

Ombrelloni, ombrellini. Viaggio in Italia balneare sulle pagine di *Tempo* (1946-1949)

ARIANNA LAURENTI

Università IULM di Milano
arianna.laurenti1@studenti.iulm.it

doi: <https://doi.org/10.62336/unibg.eac.35.556>

Parole chiave

Fotografia
Viaggio in Italia
Stampa illustrata
Vacanza
Dopoguerra

Keywords

Photography
Italian Journey
Illustrated Magazine
Holidays
Post-War

Abstract

Sul numero 29 datato 16-23 luglio 1949 di *Tempo*, la sezione "Lettere al direttore" annuncia che Federico Patellani, fotoreporter legato alla testata, ha cominciato "il Giro delle spiagge d'Italia". Dalla Versilia alla costa adriatica Patellani realizza dei fototesti che indagano con acume e ironia le connotazioni che la vacanza al mare assume tra la fine degli anni Quaranta e gli inizi degli anni Cinquanta, tra immediato dopoguerra e ricostruzione. Il vagabondaggio balneare di Patellani non sarà un unicum: la stessa *Tempo* già l'anno successivo affida a Vincenzo Rovi e Carlo Cisventi una serie di fotoinchieste sulle spiagge italiane. Questo contributo si propone di leggere questi servizi reportagistico-balneari come singolare declinazione del tema del "Viaggio in Italia", come parte di quel fenomeno di esplorazione e rimappatura del paese presente in numerosi prodotti culturali italiani del dopoguerra.

In the issue no. 29 dated 16-23 July 1949 of *Tempo*, the 'Letters to the Editor' section announces that Federico Patellani, a photojournalist linked to the newspaper, has begun 'the Tour of the Beaches of Italy'. From Versilia to the Adriatic coast, Patellani produces photo-texts that investigate with insight and irony the connotations that seaside holidays took on in the late 1940s and early 1950s, between the immediate post-war period and reconstruction. Patellani's seaside wanderings would not be unique: the following year, *Tempo* itself entrusted Vincenzo Rovi and Carlo Cisventi with a series of photo-investigations on Italian beaches. This contribution aims to read these beach reportages as a singular thematic articulation of the 'Italian Journey', as part of that phenomenon of exploration and remapping of the country present in numerous post-war Italian cultural products.

La spiaggia e l'estate sulla spiaggia rappresentano senz'altro per me i primi due oggetti inventati dalla stampa.
Alan Pauls (2023)

Il primo servizio del dopoguerra di *Tempo* esplicitamente dedicato alla spiaggia come luogo di fruizione del tempo libero appare sul numero 23, datato 22-29 giugno 1946, sulla cui copertina campeggia la fotografia di una sorridente giovane donna in costume da bagno. Il fototesto all'interno, "Spiaggia per centomila", a cura del regista documentarista Romolo Marcellini che firma il testo e le fotografie, racconta un'afosa giornata di giugno sulla spiaggia di Ostia. Se le immagini si iscrivono nel filone di un nascente fotoreportage in chiave italiana, in cui la narrazione visiva asseconda un gusto bozzettistico venato di divertita ironia – non mancano, infatti, immagini di buffi esperimenti di tintarella o di imbarazzanti interazioni tra bagnanti – il testo presenta un tono di diversa natura. Il racconto fotografico si appunta sui corpi, sui corpi esibiti di alcuni soggetti fotografati e sulla totalità indistinta dei corpi dei bagnanti, tanto che la spiaggia viene definita come "letteralmente ricoperta di corpi" (Marcellini 1946: 6). Il testo, invece, pone l'accento sullo specifico momento storico, la domenica successiva al referendum sulla riforma istituzionale dello Stato, in cui "Roma è andata al mare con tutte le sue forze, per rifarsi della domenica precedente dedicata alle elezioni" (ibidem). Nell'articolo non mancano riferimenti al passato più recente: si legge l'entusiasmo delle folle come desiderio di lasciarsi alle spalle i tempi della guerra, si nominano diverse volte le mine sulla spiaggia, le ultime cariche esplosive, le operazioni di sminamento e i cumuli di detriti. La stazione ferroviaria di Ostia viene definita "bombardata" e identificata con le sue "macerie". I rimandi al recente passato bellico e all'invasione dei bagnanti che affollano la spiaggia traducono in maniera evidente "l'urgenza, nella transizione tra dopoguerra e ricostruzione, di riconquistarsi il proprio diritto al loisir" (Uva 2021: 42). Quello del "movimento formicolare" (Parigi 2019: 771) verso le spiagge e del loro assalto da parte delle folle sarà un topos ricorrente nella rappresentazione giornalistica e cinematografica del periodo.

La memoria della guerra emergerà anche nelle

spiagge raccontate dal cinema (ivi: 770): il riferimento più ovvio è a *Domenica d'agosto* di Luciano Emmer, 1950, in cui il passato bellico riaffiora in forma di fili spinati, cartelli minacciosi che avvisano della presenza di mine e veicoli militari riconvertiti in attrazione turistica (Uva 2021: 37). Questa prima cronaca balneare di *Tempo* se da una parte sembra proporre il resoconto di una festosa domenica al mare, dall'altra non risparmia particolari sinistri – bambini in lacrime, ustionati dal sole, una donna rimasta incastrata tra la banchina e il binario del treno – lasciando intravedere i primi segni di quella "sfumatura mostruosa della condizione balneare" (ivi: 42) che assumeranno anche le successive spiagge cinematografiche. Se il ruolo del cinema in questo ambito è già stato oggetto di studi, anche recenti (Zinni 2016; Parigi 2019; Uva 2021), si intende qui provare a verificare in che modo il fotogiornalismo abbia contribuito alla costruzione di un nascente immaginario turistico-vacanziero che richiede e sollecita nuove modalità del guardare. Esaminando i fotoservizi dalle spiagge di Federico Patellani su *Tempo*, ci si propone di analizzare le modalità con cui il linguaggio del fotoreportage italiano, a cui proprio Patellani concorre a dare un'identità riconoscibile, ha contribuito, prima del cinema di cui "anticipa" alcune scelte figurative, a mettere in immagini e a rendere evidente la trasformazione sociale negli anni della ricostruzione. I fotoservizi balneari vengono qui considerati come declinazione vacanziera di un modello inventariale che traduce "l'urgenza di una mappatura orizzontale della trama sociale prodotta da un nuovo assetto politico e dalle trasformazioni sociali ed economiche" (Malavasi 2016: 142), modello che verrà ampiamente proposto dai settimanali alle prese con un "un'Italia tutta da scoprire" (Lucas, Agliani 2015: 159). Il fotogiornalismo assolve, infatti, a un compito culturale necessario nel contesto storico che si intende prendere in esame: quello cioè di ricomporre visivamente il paese, di scandagliarlo nelle sue grandi e piccole narrazioni, e di restituirlo a sé stesso in immagini, come in un album fotografico collettivo. Nella sua natura di spazio liminale, la spiaggia, "testo riccamente indiziario della transizione in atto" (De Giusti 2019: 61), diventa così il luogo privilegiato per osservare i mutamenti sociali che il paese attraversa negli anni della ricostruzione, tra sopravvivenze di spinte tradizionaliste e tensioni verso forme di consumo e stili di vita più moderni.

