ELEPHANT&CASTLE 35 | I/2025 | ISSN 1826-6118

Le riviste della diaspora italiana. Una via etnica alla modernità dei periodici?

MARTINO MARAZZI

Università degli studi di Milano
martino.marazzi@unimi.it

doi: https://doi.org/10.62336/unibg.eac.35.554

Parole chiave

Giornalismo italiano della diaspora
Giornalismo culturale italoamericano
Divagando
Narrativa a puntate
Fotocrimine

Keywords

Italian Journalismo of the Diaspora
Italian-American Cultural Journalism
Divagando
Serial Fiction
Fotocrimine

Abstract

Lo studio del fiorente e variegato giornalismo della diaspora italiana può ora contare su una serie di lavori di riferimento. Incrociando questa recente produzione - perlopiù di taglio eminentemente storico-politico – con le ricerche sulla cultura popolare (letteraria e non solo) dell'emigrazione italiana e con quelle sul giornalismo ad alte tirature del ventennio fra le due guerre e del periodo espansivo della ricostruzione postbellica, è possibile tratteggiare le peculiarità di una pubblicistica diversamente italiana e moderna, ponendosi altresì alcune questioni più generali di ordine interpretativo, relative al significato di tale "italianità" e di tale "modernità". L'analisi di un settimanale newyorkese italofono di successo come *Divagando*, ad esempio, costituisce una cartina di tornasole per un *reframing* della cultura dell'emigrazione italiana, fra spinte decisamente innovatrici a vari livelli comunicativi e contenutistici – da un lato –, e – dall'altro – "fedeltà" ad una lettura "etnica" della società d'oltreoceano, vista anche attraverso le lenti "bifocali" della nuova letteratura della penisola e del noir visualizzato.

The study of the very articulated press of the Italian diaspora worldwide has finally produced, in recent years, a number of works of reference. Their approach has highlighted, in most cases, the sociohistorical and political aspects of that journalism. Our aim here is expanding this quest analyzing the interaction between, on the one hand, the impact outside the peninsula of Italian popular magazines of the 20th century, and on the other, the specificities of Italian popular culture in its diasporic, immigrant, component – in so doing, trying to shed light on the meaning, precisely, of its "Italianness" and of its "modernity". In this context, the Italian American popular slick magazine *Divagando* acts as a litmus test for a reassessment of immigrant culture – poised as it is between new communicative codes and content-related proposals, and loyalty to an "ethnic" interpretation of American society, analysed through the lenses of new Italian fiction and of hard-boiled photostories.

Se prendiamo per buona la fiction elaborata da Angela Bianchini nel suo ultimo notevole romanzo-novella, *Nevada* (2002), la giovane alter ego aspirante scrittrice incontra, nel 1952, nel corso del tempo sospeso in attesa del divorzio negli Stati Uniti, un'altra donna come lei in via di risolvere drasticamente la sua crisi matrimoniale:

> Durante la discesa, Dinah si affiancò a lei, quasi a proseguire una conversazione che però non era mai cominciata.
> "Ho saputo che scrivi", disse, poi, per non creare equivoci, precisò: "No, l'ho saputo fuori dal ranch, abbiamo lo stesso avvocato, sai", e sorrise.
> In tutta naturalezza, raccontò parecchie cose di sé: era al secondo divorzio, ma il primo l'aveva ottenuto in Florida, dove però richiedevano un periodo di tre mesi. Questa volta era venuta in Nevada perché aveva poco tempo a disposizione; in pratica, per il soggiorno al ranch aveva sfruttato tutte le sue ferie annuali e qualcosa di più. Appena ottenuto il divorzio, sarebbe tornata a New York a lavorare.
> Sempre con voce piana, come se si trattasse della professione più semplice del mondo, spiegò di essere redattrice di una rivista femminile che si chiamava *Mademoiselle*, uscita da poco, ma già un grande successo editoriale. Patinata, elegante, ispirata a un modello francese, ma di gusto molto americano, anzi, tipico di una certa élite di New York, la rivista rappresentava il massimo della raffinatezza, per il suo saper fondere dell'ottima narrativa con la moda e i reportage, il tutto esaltata da fotografie di donne e soprattutto di ragazze bellissime, colte dall'obbiettivo in vari angoli d'America oppure nei sempre più frequenti viaggi in Europa.
> A pensarci bene, Dinah era un po' come quelle ragazze, già proiettata verso un mondo nuovo, abituata a viaggiare, a prendere la vita con disinvoltura, e soprattutto molto equilibrata (Bianchini 2002: 126-127).

Il riferimento al mensile *Mademoiselle* (noto per un'annuale *college issue*) è del tutto plausibile,[1] e del resto l'intera narrazione, proposta al pubblico italiano a cinquant'anni di distanza dal tempo del racconto, restituisce proprio il ritratto di una piuttosto inedita italianità femminile immersa in un contesto sociale diverso dalla penisola, molto distante per usi, consuetudini e norme legali; eppure, a guardar bene, la presenza in sé e per sé di una rivista femminile illustrata "disinvolta" e al tempo stesso "equilibrata" non sarebbe stata da sola motivo di stupore per una giovane signora italiana. Neppure però, va aggiunto, lo sarebbe stato per un certo tipo di donna italoamericana, desiderosa di non tralasciare letture del più vario tipo nell'idioma natìo. Ed è sul giornalismo italoamericano del secondo dopoguerra che intendiamo qui in particolare soffermarci, inquadrandolo con un "taglio largo" dal punto di vista sia cronologico (la carta stampata d'oltreoceano vigoreggiava almeno da un secolo) che geografico (dal momento che, come vedremo, il fenomeno può e deve essere letto da un punto di vista diasporico, allargando la visuale anche al di là degli Stati Uniti).

