

**CENTRO AUDIOVISIVI CON LE ARTI  
BOLZANO E I NUOVI MEDIA**

---



**SLOGAN E  
VISIONI PER  
IL FUTURO**

---

**ESTATE  
2015**

**PIÙ DI 1000 TITOLI  
DA SCOPRIRE**



---

***L'opera non è soltanto  
l'oggetto, ma anche  
quello che lo circonda  
e i vuoti, gli spazi***

OSCAR NIEMEYER

---

**CON LE ARTI E I NUOVI MEDIA** PERCORSI INEDITI  
NEL VARIEGATO MONDO DELLE ARTI VISIVE E SONORE

La conoscenza dei linguaggi delle arti è fondamentale per la formazione di cittadini attivi e consapevoli. Il CAB Centro Audiovisivi di Bolzano presso il Centro Culturale Trevi mette a disposizione questa brochure tematica per promuovere una sezione speciale della Mediateca dedicata alle arti e ai nuovi media attraverso la proposta di spunti e percorsi inediti scegliendo di volta in volta un tema specifico.

Più di 1000 titoli che comprendono documentari e opere audiovisive su vari supporti digitali e multimediali, a disposizione di tutti gli interessati per il prestito gratuito. Un patrimonio in costante aggiornamento a partire dalle origini fino alle espressioni più avanzate nell'era contemporanea.

Un invito a comprendere un'opera d'arte con la guida di esperti, rivedere una pièce teatrale, avvicinarsi ai grandi maestri del design, dell'architettura, della fotografia, conoscere il mondo della pubblicità, esplorare l'universo della danza, della musica, dell'opera lirica, approfondire i classici e i grandi autori della letteratura, della poesia, della filosofia, rivedere la grande sceneggiatura, indagare le espressioni più avanzate dell'arte contemporanea attraverso le opere di videoartisti, rassegne, festival dedicati ai nuovi media e alle tecnologie digitali.

Il ciclo di rassegne è a cadenza quadrimestrale. Un appuntamento per ogni stagione che intende offrire un percorso innovativo, fluido e di libere associazioni tra le varie discipline delle arti visive e sonore, presenti nell'edizione aggiornata del catalogo arti & new media e più in generale nella dotazione del CAB, per una ricerca creativa di nuovi percorsi interdisciplinari.



**GRATUITAMENTE  
IN MEDIATECA**

CATALOGO  
art.new media, 2012

*In copertina designer  
toy "Fat Tony" (2011)  
di Ron English*

---

## La vera rivoluzione del nostro tempo è stata fatta da Carosello

EMANUELE PIRELLA

---

**CAROSELLO** Nel 1954 nasce la televisione italiana ancora senza pubblicità. Nel 1957 viene trasmesso un nuovo programma tutto pubblicitario dall'inaspettato successo. Le storie di *Carosello* accompagnano il boom economico dell'Italia, in modo gentile e divertente. Numerosi personaggi arricchiscono i siparietti pubblicitari che accompagnano le serate delle famiglie davanti alla televisione pubblica. Aggirando la censura, tramite il *Codice di lealtà* (1966), cerca di intrattenere gli spettatori presentando una realtà edulcorata. Sono abolite parole come *amante*, *divorzio* o *reggiseno*, vi è un limite al numero di citazione dei prodotti in un singolo comunicato pubblicitario. La sfida più grande per i pubblicitari è rappresentata dall'esigenza di creare uno spettacolo all'interno dei singoli *caroselli*, destinato a fare da esca. Una anticipazione del marketing relazionale odierno che si pone la domanda di come accrescere la fedeltà dei clienti inducendoli all'acquisto. Il passo successivo per misurare l'efficacia della pubblicità è il *neuromarketing*, che promette certezza scientifica scannerizzando il cervello alla ricerca dei punti sensibili agli stimoli commerciali.



**CAROSELLO**  
RAI 1, 1957–1977  
dalle ore 20:50 alle 21:00

**IN PRESTITO  
NELLA MEDIATECA**

**PUBBLICITÀ**  
*Tutto il meglio di  
Carosello 1957–1977*  
(Giulia Croce)  
2008, DVD + LIBRO

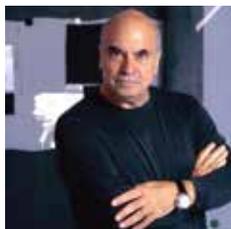
*Carosello Story*  
(Laura Ballio  
& Adriano Zanicchi)  
2009, DVD + LIBRO

*Carosello ... e poi a letto  
1957–1977*  
(Giulia Croce)  
2010, 4 DVD + BOOKLET

