

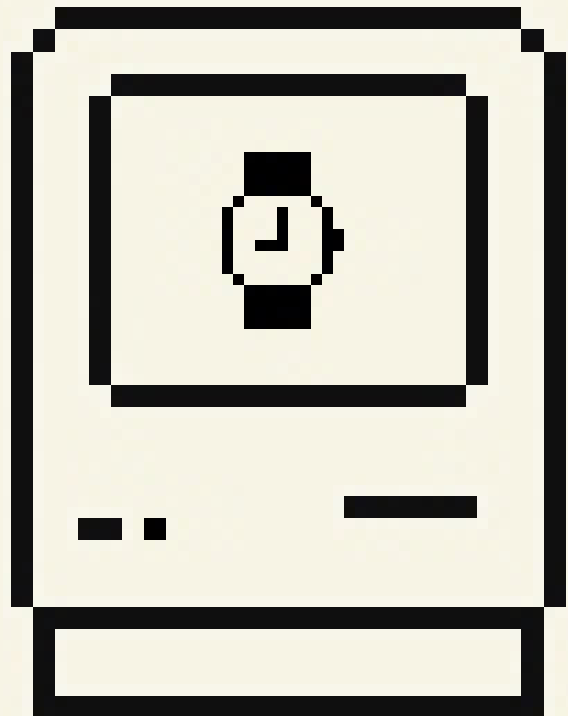
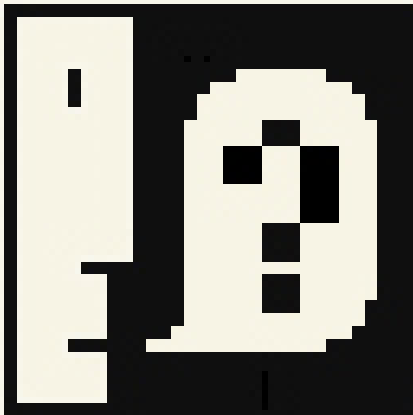
---

# Ais/Design Journal

---

## Storia e Ricerche

---



SUSAN KARE, ICONE, APPLE 1983

---

**AIS/DESIGN JOURNAL**  
**STORIA E RICERCHE**

VOL. 4 / N. 8  
OTTOBRE 2016

**GLI ANNI DEL CONTATTO:**  
**GRAPHIC DESIGN, NUOVE**  
**TECNOLOGIE E NUOVI MEDIA**

**ISSN**

2281-7603

**PERIODICITÀ**

Semestrale

**INDIRIZZO**

AIS/Design  
c/o Fondazione ISEC  
Villa Mylius  
Largo Lamarmora  
20099 Sesto San Giovanni  
(Milano)

**SEDE LEGALE**

AIS/Design  
via Cola di Rienzo, 34  
20144 Milano

**CONTATTI**

[journal@aisdesign.org](mailto:journal@aisdesign.org)

**WEB**

[www.aisdesign.org/ser/](http://www.aisdesign.org/ser/)

---

---

Ais/Design  
Journal

---

**Storia e Ricerche**

---

**DIRETTORE** Raimonda Riccini, Università Iuav di Venezia  
direttore@aisdesign.org

---

**COMITATO DI DIREZIONE** Fiorella Bulegato, Università Iuav di Venezia  
Maddalena Dalla Mura, Università Iuav di Venezia  
Carlo Vinti, Università di Camerino  
editors@aisdesign.org

---

**COORDINAMENTO  
REDAZIONALE** Marinella Ferrara, Politecnico di Milano  
caporedattore@aisdesign.org

---

**COMITATO SCIENTIFICO** Giovanni Anceschi  
Jeremy Aynsley, University of Brighton  
Alberto Bassi, Università Iuav di Venezia  
Tevfik Balcioglu, Yasar Üniversitesi  
Giampiero Bosoni, Politecnico di Milano  
Bernhard E. Bürdek  
François Burkhardt  
Anna Calvera, Universitat de Barcelona  
Esther Cleven, Klassik Stiftung Weimar  
Elena Dellapiana, Politecnico di Torino  
Clive Dilnot, Parsons The New School  
Grace Lees-Maffei, University of Hertfordshire  
Kjetil Fallan, University of Oslo  
Silvia Fernandez, Nodo Diseño América Latina  
Carma Gorman, University of Texas at Austin  
Jonathan Mekinda, University of Illinois at Chicago  
Gabriele Monti, Università Iuav di Venezia  
Vanni Pasca, past-president AIS/Design  
Catharine Rossi, Kingston University  
Susan Yelavich, Parsons The New School

---

**REDAZIONE** Letizia Bollini, Università degli Studi di Milano-Bicocca  
Rossana Carullo, Politecnico di Bari  
Rosa Chiesa, Università Iuav di Venezia  
Giulia Ciliberto, Università Iuav di Venezia  
Paola Cordera, Politecnico di Milano  
Gianluca Grigatti, Università di Genova  
Francesco E. Guida, Politecnico di Milano  
Luciana Gunetti, Politecnico di Milano  
Chiara Lecce, Politecnico di Milano  
Chiara Mari, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano  
Alfonso Morone, Università degli studi di Napoli Federico II  
Susanna Parlato, Università degli studi di Napoli Federico II  
Isabella Patti, Università degli Studi di Firenze  
Paola Proverbio, Politecnico di Milano  
Teresita Scalco, Università Iuav di Venezia

---

**ART DIRECTOR** Daniele Savasta, Yasar Üniversitesi, İzmir

---

---

<b>EDITORIALE</b>	<b>UNA STORIA DA SCRIVERE, ANZI IN FASE DI SCRITTURA</b> Maddalena Dalla Mura, Raimonda Riccini, Carlo Vinti	7
<b>SAGGI</b>	<b>WHY IT TOOK SO LONG: DEVELOPING THE DESIGN MINDSET IN THE TECHNOLOGY INDUSTRIES</b> Gillian Crampton Smith	16
	<b>LE PLEIADI: UNA PROSPETTIVA STORICA SULLA COSTELLAZIONE DELLE PROTAGONISTE DELLA RIVOLUZIONE TECNOLOGICA E DEL DESIGN DIGITALE</b> Letizia Bollini	29
	<b>TAVOLIERI DIGITALI E PERCORSI VIDEOLUDICI</b> Isabella Patti	44
<b>RICERCHE</b>	<b>ALLE ORIGINI DI UNA "VISUALITÀ TECNOLOGICA": PERCORSI DI RICERCA SULLA GRAFICA DELLE SIGLE TELEVISIVE NEL PRIMO DECENNIO DI TRASMISSIONI RAI</b> Chiara Mari	67
	<b>PIXELS AND PAL: COMPUTER DESIGN FOR DUTCH BROADCAST TELEVISION IN THE EARLY 1980S</b> Liselotte Doeswijk, René Koenders	90
	<b>TOTAL DESIGN AND THE CASE OF THE AESTHEDES COMPUTER: CHANGING THE TOOLS OF DUTCH GRAPHIC DESIGN IN THE 1980S</b> Karin Van Der Heiden	112
	<b>QUALCOSA CHE NON C'È PIÙ E QUALCOSA CHE NON C'È ANCORA: L'AVVENTO DEL COMPUTER E DEL DIGITALE NELLE PAGINE DI LINEA GRAFICA, 1970-2000</b> Maddalena Dalla Mura	131
	<b>VISIONI ALLA RINCORSA DEL FUTURO: IL CAMBIAMENTO TECNOLOGICO NELLA RIVISTA U&amp;LC, 1973-1983</b> Carlo Vinti	168
<b>MICROSTORIE</b>	<b>"DESIGN BY NUMBERS": JOHN MAEDA E LA COMPUTAZIONE APPLICATA AL GRAPHIC DESIGN</b> Giulia Ciliberto	200
	<b>DIGITALIZZARE, CATALOGARE, VISUALIZZARE LE COLLEZIONI DI ARTEFATTI GRAFICI PUBBLICITARI: IL CASO DELLA SEZIONE PUBLICITÉ/DESIGN GRAPHIQUE DEL MUSÉE DES ARTS DÉCORATIFS DI PARIGI</b> Simona De Iulio, Fabiola Leone	213
<b>PALINSESTI</b>	<b>ESTINZIONI, ADATTAMENTI, ESPLORAZIONI E CONVIVENZE: QUATTRO INTERVISTE SUL RUOLO DELLE INNOVAZIONI TECNOLOGICHE NEL GRAPHIC DESIGN ITALIANO</b> Michele Galluzzo	230
<b>RILETTURE</b>	<b>"DIGITAL TYPE" DI ROBIN KINROSS</b> Luciano Perondi	258
	<b>DIGITAL TYPE</b> Robin Kinross	275
<b>RECENSIONI</b>	<b>JOHANNA DRUCKER, "GRAPHESIS"</b> Andrea Facchetti	290
	<b>HELEN ARMSTRONG, "DIGITAL DESIGN THEORY"</b> Maddalena Dalla Mura	298

---

---

# Ricerca

---

# ALLE ORIGINI DI UNA “VISUALITÀ TECNOLOGICA”: PERCORSI DI RICERCA SULLA GRAFICA DELLE SIGLE TELEVISIVE NEL PRIMO DECENNIO DI TRASMISSIONI RAI

Chiara Mari, Fondazione Giorgio Cini di Venezia

## PAROLE CHIAVE

Anni cinquanta, Grafica in movimento, Rai, Sigle, Televisione

Le sigle televisive hanno rappresentato, fin dalle origini della televisione pubblica italiana, un campo di interessanti sperimentazioni sull'immagine in movimento e un peculiare terreno di confronto tra progetto grafico e medium tecnologico. A partire da uno scavo nell'archivio Teche Rai e dall'analisi di alcune delle sigle più rappresentative del primo decennio di trasmissioni televisive, l'articolo delinea alcune tracce per ricostruire una preistoria della grafica in movimento. L'esame di articoli pubblicati sulle riviste aziendali della Rai e su altre pubblicazioni periodiche specialistiche e le riflessioni dei grafici permettono di contestualizzare questi progetti all'interno di un più ampio dibattito critico e sottolineare le tangenze tra diverse ricerche sperimentali che, anche sulla scia del nuovo immaginario dischiuso dall'elettronica, stavano negli stessi anni riflettendo sulle possibilità di “programmazione” di immagini in movimento.