In questa ricostruzione che è sia materiale che morale gli italiani si trovano a dover ricostruire anche “un territorio mentale di appartenenza” (Bertolotti 2021: 31), dei valori condivisi che si esprimono anche attraverso i consumi, o piuttosto i desideri dei consumi, maturati alla luce del confronto con altri tipi di società. I fotoreporter, in questo processo di messa in forma di una memoria collettiva visiva, contribuiscono a orientare e definire i gusti, i bisogni e i desideri degli italiani (Olmoti 2006: 424). La fotografia si fa allora “strumento di unificazione” (Bollati 1979: 31), chiamata a “inventariare, catalogare, classificare, mettere in comune, esaltare [...]”. Dall’insieme di queste attività prende forma una sorta di dizionario visivo degli italiani [...]. Si tratta dell’impressionante tentativo di abbracciare tutto il reale in un numero sterminato di voci-immagini” (ibidem). I reportage sulle riviste assolvono inoltre al compito di rendere i lettori consapevoli delle condizioni materiali in cui si trova il paese, dopo la fine della guerra, la caduta del fascismo e i bombardamenti (Morello 2013: 129).

Tempo

Per comprendere i fotoservizi in questione è necessario fare riferimento alle caratteristiche di *Tempo*, in termini di scelte editoriali e di linguaggio fotografico ma anche del suo posizionamento nel panorama della stampa illustrata.

Il “primo” *Tempo* (1939-1943) esce nelle edicole il 1° giugno 1939 come parte della strategia di Arnoldo Mondadori di ampliare l’offerta dei periodici, dopo la crisi a metà degli anni Venti (Magnanini 2008: 305), quando, a causa di difficoltà finanziarie, vende a Rizzoli *Il secolo illustrato*, *Novella*, *Donna* e *Commedia* (Forgacs, Gundle 2007: 143). In questo progetto si collocano la pubblicazione del femminile *Grazia* nel 1938 e l’anno successivo di *Novellissima*, con cui Mondadori intende contrastare il successo di *Novella*.

Tempo viene affidata da Arnoldo al figlio Alberto che si propone di realizzare una rivista di attualità e di informazione, in cui alla fotografia venga riconosciuto un ruolo centrale (Boemia 2024: 97). Sul modello di riviste internazionali come *Life*, *Vu d’image* o *Regards* (Lucas, Agliani 2015: 105), Mondadori immagina il periodico con “una formula ben precisa, largamente apolitica, di settimanale di informazione fotografica mondiale, di varietà, di letteratura e di arte” (Boemia

2024: 96). Guardando in particolare all’esempio di *Life* e sfruttando le possibilità della stampa a rotocalco, Mondadori concepisce *Tempo* come una “grande rivista di divulgazione, rifatta su schemi americani e basata su un criterio antologico nella compilazione, che si giovava di firme di primo piano in campo culturale, artistico e scientifico” (Ajello 1976: 190) e che assegna alla fotografia un “valore di racconto a sé stante” (Magnanini 2008: 309). A questa prima fase di *Tempo* risale l’origine dei fototesti che ne diventeranno poi la cifra espressiva: ai giornalisti, infatti, è chiesto non solo di comporre i testi ma anche di scattare le fotografie. Il fototesto, impaginato secondo un ritmo quasi cinematografico, e, in modo più largo, la fotografia proposta dai giornalisti di *Tempo* costituiranno un modello fecondo per il fotogiornalismo italiano del secondo dopoguerra che dalla formula di *Tempo* guadagnerà “un gusto nuovo, una disinvoltura compositiva inconsueta” (Zannier 1985: 9).

Dopo l’interruzione delle pubblicazioni nel settembre 1943, *Tempo* verrà riedito a partire dal 1946 dall’editore Palazzi, mantenendo una continuità con il settimanale di Mondadori sia nella veste editoriale che nella redazione (Ajello 1976: 203), una continuità individuabile, oltre che nelle figure dei collaboratori, su tutti Federico Patellani, Lamberti Sorrentino, Massimo Bontempelli e Indro Montanelli, in quella del direttore Arturo Tofaneli, già redattore e direttore, per poche settimane nel 1943, del “vecchio” *Tempo* (ibidem). Il nuovo *Tempo*, secondo la felice intuizione di Nello Ajello, si interessa in maniera singolare, “antologica” (ibidem), alla politica, esprimendo, attraverso i suoi redattori, diverse e spesso contrastanti opinioni e visioni, difficilmente riconducibili a una linea ben individuabile. Questa pluralità di voci conferma la natura polifonica (Milan 2015: 294), “a mosaico” (Ajello 1976: 203) del periodico che, coerentemente con la sua versione precedente, coniuga un giornalismo letterario, di matrice longanesiana, con una linea più spiccatamente industriale (ivi: 190).