*Alcune immagini  
di spot storici  
del Carosello*



**LA CITTÀ DEL CONSUMO** Indagine sui luoghi progettati intorno alla promessa di felicità insita nel consumo. Si registrano due tendenze di base: la prima sposta i centri commerciali in periferia e la seconda crede che riportare i consumatori in centro sia vitale per la città. In entrambi i casi le vaste aree di commercio sono aggredite dalla diffusione degli acquisti effettuati tramite internet. Dando la possibilità ai clienti di ordinare comodamente on-line senza uscire di casa e senza entrare fisicamente in un negozio. Per reagire a questa tendenza, fare lo shopping diventa sempre più un'esperienza per tutti i sensi. Il modello americano propone questi enormi *shopping mall* che si trovano all'esterno del centro urbano, costringendo i clienti a spostarsi in macchina per poter effettuare i propri acquisti. La tradizione italiana della città si contrappone all'idea di metropoli che tende a sfaldare il tessuto sociale. L'architetto romano Massimiliano Fuksas ripercorre alcuni progetti concreti affrontando la problematica relazione tra committenza pubblica, commercianti, lobbisti e cittadini.



**MASSIMILIANO FUKSAS**  
Roma, 1944

**IN PRESTITO  
NELLA MEDIATECA**

URBANISTICA  
*Metropolis. La città del consumo*  
(Marta Francocci & Giorgio De Finis)  
2010, DVD



*Impressioni tratte dal DVD "Metropolis. La città del consumo"*

**ANDY WARHOL** Diplomatosi presso il Carnegie Institute of Technology di Pittsburgh nel 1949, si trasferisce a New York. Qui inizia a lavorare come disegnatore pubblicitario, scoprendo il fascino esercitato su di lui dalla pubblicità e dalle celebrità. I suoi primi dipinti raffigurano elementi derivati da cartoons e da pagine pubblicitarie dei quotidiani. Warhol e altri artisti con un simile approccio vengono accomunati sotto l'etichetta della *Pop Art*. I giornali sono anche una fonte di notizie sensazionali e chiacchiere, un veicolo nella creazione delle celebrità. L'immediatezza grafica del formato *tabloid* dei quotidiani con i suoi titoli grandi, gli ispira la produzione di una serie di dipinti intitolata *Disasters* e *129 Die in Jet (Plane Crash)* del 1962. I dipinti derivati da fotografie apparse sui giornali e coprono una vasta gamma di eventi e tematiche tra le quali l'esaltazione della bellezza di celebrità come Marilyn Monroe, Elizabeth Taylor e Jacqueline Kennedy. La serie delle stampe serigrafiche di *Marilyn* raggiunge un livello di riconoscimento tale da garantirgli un posto nell'immaginario collettivo.



**ANDREW WARHOLA JR.**  
Pittsburgh, 1928  
New York, 1987

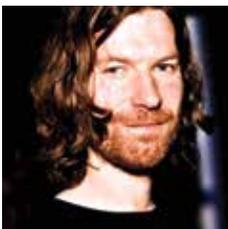
**IN PRESTITO  
NELLA MEDIATECA**

ARTE  
*Da Duchamp alla Pop Art*  
Marcel Duchamp,  
Yves Klein e Andy Warhol  
(Alain Jaubert)  
2004, DVD



*Alcune immagini che raffigurano il percorso creativo di Andy Warhol*

**IN PRESTITO  
NELLA MEDIATECA**



**CHRIS CUNNINGHAM**  
Reading, 1970

**CHRIS CUNNINGHAM** Regista inglese, autore di videoclip e spot pubblicitari. Inizia a 17 anni la sua carriera nel campo degli effetti speciali lavorando nei Pinewood Studios. Grazie alla collaborazione con registi visionari come Clive Barker, David Finch e Stanley Kubrick, raffina la sua capacità tecnica e il suo linguaggio visivo. Il sodalizio con la casa discografica *Warp Records* gli permette di collaborare con gruppi come *Autechre* e *Aphex Twin*. Grazie ai video per i brani di *Aphex Twin* *Come to Daddy* (1997) e *Windowlicker* (1999) raggiunge una notorietà che lo porta a lavorare per star internazionali come Björk e Madonna. Parallelamente alla collaborazione con musicisti e registi opera nella pubblicità, realizzando celebri spot come quello con Leonardo DiCaprio per Telecom Italia. Le sue opere video fanno parte della collezione permanente del *Museum of Modern Art* (MoMA) e sono state esposte anche alla Biennale di Venezia. Nel 2005 esce il suo cortometraggio *Rubber Johnny*, pensato come video promozionale per l'album *Drukqs* di Aphex Twin. Si vocifera del suo progetto di produrre un film tratto dal romanzo di fantascienza *Neuromancer* di William Gibson.

