

UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI BERGAMO

# ELEPHANT & CASTLE

LABORATORIO DELL'IMMAGINARIO | ISSN 1826-6118



**35**

I/2025

## I PERIODICI ILLUSTRATI NELL'ITALIA DEL SECONDO DOPOGUERRA: TESTO E IMMAGINE TRA ARTE, CINEMA E LETTERATURA

A cura di | Edited by | Sous la direction de

Dario Boemia, Elena Gipponi, Jelena Lalatović & Stefano Locati



[elephantandcastle.unibg.it](http://elephantandcastle.unibg.it)

# ELEPHANT&CASTLE

LABORATORIO DELL'IMMAGINARIO | ISSN 1826-6118



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI BERGAMO

## ELEPHANT&CASTLE

LABORATORIO DELL'IMMAGINARIO

è un progetto editoriale del  
Gruppo di ricerca "Arts and Humanities"  
affidente al Dipartimento di  
Lettere, Filosofia, Comunicazione  
dell'Università degli studi di Bergamo

### Direttore fondatore

Alberto Castoldi

### Direttrici responsabili

Franca Franchi

Alessandra Violi

### Comitato direttivo

Marco Belpoliti

Adriano D'Aloia

Jacques Dürrenmatt

Elena Mazzoleni

Francesca Pagani

Nunzia Palmieri

Giovanni Carlo Federico Villa

### Comitato scientifico

Pierpaolo Antonello (University of Cambridge)

Simon Baker (Maison Européenne de la Photographie)

Giuliana Bruno (Harvard University)

Franca Bruera (Università di Torino)

Raul Calzoni (Università di Bergamo)

Gianni Cicali (Georgetown University Washington D.C.)

Didier Girard (Université Lumière Lyon 2)

Elio Grazioli (Università degli studi di Bergamo)

Rosalind Krauss (Columbia University)

Arnaud Mailet (Sorbonne Université)

Claudio Milanesi (Université Aix-Marseille)

Daniel Müller-Nielaba (Universität Zürich)

Vivian Sobchack (University of California, Los Angeles)

Marina Spunta (The University of Leicester)

Anna Maria Testaverde (Università degli studi di Bergamo)

Amelia G. Valtolina (Università degli studi di Bergamo)

### Comitato di redazione

Paolo Cesaretti, Elisabetta De Toni, Stefania Consonni, Michela Gardini,  
Francesca Guidotti, Francesca Pasquali, Greta Perletti, Luca Carlo Rossi

### Responsabile di redazione

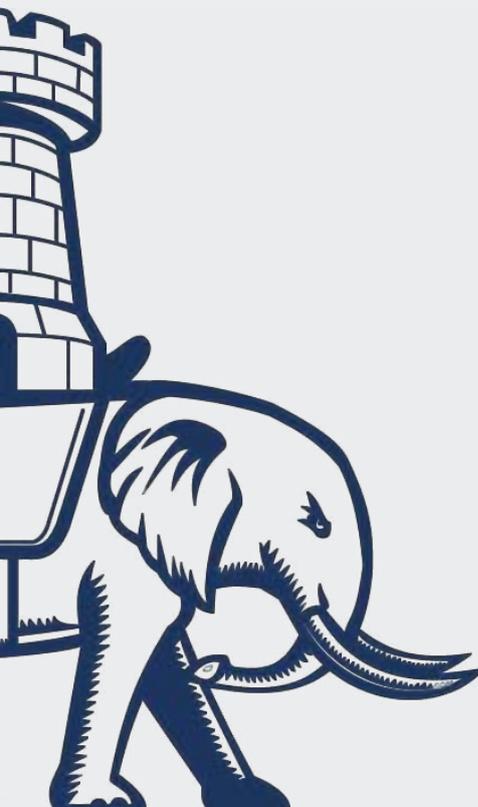
Giacomo Raccis

### Redazione

Gabriele Gimmelli, Shannon Magri, Maria Elena Minuto



Tutti i contenuti sono rilasciati con Licenza  
Creative Commons Attribution 4.0 International



# 35

I/2025

## I PERIODICI ILLUSTRATI NELL'ITALIA DEL SECONDO DOPOGUERRA: TESTO E IMMAGINE TRA ARTE, CINEMA E LETTERATURA

A cura di | Edited by | Sous la direction de

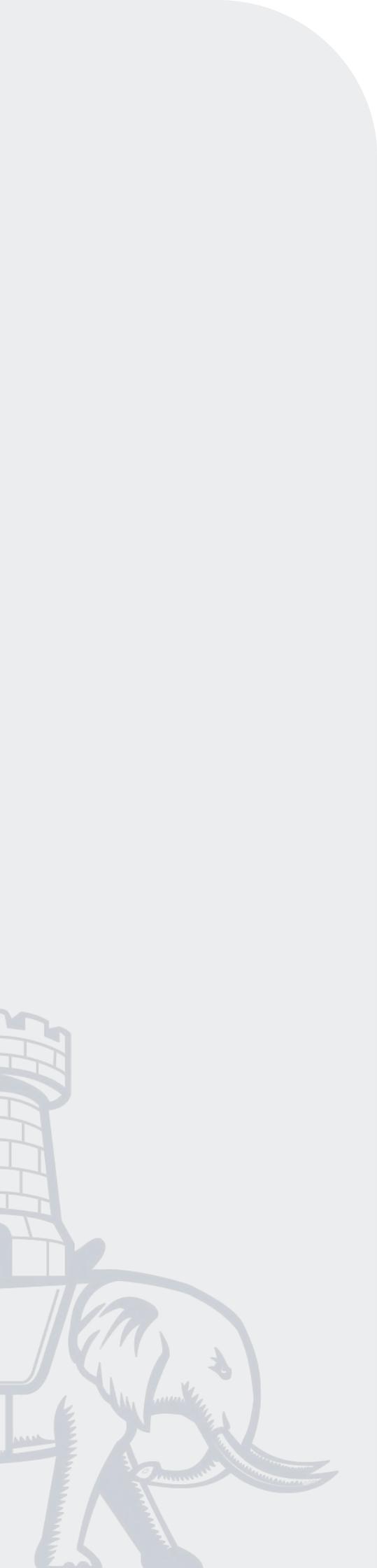
Dario Boemia, Elena Gipponi, Jelena Lalatović & Stefano Locati