---

## 1. Tracce per una ricerca in fieri

Viviamo - oggi come non mai - in un'epoca dove la macchina è diventata, se non la signora, certo un'ospite di riguardo della nostra società. Non ce ne possiamo più sbarazzare, anche se, spesso, o talvolta, desidereremmo farlo. Dobbiamo dunque accettarla per quello che è; e con essa, le diverse implicazioni che, nel settore sociologico, antropologico, ed estetico, essa ci arreca. (Dorfles, 1965, p. 109)

Gillo Dorfles apriva con queste parole il suo intervento al convegno *Arte e tecnologia*, organizzato nel giugno del 1964 a Firenze dal Gruppo 70[1] come momento di riflessione sull'attualità delle esperienze artistiche che in quegli anni “esteticamente” interpretavano, rielaboravano o anche contestavano “gli aspetti di un mondo” sempre meno “naturale” e sempre più “tecnologico” (*Arte e tecnologia*, 1964). Secondo quell'idea di “estensione” del concetto di arte propria del pensiero teorico di Dorfles, l'intervento, pubblicato l'anno successivo sulle pagine di *Marcatré* con il titolo “Visualità tecnologica”, evidenziava come parlare di “arti figurative e tecnologia” significasse “parlare anche di cinematografo e televisione”, oltre che di disegno industriale e architettura industrializzata, di cartellonistica e segnaletica stradale (1965, p. 110). La televisione poteva infatti diventare il canale di una “nuova espressività visuale”, come lo stesso Dorfles affermerà nel 1978 al convegno *Le arti visuali e il ruolo della televisione* organizzato dalla Rai, dove, all'interno di una riflessione sulle prime esperienze di videoarte, sottolineava come

---

un discorso a parte si sarebbe dovuto fare per “tutte le realizzazioni nelle quali gli artisti si sono valse del video per proiettare immagini astratte cинetiche e cromatiche”, “un settore nel quale la TV ha già dato e potrà dare in futuro prove non indifferenti”:

Basti pensare alle innumerevoli e quasi indispensabili sigle, scritte, marchi e grafiche astratte, che precedono ogni programma TV e che molto spesso sono opera di noti artisti grafici [...]. In queste scritte, sigle, schemi cинetico-cromatico-sonori, appare chiaramente precisata l'utilizzazione delle conquiste tanto della grafica moderna che delle nuove possibilità offerte dal *medium* televisivo. (Dorfles, 1979, p. 125)

Le sigle di apertura e di chiusura dei programmi televisivi hanno rappresentato, fin dagli inizi delle trasmissioni Rai nel gennaio del 1954, un campo di interessanti sperimentazioni sulle possibilità espressive e comunicative dell'immagine in movimento e quindi un peculiare terreno di confronto tra progetto grafico e *medium* tecnologico. Un confronto che, per questioni storiche legate agli sviluppi delle tecnologie di ripresa e di elaborazione delle immagini, si è giocato inizialmente sull'ibridazione di modelli e su sistemi di produzione caratteristici di altri ambiti, *in primis* quello cinematografico, e sul dialogo, o spesso sulla sovrapposizione, di diverse professionalità come quelle del grafico, dell'illustratore, dell'animatore e del regista. La sigla trasmessa sul piccolo schermo è infatti il risultato finale di un lavoro di équipe, in cui non è sempre facile distinguere i singoli contributi, e rispecchia il più o meno libero dialogo con l'autore televisivo, quasi sempre ben consapevole dell'importanza di questo spazio introduttivo nella comunicazione al pubblico dei contenuti e del taglio editoriale del suo programma. Una riflessione sulla grafica delle sigle Rai del primo decennio di vita della televisione pubblica italiana deve tener conto di questa complessità e labilità di confini, oltre che della parzialità di un'indagine storica che si basa su fonti in molti casi anonime e incomplete. Molto spesso infatti le sigle non ci sono pervenute o sono state tagliate; inoltre solo nei casi dei maggiori progettisti e studi di produzione operanti in quegli anni è possibile ricostruire un quadro di contesto più ampio che sfugge per le sigle rimaste anonime e per quei progetti meno significativi sul piano del linguaggio visivo, che ci parlano però del modo in cui la Radiotelevisione italiana comunicava in quei primi anni, attraverso la concisione dei suoi incipit, il progetto informativo ed educativo rivolto alla nazione.

Questo intervento è parte di una ricerca ancora *in fieri* che, riprendendo alcuni fondamentali studi di storia della televisione[2] e raccogliendo alcuni spunti offerti dalla sezione dedicata al film e al video della quinta edizione del Triennale Design Museum,[3] presenta un primo “scavo” riguardante il primo decennio di trasmissioni televisive.[4]

“Scavo” che non pretende di essere esaustivo, ma cerca di far emergere alcuni temi e alcuni casi che appaiono particolarmente significativi quali tracce per una riflessione sul “contatto” tra graphic design e televisione a cavallo tra anni cinquanta e sessanta. Come ha sottolineato Carlo Vinti, “il fatto che oggi la grafica in movimento costituisca un'area di attività in vertiginoso sviluppo fa dimenticare spesso che i graphic designer in realtà si sono cimentati molto presto con la dimensione della temporalità e con le possibilità coreografiche della tipografia e del segno” (2012, p. 359).

Dopo un paragrafo introduttivo che accenna ai modelli e alle formule che caratterizzano le sigle nella Radiotelevisione delle origini, l'articolo si sofferma sull'analisi di alcuni progetti di Erberto Carboni, Tito Varisco, Bruno Munari, Marcello Piccardo, Sandro Lodolo e Pino Pascali, scelti per la loro rilevanza e perché utili a delineare una “preistoria” della grafica in movimento in Italia.



---

## 2. La sigla come “soglia” nella televisione delle origini: alcune considerazioni introduttive

L’interesse del progetto grafico per il campo dell’audiovisivo si è negli ultimi decenni ramificato in una complessità di prodotti comunicativi e di direzioni di ricerca solo in parte riconducibili ai modelli delle origini e soprattutto alle funzioni che la sigla svolgeva nei primi decenni di programmazione televisiva. Negli anni della “paleotelevisione”[5] la sigla contribuiva a definire le trasmissioni all’interno della griglia di generi, orari e fasce di pubblico che articolava il palinsesto Rai, ben diversa dalla logica di flusso che si affermerà alla fine degli anni settanta e soprattutto dagli anni ottanta, quando la brevità diventerà in modo nuovo caratteristica linguistica della comunicazione televisiva. Le sigle inoltre, come ha sottolineato lo storico della televisione Giorgio Simonelli, dimostravano la “televisività” di una determinata trasmissione, cioè “la sua origine e la sua destinazione autenticamente televisive”:

restavano escluse tutte quelle produzioni televisive, ed erano molte, in cui il mezzo televisivo era solo un tramite, un luogo di passaggio di immagini, di parole che venivano da fuori, da altre realtà, esistenti autonomamente e che la televisione si limitava a riprodurre e diffondere” (1994, pp. 8-9).

La ripresa in diretta di una partita di calcio o la trasmissione televisiva di un film non erano ad esempio introdotte da una sigla *ad hoc*, ma semplicemente dalle parole dell’annunciatrice che in quegli anni aveva un ruolo effettivo di informazione sulla programmazione e di mediazione con il telespettatore. Lo erano invece i programmi di informazione e di intrattenimento (Simonelli, 1994, pp. 9-10).

Questa specificità della sigla nella televisione delle origini sottolinea la sua dimensione di spazio di transizione, di “soglia” che prepara alla visione del programma televisivo, ma anche, nei primi anni, che aiuta a familiarizzare con il nuovo *medium*, fornendo traslati visivi che agiscono sul piano simbolico - si pensi alla sigla di apertura e chiusura delle trasmissioni - o riproponendo modelli già radicati e conosciuti, derivanti dagli ambiti cinematografico, radiofonico e teatrale.

I margini della programmazione delle origini, non continuativa ma limitata ad alcune ore del giorno e a un unico canale nazionale[6], sottolineavano in modo diverso e più evidente rispetto a oggi l’ingresso delle trasmissioni nel tempo quotidiano della vita, mediando la ricezione del telespettatore e creando un’aspettativa rispetto ai programmi. In questo senso le sigle televisive, in modo simile alla copertina di un libro, possono rientrare nella definizione di paratesto elaborata da Gérard Genette a proposito dell’opera letteraria ma estendibile, come sottolineato dallo stesso autore, ad altri ambiti (1989, pp. 400-401), cioè in quell’insieme di produzioni che “contornano” e “prolungano” il testo “per *presentarlo* [...] nel senso corrente del termine, ma anche nel suo senso più forte per *renderlo presente*, per assicurare la sua presenza nel mondo, la sua ‘ricezione’ e il suo consumo” (1989, p. 3). Questa dimensione paratestuale, o meglio peritestiuale, sembra quasi esplicitamente sottolineata in alcune sigle della Rai delle origini come, ad esempio, quella delle puntate di *Appuntamento con la novella* andate in onda nel 1957, incentrata sull’inquadratura della copertina del libro letto da Giorgio Albertazzi nel corso della trasmissione.[7] Una soluzione di grande semplicità e immediatezza comunicativa che ricalca un modello frequentemente utilizzato nelle aperture dei film, tanto da diventare - come sottolineano gli studi sui titoli di testa cinematografici, significativo riferimento metodologico per un’analisi traslata all’ambito televisivo - un *topos* oggetto di molteplici variazioni (Re, 2006, p. 20).[8]

---

Gli anni cinquanta sono un momento di ricerca di una identità visiva della neonata Radiotelevisione italiana che, sul piano della pubblicità a stampa come degli allestimenti in occasione di mostre e fiere, è da subito molto incisiva soprattutto grazie all'importante contributo di Erberto Carboni. Nello spazio della "messa in scena" (Casetti & Di Chio, 2006, p. 214) sul piccolo schermo, alla costruzione di questa identità contribuisce la sigla di apertura e chiusura delle trasmissioni, emblematica, come analizzato nel prossimo paragrafo, del modo in cui l'azienda propone la novità televisiva ai telespettatori. Le sigle della televisione delle origini sono costituite nella maggior parte dei casi da un testo scritto su sfondo neutro e prodotte con metodi artigianali: venivano infatti per lo più realizzate con cartelli semovibili e rulli ripresi dalle telecamere mentre erano azionati lentamente da un tecnico per creare l'effetto di scorrimento verticale dei titoli (Grasso, 2008, p. 744). Tuttavia proprio nel primo decennio si ritrovano le radici di alcune tipologie legate ai diversi generi televisivi, che diventeranno tipiche della programmazione Rai soprattutto dalla seconda metà degli anni sessanta. Se le sigle dei programmi di informazione si caratterizzano "per la brevità" e sono "impostate alla sobrietà e al rigore", quelle dei programmi di intrattenimento indulgono "a una maggiore spettacolarità" (Grasso, 2008, p. 744) e sono riassumibili in tre "formule" che avranno negli anni molta fortuna: la sigla narrativa, quella musicale e la sigla di animazione.[9] Quest'ultima, a cui è interessante accennare perché spesso il lavoro dell'animatore e del grafico si sovrappongono e confondono nella televisione delle origini, si afferma soprattutto dopo il successo delle invenzioni di *Carosello*, in onda dal 1957. È una formula impiegata non solo per lo spettacolo ma anche per programmi della "Tv dei ragazzi" come la trasmissione *Passaporto: Conversazioni di lingua inglese*, curata da Jole Giannini. Di questo storico e longevo programma, in onda dal 1954, è digitalizzata e visibile nell'archivio Teche Rai la puntata del 17 aprile 1958, aperta da una sigla animata in cui si riconosce lo stile disegnativo e l'inventività di Marcello Piccardo,[10] poliedrica figura di ricercatore visivo che in questi anni collabora con la Rai. La formula della sigla animata è usata in questo periodo anche per introdurre gli spazi pubblicitari come, oltre a *Carosello*, *Tic Tac* (1959), *Gong* (1959), *Arcobaleno* (1961) e *Intermezzo* (1962). Roberto Gavioli, fondatore della casa di produzione Gamma Film e creatore di celebri personaggi animati, ha ricordato che proprio grazie al successo degli spot pubblicitari, nel 1959 gli autori di *Canzonissima* Garinei e Giovannini gli chiesero di realizzare con lo stesso linguaggio la sigla del programma e di animare con disegni e collage fotografici alcune canzoni (1985, p. 167)[11]. Le tecniche dell'animazione cinematografica potevano quindi essere impiegate per vivacizzare la trasmissione di un brano cantato - in una sorta di preistoria del videoclip - ma anche per rendere dinamici grafici e disegni nei programmi di informazione ed educativi. Sia Sandro Lodolo sia Mario Sasso, nomi che hanno segnato la storia delle sigle della televisione italiana, hanno iniziato la loro collaborazione con la Rai alla fine degli anni cinquanta curando le illustrazioni e le animazioni rispettivamente per il telegiornale e per *Telescuola*. Sasso, ricordando quegli inizi, ha rievocato il clima che si respirava negli studi televisivi:

