



Domenica 8 dicembre 2024
info@quotidianodelsud.it

Società&cultura | 21

Il testo di Frescani e Russo ripercorre l'era in cui l'autore curò i testi per la promozione La pubblicità all'epoca dell'arte

Presentato alla Fiera di Roma il libro su Sinisgalli e la campagna per l'Eni

Il libro "Leonardo Sinisgalli e la pubblicità Eni negli anni di Enrico Mattei: 1958-1963" di Elio Frescani e Biagio Russo che esplora il contributo di Leonardo Sinisgalli, poeta, matematico e pubblicitario, alla creazione della strategia pubblicitaria di Eni durante gli anni cruciali della presidenza di Enrico Mattei, è stato presentato al pubblico della Fiera Nazionale della Piccola e Media Editoria "Più libri più Liberi" di Roma.

«Il volume - spiega l'autore Biagio Russo - analizza come Sinisgalli, attraverso il suo linguaggio raffinato e la sua visione innovativa, abbia contribuito a costruire l'immagine della compagnia energetica, intrecciando arte, scienza e pubblicità in un periodo di grande trasformazione economica e culturale in Italia. Il libro si concentra sui testi e sugli spot pubblicitari realizzati da Sinisgalli per Eni, sottolineando l'importanza di Mattei come figura che promuoveva un'industria moderna e al contempo orientata verso una comunicazione più alta e intellettualmente stimolante». Frescani e Russo ricostruiscono anche il contesto storico e politico in cui questa pubblicità veniva prodotta, mettendo in luce come il lavoro di Sinisgalli abbia rappresentato un incrocio tra il mondo della pubblicità e quello della cultura italiana del dopoguerra.

«L'opera - precisa l'altro autore Elio Frescani - evidenzia anche il rapporto tra Sinisgalli e Mattei, che, con la sua visione pragmatica e internazionale, cercava di proiettare l'Eni come una multinazionale capace di comunicare con intelligenza e creatività, utilizzando mezzi non solo commerciali ma anche culturali. La pubblicità di Eni, quindi, non era solo un veicolo di marketing, ma una forma di espressione che rifletteva il progetto di modernizzazione e di rinnovamento dell'Italia. Il libro si inserisce in una riflessione più ampia sull'evoluzione della pubblicità in Italia e sull'importanza di Sinisgalli come figura centrale di questa trasformazione».

«Il volume - sottolinea Biagio Russo - essendo un lavoro di ricerca presso archivi di tutta Italia, incluso l'Archivio storico di Eni, offre allo studioso, al ricercatore, al curioso oltre 600 immagini e documenti, consentendo di apprezzare non solo il rapporto che Sinisgalli aveva con il mondo della grafica e della comunicazione, ma anche una poetica romantica in cui la pubblicità tendeva a contaminare le arti, cercando di sedurre il consumatore in maniera intelligente. Pubblicità, dunque, che si fa messaggio completo, per sollecitare l'interesse e la curiosità del fruitore, in barba all'avanzata delle agenzie pubblicitarie americane che negli anni '50 invadono il nostro mercato con campagne quantitative di basso livello».

«C'è stato un tempo in cui l'Italia, per la propria crescita, la propria modernizza-



In alto il libro di Frescani e Russo presentato alla Fiera di Roma e alcuni momenti dell'incontro

zione, si rivolgeva ai poeti. Credeva che loro fossero in grado di avere visioni più lunghe e indicare traiettorie non scontate per i percorsi di crescita in atto. Sul piano economico, sul piano sociale. Per la capacità di suggerire nuovi modelli culturali e stili di vita. Non a caso grandi aziende come Olivetti, Pirelli, Finmeccanica, Eni, - tanto per citare qualche nome - chiesero e ottennero la collaborazione di poeti, scrittori e artisti nel tempo in cui il Paese cercava di risollevarsi dalle macerie materiali e morali del secondo dopoguerra e del ventennio fascista. Leonardo Sinisgalli, per la sua vocazione eclettica e per la sua propensione alla contaminazione di sguardi e linguaggi, è stato uno dei grandi protagonisti di quella memorabile stagione». Lo evidenzia Mimmo Sammartino, giornalista e scrittore, spiegando che Sinisgalli fu chiamato a curare la comunicazione e la promozione pubblicitaria di grandi aziende, tra le quali Eni dove fu il responsabile della pubblicità tra il 1958 e il 1963. «Il poeta-ingegnere di Montemurro - prosegue Sammartino - caratterizzò la sua opera con geniali creazioni in un tempo in cui la promozione pubblicitaria si in-