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

- 2** **Introduzione. Nel segno della continuità:  
rotocalchi e riviste illustrate nell'Italia del secondo dopoguerra**  
Dario Boemia, Elena Gipponi, Jelena Lalatović & Stefano Locati

### SAGGI

- 17** **Fotocamere in viaggio.  
I reportage odepurici nei periodici italiani degli anni Cinquanta**  
Elena Mosconi
- 32** **Magnum Photos, *Epoca* e il fotogiornalismo  
degli anni Cinquanta**  
Massimiliano Gaudiosi
- 44** **L'informazione letteraria come documentario e fotoreportage.  
Il caso *Epoca* (1950-1955)**  
Dario Boemia
- 58** **La leggenda dell'artista attraverso le pagine dei rotocalchi:  
*Epoca* (1950-1958)**  
Viviana Triscari
- 74** **La giusta distanza.  
Immaginari urbani sulle pagine di *Epoca* (1950-1956)**  
Paolo Villa
- 87** **Ombrelloni, ombrellini. Viaggio in Italia balneare  
sulle pagine di *Tempo* (1946-1949)**  
Arianna Laurenti
- 97** ***Il Borghese* e le arti visive negli anni di Longanesi (1950-1957)**  
Laura Facchin & Massimiliano Ferrario
- 108** **Matite, sor(risi) e meschinità.  
La genesi di *Il Mondo* di Bartoli e Maccari (1949-1950)**  
Emanuela Morganti
- 122** **Illustrazione e documentazione vs mostre e musei:  
una proposta per *Emporium*, cantiere aperto**  
Caterina Paparello

- 
- 139** *Civiltà delle macchine: "Come farà l'uomo per non essere disumanizzato dalla macchina [...] per renderla moralmente arma di progresso?"*  
Carlotta Sylos Calò
- 151** *Stile industria e "Una produzione di qualità e di stile". La cultura del design in Italia attraverso la fotografia industriale*  
Raissa D'Uffizi
- 165** *Il mutamento dell'arte realista attraverso l'analisi delle prime due serie de *Il Contemporaneo*. *Settimanale di cultura (1954-1957)**  
Livia Garomersini
- 180** *"Mi ha scritta e mi basta". *Noi donne* e il reportage d'autrice*  
Emma De Pasquale
- 191** *Alle radici del fotoromanzo: il rosa a fumetti di *Grand Hôtel**  
Giuliano Cenati
- 203** *I nove dell'*Orsa maggiore*. La svolta giovane del cineromanzo*  
Gabriele Landrini
- 213** *Le riviste della diaspora italiana. Una via etnica alla modernità dei periodici?*  
Martino Marazzi
- 224** Autrici/Autori | Contributors

**In copertina**

*Epoca* (5 giugno 1955), *I romanzi di Sogno* (1 dicembre 1960), *I grandi fotoromanzi d'amore* (14 luglio 1955). Dall'archivio privato di Dario Boemia.



# I PERIODICI ILLUSTRATI NELL'ITALIA DEL SECONDO DOPOGUERRA: TESTO E IMMAGINE TRA ARTE, CINEMA E LETTERATURA

A cura di | Edited by | Sous la direction de

Dario Boemia, Elena Gipponi, Jelena Lalatović & Stefano Locati

# Introduzione. Nel segno della continuità: rotocalchi e riviste illustrate nell'Italia del secondo dopoguerra (1945-1957)

DARIO BOEMIA

Università IULM di Milano  
dario.boemia@iulm.it

ELENA GIPPONI

Università IULM di Milano  
elena.gipponi@iulm.it

JELENA LALATOVIĆ

University of Zagreb  
jlatovi@m.ffzg.hr

STEFANO LOCATI

Università IULM di Milano  
stefano.locati@iulm.it

doi: <https://doi.org/10.62336/unibg.eac.35.574>

## Parole chiave

Periodical studies  
Periodici illustrati italiani  
Ricostruzione postbellica  
Cultura visuale  
Rapporto testo e immagine

## Keywords

Periodical studies  
Italian illustrated periodicals  
Postwar reconstruction  
Visual culture  
Text-image relationship

## Abstract

Nel dopoguerra italiano (1945–1957), i rotocalchi e le riviste illustrate si affermano come prodotti mediali cruciali, in bilico tra innovazione e continuità con il periodo fascista. La stampa periodica diventa laboratorio visivo e narrativo, dove immagini e testi dialogano per costruire una nuova identità collettiva. Secondo la prospettiva teorica dei *periodical studies* e un approccio metodologico interdisciplinare, questo numero di *Elephant&Castle* intende esplorare le trasformazioni che coinvolgono i contenuti, i formati e i linguaggi della stampa periodica illustrata italiana durante la ricostruzione postbellica. *Epoca*, *Tempo*, *Il Borghese*, *Grand Hôtel*, *Civiltà delle macchine* e molte altre testate testimoniano la vitalità del settore, riflettendo la tensione tra tradizione grafica, aspirazioni moderne e nuove dinamiche sociali. In un contesto segnato dalla rinascita culturale, dalla pacificazione politica e dal riaffiorare della memoria nazionale, il periodico illustrato si configura come spazio privilegiato per negoziare valori, ideologie e immaginari.