Inchiesta sui mari e sulle spiagge d’Italia

Nel numero 30 del 1951 compare su *Tempo* la prima parte di “un’inchiesta sui mari e le spiagge d’Italia” (Suppini 1951: 8-11), condotta da Ezio Suppini, che si rivolge ai bagnanti delle più celebri località turistiche per sottoporli a una serie di domande. Alcune sono

relative al consumo dei prodotti editoriali (preferite i settimanali o i quotidiani?), altre si interrogano sulla parità di genere (ritenete inevitabile nella società di domani la parità di diritti tra uomo e donna?) o sulle decisioni politiche (cosa fareste nei panni di De Gasperi?), molte, sotto un'apparente patina di leggerezza, sono in realtà indirizzate a cogliere gli umori del paese e la sua euforia di nuovo (siete più contenti quest'anno o l'anno scorso?; qual è la cosa che vi diverte di più?). Le risposte divergono, così come la frequenza con cui vengono poste le domande. Nelle ultime puntate, infatti, quasi scompaiono, assorbite dall'andamento cronachistico-mondano degli articoli, più interessati a menzionare i nomi e i titoli dei frequentatori illustri delle spiagge che a riportarne le risposte. La dissoluzione della formula dell'inchiesta non sminuisce il portato dell'operazione compiuta da *Tempo*. Il senso dell'inchiesta, infatti, non si misura sulla base delle effettive ricerche condotte, ma si identifica piuttosto con la "volontà di esplorazione e testimonianza di una realtà avvertita sempre più come qualcosa da *rivelare*" (Malavasi 2016: 142).

Di questo approccio inventariale sono già informati i fototesti a tema balneare pubblicati da Patellani nel 1946. In particolare, si fa qui riferimento a "Ombrelloni, ombrellini" (Patellani 1946a: 7), che può considerarsi uno tra i primi confronti fotografici con il tema della vacanza, oltre che un precoce tentativo di catalogazione e codificazione degli oggetti che disegnano il nuovo panorama balneare. La cronaca si sofferma sul ruolo degli ombrelloni nel disegnare l'inedito orizzonte dell'arenile. L'ombrellone si ridefinisce epicentro di tutta una serie di attività da svolgersi in spiaggia – mangiare, dormire, flirtare, giocare, fare pettegolezzi – che scandiscono il nuovo tempo libero, liberato dalla guerra ma anche "dal lavoro produttivo e dal controllo esercitato dal regime" (Uva 2021: 42) dell'homo sapiens balneare. L'intento classificatorio è esplicitato dallo stesso Patellani che dichiara di tentare una prima schedatura di questi oggetti, sempre più differenziati grazie al progresso. Patellani riprende queste tematiche in un altro servizio pubblicato sullo stesso numero, "Tre bagni" (Patellani 1946b: 8-9), in cui indaga le abitudini in spiaggia di tre donne.

Particolarmente interessante si rivela la testimonianza di Gabriella, la cui fotografia occupa anche la prima pagina del settimanale. La donna afferma di non aspirare al titolo di pin-up e che le spiagge della

Florida, che ha visto solo dalle pagine dei rotocalchi, non le interessano, preferendo a queste il sole e la sabbia della riviera ligure. Questo rimando alle spiagge della Florida e soprattutto alla loro restituzione in immagini sulla stampa periodica ha una particolare coerenza su *Tempo*, che ospiterà costantemente fotografie a soggetto balneare provenienti dagli Stati Uniti. Le immagini delle marine americane, al contrario di quelle italiane, risultano improntate a una celebrazione vitalistica del corpo, del suo benessere, forgiato attraverso l'abbronzatura e lo sport, per cui gli spazi più frequentemente inquadrati non saranno quelli dell'arenile, come nel caso italiano, ma quelli dell'acqua. La stessa differenza ricorre nel cinema. Come già evidenziato da Christian Uva, il beach movie americano è più interessato a mostrare le attività, soprattutto di segno sportivo, che si svolgono in acqua, mentre la commedia balneare italiana si concentra sugli spazi più liminali e socializzati della spiaggia (Uva 2021: 70).

Le pagine di *Tempo* dispiegano un campionario visivo degli sport acquatici popolari negli Stati Uniti a cui sono dedicati numerosi articoli. "Sempre più difficile" (Anonimo 1948: 11), ad esempio, incentrato sulla moda dello sci d'acqua, è corredato da una serie di fotografie che mostrando le eleganti coreografie delle Acqua Maids della Florida ne sottolineano la grazia. Immagini di questo tipo, mediate anche dalla fama dei musical acquatici con protagonista Esther Williams più volte commentati su *Tempo*, introducono il pubblico italiano a una fruizione più atletica e meno rilassata degli spazi marini e al tempo stesso lo espongono a quell'*american way of life*, identificato come sinonimo di eleganza, ricchezza e salute, a cui si guarderà con sempre maggiore ammirazione nel dopoguerra (Forgacs, Gundle 2007: 232). Dagli Stati Uniti arrivano anche numerosi interventi sulla moda balneare, in particolare sulla disputa costume intero/bikini¹ – a cui non mancheranno di riferirsi gli articoli dei rotocalchi italiani. Come noto, di origine americana è il culto dell'abbronzatura che si fa "espressione manifesta del modello di democrazia balneare che si era manifestato per la prima volta negli Stati Uniti" (Triani 1988: 76) e "dimostrazione di una vita salutare condotta a contatto con la natura" (Uva 2021: 17). La diffusione di queste immagini dimostra quanto nel dopoguerra

i media, la cultura di massa misero in circolazione parole, suoni e immagini provenienti da altre società che alimentarono aspirazioni e desideri privati, cambiarono le percezioni di quelli che erano giudicati comportamenti sessuali e ruoli di genere accettabili e approfondirono il gap tra generazioni (Forgacs, Gundle 2007: 22).

Il fenomeno dell'americanizzazione, infatti, presentandosi come "vettore di nuovi valori per la società italiana" (Bertolotti 2021: 126) da una parte sottrae il consumo di beni voluttuari al giudizio severo a cui era stato sottoposto nella società prebellica, dall'altra si inserisce in un passaggio da società tradizionale a società consumistica tutt'altro che lineare (ibidem).