Negli anni Quaranta, infatti, all'ampia offerta di riviste *mainstream*, femminili e non, si affianca oltreoceano – in una linea di continuità contraddistinta, come vedremo, da forti innovazioni – lo scaffale della stampa etnica, legata alle varie culture dell'emigrazione: più in particolare – per quel che qui ci interessa – la stampa italo-diasporica. L'esistenza e la tipologia di questa pubblicistica, oltre a rappresentare un campo d'indagine tuttora meritevole di approfondimenti specifici, sollevano alcune questioni di carattere interpretativo di più ampio respiro, prima di tutto proprio per la notevole presenza in Nord America. Lo studio della cultura scritta dell'emigrazione italiana rappresenta un banco di prova decisivo per lo sviluppo di un approccio transnazionale agli studi italiani, come lucidamente auspicato negli ultimi anni.[2]

Va preliminarmente ricordato che la stampa italiana all'estero, in massima parte legata all'esistenza di numerose comunità emigrate, costituisce sino al secondo conflitto mondiale un campo estremamente vivace e articolato, ormai oggetto di solidi studi di riferimento, perlopiù orientati in senso storico-politico (per la decisiva importanza in termini di consenso elettorale, di mobilitazione sindacale e di formazione di un'opinione pubblica) e di storia del giornalismo. Nei soli Stati Uniti, una pionieristica ricerca di Pietro Russo (finalizzata alla formazione di fondi archivistici universitari a Firenze e Minneapolis, purtroppo solo in minima parte oggi rimpiazzati da analoghe imprese digitali) elencava 2344 testate in lingua italiana distribuite in tutti gli Stati dell'Unione nell'ampio arco 1836-1980 (Russo 1983). Ma il discorso si potrebbe e dovrebbe allargare, da un lato, alle altre destinazioni del continente americano e non solo; dall'altro, alla coesistenza di quei fogli, nelle edicole da New York a São Paulo a Buenos Aires, ecc., con gli altri delle altre testate etniche in yiddish, tedesco, polacco, greco,

gallese, delle diverse lingue slave, scandinave…

Nel primo caso, prediligeremo una visione appunto transnazionale dell'italianità, con buona pace di ogni nazionalismo e sovranismo coloniale e classicheggiante (il Pascoli e il Corradini della Grande Proletaria, dalla Libia al Nord e al Sud America),[3] ma anche di un internazionalismo rivoluzionario (quello del Gramsci alla ricerca della pantera profumata del nazional-popolare), che in un'ottica limitatamente endogena non considerava (mostrava di non interessarsi a – essendo da escludere che non la conoscesse) la cultura prodotta dai lavoratori italiani all'estero. Nel secondo caso, accentueremo il carattere multilinguistico e sovranazionale di un nuovo urbanesimo proletario e cosmopolita che ha ben poco di elitario e diciamo pure di modernista nel senso corrente degli studi, e che a ben vedere è esso stesso un prodotto dell'espansione travolgente (in tutti i sensi) del capitale internazionale.

Questo assai ingente patrimonio dell'archivio popolare italofono è stato dunque oggetto di ricerche da parte prevalentemente di storici: mi limito intanto, per gli Usa, a menzionare Deschamps e Luconi (segnalo più giù alcune testate di riferimento); per il Cono Sur ispanoamericano, Sergi e Bertagna (si parla in questo caso dei tre "voceros": *La Patria degli Italiani* in Argentina, *L'Italia al Plata* in Uruguay, *L'Italia* in Cile); per il Brasile, Menegotto Pozenato e Slomp Giron, Franzina e Trento (si ricordino almeno il *Fanfulla* di São Paulo e la *Staffetta Riograndense* nello Stato di Rio Grande do Sul); per l'Egitto (che può essere assunto, con le necessarie cautele, a rappresentante delle assai diversificate comunità mediterranee e levantine: basti qui citare *L'Imparziale* e *Il Giornale d'Oriente*), Marchi. Si noti per converso il silenzio su questo continente tutt'altro che sommerso in imprese ricchissime di storie nomi e date come quelle dell'*Atlante della letteratura italiana* di Luzzatto e Pedullà (un "atlante", appunto, ma che fuori dallo stivale considera solo, e parzialmente, gli esuli antifascisti), dei Meridiani sul giornalismo italiano curati da Contorbia e dei ponderosi volumi dell'*Oxford Critical and Cultural History of Modernist Magazines*,[4] che ignorano qualsiasi pubblicazione etnica. D'altra parte, le indagini di taglio storico-politico e sociale mostrano uno scarso interesse per il secondo dopoguerra, nonché più ampiamente – a scapito di un'attenzione per le più varie vicende di potere e di cronaca – un'insufficiente considerazione dei contenuti culturali, delle scelte grafico-editoriali, insomma di tutti quei codici semiotici il cui riconoscimento e la cui analisi sono decisivi per una lettura critica della comunicazione giornalistica e del suo impatto sul pubblico – a maggior ragione una comunità di lettori, come quella emigrata, caratterizzata da un forte dinamismo socio-culturale.

Viceversa, chi si familiarizzi con questa enorme produzione, misurerà ben presto l'efficacia di indagini diversamente orientate come quella, ormai antica ma sempre di riferimento, di Richard Hoggart sugli usi culturali e le abitudini di lettura del proletariato industriale, o quelle più vicine a noi di Martin Lyons, sul consumo letterario popolare paneuropeo e sulle pratiche epistolari, insomma sull'intreccio fra lettura e scrittura, nonché le ricerche di un maestro degli studi letterari multilinguistici e multietnici come Werner Sollors e della sua scuola, che valorizza i prodotti a stampa dell'immaginario etnico modernista. In particolare, anche per la stampa italiana dell'emigrazione, passata la boa del conflitto, valgono le osservazioni incisive e controcorrente di Hoggart sui "popular family magazines" del dopoguerra, i cui colori e le cui innovazioni grafico-tipografiche spesso significano sì "new ways of enjoying the old pleasures", ma anche la richiesta di lettura purchessia da parte di una "emerging cultural classlessness" indirizzata verso un intrattenimento di massa (Hoggart 1976: 219, 221, 342). Quindi certo, uno stile nazionale (il che spiega la suddivisione dei volumi della *Oxford History of Modernist Magazines*), ma con sempre maggiore evidenza internazionale, il che non vuol necessariamente dire globalizzato nel senso attuale ormai del tutto mercificato.