Between 1945 and 1957, illustrated magazines became essential cultural tools in postwar Italy, navigating the tension between innovation and continuity with the fascist past. Periodicals emerged as visual and narrative laboratories, where text and image worked together to shape a new collective identity. Through periodical studies and interdisciplinary perspectives, the special issue explores changes in content, format, and language. Publications like *Epoca*, *Tempo*, *Il Borghese*, *Grand Hôtel*, and *Civiltà delle macchine* reflect the dynamic interplay between graphic tradition, modern aspirations, and shifting social contexts. Amid cultural revival, political reconciliation, and the resurfacing of national memory, illustrated magazines became privileged platforms to negotiate values, ideologies, and imaginaries.

## 1. Gli studi sui periodici nella produzione accademica recente

Basta uno sguardo d'insieme a una cospicua mole di ricerche e di pubblicazioni comparse nell'ultimo decennio nel campo delle arti e dei media per riconoscere quanto la stampa periodica, uno dei primi media di massa, sia ricorrente tra le *fonti* impiegate per ricostruire e interpretare i fenomeni più diversi della storia della cultura del Novecento: per fare solo due esempi afferenti al campo dei *film studies*, il progetto di ricerca *Comizi d'amore. Il cinema e la questione sessuale in Italia (1948-1978)* ricorreva in larga parte a stralci da quotidiani e riviste per ricostruire i discorsi sui rapporti tra il cinema e la sessualità durante il lungo processo di modernizzazione della società italiana del dopoguerra, mentre *Il pollo ruspante. Il cinema e la nuova cultura dei consumi in Italia (1950-1973)* tra le altre cose si prefiggeva di analizzare come il cinema abbia promosso i moderni beni di consumo anche attraverso una proficua sinergia con la stampa illustrata a grande diffusione.<sup>1</sup> In questo stesso ambito, alcuni studi non si limitano a sporadiche incursioni alla fonte della stampa periodica, bensì si dedicano in modo dichiarato e sistematico all'analisi di una precisa testata (*Cinema nuovo* in Mandelli, Re 2021; *Bellezza* in Vacirca 2023), oppure alla produzione editoriale periodica di un certo arco temporale (sempre il dopoguerra sia in Arillotta 2023 sia in Andreazza, Sforzi 2024) o di un dato soggetto istituzionale (ad esempio la stampa comunista in Zilioli 2023), avvicinandosi con questo gesto al campo dei cosiddetti *periodical studies*, segmento disciplinare costituitosi relativamente di recente e da poco entrato nella maggiore età (tra i capisaldi della letteratura al riguardo, fatti salvi alcuni lungimiranti precursori come Laurel Brake 1990 e 1993, citiamo almeno Latham, Scholes 2006, che fin dal titolo – *The Rise of Periodical Studies* – sancisce l'insorgenza di questa branca del sapere; per una ricostruzione più dettagliata al riguardo rimandiamo a Gipponi, Locati, Boemia 2024). Invece che limitarsi a prelievi selettivi di contenuti, articoli, pagine isolate,<sup>2</sup> questi ultimi casi assumono infatti come proprio oggetto d'elezione e territorio da indagare il periodico stesso, tenendone in considerazione anche aspetti apparentemente ininfluenti ed effimeri quali, oltre ad articoli e servizi, copertine e quarte di copertina, fototesti e supplementi, pubblicità e apparati auto-

promozionali. Silvia Vacirca, nell'introduzione al suo volume sulla rivista *Bellezza*, fondata da Gio Ponti nel pieno della seconda guerra mondiale, pur senza menzionare esplicitamente i *periodical studies*, ne dà di fatto una formulazione sintetica quanto efficace:

journals are often used as ancillary historical sources, consulted to support a broader and more complex theoretical construction or history, while this book puts the fashion magazine itself in the spotlight, considering *Bellezza* both as a container and vehicle for representations of high fashion, as a material artefact with its own history and as an object of individual cultural consumption (Vacirca 2023: 8).<sup>3</sup>

L'orizzonte metodologico con cui si guarda ai periodici illustrati prevede il ricorso a una cassetta degli attrezzi già piuttosto articolata, che, nel quadro della svolta portata dagli studi culturali e sull'industria culturale, incrocia gli strumenti più tradizionali dell'analisi testuale e formale dei prodotti della cultura di massa, dei relativi modi di produzione e pratiche di ricezione, con gli approcci a loro volta inter- e transdisciplinari dei *visual culture studies* – nella misura in cui “colmano uno spazio tra l'estetica e la storia dell'arte ponendo l'attenzione [...] sulla natura delle immagini, sui media e le tecnologie, sulla dimensione sociale delle rappresentazioni, sugli aspetti culturali della visione e su tutte quelle caratteristiche che non riescono a essere racchiuse entro un rigido confine disciplinare” (Crescimanno 2022, ed. digitale) – e dell'archeologia dei media, che invita a rintracciare tra passato e presente una relazione biunivoca e circolare, e a individuare continuità e persistenze nel funzionamento dei media a dispetto di qualunque retorica del salto di paradigma e della rivoluzione.

Dal punto di vista storico-cronologico, negli studi sui periodici è molto presidiato il lasso temporale che copre i decenni tra la fine del XIX e l'inizio del XX secolo, individuato a ragione come una fase esplosiva, per riprendere una categoria coniata da Peppino Ortleva (2002), nello sviluppo e nell'affermazione di questo nuovo medium (tra i molti possibili esempi citiamo Stead, Védrine 2008 e 2018). È in quel frangente, infatti, che si concentrano trasformazioni tecnologiche e culturali la cui convergenza imprime un impulso decisivo alla diffusione della stampa illustrata, ovvero alla proliferazione di immagini (sintetiche e, in misura esponenzialmente crescente, analogiche, fotografi-

che) sulle pagine di settimanali, quindicinali, mensili.