Durante gli anni della ricostruzione, i consumi restano limitati oltre che per i salari bassissimi anche per "la mancanza di modelli di riferimento capaci di liberare il comportamento di consumo dai suoi vincoli tradizionali" (Ragone 1985: 10-11). L'età dei consumi inizia solo alla fine degli anni Cinquanta non solo perché prima gli italiani sono materialmente poveri ma anche perché spendere in abbondanza era disapprovato tanto dalla Chiesa quanto dai partiti di sinistra (ivi: 29). Il confronto con immagini e modelli associati a stili di vita ispirati al benessere e al consumo fa sì che nuove aspirazioni e desideri irrompano in un momento in cui ancora ci si preoccupa di dover soddisfare i bisogni primari (Bertolotti 2021: 30). Su questa tensione tra modernità e tradizione si articolano i complessi fenomeni di definizione di riti e comportamenti legati alla dimensione balneare ed è proprio intorno a questa che si svilupperà l'impianto narrativo dei fototesti dedicati alle spiagge italiane.

Giro delle spiagge d'Italia: i fototesti di Federico Patellani (1949)

Del nuovo modello fotografico, e giornalistico di *Tempo* esemplificato dal fototesto, e della pregnanza comunicativa e documentaristica riconosciuta alla fotografia, è tra i principali promotori il "giornalista nuova formula" Federico Patellani che, come dai lui stesso indicato, con i suoi reportage si propone di ottenere una fotografia "vivente, attuale, palpitante", in grado di cogliere "il movimento, il sensazionale di ogni cosa" (Patellani 1943: 134).

Patellani, laureato in legge, e fotoamatore dai tempi della guerra di Etiopia dove, in veste di ufficia-

le del Genio, realizza con la sua Leica un fotoservizio che alterna alla documentazione della vita militare la rappresentazione di usi e costumi locali e che pubblicherà al suo rientro su *L'Ambrosiano* e *L'Illustrazione italiana*, entra a far parte della redazione di *Tempo* nell'agosto del 1939 (Lucas, Agliani 2015: 116). Già in questa prima fase, rivela quella capacità di coniugare urgenza di documentazione e senso della composizione di cui darà prova nel dopoguerra.

I suoi reportage della ricostruzione su *Tempo* si propongono di rivelare un paese in cui, sia pure tra le macerie e la pesante eredità della guerra, iniziano a manifestarsi i primi accenni di un processo di maturazione di desideri che sfocerà poi nel complesso ingresso nella società dei consumi. Ecco, allora, il suo sguardo appuntarsi sui concorsi di bellezza, sulle compagnie di avanspettacolo, sulle future protagoniste del cinema italiano. Lo stesso primo numero di *Tempo* sembra nascere sotto il segno di una nuova, auspicata, leggerezza. Sulla copertina, infatti, volteggia sui pattini una ballerina che la nota editoriale commenta come espressione del desiderio di tornare alle cose belle dopo tante visioni di guerra, con la speranza di un avvenire migliore, lieve, ricco di sorrisi e di promesse. Sullo stesso primo numero appare un servizio di Patellani intitolato "Sonno" in cui il testo e le immagini di diverse figure addormentate traducono una concezione della ricostruzione come di un lungo sonno riparatore (Morello 2013: 128).

Patellani non ha un campo di azione privilegiato: negli stessi anni documenta le macerie dei bombardamenti alleati, realizza ritratti di uomini politici, coglie la vivacità dell'avanspettacolo. Si muove con agilità tra temi diversi, da quelli di attualità a quelli di costume, mantenendo lo stesso equilibrio compositivo e capacità di osservazione, "coniugando più stili che vanno da quello cinematografico, a quello pittorico, a quello letterario" (Lucas, Agliani 2015: 175). Il fotografo si fa così interprete perspicace e attento del clima della ricostruzione: "nessuno meglio di Patellani sa raccontare l'esplosione di questa esultazione febbrile su uno sfondo paradossale di macerie e devastazione. Nessuno sa raccontare, con altrettanto acume e leggerezza, questa Italia che oscilla tra miseria e sogni" (ivi: 171-172).

Sul numero 29 datato 16-23 luglio 1949 di *Tempo* la sezione Lettere al direttore annuncia che Federico Patellani ha cominciato "il Giro delle spiagge d'Italia". I

lettori-bagnanti vengono così avvisati che sull'arenile potrebbero incontrare il fotografo intento a elaborare una soluzione per comporre una scena. Questi servizi riflettono una concezione della vacanza ancora riservata ai ceti più abbienti. La villeggiatura, infatti, fino alla prima metà degli anni Cinquanta continua a configurarsi come "un privilegio di classe e di posizione sociale, riservata ai ricchi, ai politici e alle star del cinema, nazionali e internazionali" (Parigi 2019: 769). Questa fase si riconosce, infatti, in una visione elitaria della vacanza al mare, per cui prima di diventare sinonimo di evasione e spensieratezza edonistica, "trascorrere i mesi estivi nelle località balneari fa parte di un rito che individua nella vacanza una sorta di patente sociale che abilita a un riconoscimento" (Tonelli 2018: 213).

Se non mancano sullo stesso *Tempo* articoli e cronache dalle spiagge a carattere più popolare, questi sono relativi alle gite domenicali che gli strati sociali meno agiati trascorrono nelle località balneari raggiungibili facilmente dalla città – valgono ad esempio i numerosi riferimenti alla spiaggia di Ostia – per cui non è ancora possibile parlare di vacanza di massa.

Infatti,

fra le due tipologie di fruizione del tempo libero esiste una separazione netta e chiaramente riconoscibile, non solo i tempi sono diversi, ma anche i luoghi dello svago sanciscono una distanza apparentemente incolmabile tra ricchi e poveri (Zinni 2016: 129).

La forma stessa in cui questi servizi si presentano esplicita questa dicotomia.