Le tecniche e gli esempi da seguire erano quelli dell'animazione cinematografica; ma più che alle avanguardie si pensava a Walt Disney e, riferimenti culturali erano il film e la sua storia più che la pittura. Io ho cominciato nel '59 con *Telescuola* [...]. Il mio primo contratto fu una collaborazione come illustratore; portavo i disegni da

---

casa e ne eseguivo l'animazione in pellicola a passo uno.[12] Nel '60 ho realizzato la mia prima sigla, per il programma che divenne popolarissimo di Alberto Manzi *Non è mai troppo tardi*. Un'esperienza fondamentale anche perché è stata la prima volta - per me certamente, ma anche per altri nella tv italiana - nella quale si è dovuto affrontare il problema di come costruire la "copertina" di un programma. Ma tutto il lavoro è stata un'esperienza decisiva: dalla scelta di usare un linguaggio propriamente cinematografico nella realizzazione della sigla, a quella di sovrapporre alle immagini riprese elementi grafici di diversa provenienza, all'incontro con i conduttori della trasmissione e con i tecnici di studio, alla vita di studio vera e propria. [...] In Telescuola ero illustratore, scenografo, regista, grafico a seconda delle esigenze, e il più delle volte tutte queste cose insieme. Solo alla fine degli anni '60 si è sentita la necessità di fare della grafica in tv, qualcosa di più preciso, di darle un ruolo più evidente e significativo, non di semplice - per quanto importante - ausilio ai programmi. ("Mario Sasso: autoritratto...", 1994, pp. 115-116)

La sigla di *Non è mai troppo tardi*[13] è emblematica delle prime sperimentazioni svolte in televisione, in cui a una modalità di ripresa tradizionalmente cinematografica viene sovrapposta una grammatica e una impaginazione grafica che nel caso specifico rimandano al foglio di quaderno, simbolo di uno dei più significativi e fortunati programmi educativi della Rai.

### **3. L'identità visiva della Rai negli incipit degli anni cinquanta: il contributo di Erberto Carboni e Tito Varisco**

Dal 1948 ad oggi nessuno può negare che il linguaggio pubblicitario della Rai sia divenuto uno dei più peculiari, dei più riconoscibili e qualificati. Da premesse alquanto incerte [...] siamo arrivati a un inconfondibile stile: "stile Rai", è il caso di dirlo. Cioè la Rai si è creata una "costante stilistica" in grado di dare vita, in tema di pubblicità, ad una sua vera e propria estetica. A questo punto affermiamo senza esitazione che il maggior merito nel raggiungimento del positivo risultato spetta ad Erberto Carboni, architetto e tecnico della pubblicità di fama internazionale.

(Baglio, 1958, p. 40)

Questo articolo pubblicato nel 1958 sulla rivista aziendale *La nostra Rai* sottolineava il fondamentale ruolo svolto da Erberto Carboni nella creazione di una identità visiva della Radiotelevisione italiana a partire dal 1948, quando l'architetto parmense disegna il marchio della Rai,[14] caratterizzato da lettere squadrate e da un incisivo punto sulla "i", che andrà per molti anni a rappresentare, nelle sue diverse declinazioni, l'immagine dell'azienda. A questo primo marchio nel 1953 si affianca quello della televisione, costruito anch'esso sulla base di rapporti geometrici con la lettera "t" e la sottostante "v" perfettamente iscritte in un quadrato, che accompagna tutte le campagne pubblicitarie e divulgative legate al nuovo mezzo e sulle pagine del *Radiocorriere* evidenzia i programmi televisivi rispetto a quelli radiofonici (figure 1-2).

Questa sintetica visualizzazione della TV entra nell'immaginario degli italiani non solo attraverso la carta stampata ma ovviamente anche attraverso lo schermo televisivo, comparando sul monoscopio, cioè su quell'immagine fissa che veniva trasmessa a orari regolari per consentire la regolazione dei televisori, e soprattutto come protagonista della celebre sigla di apertura delle trasmissioni e della variante che chiude la programmazione giornaliera.

La sigla d'inizio dei programmi è emblematica, soprattutto se letta insieme alle campagne pubblicitarie degli stessi anni, del modo in cui la Rai presenta la novità televisiva al suo pubblico (figura 3).[15] Sullo sfondo di un cielo solcato da nuvole bianche, che rappresenta in un certo senso il nuovo "spazio" aperto dalla comunicazione televisiva, scorre una composizione geometrica disegnata dall'architetto e scenografo Tito Varisco, su cui compare il marchio della TV insieme alla scritta "Rai Radiotelevisione italiana"; nell'ultima sequenza le linee della composizione visualizzano la stilizzata immagine di un'antenna da cui si dipartono dei raggi che in chiusura "incorniciano" il marchio, trasformandolo a sua volta in una sorta di mezzo di trasmissione.

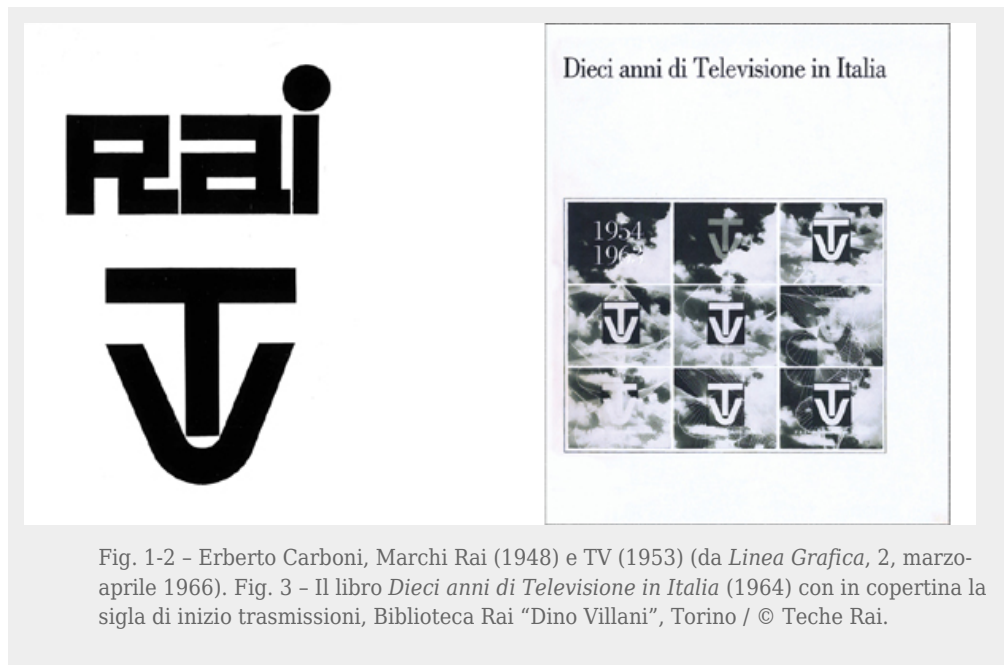


Fig. 1-2 - Erberto Carboni, Marchi Rai (1948) e TV (1953) (da *Linea Grafica*, 2, marzo-aprile 1966). Fig. 3 - Il libro *Dieci anni di Televisione in Italia* (1964) con in copertina la sigla di inizio trasmissioni, Biblioteca Rai "Dino Villani", Torino / © Teche Rai.

Non sono purtroppo finora emersi documenti che permettano di indagare più in profondità l'iter di commissione e di creazione della sigla, sulla cui paternità gli studiosi non concordano, attribuendola alcuni a Carboni altri a Varisco.[16] Nel Fondo Carboni conservato presso il Centro Studi e Archivio della Comunicazione di Parma non c'è traccia di questo progetto.[17] La composizione geometrica è invece documentata nell'archivio di Varisco da una fotografia in negativo, dello stesso Varisco, del disegno originale realizzato a tempera su acetato (Cavadini, Corà & Di Pietrantonio, 2010, p. 74)(figura 5). Un'altra fotografia, pubblicata nel catalogo della mostra sul Movimento Arte Concreta curata da Luciano Caramel nel 1984 (vol. 1, p. 86), simula lo scorrimento del disegno sullo schermo televisivo attraverso delle maschere di carta[18] (figura 4).

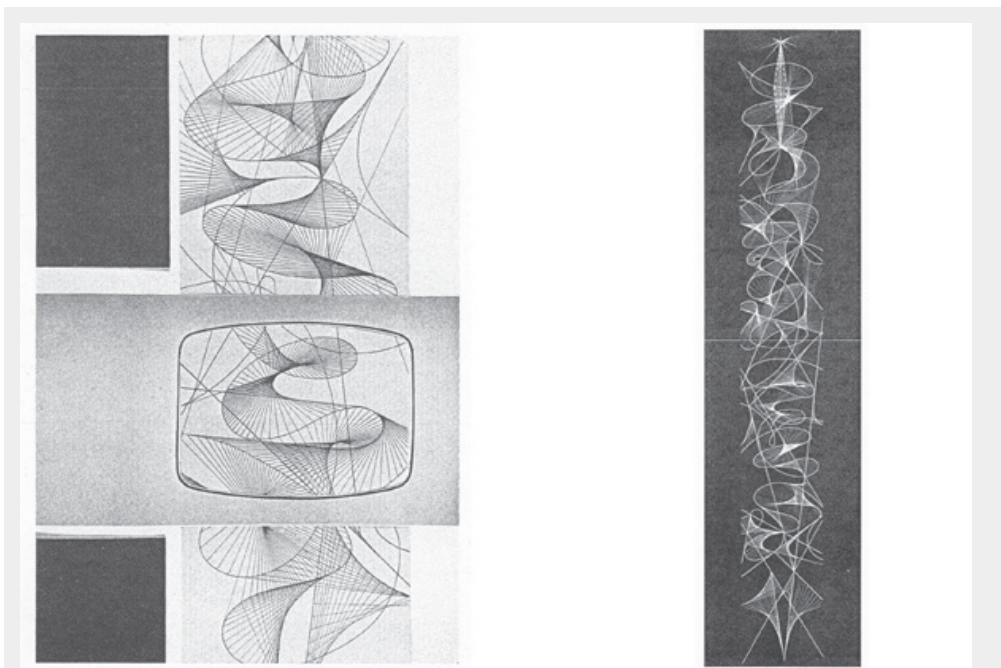


Fig. 4-5 - Tito Varisco, *Composizione di geometrie proiettive a forme libere*, 1953-54 (da Caramel, 1984 e da Cavadini, Corà & Di Pietrantonio, 2010).