È sempre su questo momento iniziale, non a caso, che si sono concentrati gli studiosi che per primi si sono occupati specificamente del medium periodico in Italia, con un convegno pionieristico nel 2008 (da cui deriva De Berti, Piazzoni 2009, sugli anni del fascismo e della guerra) e un secondo convegno tenutosi all'inizio del 2025 – *Testi, Immagini, Formati, Strutture: i linguaggi del giornalismo tra Otto e Novecento* (Università degli Studi di Milano, 30-31 gennaio 2025, a cura di Raffaele De Berti, Fabio Guidali e Irene Piazzoni) – che risale a ritroso al periodo precedente, prodromico, appunto, al dilagare dei rotocalchi.

Anche il gruppo di ricerca che cura questo *special issue*, costituitosi sotto l'acronimo IUPS (IULM University for Periodical Studies), ha dato avvio a una riflessione sui periodici illustrati ripartendo proprio dal periodo aurorale di questo dispositivo mediale, gli anni Trenta e Quaranta, cui è dedicato il già citato volume del 2024 (Boemia, Gipponi, Locati).

La nostra indagine sul rapporto tra testo e immagine è poi proseguita isolando l'arco temporale successivo, che copre poco più di un decennio, dalla liberazione del paese dall'occupazione nazista al completamento del fervido processo di ricostruzione. Alla produzione editoriale periodica di questo scorcio è stato dedicato presso l'Università IULM un convegno (30 novembre-1 dicembre 2024). In questo numero di *Elephant & Castle* si raccolgono, debitamente integrati, alcuni dei contributi presentati in quell'occasione, insieme a un numero di saggi originali selezionati perché tasselli preziosi per coprire e valorizzare aree strategiche – centrali o viceversa eccentriche – del settore della stampa periodica illustrata del tempo.

L'intervallo 1945-1957 da un lato è stato individuato in accordo a periodizzazioni ormai consolidate (si arresta alle soglie di quello che convenzionalmente è identificato come il quinquennio del boom economico); dall'altro risponde alla necessità di procedere un passo per volta, di delimitare un arco temporale dominabile dal singolo ricercatore, o da gruppi di ricerca di dimensioni comunque contenute. Cionondimeno siamo consapevoli si tratti inevitabilmente di una scelta arbitraria e in un certo senso limitante, dal momento che le trasformazioni nel campo della stampa periodica, per poter essere davvero apprezzate nella loro portata, richiedono finestre di osservazione molto estese, certo di respiro maggiore rispetto

alla dozzina di anni su cui qui ci soffermiamo.<sup>4</sup> Sempre in accordo a questa logica “di lunga durata” i saggi qui contenuti faranno solo sporadici cenni a uno degli eventi capitali della storia dei media, ovvero l'inaugurazione delle regolari trasmissioni televisive nel 1954: sebbene l'avvento della tv sia unanimemente annoverato tra i principali responsabili della crisi della stampa illustrata, serviranno ancora diversi anni, che si allungano ben oltre l'arco temporale qui coperto, perché l'impatto della tv sul sistema dei media faccia registrare al “sismografo” dell'editoria periodica scosse significative.

## 2. Il contesto storico: tra continuità e discontinuità

La fine del fascismo e la conclusione della guerra aprono a un periodo di grandi cambiamenti per la società italiana. Il caos della ricostruzione, le scelte politiche, il precario equilibrio tra le diverse istituzioni portano però a una situazione densa di paradossi, che predilige la continuità rispetto a una cesura netta con il passato. Anche nel campo dell'editoria e dei periodici, il dopoguerra e la fase di ricostruzione sono attraversati da segnali contrastanti. Le pubblicazioni periodiche vedono un progressivo potenziamento della diffusione e del loro impatto sulla società, eppure editori, giornalisti e intellettuali responsabili dei periodici rimangono generalmente gli stessi del periodo antecedente. Si crea così una dialettica talvolta schizofrenica tra continuità e discontinuità, tra elementi che appaiono nuovi, ma che semplicemente ritornano dai decenni precedenti, e modalità inedite nel presentare intuizioni nate tra le due guerre mondiali.

Con la caduta di Mussolini, depresso dal Gran Consiglio del Fascismo il 25 luglio 1943, inizia una fase caotica per l'Italia, prima con la guerra civile, poi, dopo la Liberazione del 25 aprile 1945, con una fase di transizione dagli esiti incerti (Oliva 1994; Fiorillo 2000). Uno dei problemi principali che gli oppositori al fascismo e i partiti confluiti nel Comitato di Liberazione Nazionale (CLN) devono affrontare è quello della defascistizzazione a ogni livello e grado delle istituzioni, della società, della cultura italiani dopo vent'anni di dittatura. Inizialmente, negli anni della guerra civile, il CLN punta a una rottura completa con il passato e mira a processi che giudichino le colpe di gerarchi e collaborazionisti del regime; con la fine della seconda guerra

mondiale, però, questa posizione intransigente è gradualmente abbandonata a favore di una politica di riconciliazione nazionale (Focardi, Klinkhammer 2004).

Il risultato è che in Italia, a differenza di altri paesi, non c'è un salto netto tra le fasi pre- e post-belliche: c'è un cambiamento politico, ma questo non è accompagnato da un cambiamento a livello istituzionale e delle persone che lo portano avanti. Intrecciato al problema della mancata defascistizzazione vi è quello della memoria, cioè di come l'Italia si posizioni rispetto al fascismo e di come venga raccontata la guerra. Il CLN propone una lettura storica di quanto sta accadendo che ha lo scopo di cancellare la vergogna del fascismo, ma senza trascinare l'intero paese in una deriva che lo avrebbe isolato geopoliticamente. Le scelte politiche, sociali e morali della classe dirigente che portano il paese dal fascismo alla Repubblica (con il referendum istituzionale del 2 giugno 1946) creano una narrazione condivisa che esalta la Resistenza come atto di redenzione del popolo contro le colpe di Mussolini. In questa "narrazione egemonica" (Focardi 2005: VI), l'"Italia democratica e antifascista" non deve pagare per i peccati dell'"Italia di Mussolini" (ivi: 8). Per unire la popolazione, l'antifascismo italiano costruisce una narrazione della guerra e del fascismo che garantisca la costruzione di una memoria collettiva in gran parte "autoassolutoria", fondata sulla "minimizzazione delle colpe italiane" (ivi: 9-10), così che, nonostante le intenzioni iniziali del CLN, non fu mai celebrato alcun processo per crimini di guerra (ivi: 18).