I fototesti dalle località balneari più elitarie sono strutturati in puntate, affidati sempre agli stessi fotografi, annunciati già nell'indice nella loro formula seriale. Di contro, gli articoli sulle coste più popolari compaiono in modo episodico e sono privi di schemi narrativi consolidati e ripetuti. Rispetto alla scansione in fasi proposta da Ruggero Eugeni in merito al racconto cinematografico della vacanza balneare, con particolare riferimento alla "rappresentazione delle differenze identitarie" (Eugeni 2016: 362), suddivisa in *vacanza nascente* tra gli anni Trenta e Quaranta, *vacanza di massa* tra gli anni Cinquanta e Sessanta e *vacanza diffusa* dagli anni Ottanta a oggi, questi fototesti potrebbero porsi in uno spazio interstiziale tra le prime due categorie.

Le peregrinazioni balneari di Patellani iniziano con "A Capri l'invasione dei cani" (Patellani 1949a: 9-11) pubblicato sul numero 33 e incentrato sulle bizzarrie provenienti dall'isola che, negli stessi anni, si afferma sempre di più come "arena cosmopolita del lusso e della moda" (Parigi 2019: 766), "sinonimo di ricchezza e di lusso sfrenato" (Zinni 2016: 130), dove le novità si succedono rapide. La fama di Capri come coacervo di eccentricità è confermata anche dal cinema: sul numero 39 dello stesso anno di *Tempo*, in occasione di un articolo sulle riprese di *Totò imperatore di Capri* di Luigi Comencini, questa viene definita "l'isola delle follie balneari" (Bonicelli 1949: 24); sulle pagine di *Cinema* si esplicita l'intento del film di proporsi come "una satira dell'immagine illusoria che ogni estate i giornali offrono ai loro lettori presentando Capri come l'isola del sogno, popolata di grandi bellezze femminili, di principi e sultani" (Parigi 2019: 766). Che la stampa periodica abbia concorso a enfatizzare l'allure mitica e sofisticata di cui è circondata l'isola è confermato dall'articolo emblematicamente intitolato "Capri è uno stato d'animo" (Monelli 1947: 6-7), comparso a firma di Paolo Monelli sulle pagine del numero 37 di *Tempo* nel 1947, in cui si riferisce dell'abitudine dei giornalisti di trascorrere per conto del giornale un periodo di vacanza sull'isola, per poi evocarne la natura di stato d'animo che suscita passioni e sentimenti aggressivi. In questa trasfigurazione mitica, in cui l'isola si identifica con una sorta di paradiso terrestre (Savelli 2009: 155), in cui le osterie non servono cibo e bevande ma ambrosia e nettare, si procede come in preda a un effetto allucinatorio.

Il fototesto di Patellani esordisce con una dichiarazione di apparente segno opposto rispetto al brillante immaginario turistico associato a Capri: questa sembra, infatti, affaticata, stanca di dettare la moda alle spiagge italiane. Si assiste nel corso della lettura a un rovesciamento del paradigma dell'isola esclusiva e inaccessibile: meno elegante delle stagioni passate – sostiene Patellani – è diventata una spiaggia per famiglie borghesi in cerca di bizzarrie e per americani poco danarosi.

Dell'isola viene presentata una versione alternativa a quella ossessionata dalle novità: arcaica e misterica, immutabile e invulnerabile alle stravaganze della moda, l'"altra" Capri è l'isola mediterranea cara all'imperatore Tiberio, panica e lussureggiante, "sospesa fra il ricordo di antiche civiltà e le suggestioni

mediterranea, in cui scorre una vita segreta, parallela e nascosta rispetto a quella delle ‘mediocri folle balneari’” (Patellani 1949a: 10). Questo schema narrativo articolato sul doppio, sulla natura anfibia e bifronte delle località balneari sembra tradurre la persistenza di quelle tensioni nostalgiche che si manifestano proprio di fronte ai processi di modernizzazione attivati dalla ricostruzione (Malavasi 2016: 141).

L’illustrazione fotografica si articola tutta intorno al tema esplicitato nel titolo del fototesto, quello, cioè, dell’ossessione caprese per i cani decorativi, declinato secondo toni e accenti diversi, dalle fotografie che immortalano i frequentatori mondani dell’isola all’immagine fumettistica di una donna colta nell’atto di inseguire il proprio cane al guinzaglio. Emerge qui quel gusto per l’aneddoto, per la storiella e per la boutade che caratterizza i racconti di Patellani e che avvicina la sua produzione fotografica sui temi del tempo libero a quella, giocata “su doppi sensi, sui contrasti, sulle metafore e sui paradossi” (Lucas, Agliani 2015: 313), che verrà proposta dal settimanale *Il Mondo*. Le influenze surrealiste e il gusto per piccole situazioni umoristiche si pongono come costitutivi della costruzione narrativa di “La donna adriatica”, fototesto pubblicato sul numero 34 di *Tempo* (Patellani 1949b: 16-19). Questa volta la ricognizione delle spiagge diverge dal canone delle località balneari più raffinate per rivolgersi alla “bonaria e popolare cordialità del litorale adriatico”.

La struttura stessa dell’itinerario, infatti, fa sì che a ogni località turistica corrisponda la rivelazione di una diversa “faccia del paesaggio antropologico italiano” (De Giusti 2019: 67). La costa adriatica conserverebbe, secondo Patellani, quelle caratteristiche di attaccamento al passato, cordialità nell’accoglienza, abbondanza gastronomica, spontanea esuberanza degli abitanti che garantirebbero un’esperienza vacanziera più autentica rispetto a quella percepita nelle località più raffinate. Il testo scritto si fa sempre più esiguo con il progredire delle “puntate” di questo atlante balneare, mentre le immagini aumentano in dimensioni fino a diventare l’elemento intorno a cui si articola la narrazione, grazie anche a un’impaginazione accorta che assegna loro grande respiro (Russo 2011: 57).