È importante ricordare che Varisco negli anni cinquanta partecipa al Movimento Arte Concreta condividendo quell'idea di "sintesi delle arti" e di "intermedialità" che lo caratterizza soprattutto a partire dal 1952 e che porterà all'incontro e alla fusione nel 1954 con il gruppo francese Espace.[19] La *Composizione di geometrie proiettive a forme libere* disegnata da Varisco porta sugli schermi Rai l'aspirazione a un costruttivo rapporto tra ricerca visuale e modernità industriale, a un'arte che, proprio perché "concreto manifestarsi di valori grafici, plastici e cromatici" svincolati da ogni "contenutismo aneddótico", possa promuovere nuove "interazioni" tra "architettura, plastica e pittura", come si legge sul fascicolo pubblicato in occasione della mostra *Esperimenti di Sintesi delle arti* del 1955, e rinnovare "il gusto in tutti i settori della vita moderna dove tali arti entrano in gioco" (Caramel, 1996, p. 203).

L'immagine dell'antenna trasmittente è in questi anni simbolo delle innovazioni tecniche e tecnologiche che permettono di "portare il mondo a domicilio" o di viaggiare "intorno al mondo", come recitano i testi degli annunci di mezza pagina ideati da Erberto Carboni per la pubblicazione sui principali quotidiani nazionali in occasione dell'inizio delle trasmissioni il 3 gennaio 1954 (figure 6-7) e come sottolinea visivamente lo "schermo fisso" (Carboni, 1959, p. 73) per il telegiornale sempre dello stesso anno (figura 8). Non è in questa sede possibile approfondire i molti progetti pubblicitari ideati per la Rai, magistralmente riassunti dallo stesso Carboni nel libro *Pubblicità per radiotelevisione* pubblicato nel 1959, ma vale la pena almeno accennare a una riflessione sui modi in cui la grafica traduce in messaggio visivo gli indirizzi e i programmi dell'azienda.

Come ha sottolineato in un recente articolo Cecilia Penati, le campagne pubblicitarie degli anni cinquanta supportano le strategie messe in atto dalla Rai per assicurare i cittadini italiani, presentando il televisore come un apparecchio innocuo che avrebbe potuto migliorare il comfort della casa moderna nel contesto sociale del boom economico del secondo Dopoguerra (2015, p. 36). Nel periodo in cui pochissimi italiani possiedono un televisore e quindi la visione dei programmi rappresenta ancora un'esperienza collettiva, le idee grafiche di Carboni interpretano visivamente il progetto dell'azienda pubblica di trasformare il televisore nel nuovo focolare della vita domestica. Ne sono esempio la copertina dell'opuscolo pubblicitario della Rai che riassume l'idea di comodità e di intimità del salotto di casa (figura 9) e alcuni schizzi conservati nel Fondo Carboni dello CSAC di Parma, prime idee fissate rapidamente sulla carta da cui nascono alcune pubblicità che hanno segnato la storia dell'immagine della Radiotelevisione delle origini.[20]

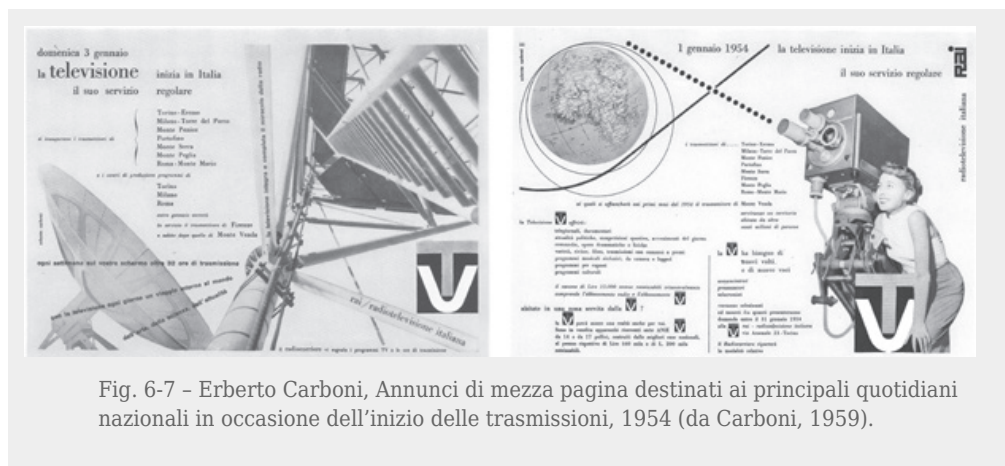


Fig. 6-7 - Erberto Carboni, Annunci di mezza pagina destinati ai principali quotidiani nazionali in occasione dell'inizio delle trasmissioni, 1954 (da Carboni, 1959).



Fig. 8 - Erberto Carboni, "Schermo fisso" per il telegiornale, 1954 (da Carboni, 1959).



Fig. 9 - Erberto Carboni, Copertina di opuscolo pubblicitario della Radiotelevisione italiana (da Carboni, 1959).

#### 4. Ricerche di “programmazione” e “modulazione” dell’immagine all’inizio degli anni sessanta

Alla fine del 1961 viene pubblicato l’Almanacco letterario Bompiani dedicato a *Le applicazioni dei calcolatori elettronici alle scienze morali e alla letteratura*, che affronta il tema del rapporto tra cultura scientifica e umanistica e delle possibilità estetiche e linguistiche della cibernetica. La tanto discussa scissione tra le “due culture”, secondo la fortunata definizione coniata da Charles P. Snow in un saggio tradotto in Italia nel 1964, vive in questi anni più nelle parole di una parte della critica che nella realtà della ricerca artistica e letteraria, come riassume visivamente la copertina di Bruno Munari dove, sullo sfondo di una fotografia a colori di un piano della memoria di un elaboratore,[21]

“scorrono” due grafiche sperimentali (figura 10). Umberto Eco in questa occasione scrive della “forma del disordine”, come “forma del nuovo mondo in cui l’uomo va abitando” (1961, p. 175), che l’arte cerca di cogliere attraverso una poetica “aperta” che si muove tra programmazione degli elementi di base e imprevedibilità del risultato finale. Le tavole sperimentali e le fotografie di opere di Giovanni Anceschi, Davide Boriani, Enrico Castellani, Gianni Colombo, Gabriele Devecchi, Karl Gerstner, Bruno Munari, Dieter Roth, Jesús Rafael Soto e Grazia Varisco, che accompagnano il testo, danno luogo, nella variazione programmata di elementi geometrici, non a una forma determinata ma, secondo le parole di Eco, a una “pellicola di una forma in movimento” (1961, p. 175) (figura 11).



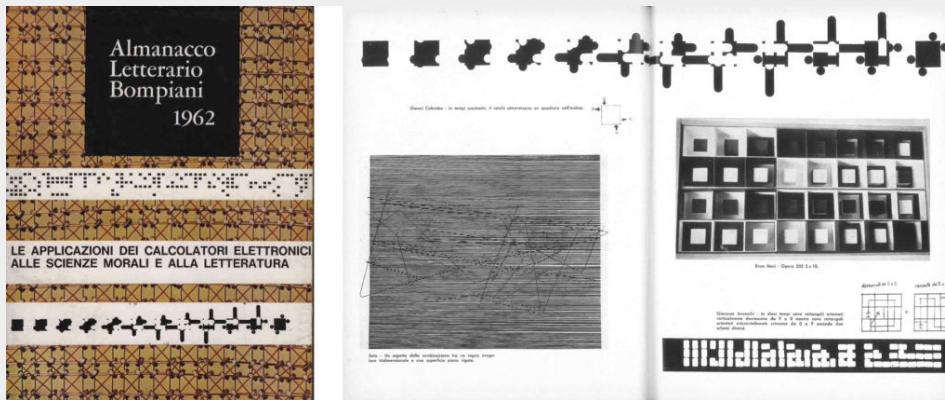
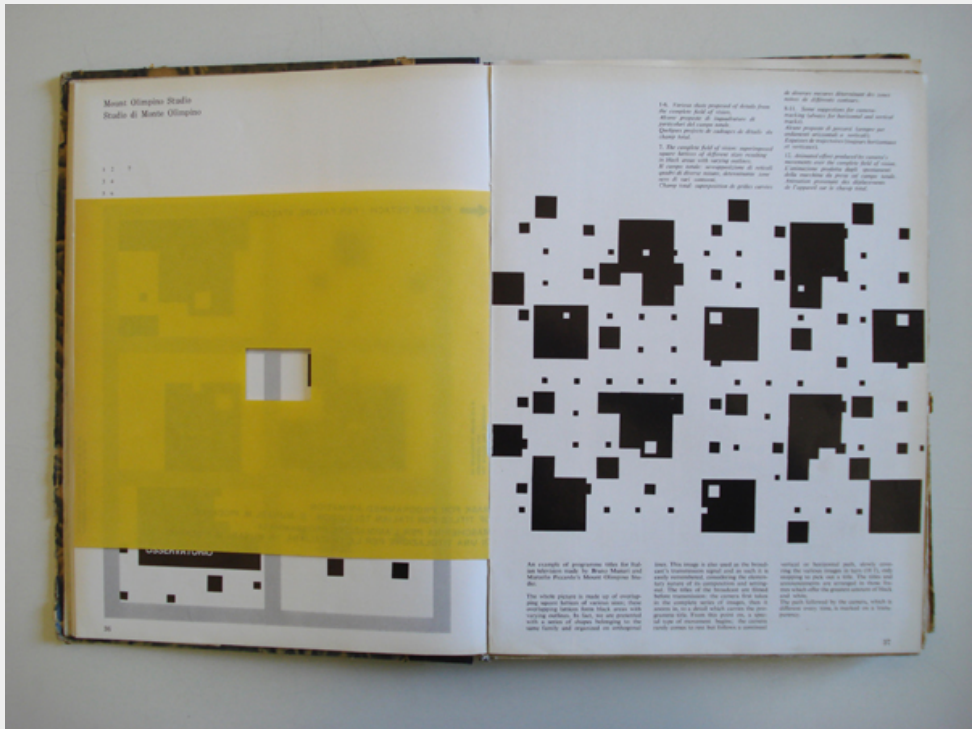
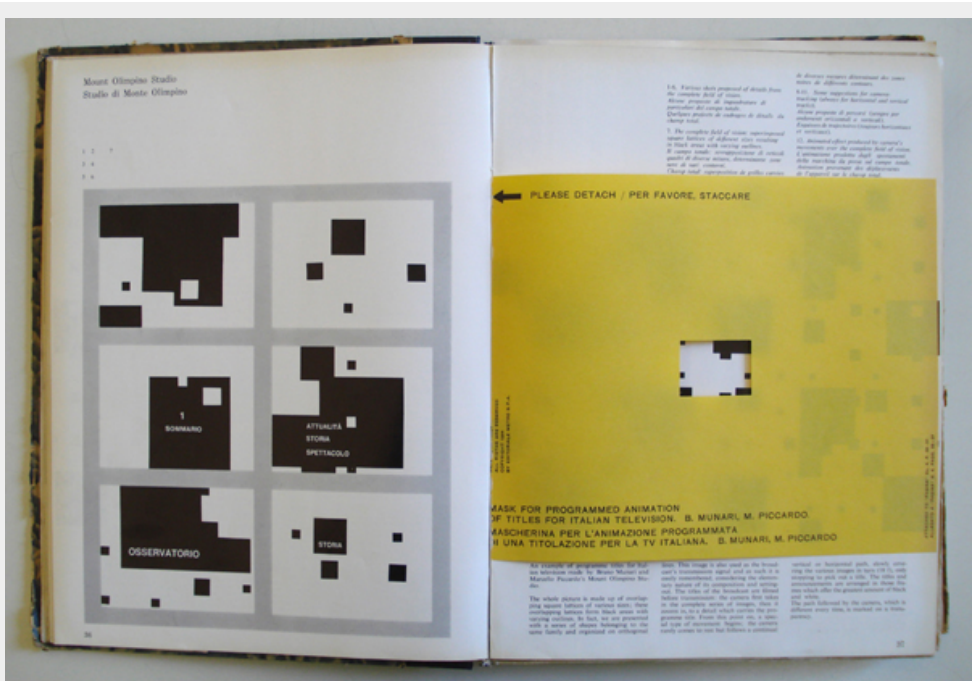