Vesti nuove, quindi, per contenuti già visti e letti? Non esattamente. Nel dopoguerra si diversificano e affinano le dinamiche che avevano contraddistinto il passaggio fra Otto e Novecento e i primi decenni del XX secolo, quando il grande esodo popolare dall'Europa (non dall'Italia soltanto) verso le Americhe aveva sgretolato le paratie fra cultura orale e cultura scritta, o come più agevolmente è possibile indicare in inglese, fra *literature* e *illiterature*, da intendersi non più come polarità opposte e/o contrapposte, ma come elementi di un processo dinamico e unitario, com'era sanguinosamente emerso durante il primo conflitto mondiale (e soccorrono qui i grandi primi studi di Spitzer – maestro alla Johns Hopkins della nostra

Bianchini – sull'epistolografia dei prigionieri di guerra italiani). Il che comportava allora a livello sociale, e di nuovo oggi, da un punto di vista euristico, anche un ripensamento delle identità nazionali, inquadrate dal basso, valorizzando dal di dentro, per così dire, la *agency* dei ceti popolari, intesi come soggetti creatori e propositivi, e non come oggetti passivi delle attenzioni delle più diverse élites politiche. Di qui, anche, l'articolarsi di una fruizione dell'intrattenimento moderna sì, ma parimenti intrisa – spesso – di elementi ideologicamente tutt'altro che innovativi. Insomma, per semplificare molto grezzamente, l'emergere di una cultura d'intrattenimento popolare moderna *e* dai forti contenuti conservatori. Un caso emblematico fra i tanti mi pare rappresentato da uno dei primi magazines illustrati di massa, il *Ladies' Home Journal*, diretto per trent'anni (1889-1919) dall'immigrato di origini olandesi Edward Bok, premio Pulitzer per la sua autobiografia stereotipicamente di successo (oggi diremmo autofiction) *The Americanization of Edward Bok* (1920). L'individuazione di un nuovo pubblico, l'allargamento massiccio della lettura, le visibilissime innovazioni della retorica mediale – rese possibili anche da progressi nelle tecniche di stampa – tutto questo al servizio di una narrazione che decanta il nuovo ribadendo altresì il valore delle antiche virtù e la centralità di famiglia, religione, domesticità, amore romantico.

Dinamiche non così dissimili agiscono anche fra gli emigrati italiani in Nord America, molto erroneamente considerati analfabeti in base a "istantanee" demo-socioculturali (in fondo accolte e diffuse nel suo *magnum opus* persino da Tullio De Mauro, direi frettolosamente). Il passaggio fra anni Trenta e Quaranta è per la comunità italoamericana nevralgico, cruciale. Roosevelt aveva dapprima, e con qualche ragione visto le indefettibili credenziali profasciste, ad esempio, del maggior quotidiano newyorkese, *Il Progresso Italo-Americano*, dichiarato gli italiani *enemy aliens*. Uno stigma che segnerà la comunità da dicembre 1941 a ottobre 1942, e per "lavare" il quale si assisterà in seguito ad una massiccia adesione anche ideale all'arruolamento da parte di giovani italodiscendenti di seconda generazione.[5] Nel nostro caso, la cronologia dell'impegno bellico coincide quasi perfettamente con l'uscita nelle edicole di una voce del tutto nuova e innovativa nell'ambito della pubblicistica periodica italofona nelle Americhe, il notevole settimanale *Divagando*, il cui primo numero esce nel febbraio 1943.

La vicenda e i contenuti di questa testata sono esemplari per il riconoscimento di una moderna pubblicistica di intrattenimento di massa diversamente italiana in quanto in dialogo con un contesto, quello statunitense, esterno alla penisola. *Divagando* sarebbe stato un punto di riferimento per vent'anni, sino a giugno 1963: più di mille numeri in italiano stampati a New York e distribuiti in tutti gli Usa, sino a Marilyn (che avrà una copertina) e a Salinger (Tomei 1963: 22-28).[6] La Ayer's Directory ci consente di farci un'idea piuttosto precisa delle tirature, che mi pare utile confrontare con quelle del già menzionato quotidiano *Il Progresso* e del glorioso settimanale letterario *La Follia di New York* dei fratelli Sisca, attento sin dal 1893 alla poesia e alla narrativa prodotte *in loco* da scrittori della colonia, nonché alle prove delle varie muse dialettali vigoreggianti nelle Little Italies.

Di seguito fornisco alcune *figures* che coprono l'arco d'attività del settimanale:

1943: Div. – non vennero registrate le tirature
FdNY 10.650
PIA 50.087

1947: Div. 12.700
FdNY 10.687
PIA 78.996

1953: Div. 15.303
FdNY 12.000
PIA 64.358

1962: Div. 25.125
FdNY 1.500
PIA 68.262.[7]

Possiamo accostare questi numeri a quelli, del dicembre 1943, riportati da Irene Piazzoni nel suo fondamentale lavoro. Ricordo solo le 195.000 copie del *Tempo*, le 410.000 di *Novella*, le 100.000 di *Grazia* - testate che in parte sono paragonabili a quella newyorkese (Piazzoni 2009: 94-95). Ma se teniamo presente le tirature anche pochi decenni prima di alcuni dei periodici americani di gran nome, le quantità si abbassano fortemente, e troviamo le 10/40.000 copie di *The Masses*; le 25.000 di *The New Masses*;

10.000 per *The Crisis* di WEB DuBois; mentre voci "di tendenza" come la *Kenyon Review*, la *Little Review*, la *Paris Review*, *Poetry*, *transatlantic*, *transition*, di rado superano i 5.000 numeri (Thacker 2012: 17, 24).