La fedeltà a codici di comportamento e stili di vita più tradizionali nella lettura di Patellani è strettamente associata alla concezione stessa del tempo della

vacanza. Sottratto al turbinio di un fitto calendario di attività sociali che fa dei luoghi del *leisure* nelle località balneari delle arene del divertimento e dell’“ipersocializzazione” (Eugeni 2016: 365), il tempo della vacanza in Romagna torna a essere periodo di vero e assoluto riposo e libertà da vincoli sociali. Lo sguardo di Patellani con questa affermazione sembra rivolto verso quella interpretazione del periodo al mare come cura, come tempo da dedicare al riposo e al benessere del corpo, attraverso le pratiche e i riti dell’idroterapia e dell’elioterapia, su cui si stratificheranno nel dopoguerra nuove mode e nuovi riti, legati allo svago, alla socialità, al divertimento e alla fuga dalla città che finiranno per fissare “nuovi parametri su cui si adagia definitivamente la villeggiatura borghese e impiegatizia degli anni trenta e dopo la pausa della seconda guerra mondiale, quella di massa degli anni cinquanta-sessanta” (Sorcinelli 1998: 153). La visione nostalgica del fototesto, di un piccolo mondo antico animato da buoni sentimenti, si esprime anche attraverso la presenza di una fotografia di una diligenza a cavalli, mezzo di trasporto per i bagnanti provenienti dai paesi circostanti. Il racconto fotografico di Patellani non indulge però in toni sentimentalistici e passatisti, ed ecco che, per la stessa sintassi fotografica giocata su contrasti e metafore di cui si è detto sopra, all’immagine della pittoresca “giardiniera” (Patellani 1949b: 16) si affianca quella di una bagnante presso la mescita delle aranciate, ripresa di spalle, con un cappellino e un aderente costume intero come prescritto dai dettami della moda balneare del 1949. Un’altra direttrice, oltre a quella della tradizione, su cui si imposta la caratterizzazione del litorale adriatico è quella del popolare: gli habitués di spiagge più esclusive vengono avvisati che probabilmente avranno l’impressione di vedere ovunque “viaggiatori da treno domenicale” (ivi: 17). Si esplicita qui quella distinzione, già menzionata, tra villeggiatura intesa come momento di riposo e di svago per un periodo di tempo esteso, il più delle volte da trascorrersi in località specifiche, ed evasione domenicale sulle spiagge vicine alle città. La distanza si misura anche sul mezzo di trasporto che consente il raggiungimento delle spiagge: la menzione del treno della domenica fa riferimento a quelle escursioni di massa al mare via treno già incoraggiate durante il fascismo dall’istituzione di treni popolari nel 1931 (Forgacs, Gundle 2007: 124) e dal potenziamento della rete ferroviaria (Ridolfi 2006: 91). Se con

queste scelte il regime fascista aveva favorito “forme di turismo rivolte alla classe media” (Eugeni 2016: 364) e promosso “lo spostamento collettivo” (Gorgolini 2013: 61), le successive politiche dei governi repubblicani saranno invece rivolte a privilegiare la rete autostradale, dando impulso “alla mobilità e ai consumi individuali”, sostanziando una svolta che, privilegiando il trasporto privato rispetto a quello pubblico (ivi: 64), presenterà conseguenze, oltre che sul piano dei consumi e dei desideri di modernizzazione di cui l’automobile è simbolo, anche sulla geografia delle destinazioni vacanziera, favorendo una mobilità che prelude a una dimensione di massa della vacanza. Il periodo qui esaminato ancora non beneficia degli effetti della motorizzazione imponente e del potenziamento autostradale² – che influenzeranno l’organizzazione del tempo libero e della vacanza dalla seconda metà degli anni Cinquanta – per cui possono dirsi valide quelle differenze sociali nella fruizione dello spazio della spiaggia di cui si è già detto. Il turismo si canalizza così in un

sistema di flussi che portano a separare e redistribuire le diverse classi sociali sui litorali, aggregando tra loro, attraverso un raffinato processo selettivo a più stadi, individui che appartengono a uno stesso strato sociale o a strati tra loro vicini. [...] si creano delle aree e dei momenti di socialità specifici per ogni classe. Le discriminazioni socio-economiche, effetto dell’articolazione strutturale della società, vengono a sovrapporsi e intrecciarsi con varie altre discriminazioni di ordine espressivo [...]. Si distinguono infatti spiagge familiari e spiagge mondane (Savelli 2009: 163).

Quella romagnola di cui si occupa Patellani è una spiaggia di spiccato carattere popolare e “tradizionale”, in cui non mancano, però, i segni di “nuove” abitudini e tendenze, che definiscono l’orizzonte visivo e culturale italiano del dopoguerra. La bellezza delle bagnanti che frequentano la spiaggia viene associata alla “preoccupante” pratica – definita miss-mania – di indire sulle spiagge della riviera adriatica concorsi per eleggere le più graziose bagnanti. Il fenomeno, deprecato da Patellani, rivela in realtà l’importanza assegnata ai concorsi di bellezza, banditi nel 1938 e reintrodotti nelle forme moderne nel 1946 (Gundle 2009: 175-189), strumento di definizione e negoziazione di una nuova identità femminile italiana, in cui le suggestioni provenienti dai prodotti dell’industria

dell’intrattenimento americana – il cinema, i periodici ma anche la musica e i balli – spingono verso l’affermazione di una bellezza “di forte richiamo erotico e artificiale” (ivi: 177).

Il sospetto di Patellani si inserisce nella generale discussione che i concorsi sollevano nel panorama politico e culturale italiano del dopoguerra da cui emerge quanto la questione della bellezza femminile sia intrecciata a questioni identitarie e di simbologia della nazione (ivi: 205). Il desiderio di Dino Villani, ideatore del concorso di Miss Italia, era quello di creare un’atmosfera di eleganza e grazia, specifica di un *tono* italiano, pur rifacendosi esplicitamente ai concorsi di bellezza femminili americani, conosciuti sotto forma di immagini su giornali e riviste (Villani 1957: 43). La ricerca di una *via italiana* alla bellezza dimostra la natura ambigua dei processi di assimilazione di modelli, stili di vita e forme di consumo provenienti dagli Stati Uniti fruiti attraverso prodotti che dopo la guerra diventano ormai parte integrante dell’orizzonte mediale italiano. Il rimando al concorso sottolinea inoltre quella concezione delle spiagge “codificate in quanto spazi in cui gli uomini consumano voyeuristicamente il corpo femminile enfatizzato nella sua sminuità dal bikini” (Uva 2021: 89).