crociava con profili artistici. Il messaggio pubblicitario guardava non solo all'effetto quantitativo, ma anche alla bellezza, all'originalità dell'invenzione, alla capacità di creare una relazione emozionale con il pubblico. Era una pubblicità assai diversa da quella del tempo presente. Una pubblicità caratterizzata anche da aspetti etici e impegnata a creare un ponte tra un'Italia contadina e dei paesi e un'Italia industriale e delle città. Un ponte tra il passato e un presente in divenire. Tra memoria e innovazione. Un ponte al quale Sinisgalli è stato capace di restituire voce e forme con produzioni anticipatrici e memorabili».

Il direttore Beneduci nel presentare l'ultimo nato della produzione editoriale targata Fondazione Sinisgalli precisa che «Si tratta di un volume di straordinaria importanza che studia un aspetto dell'opera di Leonardo Sinisgalli mai approfondito con tanta ricchezza documentaria e iconografica, con carte d'archivio, immagini, fotografie, manifesti, lettere e installazioni fieristiche, persino filmati della pubblicità di Carosello. L'opera costituisce un volume metagrafico, che tratta di grafica

pubblicitaria e scelte comunicative, ma è esso stesso un oggetto di design, che unisce il pregio dell'utile e l'eccezionalità del bello, come sarebbe piaciuto a Leonardo Sinisgalli. La pubblicità - afferma Beneduci - è raccontata nella sua epoca d'oro, nel momento in cui l'Italia entrava negli anni del miracolo economico, e si mobilitavano tutte le risorse dell'ingegno, della fantasia, della creatività, unite ad un'attenzione non secondaria alle qualità estetiche e alle sollecitazioni dell'intelligenza del consumatore. Sinisgalli opera sul crinale di una nuova era, quella dei copywriter e pubblicitari di professione, guidati dall'intento di incrementare le vendite, sacrificando ogni valutazione qualitativa sull'altare della quantità. Tra gli anni Cinquanta e Sessanta Sinisgalli costituisce il discrimina tra una comunicazione pubblicitaria inventiva ma rispettosa dell'intelligenza dell'uomo, ancor prima che del consumatore, e l'epoca in cui regneranno la tecnica e il marketing, attenti all'incremento dei profitti, e dove - dirà Sinisgalli stesso - non c'è più posto per i poeti».

A concludere l'evento il critico d'arte e direttore del Polo museale di Castronuovo S. Andrea Peppino Appella, il quale si è soffermato sul significato della pubblicità per Sinisgalli. «Lui - afferma Appella - immagina di costruire in modo diverso dall'abituale, da quella che era la consuetudine anche dell'epoca, una pubblicità diversa, una pubblicità che fosse opera d'arte proprio come avevano fatto tutti gli artisti che hanno frequentato le avanguardie. Dal Futurismo al Dadaismo, dal Surrealismo al Cubismo, quattro avanguardie che non riguardavano soltanto l'arte in sé, come il dipinto, la scultura ma riguardavano il libro, il cinema, il teatro e tutto quello che è poi venuto nel corso degli anni. Fare opera d'arte, utilizzando la pubblicità, era un'attitudine propria del poeta che dentro di sé fosse anche un'artista oppure un grande poeta che si era affiancato per tutta la vita a grandi artisti, uno per tutti Lucio Fontana. La pubblicità di Sinisgalli la si può definire 'umanizzata' perché tendeva come la poesia, la letteratura e l'arte in genere a costruire l'uomo e a farlo diventare anche più intelligente».

A portare i saluti dell'Associazione dei Lucani a Roma, la presidente Eleonora Locuratolo che ha sottolineato l'impegno del sodalizio per la promozione della cultura e, quindi, del libro che sono autentiche finestre sul mondo. La nostra Associazione continua come ha sempre fatto nel corso degli anni - sottolinea Locuratolo - a sostenere e a valorizzare le produzioni editoriali lucane, come quella di stesera, che ha il merito di far riflettere sulla poliedricità di Sinisgalli».

Presente all'incontro il già presidente dell'Associazione dei Lucani a Roma, Filippo Martino.