prodotti ».

Grasso ha commentato alcuni gruppi di spot trasmessi dalla Barilla nel corso del tempo. Si è partiti dalle pubblicità che hanno accompagnato la nascita della figura della casalinga («Vita con Bettina») dei primi anni Sessanta, per arrivare a quelli di fine anni Settanta, in cui si esalta il valore della tradizione. Gli anni Ottanta sono invece quelli dello slogan «Dove c'è Barilla c'è casa», con le musiche di Vangelis e le immagini simbolo della bimba che porta a casa il gattino bagnato trovato in strada. Si approda infine agli anni Duemila e all'attualità, con gli spot più recenti in cui si sottolinea la gioia di stare insieme, del cibo che unisce.

La tre giorni è promossa dal circolo culturale «Il Borgo, in collaborazione con l'Ateneo e il patrocinio del Comune di Parma e della Regione.

Il Festival parmigiano s'inserisce inoltre tra le iniziative della Settimana della cultura d'impresa (inaugurata lo scorso 19 novembre), la rassegna di eventi promossa da Confindustria e Museimpresa: un centinaio di eventi

la Libreria Diari di Bordo, con l'autore Giuseppe Lupo. Moderatrice: Katia Golini

• **Ore 18** Le Village (Crédit Agricole), via Cavestro 3 Restituzione e premiazione del laboratorio universitario, a cura di Gian Luca

Signaroldi, Isotta Piazza e

Marco Gualazzini. Segue aperitivo

• **Ore 21** Ape Parma Museo, Via Farini 32/A - Racconto di racconti, «Storia della mia gente», con Edoardo Nesi e Dario Di Vico. Introduce: Isotta Piazza. Narratrice: Franca Tragni

in tutta Italia per scoprire l'immenso patrimonio culturale custodito all'interno di grandi, medie e piccole imprese italiane.

Ha infine chiuso la giornata inaugurale la proiezione al Cinema Astra, del film «Il Capo perfetto», con Giulio Sangiorgio, critico cinematografico e programmatore, e Ilaria Feole, esperta di cinema e serie tv, moderati da Sara Martin, docente dell'Università di Parma.

Luca Molinari

© RIPRODUZIONE RISERVATA