L’impianto fotografico procede, come spesso nei fototesti di Patellani, per dittici che, oltre a conferire ritmo alla pagina, consentono di strutturare la narrazione intorno a quei contrasti che, si è già visto, diventano traduzione del binomio tradizione/modernità che serpeggia nell’Italia della ricostruzione. Qui gli esempi sono diversi: il già citato confronto tra la diligenza a cavallo e la bagnante elegante e quello tra l’immagine di turisti a cavallo provenienti dai maneggi da spiaggia, anche questi comunque una novità nell’orizzonte ricettivo e turistico adriatico, e quella di una donna a cavallo di uno scooter insieme ai due figli posizionati davanti e dietro a lei.

Quello dello spostamento “in massa” con ogni mezzo di locomozione possibile è un momento narrativo ricorrente nei servizi di periodici e cinegiornali, come evidenza Stefania Parigi facendo riferimento a due servizi della *Settimana Incom* (1950 e 1954) in cui compare un’intera famiglia, madre, padre, figlio e figlioletto in braccio alla madre in moto (Parigi 2019: 771), che la fotografia di Patellani sembra anticipare. L’attenzione del fotografo si appunta ancora sui pattini a remi, chiamati mosconi nella zona adriatica,

che, disposti uno accanto all'altro, disegnano sull'arenile una festosa linea policroma. Questo accenno al colore, sia pure in servizi fotografici in bianco e nero, conferma la concezione della spiaggia come "multicolore" (ivi: 773), "uno dei luoghi del colore per antonomasia" (Gipponi 2020: 125), "associata alla vivacità cromatica fin dagli albori della civiltà balneare" (ibidem), anche in virtù dell'atmosfera ludica e carnevalesca che vi si percepisce. Questa stessa atmosfera è favorita dalla natura dell'esperienza sociale che la spiaggia rende possibile ed esplicita. La sua peculiare "condizione carnevalesca" (Uva 2021: 11) è legata infatti a forme di infantilismo e di gioco che molto hanno a che fare con l'abbandono delle identità extra-balneari (Sistri 2013: 86). Queste condizioni consentono il dispiegamento di situazioni comiche che Patellani è pronto a intercettare, come nell'immagine dei due bagnanti che leggono sul moscone con la testa coperta da un telo.

L'ultima fotocronaca di Patellani dalle spiagge italiane, "Il drago d'oro sconfitto a Portofino" (Patellani 1949c: 30-32), prosegue nella stessa direzione dei testi precedenti, ponendosi come un quadretto che sintetizza i divertimenti e gli svaghi offerti dalle principali località del Tigullio. La narrazione ancora di più, in assenza di un tema intorno a cui articolarsi, si sfilaccia e si frantuma in una fantasmagoria visiva che propone un piccolo campionario visivo degli oggetti paradigmatici e identificativi della vita balneare: i costumi da bagno in diverse fogge e modelli, il pattino in legno, i galleggianti di gomma, i cappelli di paglia e le maschere per le immersioni, "simboli materiali" (Zinni 2016: 126) di quelle forme di consumo che, già evidenti in questo periodo di transizione, caratterizzeranno l'orizzonte sociale dell'Italia del boom economico e di cui i rotocalchi si fanno espressione, contribuendo a modellare un "sogno collettivo" (Bertolotti 2020: 43) di modernità e benessere. Questi servizi, con la loro tassonomia delle cose da spiaggia, sembrano anticipare alcuni aspetti della futura commedia balneare degli anni del boom economico, caratterizzata da "film fatti di cose, di simboli del benessere che appaiono come in un catalogo di ipotetici desiderata" (Zinni 2016: 130).

Il decalogo di questa civiltà balneare ancora elitaria passa anche attraverso la mappatura dei luoghi in cui si colloca l'esperienza vacanziera, oltre alle spiagge: le baie, i ristoranti, i bar dove sorseggiare cocktail

all'aperto, spesso frequentati da turisti stranieri. L'euforia intorno a questi luoghi di ritrovo sembra tradurre "un sogno proibito di un godimento totale e ininterrotto" (Cardona 1994: 210), mentre l'accento insistito sulle forme del divertimento e della socialità sembrano esprimere i prodromi di "quell'ansia di nuovo" (Berrino 2011: 245) che dalla ricostruzione inizia ad attraversare il paese.

Note

¹ Il bikini disegnato da Jules Renard e presentato a Parigi nel 1946 prende il nome dall'atollo su cui fu effettuato il primo test nucleare dopo la guerra. [N.d.A.]

² Il primo piano autostradale, infatti, viene presentato dal ministro dei lavori pubblici Attilio Romita nel novembre 1954 (Gorgolini 2013: 64).