La narrazione prevalente trasferisce la responsabilità della dittatura, della guerra e delle atrocità commesse dal fascismo su un singolo uomo (Mussolini) e su un solo alleato (Hitler e la Germania nazista), contrapposti a un intero popolo che, in realtà, nel proprio intimo era contro di loro. Questa narrazione permette di mantenere gli equilibri tra un paese uscito sconfitto dalla guerra (l'Italia fascista) e un paese che, al contrario, vuole presentarsi come vincitore (l'Italia della Resistenza), raffigurando il primo come soggiogato dalla dittatura e il secondo come restauratore della vera volontà del popolo italiano. Questo approccio ha una conseguenza duratura: l'Italia evita, di fatto, di fare i conti con il proprio passato, e anzi favorisce un percorso di autoassoluzione per la maggior parte di coloro che avevano attivamente collaborato con il regime fascista. Il distanziamento dalla stagione pre-

cedente si trasforma nel suo contrario, "in un disarmante riciclaggio di uomini, di strutture, di apparati" (Oliva 2024: 4). I tentativi iniziali di portare a processo i responsabili del disastro bellico e della dittatura fascista si arenano quasi subito. Il 27 giugno 1946, Palmiro Togliatti, allora ministro della Giustizia nel primo governo di Alcide De Gasperi, firma un'amnistia. Nelle intenzioni, doveva essere uno strumento di riconciliazione nazionale, volto a fermare i processi e le detenzioni contro la manovalanza e i livelli gerarchici inferiori del regime fascista, per concentrarsi sui veri colpevoli. Di fatto, però, l'amnistia viene interpretata in modo talmente ampio da trasformarsi in un salvacondotto generalizzato (Franzini 2016: 159-160). La contrapposizione ideologica della Guerra Fredda, che si fa sentire fin dalla fine degli anni Quaranta e si intensifica con la Guerra di Corea (1950-1953), facilita la reintegrazione dei fascisti ai più diversi vertici di potere, generando un clima in cui la partecipazione alla Resistenza è spesso considerata un fattore negativo (Franzini 2022: X-XI).

L'atteggiamento autoassolutorio investe ogni sfera della vita pubblica, inclusa la cultura (Serri 2005; La Rovere 2008; Flamigni 2019), inclusa la stampa. Tra il 1943 e il 1946 vi sono tentativi di portare a processo i giornalisti più apertamente schierati con la dittatura, ma la stragrande maggioranza degli imputati può tornare a scrivere su giornali e riviste come se nulla sia accaduto. Durante la guerra civile, la RSI nel nord del paese aveva riattivato il meccanismo del consenso fascista nonostante il generale stato di caos. Nell'Italia meridionale, invece, il Psychological Warfare Branch anglo-americano aveva autorizzato la pubblicazione di alcuni giornali "liberi" a partire dall'agosto 1943, "ma il vero punto di svolta nel mondo della stampa coincise con la liberazione di Roma il 4 giugno 1944" (Allotti 2012: 153). Tra la liberazione di Roma e l'autunno del 1945, la ricostituita Federazione Nazionale della Stampa Italiana tenta di istituire un sistema per "epurare i giornalisti compromessi con il regime passato", ma una serie di ostacoli, ritardi e incertezze porta a risultati molto limitati (ivi: 166). Pochi mesi dopo la fine della guerra, l'amnistia Togliatti e la pacificazione pongono fine ai processi e ai provvedimenti disciplinari. Le commissioni speciali istituite per valutare i casi sospetti di connivenza da parte dei giornalisti, che hanno aperto indagini su centinaia di professionisti iscritti all'albo, portano solo a poche

decine di condanne definitive. Anche questi giornalisti continuarono comunque a scrivere sulla stampa dell'Italia repubblicana: "Con la stessa facilità con cui aveva virato dall'antifascismo al fascismo nella seconda metà degli anni Venti", l'élite giornalistica italiana torna dal fascismo all'antifascismo, autoassolvendosi dalle responsabilità del passato (ivi: 156).

La situazione è quasi paradossale. Nel dopoguerra, molti periodici storici riprendono la pubblicazione, e numerosi altri vengono dati alle stampe per la prima volta. Guardando all'ambito cinematografico, ad esempio, è stato calcolato che tra 1944 e 1948 iniziarono la pubblicazione 102 riviste di cinema (Pellizzari 2003: 468). A scrivere su queste testate sono quasi sempre giornalisti già attivi nei decenni precedenti, che si autoassolvono da qualsiasi colpa, argomentando che solo dopo la Liberazione possono finalmente esprimere la loro reale visione del mondo e della società. La cesura della seconda guerra mondiale è dunque solo apparente e questo si può vedere anche nel comparto grafico e nel posizionamento delle riviste, che in molti casi seguono formati e prassi già messi a punto tra negli anni Venti, Trenta e durante la guerra, per quanto con tutti i limiti del caso (censura, minore tiratura, problemi di approvvigionamento della carta, dall'entrata in guerra).