Comunque si vogliano valutare i dati quantitativi, va ribadita l'esistenza, in quelli che Bruno Cartosio denominò a suo tempo in un aureo saggio gli "anni inquieti" da Truman a Kennedy, di una *readership* di lingua italiana negli Usa con una decisa propensione all'intrattenimento bellettristico assestata ben oltre le 25.000 unità (tenendo conto solo dei due settimanali). All'incirca un terzo dei lettori del maggiore quotidiano d'informazione, e con un progressivo ma evidente spegnimento della storica voce letteraria della comunità (*La Follia*), a tutto vantaggio dell'assai più fresca, vivace e ricca proposta di *Divagando*. Un settimanale che decisamente non nasconde il suo allineamento con la politica e la società "di casa", il che significa ormai gli Stati Uniti – appoggiati nel corso della campagna alleata, con forte attenzione alla sorte dei giovani italoamericani al fronte – rompendo con il nazionalismo pur a tratti ardimentoso e propositivo dell'elegante mensile *Il Carroccio* (1915-1935), nervosamente allineato alla linea del regime del ventennio (Cannistraro 1999). Continuava intanto ad uscire a Chicago, e avrebbe proseguito ben oltre la fine di *Divagando*, la storica testata del socialismo "centrista" italoamericano *La Parola del Popolo*, sensibile a proposte letterarie, ma decisamente austera e col passare del tempo sempre più autoreferenziale. L'altro storico foglio della sinistra italoamericana, *Il Proletario*, ancora pochi anni prima pubblicava gli intensi versi del minatore-poeta umbro Efrem Bartoletti, ma non poteva contare su un pubblico altrettanto diversificato di quello di *Divagando*.

Non fossero sufficienti, a marcare la distanza da queste e simili testate, gli orientamenti sociopolitici, basterebbe una valutazione di quelli che Brooker e Thacker chiamano i "periodical codes" (Brooker, Thacker 2012: 6): l'ampio ventaglio delle scelte grafico-tipografiche (formato incluso), la distribuzione, la proprietà, la scelta e l'utilizzo delle illustrazioni e dei contenuti fotografici, la presenza visibilissima degli inserti pubblicitari. La grammatica di questi codici non esclusivamente linguistici era tale da dar vita ad una forma di giornalismo decisamente differente. Una scelta sia pure limitatissima delle copertine potrà servire da sommaria introduzione al clima ideologico,

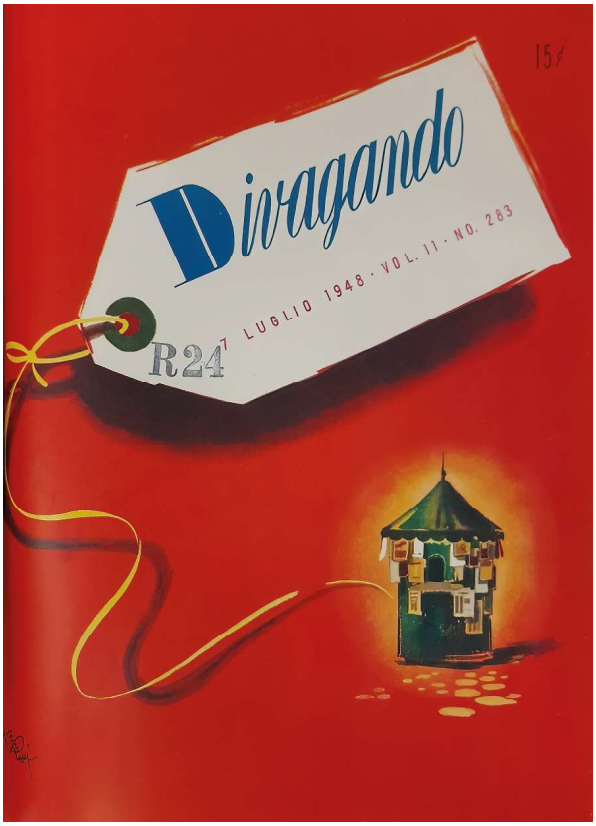

Fig. 1 | *Divagando*, n. 283, 7 luglio 1948. Copertina di Nando Rossi.

al posizionamento per così dire antropologico, al senso comunitario, allo stile e al gusto del settimanale. Il giovane illustratore Fernando (Nando) Rossi invia dall'Italia numerosi contributi, bilanciati per così dire fra una vivace oleografia dell'urbanità italiana (la tipica edicola di quartiere o di paese) [Fig. 1], e un vagheggiamento di certo esotismo americano trainato dall'epica hollywoodiana del western (il capo indiano) [Fig. 2]. Per Labor Day, si ricorre non a caso all'estetica "industriale" del già newyorkese Depero [Fig. 3].[8]

Divagando si propone – addirittura quasi più nel suo aspetto che nei suoi contenuti – come una rivista di interesse generale per la nuova *middle class* italoamericana in via di suburbanizzazione e fuoriuscita dalle enclaves etniche urbane. Non esibisce una chiara identità politica e neppure un riconoscibile orientamento cultural-letterario, anche se si posiziona in una zona vicina alla rinascente Democrazia

Fig. 2 | *Divagando*, n. 329, 25 maggio 1949. Copertina di Nando Rossi.

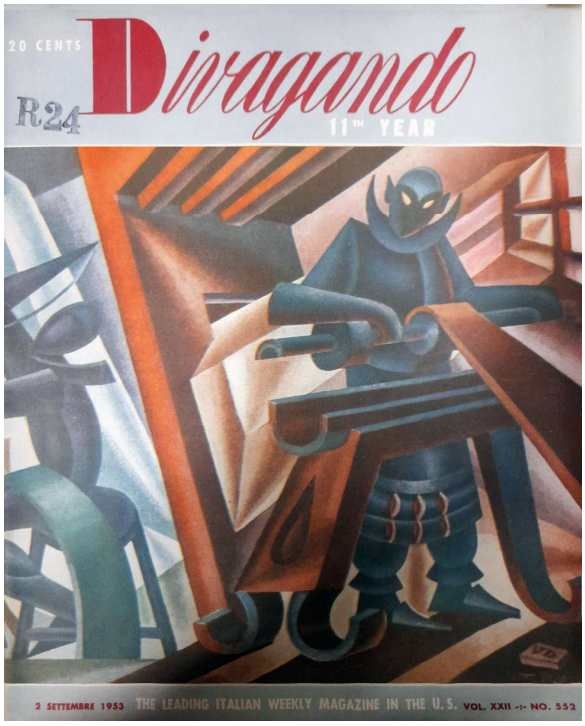

Fig. 3 | *Divagando*, n. 552, 2 settembre 1953. Copertina di Fortunato Depero.