Bibliografia

- ANONIMO (1948), "Sempre più difficile", in *Tempo*, X:32, 7-14 agosto, p. 11.
- BERRINO A. (2011), *Storia del turismo in Italia*, Il Mulino, Bologna.
- BERTOLOTTI A. (2021), *Bisogni e desideri. Società, consumi e cinema in Italia dalla ricostruzione al boom*, Mimesis, Milano.
- BOEMIA D. (2024), "La letteratura alla prova dei rotocalchi italiani. I primi novantasei numeri di 'Tempo'", in BOEMIA D., GIPPONI E., LOCATI S. (a cura di), *Immagine e testo nei periodici illustrati italiani degli anni trenta e quaranta*, Mimesis, Milano, pp. 95-129.
- BOLLATI G. (1979), "Note su fotografia e storia", in BERTELLI C., BOLLATI G. (a cura di), *Storia d'Italia. Annali 2. L'immagine fotografica 1845-1945*, Einaudi, Torino, pp. 5-59.
- BONICELLI V. (1949), "Totò imperatore di Capri", in *Tempo*, XI:39, 24 settembre, p. 24.
- CARDONA M. (1994), *La storia della villeggiatura. Dall'epoca romana al Novecento*, Abete, Roma.
- D'AUTILIA G. (2012), *Storia della fotografia in Italia dal 1839 a oggi*, Einaudi, Torino.
- DE GIUSTI L. (2019), "Souvenir d'Italie", in MAZZEI L., PARIGI S. (a cura di), *Viaggi italiani. Paesaggi e territori nella cultura visuale dal boom agli anni del riflusso*, Dossier di *Imago. Studi di cinema e media*, 18, Bulzoni, Roma, pp. 61-77.
- EUGENI R. (2016), "Vacanza", in DE GAETANO R. (a cura di), *Lessico del cinema italiano. Forme di rappresentazione e forme di vita*, III, Mimesis, Milano, pp. 359-404.
- FORGACS D., GUNDLE S. (2007), *Cultura di massa e società italiana 1936-1954*, Il Mulino, Bologna.
- GIPPONI E. (2020), *Una rivoluzione inavvertita. Dal bianco e nero al colore nello scenario mediale della modernità italiana*, Mimesis, Milano.
- GORGOLINI L. (2013), *L'Italia in movimento. Storia sociale degli anni cinquanta*, Bruno Mondadori, Milano.
- GUNDLE S. (2009), *Figure del desiderio. Storia della bellezza femminile italiana*, Laterza, Roma-Bari.
- LUCAS U., AGLIANI T. (2015), *La realtà e lo sguardo. Storia del fotogiornalismo in Italia*, Einaudi, Torino.
- MALAVASI L. (2016), "'Ogni curiosità va soddisfatta'. Spirito d'inchiesta e industria culturale", in DAGRADA E. (a cura di), *Anni Cinquanta. Il decennio più lungo del secolo breve*, Dossier di *Cinema e storia*, Rubbettino, Soveria Mannelli, pp. 137-149.
- MAGNANINI C. (2009), "Chi ha *Tempo* non aspetti *Life*", in DE BERTI R., PIAZZONI I. (a cura di), *Forme e modelli del rotocalco italiano tra fascismo e guerra*, Cisalpino, Milano, pp. 305-341.
- MARCELLINI R. (1946), "Spiaggia per centomila", in *Tempo*, I:23, 22-29 giugno, pp. 6-7.
- MECCOLI D. (1949), "Comencini e il film comico", in *Cinema*, II:19, 31 luglio, p. 54.
- MONELLI P. (1947), "Capri è uno stato d'animo", in *Tempo*, IX:37, 13-20 settembre, pp. 6-7.
- MORELLO P. (2010), *La fotografia in Italia. 1945-1975*, Contrasto, Roma.
- OLMOTI G. (2006), "Il mestiere della fotografia", in DE LUNA G., D'AU-

- TILIA G., CRISCENTI L. (a cura di), *L'Italia del Novecento. Le fotografie e la storia*, vol.2: *La società in posa*, Einaudi, Torino, pp. 415-442.
- PARIGI S. (2019), "La 'ricostruzione' delle vacanze. Mare e spiagge negli schermi italiani dei primi anni Cinquanta", in PARIGI S., UVA C., ZAGARRIO V. (a cura di), *Cinema e identità italiana. Cultura visuale e immaginario nazionale fra tradizione e contemporaneità*, RomaTrE-Press, Roma, pp. 763-774.
- PAULS A. (2023), *La vita a piedi nudi*, trad. it. M. Nicola, Sur, Roma.
- PATELLANI F. (1943), "Il giornalista nuova formula", in SCOPINICH E. F. (a cura di), *Fotografia. Prima rassegna dell'attività fotografica in Italia*, Gruppo Editoriale Domus, Milano, pp. 125-137.
- ID. (1946a), "Ombrelloni, ombrellini", in *Tempo*, I:31, 17-24 agosto, p. 7.
- ID. (1946b), "Tre bagni", in *Tempo*, I:31, 17-24 agosto, pp. 8-9.
- ID. (1949a), "A Capri l'invasione dei cani", in *Tempo*, XI:33, 13-20 agosto, pp. 9-11.
- ID. (1949b), "La donna adriatica", in *Tempo*, XI:34, 20-27 agosto, pp. 16-19.
- ID. (1949c), "Il drago d'oro sconfitto a Portofino", in *Tempo*, XI:35, 27 agosto, pp. 30-32.
- RAGONE G. (1985), *Consumi e stili di vita in Italia*, Guida, Napoli.
- RIDOLFI M. (2006), "Gli spazi della vita pubblica", in DE LUNA G., D'AUTILIA G., CRISCENTI L. (a cura di), *L'Italia del Novecento. Le fotografie e la storia*, vol.2: *La società in posa*, Einaudi, Torino 2006, pp. 3-145.
- ROVI V. (1950), "Giornate di 32 ore", in *Tempo*, XII:29, 22-29 luglio, pp. 9-13.
- RUSSO A. (2011), *Storia culturale della fotografia italiana. Dal Neorealismo al Postmoderno*, Einaudi, Torino.
- SAVELLI A. (2009), *Sociologia del turismo balneare*, Franco Angeli, Milano.
- SISTRÌ A. (2013), *Antropologia balneare riminese*, Minerva, Bologna.
- SORCINELLI P. (1998), *Storia sociale dell'acqua. Riti e culture*, Bruno Mondadori, Milano.
- SUPPINI E. (1949), "L'uomo in ginocchio balla la 'raspa'", in *Tempo*, XI:31, 30 luglio, pp. 4-7.
- ID. (1951), "I bagnanti della Versilia non vorrebbero essere De Gasperi", in *Tempo*, 28 luglio, XIII:30, pp. 8-11.
- TONELLI A., "Tempo libero e turismo", in CAVAZZA S., SCARPELLINI E. (a cura di), *Storia d'Italia. Annali 27. I consumi*, Einaudi, Torino, pp. 207-237.
- TRIANI G. (1988), *Pelle di luna. Pelle di sole. Nascita e storia della civiltà balneare 1700-1946*, Marsilio, Venezia.
- VILLANI D. (1975), *Come sono nate undici Miss Italia*, Editoriale Domus, Milano.
- ZINNI M. (2016), "In viaggio verso il boom. Note su cinema e turismo in Italia tra ricostruzione e miracolo economico", in DAGRADA E. (a cura di), *Anni Cinquanta. Il decennio più lungo del secolo breve*, Dossier di *Cinema e storia*, Rubbettino, Soveria Mannelli, pp. 125-135.