Fig. 10-11 - Bruno Munari, Copertina dell'*Almanacco Letterario Bompiani 1962*, 1961 e pagine interne dello stesso Almanacco.

Da simili ricerche di programmazione e modulazione dell'immagine nasce negli stessi anni l'interessante "titolazione programmata" progettata per la Rai dallo Studio di Monte Olimpino di Bruno Munari e Marcello Piccardo, fondato nel 1962 sulla collina che affaccia su Como[22] (figure 12-14). Purtroppo non è nota la circostanza di commissione del progetto, che nel 1964 viene pubblicato sul quarto numero della rivista *Pagina* come "esempio di titolazione programmata fatta per la televisione italiana" ("Studio di Monte Olimpino", 1964, p. 38) e nel 1965 nel catalogo della *Mostra del linguaggio grafico nella comunicazione visiva. Oggetto e grafica*, curata a Torino da Giovanni Brunazzi e Germano Celant, come "visualizzazione grafica di un titolo per la televisione italiana, RAI-TV, Roma" (*Forme programmate...*, 1965). Il progetto nasce molto probabilmente nel 1963 e va letto in parallelo ai primi due film prodotti dallo Studio di Monte Olimpino. Piccardo, nel raccontare l'avvio dello Studio e la realizzazione di *Arte programmata* (1962) e *I colori della luce* (1963), ha ricordato infatti che "intanto andavamo facendo da noi con le nostre cose piccoli film di allenamento per titoli e sigle della televisione, e andavamo dicendo per televisione che il nostro era cinema di ricerca" (1992, p. 31).



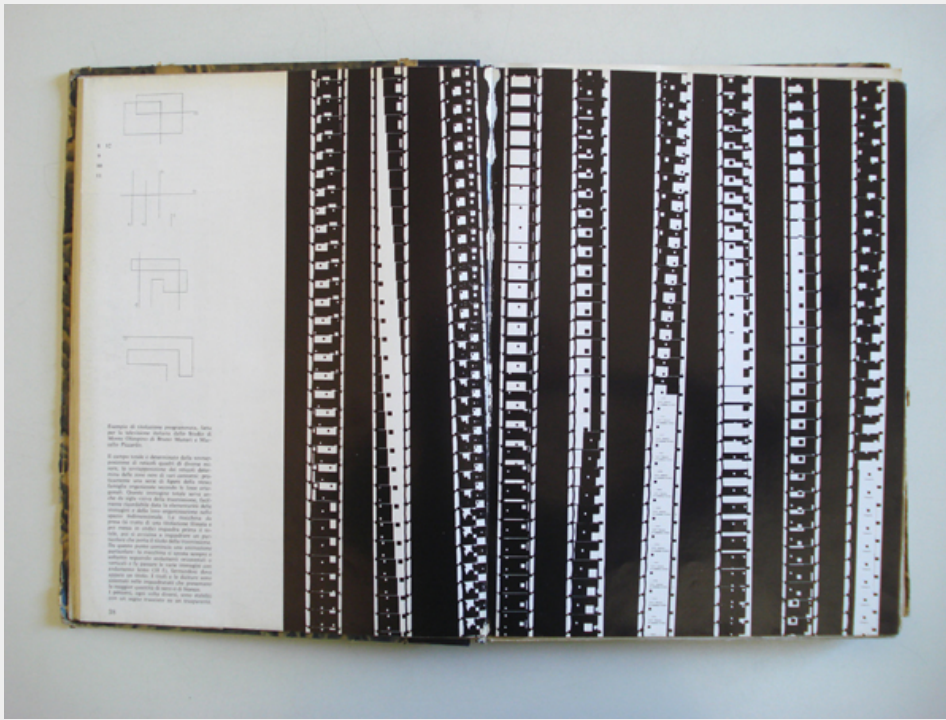


Fig. 12-13-14 - Studio di Monte Olimpino, *Titolazione programmata per la Radiotelevisione italiana*, pubblicata in *Pagina*, 4, 1964.

La sigla, realizzata con “mezzi cinematografici”, cioè filmata su pellicola, è il risultato della variazione di un’immagine di base a partire da un campo d’insieme predisposto per i movimenti della macchina da presa. Questo campo è costituito da un reticolo di quadrati che sovrapponendosi tra loro creano zone nere e bianche. Come si legge su *Pagina*:

Questa immagine totale serve anche da sigla visiva della trasmissione, facilmente ricordabile data la elementarità delle immagini e della loro organizzazione nello spazio bidimensionale. La macchina da presa (si tratta di una titolazione filmata e poi messa in onda) inquadra prima il totale, poi si avvicina a inquadrare un particolare che porta il titolo della trasmissione. Da questo punto incomincia una animazione particolare: la macchina si sposta sempre e soltanto seguendo andamenti orizzontali o verticali e fa passare le varie immagini con andamento lento (18 f), fermandosi dove appare il titolo. I titoli e le diciture sono sistemati nelle inquadrature che presentano la maggior quantità di nero o di bianco. I percorsi, ogni volta diversi, sono stabiliti con un segno tracciato su un trasparente. (“Studio di Monte Olimpino”, 1964, p. 38)

Se nel caso di questo progetto l’immagine di base è fissa e il movimento apparente degli elementi geometrici è dato dai percorsi della camera, simili ricerche erano state condotte anche su immagini in movimento. Nell’*Almanacco letterario Bompiani 1963* dedicato a *La*

*civiltà dell'immagine*, uscito alla fine del 1962, Bruno Munari pubblica le “ricerche di comunicazione visiva con immagini in movimento” condotte dallo Studio di Monte Olimpino sulle “opere cinetiche” esposte lo stesso anno nel negozio Olivetti di Milano alla mostra *Arte programmata* (1962, pp. 34-35) da lui curata insieme a Giorgio Soavi[23] (figura 15). Alcune sequenze di queste indagini filmate fanno parte del documentario sulla mostra prodotto dallo Studio su incarico dell'Olivetti, che, al di là del valore di documentazione dell'esposizione, costituisce una interessante riflessione sull'autonoma comunicatività dell'immagine in movimento.[24] Questi studi sulla percezione del dinamismo di forme e colori sono applicati negli stessi anni a diversi ambiti di attività dello Studio, tra cui appunto quello delle sigle. Un filmato del 1967, che ripercorre brevemente la produzione del duo Munari-Piccardo a partire dal 1963,[25] documenta infatti alcuni interessanti progetti di “titolazioni” realizzati attraverso le riprese di opere programmate e caratterizzati da un fluido scorrere delle immagini “oltre” i limiti dell'inquadratura (figura 16).

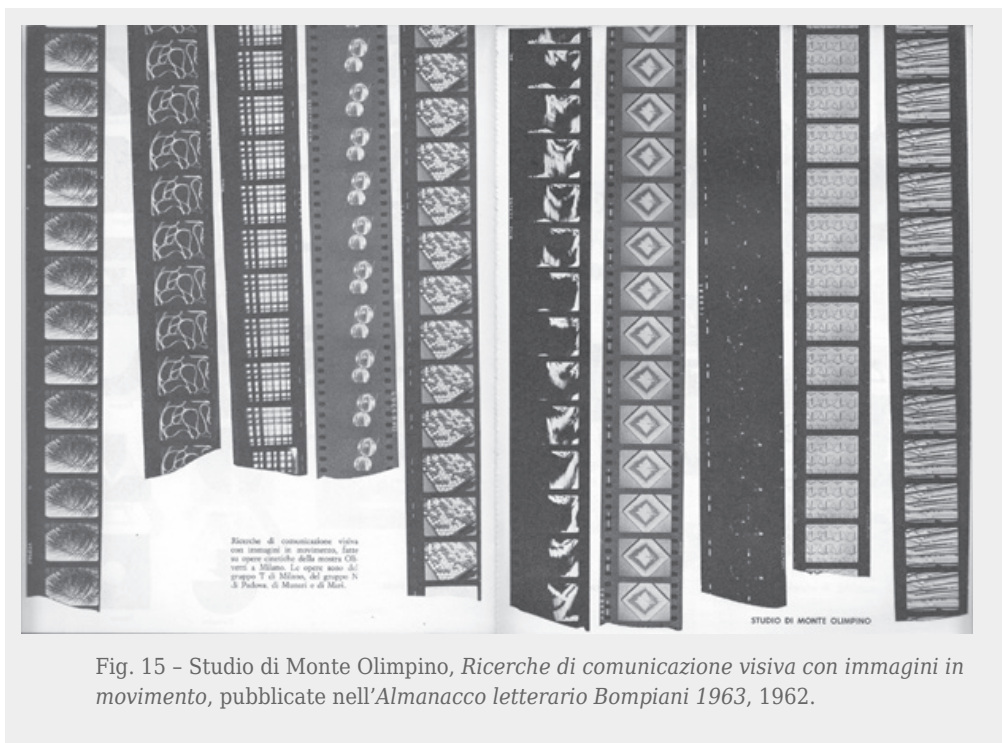


Fig. 15 - Studio di Monte Olimpino, *Ricerche di comunicazione visiva con immagini in movimento*, pubblicate nell'*Almanacco letterario Bompiani* 1963, 1962.



Fig. 16 - Fotogrammi dal documentario *Monte Olimpino 1963-1967*, 1967, Archivio Andrea Piccardo.