### 3. *Epoca*, paradigma del "tempo"

Se dunque vige una sostanziale continuità con gli anni del fascismo e della guerra, è il caso di sottolineare alcuni caratteri di novità in questo scenario, a partire dal dato quantitativo, sotto il cui peso il panorama editoriale è inevitabilmente portato a una riorganizzazione complessiva: a dispetto degli alti tassi di analfabetismo rispetto ad altri mercati, l'Italia è in testa alle classifiche europee nel settore delle riviste illustrate, con tirature che, nella prima metà degli anni Cinquanta, toccano punte di oltre 400.000 (*Tempo*), 500.000 (*Epoca*) e 700.000 (*Oggi*) copie. Per quanto riguarda il numero di testate in circolazione, "secondo i dati forniti dalla Biblioteca nazionale di Firenze, il totale delle testate di periodici registrate come pubblicate nel 1955 ammonta a 9.244: 650 di esse vennero pubblicate per la prima volta in quell'anno" (Forgacs, Gundle 2007: 157). Accanto alle nuove serie di testate già esistenti (oltre ai già citati *Tempo* e *Oggi*, anche, per fare qualche altro esempio, *Domus*, *Casabella*,

*Cinema*), nascono testate di nuova pubblicazione (come *L'Europeo*, *Il Mondo*, *Epoca*, *Cinema nuovo*, *Il Politecnico*).

Nel settore della stampa quotidiana, la novità più rilevante è, come noto, *Il Giorno*, lanciato il 21 aprile 1956 come svolta radicale nel panorama dei quotidiani, anche facendo leva su delle inedite – per un giornale – "8 pagine in roto": delle sedici pagine totali che lo compongono, metà sono stampate con la tecnica in genere riservata ai settimanali e, nell'edizione domenicale, alcune pagine sono a colori. Mentre la prima parte del giornale ha un impianto tradizionale, con notizie di politica dall'Italia e dall'estero, la cronaca di Milano, le pagine di sport, spettacolo ed economia e finanza, la seconda parte, quella appunto stampata "in roto", è una sorta di espansione della cosiddetta "terza pagina", cioè dello spazio riservato all'arte, alla letteratura e alla cultura (Gigli Marchetti 2007). In questo frangente anche altri quotidiani di nuova fondazione tentano formule innovative, ad esempio i giornali "del pomeriggio" (che cioè non arrivano in edicola all'alba, bensì nel corso della giornata, e non mirano perciò a dare per primi le notizie, ma semmai a commentarle) quali *Paese Sera* (dal 1949) a Roma e *La Notte* (dal 1952) a Milano.

Sono però i periodici a cadenza settimanale a registrare il maggior numero di nuovi ingressi, il più "illustre" dei quali è con ogni probabilità *Epoca*, che condensa esemplarmente la ricerca di un equilibrio tra la conservazione di un modello e piccoli scarti e aggiustamenti progressivi. L'esempio più evidente del filo rosso che collega il periodo prebellico a quello postbellico è in effetti la continuità tra la prima serie di *Tempo* di fine anni Trenta e l'esperienza di *Epoca* nel dopoguerra. *Tempo* nasce come settimanale illustrato edito da Mondadori (ancora come Anonima Periodici Italiani) tra 1939 e 1943, con la direzione di Alberto Mondadori, e ha l'ambizione di portare in Italia il modello informativo e fotografico della statunitense *Life*, confrontandosi con esperienze estere come le francesi *Vu* e *Match*. L'impatto che il settimanale ha sul panorama italiano è innegabile, tanto da essere considerato "il paradigma italiano del moderno rotocalco" (Agliani 2024: 277): i contatti internazionali (anche e soprattutto per gli apparati fotografici), la progettazione grafica (e la formula dei *fototesti*), il supporto del gruppo editoriale (nonché, in fondo, gli intrecci a distanza con il regime) lo rendono un modello di suc-

cesso. Nel dopoguerra il settimanale è ceduto all'editore Aldo Palazzi, che riprende la pubblicazione da gennaio 1946, con la direzione di Arturo Tofanelli (già redattore capo negli anni conclusivi della prima serie). A questo punto, Arnoldo Mondadori mette in cantiere una nuova testata che possa imporsi sui settimanali a più o meno larga tiratura diffusisi nel frattempo (oltre a *Tempo* e *Oggi*, almeno anche *L'Europeo* e *Il Mondo*): nell'ottobre 1950 esce il primo numero di *Epoca*. La formula iniziale è praticamente identica a quella della prima serie di *Tempo*, anche visto il coinvolgimento alla direzione di Alberto Mondadori e all'impostazione grafica di Bruno Munari (che aveva lavorato anche alla prima serie di *Tempo*). Le parole in presa diretta di Guido Lopez – nel dopoguerra e fino al 1957 a capo dell'ufficio stampa di Mondadori – fotografano questo passaggio di testimone:

Alberto Mondadori metteva su un nuovo rotocalco: ce ne arrivò la copia staffetta, negli uffici nuovi e ancora un po' per aria, il mercoledì successivo: "Epoca", anno I, numero I. Alberto si era portato dietro, dalla redazione editoriale di via Corridoni, un certo numero di nostri colleghi, e aveva radunato attorno a sé altri amici di vecchia e di recente data, rimesso insieme una parte dei suoi ex compagni di mestiere a "Tempo", creato sistemi nuovi di lavorare, i grandi fogli del menabò, le grandi lastre luminose per i lucidi, la telescrivente Milano-Roma-Verona-Parigi, le nuove attrezzature per le cianografiche (1972: 107).

La nuova rivista nasce dunque come aggiornamento e potenziamento del progetto di *Tempo*. Il suo punto di forza sono proprio le fotografie, valorizzate da una qualità di stampa inedita per le riviste di quegli anni, proprio grazie ai nuovi macchinari tipografici acquistati da Mondadori, con i fondi del Piano Marshall, nel biennio precedente all'uscita (Sangiovanni 2021). L'azione di case editrici, redattori, intellettuali è dunque nel segno di una continuità nel rinnovamento, dove le formule e i modelli sono mutuati dal passato, con alcuni aggiornamenti tecnici. Questo processo non riguarda solo i periodici, ma è ascrivibile all'intera produzione culturale di massa italiana:

In tutte le principali industrie culturali italiane [...] molte delle strategie commerciali stabilite negli anni Trenta continuano quasi immutate negli anni Cinquanta. [...] Ciò [è] da ricondurre a due ragioni principali: la prima è che le imprese

culturali, come ogni altro genere di impresa, tendono a sviluppare una continuità nel loro modo di operare, uno "stile della casa" che è fortemente informato dai loro attori chiave, vale a dire direttori, consigli di amministrazione o altri organi decisionali. La seconda è che [...] gli interventi dello stato italiano erano frammentari e il potere politico e decisionale nella sfera culturale era affidato a diversi ministeri e agenzie che raramente agivano congiuntamente in modo coordinato (Forgacs, Gundle 2007: 137).