Cristiana (viene diretta nei primi anni da un esule del Partito Popolare vicino a don Sturzo, Pietro Novasio), comunque aliena da tentazioni reazionarie e monarchiche, e più che aperta a contributi di narrativa, che anzi costituiscono uno dei suoi tratti caratterizzanti. Non è una *little review* d'avanguardia; se mai appare collocarsi anche editorialmente a metà fra l'esperienza già consolidata ma in continuo rinnovamento dei rotocalchi della penisola (basti pensare alle riviste richiamate poc'anzi alle quali aggiungiamo almeno, nello stesso arco di tempo postbellico, *L'Europeo* ed *Epoca*), e quella della grande stampa periodica nordamericana, che nel dopoguerra approfondisce la sua apertura al visuale e soprattutto alle più varie sperimentazioni di intreccio e coabitazione fra parola e immagine. L'attenzione è puntata, anche attraverso rubriche specifiche, verso l'occhio delle lettrici: in questo senso siamo vicini alle pagine mosse di periodici sia statunitensi che italiani. Per i primi, mi limito a ricordare testate generaliste quali *Look*, *Life*, *Collier's*, *The Saturday Evening Post*, e alcune fra le più importanti "femminili": *Ladies' Home Journal*, *Better Homes and Gardens*, *Good Housekeeping*, *McCall's*, *Redbook*, *Cosmopolitan*: insomma, gli *slick magazines* che nei primi decenni del secondo dopoguerra conoscono un periodo d'oro, a livello sia di vendite che di qualità della fiction proposta.

L'attenzione alla componente femminile passa anche attraverso le proposte di lettura, dove è costante la presenza delle autrici della narrativa rosa di successo: Mura, Flavia Steno, Carola Prosperi, Milli Dandolo, Antonia Monti, Liala e altre ancora, compresa la Serao più sentimentale, Ada Negri (molto amata dal pubblico emigrato, in specie per le sue poesie sul mondo del lavoro), Amalia Guglielminetti. Il parterre comprende inoltre narratrici di successo come la Mansfield e la premio Nobel Lagerlöf. Convergono dunque, in *Divagando*, forti spinte in direzione di un consumismo casalingo, familistico e suburbano che punta sulla donna moderna nuovo angelo del foco-

lare e, in parallelo, una sia pur nervosa adesione ad un immaginario sentimental-amoroso che implica una subalternità sociale dei personaggi femminili. Nel 1963, quando *Divagando* termina le sue pubblicazioni, esce *The Feminine Mystique* di Betty Friedan, che, com'è noto, per suffragare la sua posizione militante, fa largo uso di un'indagine condotta sulle riviste. Il settimanale italoamericano del dopoguerra contribuisce anch'esso a promuovere una cultura del consumo che al tempo stesso veicola una idea del "tempo libero" come *productive leisure*: si riallaccia al vecchio self-helpismo ben acclimatato in Italia sin da fine Ottocento, e non a caso dà ampio spazio a Samuel Smiles in traduzione, ma si spinge oltre promuovendo – sia nei testi che negli inserti pubblicitari – le innovazioni della "vita moderna" (elettrodomestici, telecomunicazioni, aerei e transatlantici, ecc.). Là dove sia possibile, accentuando e discutendo il contributo italiano. Ecco la rubrica da Hollywood di Argentina Brunetti e il *Cinemondo* di Lee Posner. Nel 1956, fra i servizi fotografici promozionali e commerciali, spiccano quello su Anna Magnani impegnata nelle riprese di *The Rose Tattoo*, e un altro sulla diffusione dei "Motoscooters [che] cooperano al progresso del Mezzogiorno d'Italia".[9] In ogni caso, *Divagando* non è, strettamente parlando, una rivista femminile. Anche una rubrica dedicata alle attività extralavorative "di lui" come "Il giardino, la caccia, la pesca" riscuote l'attenzione dei lettori, uno dei quali – prevedibilmente italoamericano – tributa il suo plauso, dalla suburbana Long Island, indirizzandosi alla redazione in lingua inglese: caso non inconsueto, oltre che significativo, del bilinguismo che emerge in una pluralità di modi da queste pagine.[10]