I titoli di testa sono una delle molteplici componenti filmiche indagate dallo Studio di Monte Olimpino all'interno di una articolata concezione di "cinema sperimentale", inteso come "ricerca fatta con i mezzi del cinema per definire in tutti i suoi possibili aspetti il linguaggio cinematografico":

la ripresa, i tempi di ripresa, le luci [...], il sonoro e le pause, l'animazione, la velocità o la lentezza di informazione, la titolazione e tutti i casi di testi animati, l'inquadratura [...], i tempi di azione, il montaggio a senso o a programmazione, le possibilità di stampa della pellicola cinematografica come le immagini filtrate o alterate da fattori fisici o chimici, la sceneggiatura ecc; vengono di nuovo esplorate con il metodo oggettivo del good design. (*Nova tendencija 3*, 1965, pp. 113-114).[26]

Come afferma Munari intervenendo nel dicembre del 1964 alla tavola rotonda sul tema *Design e mass media* organizzata dalla galleria Il Centro di Napoli:

il designer si pone di fronte ad un problema richiesto dalla società operando attraverso i nuovi mezzi che volta a volta, a seconda dei temi, gli vengono offerti dalla tecnica. Egli affronta il suo lavoro senza alcun preconconcetto né di forma, né di stile, né di astrazione o non astrazione, aderendo essenzialmente ai mezzi tecnologici disponibili per risolvere ciascun problema. (*Design e mass media*, 1965, p. 16).

La "titolazione programmata" realizzata per la Rai è quindi specchio di un campo d'indagine e riflessione assai ampio e rappresenta una concreta possibilità di applicazione di una metodologia progettuale rigorosa e oggettiva a un nuovo "spazio" comunicativo aperto dalla produzione televisiva.

In modo diverso il concetto di ripetizione, variazione e modulazione di un'immagine astratta è all'origine di una delle più celebri e incisive sigle della televisione italiana: quella del settimanale *TV7*, progettata da Pino Pascali in collaborazione con Sandro Lodolo, titolare della Lodolo Film, con cui l'artista lavora dal 1958 al 1968, anno della sua prematura scomparsa.[27]

La sigla è caratterizzata dalla ripetizione ritmica di alcuni semplici elementi geometrici che insieme al logotipo della trasmissione, costruito attraverso un gioco grafico tra la “t” minuscola e il numero “7”, introducono, con la sintesi necessaria negli spazi paratestuali, il longevo settimanale di politica e attualità in onda dal 15 gennaio 1963 sul canale Nazionale in orario serale[28] (figura 17).

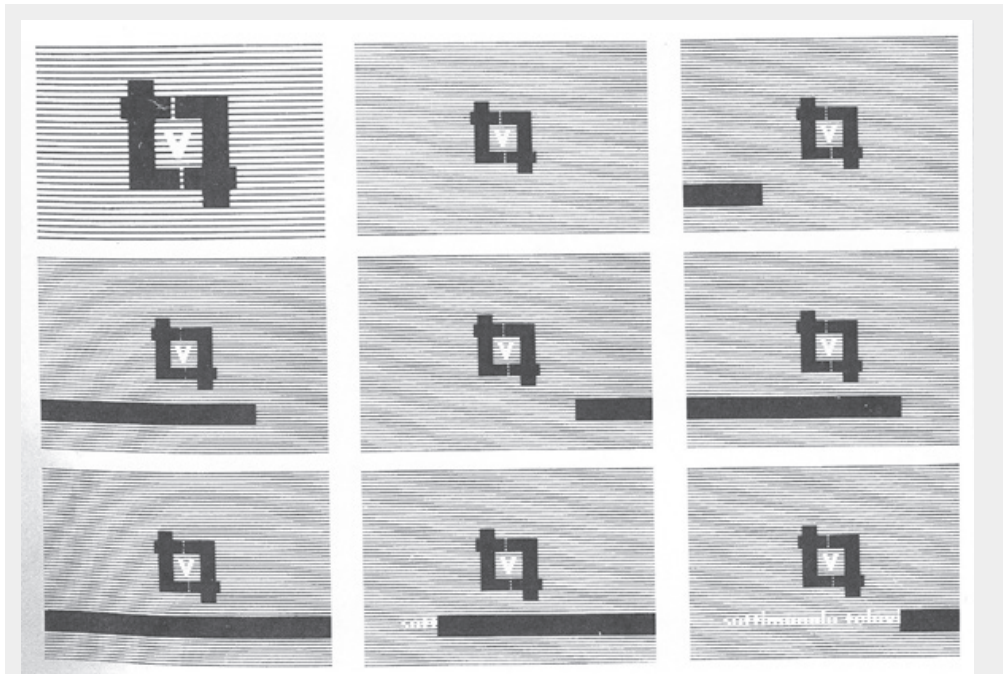


Fig. 17 - Pino Pascali in collaborazione con Sandro Lodolo, Sigla di TV7, pubblicata in *La nostra Rai*, 5, 1965.

La sigla restituisce, attraverso la pregnanza visiva del logotipo e una efficace sintesi cinetico-sonora, una copertina in linea con l'impostazione del programma, che viene presentato sulle pagine del *Radiocorriere* come “un rotocalco stampato non su carta di lusso, ma su carta di giornale” (Barbacinti, 1962, p. 19). *TV7* nasce infatti come supplemento del telegiornale volto ad approfondire gli argomenti più rilevanti trasmessi quotidianamente dai notiziari Rai. La trasmissione, caratterizzata da uno stile veloce e dinamico, puntava sulla massima attualità delle notizie e cercava quindi di sfruttare al meglio lo specifico televisivo della diretta[29]. L'essenziale titolo della trasmissione è tradotto in un altrettanto essenziale logotipo che è protagonista della sigla quale simbolo visivo che rafforza l'identità del programma nella comunicazione con il pubblico: su uno sfondo a righe orizzontali “scorre” ritmicamente un sottile rettangolo nero che “entra” ed “esce” dall'inquadratura “portando con sé” i titoli di testa della trasmissione sulle note del brano jazz di Stan Kenton *Intermission Riff*. Sandro Lodolo ha osservato che la sequenza di righe in bianco e nero poteva ricordare il codice Morse “fatto di linee e punti”, che nel suo dinamismo identifica “il telegrafo e quindi la notizia” ([Lodolo], 2006, p. 122). Non a caso il segnale telegrafico che precedeva la sigla musicale annunciava in alfabeto Morse il nome della rubrica (Nissim, 1964, p. 14).

---

Nel contesto di una riscoperta e rivalutazione critica delle opere “su commissione” di Pino Pascali è stata più volte sottolineata l'importanza del progetto per TV7. Marco Senaldi, in un saggio su Pascali “artista mediale”, ha riconosciuto nella sigla “un'opera tra le sue più grandi e riuscite” e vi ha letto “una rielaborazione tutta italiana, con accenti ludici, della grande stagione del cinema astratto internazionale”, di film come *Diagonal Symphonie* di Viking Eggeling o *Rhythmus 21* di Hans Richter (Senaldi, 2010, p. 91). Modelli storici certamente noti a chi in quegli anni era interessato a un cinema grafico di ricerca, come ha ricordato Marcello Piccardo a proposito degli inizi dell'esperienza di Monte Olimpino (Piccardo, 1992, p. 11).

Un riferimento cronologicamente più vicino si può invece rintracciare nel lavoro del grafico americano Saul Bass che all'inizio degli anni cinquanta, quando i titoli di testa erano considerati una parte quasi irrilevante del film tanto da essere proiettati a sipario ancora chiuso, ne sottolineò il ruolo di negoziazione con il pubblico e di evocazione in forma metaforica del nucleo narrativo della pellicola (Re, 2006, p. 44). Collaborando con registi quali Otto Preminger e Alfred Hitchcock per film come *L'uomo dal braccio d'oro* (*The Man with the Golden Arm*, 1955) o *Intrigo internazionale* (*North by Northwest*, 1959), diede un'inedita importanza visuale a questo spazio paratestuale. I suoi progetti hanno fatto scuola non solo negli Stati Uniti ma anche in Europa, dove già negli anni cinquanta Bass era riconosciuto come uno dei protagonisti della grafica internazionale. Marco Giusti, che è stato il primo ad avviare un importante lavoro di recupero e di studio del lavoro pubblicitario, grafico e scenografico di Pascali, ha raccolto da Enzo Manili la testimonianza secondo la quale l'artista studiava con attenzione la linea grafica di Bass (Lodolo, 2008). Pur nella diversità dell'impaginazione e del ritmo, la sintassi della sigla di TV7 può essere ad esempio confrontata con quella delle sequenze di apertura del film *Psyco* (*Psycho*, 1960) [30], dove i titoli di testa scorrono insieme a una griglia di chiaro sapore modernista. Vicini allo stile di Bass e degli autori della casa di produzione UPA

(United Productions of America), fondata negli anni quaranta in opposizione al realismo Disneyano, sono anche i personaggi creati da Pascali per i Caroselli, caratterizzati da una forte stilizzazione e da un tratto lontano dallo stile di animazione della Disney [31].

Nella sua semplicità e chiarezza, la sigla di TV7 rivela una incisività che ancora oggi colpisce e sembra indirettamente riflettere sul linguaggio del medium televisivo sia nel motivo a righe orizzontali che ricorda le linee di trasmissione del televisore sia nella perfetta sincronia tra “improvvisazione grafica” e “improvvisazione musicale”. Sulla scorta della riflessione condotta da Umberto Eco negli stessi anni, può essere infatti letta come “opera aperta”, che sembra riassumere visivamente la crescita della narrazione propria della diretta televisiva, a metà tra scelta e arbitrarietà. L'indeterminazione che Eco individua nelle poetiche contemporanee è paragonata nel saggio *Opera aperta* all'improvvisazione jazz (Eco, 1962, pp. 170-171), dove il riff costituisce una traccia ripetuta e variata dal musicista senza uno spartito predefinito. Nella sigla di TV7 il brano di Stan Kenton corrisponde all'impaginazione visiva, creando una sottolineatura sonora che intensifica il significato della sigla e nello stesso tempo sembra alludere a una delle caratteristiche del linguaggio televisivo messa in evidenza dalla critica sin dalla nascita del nuovo medium.

---

## 5. Conclusioni

Nel 1965 la sigla di TV7 viene messa visivamente a confronto con quelle delle rubriche *Anteprima* e *L'Approdo* in un articolo pubblicato sulle pagine de *La nostra Rai* che si sofferma sull'impostazione e sul taglio giornalistico dei tre programmi, riflettendo solo indirettamente, attraverso le immagini e le brevi didascalie, sul ruolo della sigla nell'"impaginazione" del piccolo schermo (Donat-Cattin, 1965, pp. 10-13). Alle sigle, più che ad altri aspetti della "messa in scena" televisiva, viene riservato un certo spazio sulle pagine delle riviste aziendali della Rai. Se sul *Radiocorriere* si trovano nel primo decennio soprattutto riferimenti ai brani musicali che introducono le trasmissioni, spesso sollecitati dalla curiosità dei telespettatori, sulla rivista *La nostra Rai*, pubblicata dal 1958,[32] le "copertine" servono in alcuni casi a illustrare gli articoli sui programmi, di cui rappresentano l'incipit sullo schermo televisivo, anche se molto raramente vengono citati i nomi dei progettisti o degli studi di produzione.