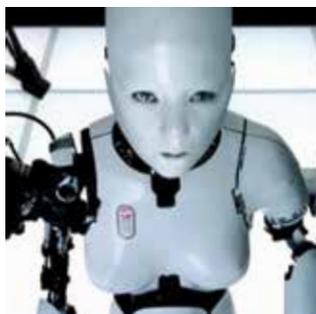
**IN PRESTITO  
NELLA MEDIATECA**

**NEW MEDIA**  
*Michel Gondry*  
*The Work of Director 1*  
2003, DVD + BOOKLET

*Spike Jonze*  
*The Work of Director 2*  
2003, DVD + BOOKLET

*Chris Cunningham*  
*The Work of Director 3*  
2003, DVD + BOOKLET

*Alcune immagini  
tratte dai video  
di Chris Cunningham*



**SUGGERIMENTI**

**NEW MEDIA**

- |      |  |               |
|------|--|---------------|
| 1963 | 4 Silent Movies · Regia: Andy Warhol                       | DVD + BOOKLET |
| 1965 | Vinyl – The Velvet Underground & Nico · Regia: Andy Warhol | DVD + BOOKLET |
| 1966 | The Chelsea Girls · Regia: Andy Warhol                     | DVD           |

**CINEMA**

- |      |   |               |
|------|---|---------------|
| 1954 | È nata una stella · Regia: George Cukor       | DVD + BOOKLET |
| 1957 | Un re a New York · Regia: Charles S. Chaplin  | DVD           |
| 1974 | Prima pagina · Regia: Billy Wilder            | DVD           |
| 1989 | Ladri di saponette · Regia: Maurizio Nichetti | DVD           |
| 1999 | Essere John Malkovich · Regia: Spike Jonze    | DVD           |
| 2006 | Factory Girl · Regia: George Hickenlooper     | DVD           |
| 2009 | L'arte del sogno · Regia: Michel Gondry       | DVD           |

**FILOSOFIA**

- |      |  |       |
|------|--|-------|
| 2014 | Collana Grandangolo. Karl Popper · Autore: Roberto Maiocchii | LIBRO |
|------|--|-------|

**URBANISTICA**

- |      |  |     |
|------|--|-----|
| 2010 | Collana Metropolis. La città del consumo · Regia: Giorgio De Finis | DVD |
|------|--|-----|

**PUBBLICITÀ**

- |      |   |             |
|------|---|-------------|
| 1995 | Multimedialità: dai nuovi media alla nuova pubblicità             | LIBRO       |
| 1999 | La pubblicità nell'era di internet                                | LIBRO       |
| 2004 | Recensioni sui quotidiani; programmi televisivi su Fellini        | LIBRO       |
| 2005 | Le pubblicità cinematografiche dei fratelli Pagot                 | LIBRO       |
| 2009 | Carosello story: la via italiana alla pubblicità televisiva       | DVD + LIBRO |
| 2009 | Carosello ... e poi a letto: la storia della televisione italiana | DVD         |
| 2009 | Schermo delle mie brame   | DVD         |

Per l'elenco completo consultare il catalogo art.new media disponibile anche online:  
[www.provincia.bz.it/cultura/sezione-arti-new-media-2011.asp](http://www.provincia.bz.it/cultura/sezione-arti-new-media-2011.asp)

L'editore si rende disponibile per gli eventuali aventi diritto sul materiale utilizzato



Il Centro Audiovisivi di Bolzano promuove e diffonde la cultura audiovisiva, cinematografica e multimediale. La mediateca è un punto di riferimento per tutti i cittadini appassionati di cinema e coloro che intendono avvicinarsi a questa forma d'arte o approfondire la conoscenza delle arti e nuovi media, della storia e cultura del territorio attraverso il linguaggio filmico e le nuove tecnologie. Una struttura moderna e accogliente con personale qualificato che fornisce informazioni e offre consulenza per orientarsi nel vasto panorama del film d'autore. Tutti i cittadini interessati possono prendere in prestito gratuitamente film e documentari d'autore. Una raccolta in costante crescita di opere a partire dalle origini del cinema fino ad oggi.

**Patrimonio filmico** 9000 film

**Sezione arti & new media** 1000 documentari

**Sezione alto adige** 200 documentari

**Biblioteca del cinema** 700 libri

**Colonne sonore** 200 cd musicali

#### **Modalità di prestito**

Il prestito è gratuito

Possono essere presi in prestito

5 film e 3 colonne sonore per 7 giorni

5 libri per 30 giorni

#### **Orario di apertura al pubblico**

lunedì 14:30–18:30

martedì, mercoledì, venerdì 10:00–12.30 / 14:30–18:30

giovedì 10:00–19:00



**CENTRO AUDIOVISIVI BOLZANO**  
**PRESSO IL CENTRO TREVI**

via Cappuccini 28  
39100 Bolzano

prestito mediateca 0471 303396/97  
[prestito-audiovisivi@provincia.bz.it](mailto:prestito-audiovisivi@provincia.bz.it)  
[www.provincia.bz.it/audiovisivi](http://www.provincia.bz.it/audiovisivi)