Divagando non si propone certo di essere una voce d'avanguardia e di ricerca. Eppure, va sottolineata l'accoglienza data a nomi emergenti o già affermati del panorama letterario italiano. Si possono leggere sulle sue colonne racconti e pezzi di Zavattini, Marcello Marchesi, Ortese, Cocciòli, Domenico Rea, Tobino, Pratolini, Eduardo, oltre a poesie di Saba (ma anche di una giovane Lalla Romano) e racconti di Moravia. Il Pirandello dei racconti è già accolto come un classico, e così pure si dà spazio ad un'altra voce meridionale attenta al dramma dell'emigrazione, Maria Messina. Si noti come in alcuni casi (Tobino, Pratolini) la scelta coincida con quella di una rivista italocosmopolita questa sì modernista e *highbrow* come *Botteghe Oscure*. Troviamo – in due direzioni opposte – un articolo su Pavese, e molte puntate dell'autobiografia di Pitigrilli. Come accennavamo, non manca un'attenzione agli autori statunitensi e anglofoni contemporanei. Da annotare soprattutto una tempestiva proposta di Faulkner.[11] Inoltre, *Divagando* promuove alcune delle voci più interessanti della colonia, vecchie e nuove, dall'anziano feuilletonista Italo Stanco all'artista Onorio Ruotolo; dal poeta in napoletano Federico Mennella (ricordato da Pasolini in *Passione e ideologia*) all'esordiente Giuseppe/Joseph Tusiani.[12] Ci sono linee di continuità, e aperture al nuovo. L'indiavolato intreccio – a forti tinte criminali ed erotiche – del feuilleton *I Rettili d'Oro* di Stanco, ad esempio, per un anno intero, da metà 1952 a metà 1953, ristampa il romanzo già apparso nel 1915-1917 sulla *Follia di New York*. Insomma, l'offerta non è per nulla appiattita su un livello che accademicamente chiameremmo paraletterario. Del resto, né i lettori né la direzione (nel frattempo, nel 1952 passata ad un'antica firma di *Lacerba*, il fiorentino Alberto Viviani) erano sociologi della letteratura; erano piuttosto, gli uni e gli altri, rappresentanti di uno strato sociale "affluente" per dirla con Galbraith, che si riconosceva in un gusto *Midcult*, precisando che riutilizziamo il vecchio termine caro a Macdonald ed Eco senza alcuna connotazione negativa. C'è una coerenza di fondo fra la costante offerta pubblicitaria dei nuovi elettrodomestici – dal televisore alla lavatrice –, dei viaggi sempre più agevoli e veloci verso e dall'Italia, e gli immancabili racconti in rosa o in altre gradazioni del pantone o tavolozza letteraria, che si andavano ad affiancare alle rubriche di costume, di attualità divistica, di posta del cuore e di consigli per la vita casalinga di tutti i giorni. Non a caso l'emigrazione "moderna" puntava il dito contro la piaga dell'analfabetismo (in particolar modo lucano e calabrese), in piena sintonia con coevi reportages sulla stampa italiana (si pensi agli articoli in tema di Rocco Scotellaro).[13] Va inoltre rimarcato che, in ultima pagina, la rubrica "Quel che pensa il pubblico" abbondava di interventi, commenti, proposte sulle pagine letterarie del settimanale, in un dialogo fitto e ininterrotto di estremo interesse per captare gusti, aspirazioni, commenti dei lettori.

Una simile modernizzazione dell'offerta e della fruizione narrativa è sintomaticamente rappresentata dalla convergenza di scritto e immagini, un altro topos del giornalismo periodico di quegli anni. Essa

viene attuata in una molteplicità di modi: nei *Racconti dell'obbiettivo*, a pagina intera, con lunghe didascalie, con una preferenza per un'iconografia decisamente italiano-popolare, di sapore nostalgico; in foto-articoli orientati verso l'attualità, o di gusto fra il turistico e il bizzarro; ancora, e più sagacemente, nella audace serie *Fotocrimine*, con cui il settimanale si apre al genere del racconto poliziesco, in 29 puntate da aprile a novembre 1950.

Gli episodi di questo singolare fotoromanzo poliziesco a chiave, che offre la soluzione dei suoi casi criminali in un box delle pagine interne, derivano da altrettante puntate di *Photocrime*, una fortunata serie thriller poliziesca foto-illustrata di *Look* (anni Quaranta, ma originata in Inghilterra a metà anni Trenta su *Weekly Illustrated*), che vantava molteplici adattamenti radiofonici, televisivi e cinematografici, e nel cui crogiuolo si erano fatti le ossa varie personalità reali (Stanley Kubrick come fotografo) e fittizie (il personaggio di Perry Mason, spin-off dell'ispettore protagonista). Parte del successo era senz'altro dovuto anche alla marcatura estetica di una pagina abilmente costruita grazie all'uso accurato del bianco e nero, al taglio delle inquadrature, al gusto per certi primi piani ad effetto, all'attenzione "giallistica" per i dettagli: il tutto, come nei thriller hollywoodiani del tempo, al servizio di micro-vicende quasi provocatoriamente realiste, ma "servite", appunto, da uno stile di stampo espressionista, ad accentuare mistero, tensione, violenze esibite o occultate. Riproposto su *Divagando*, *Photocrime* viene italianizzato abbastanza alla buona, limitandosi a tradurre i nomi dei personaggi (ma solo in parte) e a spostare (anche qui, solo nominalmente e solo in parte) le location, con effetti talvolta stridenti, come in *Tragica luna di miele*, ambientato a Pompei, dove il colpevole viene condannato alla sedia elettrica [Fig. 4]: più che di indebita americanizzazione, parleremmo di svista redazionale. Ma nel complesso, la pubblicazione di *Fotocrimine* rappresenta una punta propositiva, più coraggiosa, almeno stilisticamente, rispetto agli stilemi del fotoromanzo italiano, e spregiudicatamente ricettiva nei confronti della narrativa di genere. Per contro, negli anni a venire, le scelte di *Divagando* rifluiranno nell'alveo della canonicità: si pensi al triennio 1954-1956, quando nelle pagine interne si riproporranno edizioni pressoché integrali e in successione dei *Promessi sposi*, di *Cuore* e delle *Avventure di Pinocchio*.

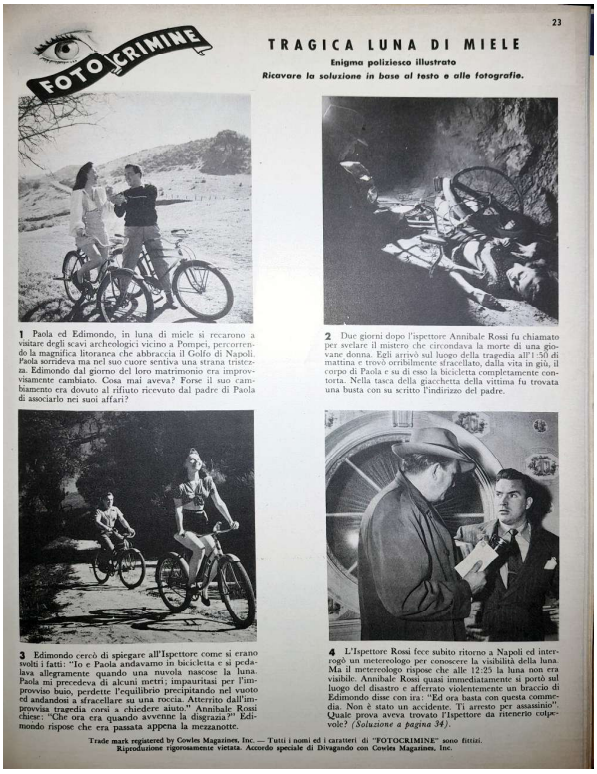

Fig. 4 | *Divagando*, n. 386, 28 giugno 1950, p. 23.