Il dato è coerente anche con il contesto editoriale europeo, che in realtà non ha improvvisi scarti in avanti, tanto che "la mappa della stampa europea resta sostanzialmente invariata tra periodo prebellico e dopoguerra" (Sassoon 2011: 1129). L'evoluzione dei media ha una prospettiva di lungo periodo e la parentesi bellica rappresenta più uno stop forzato che l'occasione per una ripartenza completamente nuova. E d'altra parte i periodici italiani, e in particolare i settimanali illustrati come *Tempo*, realizzati sulla base di modelli internazionali, restituivano già, pur in pieno regime fascista, "un mondo più moderno rispetto a quello in cui vive[va] gran parte degli italiani" (De Berti 2009: 41): da questo punto di vista, il dopoguerra si limita a recuperare questa dimensione vagamente cosmopolita e la riorganizza a partire da schemi consolidati. Eppure, una formula conosciuta in un contesto sociale diverso porta a esiti inediti: l'interesse suscitato dai periodici illustrati, trainati dalla presa sul largo pubblico della fotografia, l'aumento delle tirature, le nuove aspirazioni della classe media italiana contribuiscono a introdurre gradualmente degli elementi di discontinuità, o almeno degli scarti in avanti, che rendono il periodo del dopoguerra e della ricostruzione una seconda partenza, per arrivare a un boom di interesse nei confronti dei periodici, destinati dagli anni Cinquanta a entrare in pianta stabile nell'immaginario collettivo e nelle abitudini di spesa degli italiani.

#### 4. Posizionamento, differenziazione, intermedialità

Al netto delle continuità segnalate, il campo dei periodici del secondo dopoguerra risulta articolato e composito, le nuove testate si trovano ad affrontare sfide vecchie, proprie della storia dei periodici fin dai tempi delle gazzette, e sfide nuove, di matrice squisitamente seconduvecentesca. Lo dimostra chia-

ramente il caso di *Epoca*, che deve fare i conti con le altre testate italiane e - segno dei tempi - con gli altri media di massa, che si contendono l'attenzione dei lettori italiani.

Ancor prima del suo exploit nelle edicole, la gestazione del nuovo settimanale mondadoriano testimonia delle preoccupazioni dei suoi creatori in merito al posizionamento della rivista nel panorama editoriale esistente. La lettera di Giuseppe Ravegnani, futuro redattore capo, ad Arnoldo Mondadori, datata 31 agosto 1949, offre uno spaccato prezioso di ciò che accadeva a più di un anno di distanza dall'uscita del primo numero di *Epoca*:

Caro Mondadori,

vero, non vero, io non so. Comunque mi si dice, mi s'insiste che Ella ha in cantiere una "grossa cosa": un LIFE italiano. Me ne dicono anche i particolari: Fallaci direttore assieme al Suo figliolo Alberto, redazione e collaboratori di prim'ordine, macchine nuove, fascicoli settimanali di 80 pagine, concorrenza spietata a *L'Europeo*, a *L'Omnibus*, a *Il Tempo* e a ogni altro settimanale ecc.

[...] Troppo la cosa mi mette in subbuglio il sangue, e per ragione intuitiva. [...] Dunque, caro Mondadori, se la Sua iniziativa fosse vera, mi tenga, se può, presente, e se vuole mi faccia un fischio. [...] caro Mondadori, mi tenga per scusato per questo mio, come dire, assalto alla baionetta (Ravegnani 1949).

Ravegnani scrive in risposta a voci non confermate sulla possibile creazione, da parte di Mondadori, di una nuova rivista settimanale ispirata a *Life*, con grandi ambizioni editoriali, una redazione di primo livello, nuove tecnologie di stampa e una strategia esplicitamente orientata alla concorrenza diretta con testate già affermate come *L'Europeo*, *Omnibus* e *Tempo*. Il cuore del messaggio sta proprio qui: ancor prima che la rivista veda la luce, la sua identità editoriale si delinea in relazione competitiva con altri progetti già in circolazione. È da questo confronto implicito o esplicito che prende forma la missione del nuovo periodico, ed è su questo terreno che Ravegnani cerca di collocarsi, proponendosi come potenziale collaboratore, mosso da un'intuizione che, dice, gli "mette in subbuglio il sangue". La lettera è dunque significativa non solo per l'interesse personale di Ravegnani, ma perché mostra come, fin dalle prime fasi progettuali, una rivista sia pensata non in astratto,

ma all'interno di un campo di forze già occupato, in cui la differenziazione e il posizionamento rispetto ai concorrenti si rivelano questioni cruciali fin dall'inizio.

Il confronto però, negli anni Cinquanta, non è solo con le testate concorrenti ma anche con gli altri media di massa, soprattutto con la radio (la tv è ancora nella fase delle origini). La questione emerge nella corrispondenza tra Arnoldo Mondadori e Guido Piovene, nelle discussioni intorno al *Viaggio in Italia* di quest'ultimo, pensato prima per i programmi radio RAI, poi per i giornali e per la pubblicazione in volume. Mondadori vuole che ogni specifica declinazione mediale del testo funzioni e sia pensata ad hoc, senza frettolosi adattamenti, anche in tempi congrui. Scrive Mondadori: "Concreteremo insieme (e questo dipenderà da te) gli eventuali servizi in collegamento con quello che tu farai per la RAI. Per quanto riguarda questi servizi, basta che noi li pubblichiamo nella settimana nella quale saranno presentati agli ascoltatori della radio" (Mondadori 1953). Ma lo stesso Piovene si preoccupa di declinare il suo viaggio in Italia nel modo migliore adatto al medium. Tanto che egli scrive, a proposito dei rapporti tra radio, rivista e libro:

Prova e riprova (prendere l'avvio non è stato facile) sono venuto alla conclusione che la versione RAI e la versione libro (ed *Epoca* in precedenza) non potevano essere la stessa. La Radio ha esigenze che non possono essere le stesse dell'editore e, se permetti, dello scrittore. Avrei finito per non accontentare né gli uni, né gli altri.