Le origini di una specifica e, possiamo aggiungere, programmatica attenzione critica a questo ambito di progettazione si ritrovano negli articoli di *Pagina*, l'unica tra le riviste di grafica italiane che in questi anni pubblici approfondimenti rivolti a un dibattito internazionale[33]. Ne è esempio l'interessante documentazione di titoli di testa realizzati da Saul Bass presentata nel primo numero del novembre 1962. Tra i progetti sono pubblicati la celebre sequenza iniziale di *Psyco* e le sigle dei programmi televisivi americani *PM East* e *Alcoa Première*, che costituiscono importanti modelli di riferimento per chi in quegli anni in Italia stava muovendo i primi passi nella sperimentazione dei linguaggi della grafica in movimento. Il quarto numero di *Pagina* (1964) ritorna sul lavoro del grafico americano con l'ampio intervento *Titles For a Film. And Other Ideas*, in cui è lo stesso Bass a presentare i titoli di testa del film *Anime sporche (Walk on the Wild Side, 1962)* di Edward Dmytryk e a riflettere sul suo processo creativo.

Specchio degli sviluppi della ricerca progettuale è in diverso modo la pubblicazione annuale *Pubblicità in Italia*, che inaugura una sezione dedicata alla "pubblicità cinematografica e televisiva" nel 1957 con l'avvio di *Carosello* e inizia a prestare attenzione alle sigle di programmi televisivi non pubblicitari dal 1965, quando ad esempio vengono presentati gli incipit delle trasmissioni *La domenica sportiva* e *Linea diretta*, progettati da Ilio Negri, Michele Provinciali e Pino Tovaglia dello Studio CNPT (*Pubblicità in Italia...*, 1965, p. 247). Questo nuovo e più ampio interesse rivolto al particolare ambito progettuale rappresentato dalle sigle televisive è sintomatico di quel cambiamento che porterà a "fare della grafica in tv qualcosa di più preciso" (Sasso, 1994, p. 116) e a darle un più ampio e specifico peso nell'impaginazione non solo dei programmi, ma anche delle reti e nella loro comunicazione al pubblico.

Il primo decennio di trasmissioni è caratterizzato da esiti meno organici e "spettacolari" rispetto a quelli degli anni successivi e alle prime prove di sigle realizzate interamente in elettronica, ma non per questo meno significativi. In questi anni vengono aperte alcune direzioni di sperimentazione e vengono poste le basi di un longevo immaginario legato al piccolo schermo. I progetti di Carboni, Varisco, Munari, Piccardo, Lodolo e Pascali sono esemplificativi delle pionieristiche ricerche avviate in questo primo periodo; rispecchiano in particolare diverse modalità di indagine di una grammatica visiva basata sull'interazione tra forma tipografica e forma geometrica, che con processi di "proiezione", "programmazione" e variazione, diventano immagine in movimento. Questi progetti sono "schemi cinetico-sonori", per riprendere le parole di Gillo Dorfles, che suggeriscono analogie non solo con i



---

meccanismi di funzionamento del nuovo medium e con la modalità di trasmissione dell'immagine sullo schermo, ma anche in alcuni casi con i nuovi modelli di rielaborazione dei dati offerti dagli sviluppi dell'elettronica e con l'immaginario a questi legato. La sigla si configura già in questo primo decennio come spazio di riflessione "metatelevisiva", in cui la televisione cita i suoi meccanismi, il suo funzionamento, le sue ritualità, a volte in modo ironico, altre con inedite valenze espressive sul piano del linguaggio visivo. Come ha scritto lo storico e teorico Gianfranco Bettetini nel volume pubblicato a seguito dell'importante convegno del 1985 *Televisione: la provvisoria identità italiana*[34]:

Anche quando non si avevano a disposizione i trucchi elettronici e i computer, i titoli delle diverse produzioni comportavano un lavoro creativo molto intenso, efficace e spesso indirizzato verso soluzioni narrative. [...]. Lo studio delle più significative sigle prodotte dalle televisioni italiane potrebbe costituire l'occasione per un discorso storico sulle più vive ricerche linguistiche del mezzo e, nello stesso tempo, sul modo in cui l'istituzione televisiva ha inteso via via presentarsi al suo pubblico e coinvolgerne l'attenzione (pp. 18-19).

---

### Riferimenti bibliografici

- Arte e tecnologia* (1964). *Arte e tecnologia*. Brochure del convegno, 27-29 giugno 1964. Firenze: Tipografia Giuntina.
- Baglio, G. (1958). Giornalismo plastico. *La nostra Rai*, 2, febbraio, 40-41.
- Barbicinti, B. (1962). "TV 7" il nuovo settimanale televisivo. *Radiocorriere TV*, 51, 16-22 dicembre, 19.
- Bass, J. & Kirkham, P. (2011). *Saul Bass: a life in film & design*. Londra: Laurence King.
- Bass, S. (1964). Titolazioni di un film. E altre idee. *Pagina*, 4, gennaio, 14-21.
- Bettetini, G. (a cura di). (1985). *Televisione: la provvisoria identità italiana*. Torino: Fondazione Giovanni Agnelli.
- Caramel, L. (1984). *MAC Movimento Arte Concreta*. Catalogo della mostra, aprile-giugno 1984. (Volumi 1-2). Milano: Electa.
- Caramel, L. (1996). *Il MAC Movimento Arte Concreta nella collezione della Banca Commerciale Italiana*. Milano: Banca Commerciale Italiana.
- Carboni, E. (1959). *Pubblicità per Radiotelevisione*. Milano: Silvana Editoriale d'Arte.
- Casetti, F. & Di Chio, F. (2006). *Analisi della televisione* (6a ed.). Milano: Bompiani.
- Casetti, F. & Odin, R. (1990). De la paléo- a la néo-télévision. Approche sémio-pragmatique. *Communications*, 51, 9-26.
- Cavadini, L., Corà, B. & Di Pietrantonio, G. (a cura di). (2010). *Il grande gioco. Forme d'arte in Italia*. Catalogo della mostra, 24 febbraio - 26 settembre 2010. Cinisello Balsamo: Silvana Editoriale.
- Cocchia, A. (1979). È nata la sigla della Terza Rete. *Radiocorriere TV*, 48, 25 novembre - 1 dicembre, 70-73.
- "Design e mass media" (1965). "Design e mass media". *Op. Cit.*, 2, gennaio, 8-30.
- Donat-Cattin, A. (1965). L'impaginazione televisiva. *La nostra Rai*, 5, maggio, 10-13.
- Dorfles, G. (1965). Visualità tecnologica. *Marcatré*, 11-12-13, 109-111.
- Dorfles, G. (1979). La TV come canale d'una nuova espressività visuale. In *Rai / Prix Italia Milano 1978. Le arti visuali e il ruolo della televisione* (pp. 115-126). Atti del convegno, 12-13 settembre 1978. Torino: ERI.

- 
- Eco, U. (1961). La forma del disordine. In S. Morando (a cura di), *Almanacco Letterario Bompiani 1962. Le applicazioni dei calcolatori elettronici alle scienze morali e alla letteratura* (pp. 175-187). Milano: Bompiani.
- Eco, U. (1962). *Opera aperta. Forma e indeterminazione nelle poetiche contemporanee*. Milano: Bompiani.
- Eco, U. (1983). TV: la trasparenza perduta. In U. Eco, *Sette anni di desiderio* (pp. 163-179). Milano: Bompiani.
- Forme programmate*. (1965). *Forme programmate. Documentazione del materiale raccolto dall'Istituto in occasione delle mostre organizzate per la celebrazione del V Centenario della introduzione dell'Arte della Stampa in Italia*. Catalogo della mostra, settembre 1965. Torino: Politecnico di Torino, Facoltà di Architettura, Istituto superiore di Scienze e Arti Grafiche.
- Gavioli, R. (1985). Racconti frettolosi e sinceri. In G. Bettetini (a cura di), *Televisione: la provvisoria identità italiana* (pp. 165-170). Torino: Fondazione Giovanni Agnelli.
- Genette, G. (1989). *Soglie. I dintorni del testo*. Torino: Einaudi. (Pubblicato originariamente nel 1987).
- Grasso, A. (2000). *Storia della televisione italiana*. Milano: Garzanti.
- Grasso, A. (2008). *Enciclopedia della Televisione* (3a ed.). Milano: Garzanti.
- "Intervento di Vito Molinari" (1985). In G. Bettetini (a cura di), *Televisione: la provvisoria identità italiana* (pp. 181-187). Torino: Fondazione Giovanni Agnelli.
- "Introduzione" (1962). "Introduzione". *Pagina, 1*, novembre, 4-5.
- Lodolo, C. (2008), Intervista a Marco Giusti. In D. Ferrara (a cura di), *Pascali. Disegni per la pubblicità* (pp. 24-26). Catalogo della mostra, 29 febbraio - 30 aprile 2008. Roma: Galleria Emmeotto.
- Lodolo, C. (2012). *32 anni di vita circa. Pino Pascali raccontato da amici e collaboratori*. Siena: Carlo Cambi Editore.
- [Lodolo, S.] (2006). Sigle TV. In *Pino Pascali. Lavori per la pubblicità* (p. 122). Catalogo della mostra, 18 novembre 2006 - 20 gennaio 2007. Siena: Carlo Cambi Editore.
- "Mario Sasso: autoritratto. Una conversazione con Marco Maria Gazzano". (1994). In M.M. Gazzano (a cura di), *Mario Sasso. Architetture elettroniche, la città, la televisione* (pp. 115-123). Roma: Sedac Edizioni.
- Meneguzzo, M., Morteo, E. & Saibene, A. (2012). (a cura di). *Programmare l'arte. Olivetti e le neoavanguardie cinetiche*. Catalogo della mostra, Venezia, Negozio Olivetti, 30 agosto - 14 ottobre; Milano, Museo del Novecento, 26 ottobre - 17 febbraio. Milano: Johan & Levi editore.
- Munari, B. (1962). La progettazione grafica. In S. Morando (a cura di), *Almanacco letterario Bompiani 1963. La civiltà dell'immagine* (pp. 34-35). Milano: Bompiani.
- Nardelli, M. (2015). Munari Cinematico. In G. Rubino & M. Sanmicheli (a cura di), *Munari Politecnico. "Fare dell'arte con qualunque mezzo"*. Varese: Nomos Edizioni.
- Nissim, R. (1964). Le sigle della TV. *La nostra Rai, 6*, giugno, 14.
- Nova tendencija 3*. (1965). Catalogo della mostra, 13 agosto - 19 settembre. Zagabria: Galerija suvremene umjetnosti.
- Innocenti, V. & Re, V. (2004). *Limina/ le soglie del film. X Convegno Internazionale di Studi sul Cinema*. Udine: Forum.
- Penati, C. (2015). The hearth of our times: Rai and the domestication of Italian television in the 1950s. *Comunicazioni sociali, 1*, 36-45.