È tempo di trarre qualche provvisoria conclusione. Abbiamo seguito la vicenda, commercialmente e culturalmente non trascurabile, di un periodico che banalizzando oggi potremmo dire ibrido, frutto dell'incontro e dell'incrocio fra storie e gusti italiani e statunitensi. Questa mescolanza è funzionale ad una proposta editoriale indirizzata verso un pubblico consolidato, ampio e per così dire sociologicamente ibrido esso stesso. Un pubblico etnico, di base italiana, desideroso di continuare a ricevere segni culturali del più vario tipo dall'antica madrepatria. Tale italianità si dispiega in un contesto socio-editoriale spiccatamente americano e italoamericano (il primo direttore, Andre Luotto, viene dall'esperienza della radio etnica WOV). Il prodotto "periodico" è una delle tessere del mosaico della fiorente nuova società dei consumi, e contribuisce esso stesso a promuovere il boom dei consumi del dopoguerra. La modernità che traspira da tutti i pori comunicativi del caso ha ben poco a che spartire con il modernismo primonovecentesco

emunctae naris, o con l'internazionalismo politicizzato e rivoluzionario della sinistra "lirica" e proletaria. Peccherebbe di frettolosa approssimazione chi rubricasse vicende come questa sotto la comoda etichetta dell'americanismo: la decisiva componente etnica consiglia di revocare in dubbio come semplicistica una equiparazione fra modernità e americanismo. Il nodo critico, qui, mi sembra che abbia a che fare con l'interpretazione che intendiamo attribuire ai rapporti di potere fra capitalismo e culture popolari, fra società dei consumi – e ben presto, dello spettacolo (Debord, come tutti i teorici, arriva dopo) – e democratizzazione del gusto, fra incipiente dibattito per la liberazione femminile vis-à-vis aumento del potere d'acquisto da parte di donne sempre più facenti parte del mercato del lavoro, o se si vuole fra *power of money* ed *emotional blackmail*. Lungo i vent'anni di un settimanale elegante e inaspettato come *Divagando* si mettono in scena, a modo loro, i rapporti fra un'Italia neorepubblicana, ex-fascista e in fondo ancora "grande Proletaria" in movimento, e gli Stati Uniti "liberatori" e ormai non più stranieri, anzi, finanziatori del piano Marshall, delle prime borse Fulbright, ecc.

Le "divagazioni" di quel rotocalco apparentemente svagato e sorridente ci sollecitano a porci questioni che vanno quindi anche al di là di un mero riconoscimento del suo valore giornalistico e a suo modo letterario. Attraverso i racconti, le rubriche e le immagini di *Divagando*, un ampio pubblico diversamente italiano misurava il suo assestamento all'interno di una crescente classe media occidentale di cui si mostrava partecipe, diluendo la componente nazionale (intesa in senso esclusivistico) del proprio DNA culturale.

Note

[1] Vi lavorò come *intern* la giovanissima Sylvia Plath, che proprio nell'agosto 1952 vi pubblicò il suo primo racconto, *Sunday at the Mintons'*: Plath (1952).

[2] Si tenga ad esempio presente il contributo di Polezzi (2020).

[3] Una recente rilettura del discorso pascoliano in ottica transnazionale è in Marazzi (2024); sull'uso di Corradini fra gli italobrasiliani si veda ora Riccò (2023).

[4] In specie il secondo, che si concentra sul Nord America: Brooker-Thacker (2012).

[5] Come documentato magistralmente in Pretelli, Fusi (2022).

[6] La copertina con Marilyn esce su *Divagando* il 30 maggio 1959.

[7] Uso le seguenti sigle: PIA per *Il Progresso Italo-Americano*; FdNY per *La Follia di New York*; Div. per *Divagando*. Fonte: *N.W. Ayer & Son's Directory of Newspapers, Periodicals, 1943,* N.W.Ayer, Philadelphia 1943 (in seguito ivi, 1947, 1953, 1962). Per il reperimento dei dati ringrazio Stefano Morello, che ha anche condiviso in anticipo con me il suo ampio *Networks of Influence:* Divagando*'s Italian (and) American Literary Infrastructure*.

[8] Prime notizie su Nando Rossi in Pianalto (2022). Ringrazio Chiara Pianalto.

[9] Anna Magnani sul n. 674 del 4 gennaio 1956; i "Motoscooters" sul n. 692 del 9 maggio 1956.

[10] La lettera del lettore Andrew Scafidi da Laurelton, Long Island, nella rubrica "Quel che pensa il pubblico", n. 377, 26 aprile 1950.

[11] William Faulkner, *Una rosa per Emilia*, n. 455, 24 ottobre 1951, pp. 12-15, in una traduzione diversa da quella già circolante in Italia di Francesco Lo Bue in *Questi tredici* (Lattes, Torino, 1948). La scelta non è casuale, perché riprende il lancio del medesimo racconto per le edizioni destinate ai soldati statunitensi all'estero, come informa Scarpino (2022: 99).

[12] Sul contributo di Tusiani si legga Pietralunga (2021).

[13] L'ampio servizio, non firmato, *Lotta contro l'analfabetismo in Italia* è sul numero 545 del 15 luglio 1953, pp. 35-36.

Bibliografia

BERTAGNA F. (2009), *La stampa italiana in Argentina*, Donzelli, Roma.

BIANCHINI A. (2002), *Nevada*, Frassinelli, Milano.

BOK E. (1920), *The Americanization of Edward Bok. The Autobiography of a Dutch Boy Fifty Years After*, Charles Scribner's Sons, New York.

BROOKER P., THACKER A. (a cura di) (2009), *General introduction*, in EAD. (eds.), *The Oxford Critical and Cultural History of Modernist Magazines*. Vol. I. *Britain and Ireland 1880-1955*, Oxford University Press, Oxford-New York, pp. 1-26.

ID. (a cura di) (2012), *The Oxford Critical and Cultural History of Modernist Magazines*. Vol. II. *North America 1894-1960*, Oxford University Press, Oxford-New York.

CANNISTRARO P. (1999), *Blackshirts in Little Italy. Italian Americans and Fascism, 1921-1929*, Bordighera Press, West Lafayette, Ind.

CARTOSIO B. (1992), *Anni inquieti. Società, media, ideologie negli Stati Uniti da Truman a Kennedy*, Editori Riuniti, Roma.

CONTORBIA F. (a cura di) (2007-2009), *Giornalismo italiano*, voll. 1-4, Mondadori, Milano.

DE MAURO T. (1963), *Storia linguistica dell'Italia unita*, Laterza, Bari.

DESCHAMPS B. (2020), *Histoire de la presse italo-américaine. Du Risorgimento à la Grande Guerre*, L'Harmattan, Paris.

FRANZINA E. (1995), *Gli italiani al Nuovo Mondo. L'emigrazione italiana in America, 1492-1942*, Mondadori, Milano.

ID. (2008), *L'America gringa. Storie italiane d'immigrazione tra Argentina e Brasile*, Diabasis, Reggio Emilia.

FRIEDAN, B. (1963), *The Feminine Mystique*, Norton, New York.

HOGGART R. (1976), *The Uses of Literacy. Aspects of Working-Class Life with Special Reference to Publications and Entertainments* [1957], Penguin, Harmondsworth, Middlesex.

LUCONI S. (2009), "La stampa in lingua italiana negli Stati Uniti dalle origini ai giorni nostri", in *Studi Emigrazione*, XLVI:175, luglio-settembre, pp. 547-567.

LUZZATTO S., PEDULLÀ G. (a cura di) (2010-2012), *Atlante della letteratura italiana*, voll. 1-3, Einaudi, Torino.

LYONS M. (2013), *The Writing Culture of Ordinary People in Europe,* c. *1860-1920*, Cambridge University Press, Cambridge.

MARAZZI M. (2024), "Figuralità e contesti della 'grande Proletaria'. Variazioni", in LAVEZZI G., CASTOLDI M. (a cura di), *Giovanni Pascoli e le arti*, Società Editrice Fiorentina, Firenze, pp. 67-79.

MARCHI A. (2021), "La stampa italiana in Egitto, dal 1845 al secondo dopoguerra", in DESCHAMPS B., SERGI P. (a cura di), *Voci d'Italia fuori dall'Italia*, prefazione di E. FRANZINA, pp. 93-118.

MENEGOTTO POZENATO K.M., SLOMP GIRON L. (2005), "I giornali italiani nel Rio Grande do Sul", in *Altreitalie*, 31, luglio-dicembre, pp. 122-135.

MORELLO S. (2025), "Networks of Influence: *Divagando*'s Italian (and) American Literary Infrastructure", in *Modern Language Notes*, 140:1, pp. 113-137.

PIANALTO C. (2022), *Recoaro 1900. L'arte racconta un marchio*, Editrice Veneta, Vicenza.

PIAZZONI I. (2009), "I periodici italiani negli anni del regime fascista", in DE BERTI R., PIAZZONI I. (a cura di), *Forme e modelli del rotocalco italiano tra fascismo e guerra*, Cisalpino, Milano, pp. 83-122.

PIETRALUNGA M (2021), "*Divagando* with Giuseppe Tusiani in the *sottobosco letterario*", in GIORDANO P. A., TAMBURRI A. J. (eds.), *Il miglior fabbro. Essays in Honor of Joseph Tusiani*, Bordighera Press, New York, pp. 259-278.

PLATH S. (1952), "Sunday at the Mintons'", in *Mademoiselle*, August, pp. 255, 371-378.

POLEZZI L. (2020), "Translation and Transnational Creative Practices in Italian Culture", in BURDETT C., POLEZZI L. (eds.), *Transnational Italian Studies*, Liverpool University Press, Liverpool, pp.

25-45.
PRETELLI M., FUSI F. (2022), *Soldati e patrie. I combattenti alleati di origine italiana nella Seconda guerra mondiale*, Il Mulino, Bologna.
RICCÒ G. (2023), "'Il segno di Menelik': Enrico Corradini, the *Protocollos*, and the Re-Staging of Adwa in São Paulo", in *Italian Culture*, 41:1, pp. 6-24.
RUSSO P. (1983), *Catalogo collettivo della stampa periodica italo americana (1836-1980)*, Centro Studi Emigrazione, Roma.
SCARPINO C. (2022), *Dear Mr. Mondadori. La narrativa americana nel catalogo Mondadori 1930-1968*, Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori, Milano.
SERGI P. (2012), *Patria di carta. Storia di un quotidiano coloniale e del giornalismo italiano in Argentina*, Pellegrini, Cosenza.
ID. (2014), *Storia della stampa italiana in Uruguay*, Fondazione Italia nelle Americhe, Montevideo.
ID. (2019), "I giornali degli italiani in Cile fino all'avvento del fascismo", in *Studi Emigrazione*, LVI:214, aprile-giugno, pp. 299-318.
SOLLORS W. (2008), *Ethnic Modernism*, Harvard University Press, Cambridge (MA)-London.
SPITZER W. (2019), *Perifrasi del concetto di fame. La lingua segreta dei prigionieri italiani nella Grande guerra* [1920], edizione italiana a cura di C. CAFFI, il Saggiatore, Milano.
THACKER A. (2012), "'Magazines, Magazines, Magazines!'", in BROOKER P., THACKER A. (eds.), *The Oxford Critical and Cultural History of Modernist Magazines*. Vol. II. *North America 1894-1960*, Oxford University Press, Oxford-New York, pp. 1-28.
TOMEI S. (1963), "Salinger, lo scrittore più letto dagli americani", in *Divagando*, 1060, 1° giugno, pp. 22-28.
TRENTO A. (2011), *La costruzione di un'identità collettiva. Storia del giornalismo in lingua italiana in Brasile*, Sette città, Viterbo.