- 
- Piccardo, A. (2012). L'avventura di Monte Olimpino. Il cinema di ricerca di Munari e Piccardo. In B. Di Marino, M. Meneguzzo, A. La Porta (a cura di), *Cinema d'artista italiano 1912-2012. Lo sguardo espanso* (pp. 87-90). Catalogo della mostra, 30 novembre 2012 - 3 marzo 2013. Cinisello Balsamo: Silvana Editoriale.
- Piccardo, M. (1992). *La collina del cinema*. Como: Nodo Libri.
- Pignotti, L. (1998). Anni Sessanta: poesia tecnologica, poesia visiva, Gruppo 70. In E. Mascelloni, Sarenco (a cura di), *Poesia totale 1897-1997. Dal colpo di dadi alla poesia visuale* (Vol. 2, pp. 185-189). Catalogo della mostra, giugno-settembre 1998. Colognola ai Colli: Adriano Parise Editore.
- Re, V. (2006). *Ai margini del film. Incipit e titoli di testa*. Pasion di Prato: Campanotto Editore.
- Senaldi, M. (2010). Tic Tac Tv. Pino Pascali artista mediale. In A. D'Elia (a cura di), *Pino Pascali* (pp. 86-95). Milano: Electa.
- Servizio Documentazione e Studi (a cura di). (1964). *Dieci anni di Televisione in Italia*. Torino: ERI.
- Simonelli, G. (1994). *Le sigle televisive: nascita e metamorfosi*. Torino: Rai-Nuova ERI. "Studio di Monte Olimpino" (1964). "Studio di Monte Olimpino". *Pagina, 4*, gennaio, 36-39.
- Vinti, C. (2012). Fra grande e piccolo schermo. Per una preistoria dell'immagine in movimento. In G. Camuffo, M. Piazza & C. Vinti (a cura di), *TDM 5: grafica italiana* (pp. 359-361). Catalogo della V edizione del Triennale Design Museum, 14 aprile 2012 - 24 febbraio 2013. Mantova: Corraini.
- Zane, M. (1998). *Scatola a sorpresa: la Gamma Film di Roberto Gavioli e la comunicazione audiovisiva in Italia da Carosello ad oggi*. Milano: Jaca Book.
- Zatterin, U. (1965). TV7 l'antirotoalco. *La nostra Rai, 5*, maggio, 2-3.

---

#### NOTE

1. Per un approfondimento sul Gruppo 70, fondato a Firenze da Lamberto Pignotti ed Eugenio Miccini, si rimanda a Pignotti (1998, pp. 185-189).↵
2. In modo particolare gli atti del convegno *Televisione: la provvisoria identità italiana* del 1985, che ha dedicato una sezione ai "racconti brevi" come genere originale della televisione italiana (Bettetini, 1985), e il libro di Giorgio Simonelli *Le sigle televisive. Nascita e metamorfosi* (1994).↵
3. Triennale di Milano, *TDM5: Grafica italiana*, a cura di Giorgio Camuffo, Mario Piazza, Carlo Vinti, 14 aprile 2012 - 24 febbraio 2013.↵
4. Periodo che coincide con la direzione dei programmi di Sergio Pugliese.↵
5. Neologismo coniato da Umberto Eco per definire la televisione italiana nel periodo del monopolio statale (1954-1975) (Eco, 1983, pp. 163-179). Per approfondire si veda anche Casetti & Odin (1990, pp. 9-26).↵
6. Il "Secondo Programma" televisivo nasce nel 1961, mentre la Terza Rete Rai inizierà le trasmissioni nel 1979.↵
7. Si vedano per esempio le puntate di sabato 10 agosto e di sabato 17 agosto 1957 (Catalogo Multimediale Teche Rai, *Appuntamento con la novella*, lettura di Giorgio Albertazzi, in onda alle ore 22:45).↵
8. Per approfondire il tema dei titoli di testa cinematografici si rimanda agli studi di Valentina Re, in modo particolare al libro *Ai margini del film. Incipit e titoli di testa* (2006) e agli atti del convegno *Limina/ le soglie del film* tenutosi a Udine nel 2003 (Innocenti & Re, 2004).↵

- 
9. Per approfondire si vedano Simonelli (1994) e “Intervento di Vito Molinari” (1985).↵
  10. Per individuare la mano di Marcello Piccardo è stato prezioso l’aiuto del figlio Andrea Piccardo. In questi stessi anni Piccardo disegna le illustrazioni di un libro di Jole Giannini pensato come manuale integrativo al corso televisivo, pubblicato in diverse edizioni nel 1955, 1956, 1958 e 1963. Sono sicuramente a lui attribuibili anche le illustrazioni che nel corso della lezione televisiva supportano la didattica. Purtroppo non è stato possibile pubblicare le immagini della sigla per problemi inerenti i diritti riscontrati dalla Rai.↵
  11. Per approfondire la storia della casa di produzione Gamma Film si veda Zane (1998).Purtroppo non è stato possibile pubblicare le immagini della sigla per problemi inerenti i diritti riscontrati dalla Rai. Un breve estratto della sigla animata creata da Gavioli è visibile a questo link (da 1’30”).↵
  12. Tecnica d’animazione in cui viene ripreso un fotogramma alla volta. Visti in sequenza i diversi fotogrammi creano l’effetto di animazione e di movimento.↵
  13. Lo storyboard della sigla è pubblicato sul sito di Mario Sasso:  
<http://www.mariosasso.net/#!/SIGLE00-NON-E-MAI-TROPPO-TARDI> (ultimo accesso luglio 2016).↵
  14. Il marchio appare dal 1948 sulle pubblicità a stampa ideate da Carboni per la Rai (vedi Carboni, 1959).↵
  15. La sigla nel 1964 viene rielaborata come pregnante immagine di copertina del libro pubblicato dalla Rai in occasione dei primi dieci anni di trasmissioni televisive (Servizio Documentazione e Studi, 1964).↵
  16. La sigla è ad esempio attribuita a Erberto Carboni in Grasso (2008), mentre a Tito Varisco in Cavadini, Corà & Di Pietrantonio (2010).↵
  17. È presente invece lo studio per la sigla della Terza Rete televisiva, ideata da Carboni nel 1979. Su questo progetto si veda Cocchia (1979), in cui è pubblicata anche l’immagine della sigla di apertura delle trasmissioni, che nella didascalia viene attribuita a Carboni. La sigla di apertura non compare tra i progetti pubblicati in Carboni, 1959.↵
  18. Nella didascalia viene descritto come “disegno a tempera su acetato, 450 x 60 cm” (Caramel, 1984, vol. 1, p. 86). Non mi è stato possibile verificare eventuali documenti riguardanti questo progetto conservati nell’Archivio Tito Varisco, di cui è stata depositata presso il Politecnico di Milano solo la parte riguardante i progetti architettonici.↵
  19. Su questo tema si rimanda a Caramel (1985, 1996).↵
  20. CSAC – Centro Studi e Archivio della Comunicazione dell’Università di Parma, Fondo Erberto Carboni, Busta “E. Carboni Rai TV Studi, schizzi – anni 50”, COLL. 219/6.↵
  21. In una nota dell’*Almanacco* si legge che la fotografia a colori della copertina è stata fornita dall’IBM.↵
  22. Per un’analisi dei film prodotti e per ripercorrere l’esperienza umana oltre che professionale dello Studio si rimanda a Piccardo (1992) e Piccardo (2012). Per una riflessione sulla “cinematicità” di Munari si veda Nardelli (2015).↵
  23. Per un’analisi della mostra si veda Meneguzzo, Morteo & Saibene (2012).↵
  24. *Arte programmata*, 1962, soggetto di Bruno Munari, sceneggiatura di Marcello Piccardo, regia di Enzo Monachesi, musica di Luciano Berio; 16 mm, colore, sonoro, 10’, Archivio Storico Olivetti, Ivrea.↵
  25. *Monte Olimpino 1963-1967*, 1967; copia in 8 mm in bobina loop, b/n e colore, muto, 5’, Archivio Andrea Piccardo. Il filmato è stato realizzato come presentazione dello Studio in occasione della mostra degli architetti Castiglioni alla Allmark Gallery di New York.↵
  26. I film dello studio sono presentati in questi anni a diverse mostre in Italia e all’estero, su cui non è possibile in questa occasione soffermarsi, a volte introdotti in catalogo da un testo scritto da Bruno Munari. Il dattiloscritto di Munari da cui è stato estratto il testo pubblicato sul catalogo della mostra *Nova tendencija 3*, tenutasi a Zagabria nel 1965, è conservato nell’Archivio del Musej Suvremene Umjetnosti Zagreb (Museo d’Arte Contemporanea di Zagabria).↵

- 
27. Per approfondire gli altri progetti nati dalla collaborazione tra Pascali e Lodolo si veda Lodolo (2012).↵
  28. Visto che il programma va in onda dal gennaio del 1963, la commissione della sigla potrebbe risalire all'anno precedente. Alcuni bozzetti datati 1961 provenienti dall'archivio Lodolo sembrerebbero far supporre una ideazione anteriore, che andrebbe però verificata con altre fonti. La "testata" di TV7 è pubblicata nel 1965 su *La nostra Rai* come opera grafica di Sandro Lodolo (Zatterin, 1965, p. 3).↵
  29. Cfr. Zatterin (1965, pp. 2-3). Su TV7 si veda anche Grasso (2000, pp. 145-147).↵
  30. Il film è uscito nelle sale italiane lo stesso anno.↵
  31. Si confrontino ad esempio i personaggi dei Killers o dei Posterons disegnati da Pascali con quelli della sigla di Saul Bass per il film *Il giro del mondo in 80 giorni* (*Around the World in Eighty Days*) di Michael Anderson del 1956 (cfr. Bass & Kirkham, 2011, p. 166).↵
  32. Dal 1968 cambierà nome in *Rivista Rai*. Per una introduzione sugli house organ della Rai si vedano le schede pubblicate sul sito [www.houseorgan.net](http://www.houseorgan.net).↵
  33. Nell'editoriale che apre il primo numero si legge infatti: "L'interessamento di Pagina si estenderà ben oltre i generi più abitualmente compresi nell'area della pubblicità. Tutto ciò che è soggetto della nostra quotidiana esperienza visiva ha una sua fisionomia più o meno espressiva, una sua più o meno piena funzionalità". Tra i "prodotti" e gli "oggetti" che possono essere "presentati, vagliati e discussi" su Pagina vi sono anche "la tastiera di una macchina calcolatrice, il quadro-comandi di un televisore", "il cortometraggio cinematografico e televisivo o la intitolazione di un film" ("Introduzione", 1962, p. 4).↵
  34. Il convegno ha avuto il merito di recuperare e rileggere, per la prima volta in modo sistematico, il materiale televisivo delle origini, ponendo le basi per gli studi successivi sulla storia della televisione italiana.↵

---

**AIS/DESIGN JOURNAL**  
**STORIA E RICERCHE**

VOL. 4 / N. 8  
OTTOBRE 2016

**GLI ANNI DEL CONTATTO:**  
**GRAPHIC DESIGN, NUOVE**  
**TECNOLOGIE E NUOVI MEDIA**

**ISSN**  
2281-7603

---