Gli scritti di un libro mirano tutti a un risultato: dare il materiale che può servire, in ultimo, ad un giudizio riassuntivo e conclusivo. Non si può sovraccaricare un libro di cifre, di dati, che distarrebbero e annoierebbero il lettore. [...] Ritengo poi che le due versioni, editoriale e radiofonica, si faranno sempre più diverse. Io ho intenzione di dare nel libro anche una galleria di personaggi molto viva, e nella versione RAI, d'altra parte, devo escludere ogni elemento troppo "artistico" o soggettivo per quella sede (Piovene 1953).

Questo scambio tra Mondadori e Piovene conferma quanto il progetto editoriale fosse consapevole delle sfide e delle potenzialità poste dalla coesistenza dei media. La riflessione sulla specificità di ciascun formato - radiofonico, giornalistico, librario - non è solo un tema tecnico, ma investe l'idea stessa di scrittura e di lettura pubblica nell'Italia del dopoguerra.<sup>5</sup> L'interesse di Mondadori non si limita alla pubblicazione del

testo, ma punta a integrare, per quanto è in suo potere, tutte le diverse declinazioni del progetto di Piovene, confermando l'ambizione della casa editrice di operare nel cuore della moderna industria culturale.

È da un analogo esempio di consapevole orchestrazione delle diverse piattaforme medialità a sua disposizione che sembra muoversi il conte Leonardo Bonzi, originale figura di campione sportivo, aviatore, esploratore, produttore cinematografico, dissepolta dall'oblio dal saggio di apertura di questo numero, a firma di Elena Mosconi, che non a caso cita il progetto multimediale di Piovene come modello. Prendendo le mosse dal genere odepotico, e più nello specifico dal reportage giornalistico di viaggio, di cui riconosce la "duttilità intermediale", Mosconi attraverso documenti d'archivio inediti (corrispondenza privata, manoscritti e minute degli articoli) ricostruisce non solo le vere e proprie avventure di cui fu protagonista Bonzi – imprese già di per sé eloquenti di un'epoca di grande fermento, di una voglia di esplorazione su scala planetaria e di sperimentazione degli ultimi ritrovati della tecnica – ma anche il dietro le quinte delle sue relazioni con diverse testate periodiche, non solo a stampa (anche i cinegiornali, per esempio). Dall'analisi combinata di scena e retroscena Mosconi fa emergere una consapevolezza modernissima (potremmo azzardare: a tratti affine a una sensibilità contemporanea) della fluidità e porosità dei confini tra l'esperienza "live" e la sua restituzione in forma mediata, ma apparentemente naturalissima, sulle pagine della stampa periodica.

## 5. Generi editoriali vecchi e nuovi

Al momento della comparsa di un nuovo oggetto tecnico è consueto sovrapporre la tecnica al prodotto che con essa viene realizzato: è successo anche con il termine *rotocalco*, che è appunto, abbreviata, la tecnica di stampa, ma anche l'oggetto materiale che i lettori sfogliano. La parola entra nell'uso comune in special modo riguardo ai settimanali illustrati generalisti a larga diffusione, ossia quelle testate di attualità, costume e cultura che nel dopoguerra trovano nuovo slancio e un pubblico ancora più ampio, soprattutto grazie anche a un modello di comunicazione sempre più basato sulla prominenza delle immagini. Come sottolineato, in questo contesto *Epoca* è l'esempio più rappresentativo del nuovo corso apertamente vi-

suale delle modalità narrative giornalistiche su carta stampata, in cui serie di fotografie dal grande impatto emotivo, e che spesso occupano la quasi totalità dell'impaginato, condizionano il palinsesto e la struttura di articoli e rubriche. Anche per questa ricchezza, è naturale che diversi saggi di questo numero si trovino ad analizzare la rivista mondadoriana da prospettive stratificate. In particolare, Massimiliano Gaudiosi ricostruisce il rapporto tra *Epoca* e le grandi agenzie fotografiche internazionali come Magnum Photos, approfondendo uno dei punti nevralgici nel momento in cui ci si occupa delle relazioni tra immagini e testi scritti, ovvero la modalità di circolazione delle fotografie, i rapporti di esclusività e le possibilità date dai contatti privilegiati con una rete di fotografi internazionali. Tramite l'uso di fonti d'archivio, nel saggio di Gaudiosi vengono analizzate le strategie e le tensioni che si instaurano tra le due realtà, mettendo in luce come sia evoluto il rapporto tra i direttori della rivista e i grandi fotografi dell'agenzia e come la disponibilità di fotoreportage abbia direttamente influenzato la programmazione editoriale della rivista. Dario Boemia, d'altro canto, analizza l'evoluzione dell'informazione letteraria filtrata dal fotogiornalismo nelle prime cinque annate di *Epoca*. In particolare, tra gli iconotesti che svolgono funzioni di informazione letteraria individua due tipologie distinte: i fotoreportage letterari, vale a dire fototesti che si fondano sul reportage e il racconto fotografico di un evento, e i documentari illustrati a tema letterario, che combinano invece un insieme eterogeneo di media visuali, cioè fotografie, manoscritti di opere e di lettere, documenti commerciali, mappe, istantanee cinematografiche e copertine di libri. In ciascuna di queste modalità, la fotografia svolge un ruolo fondamentale nel mediare l'interpretazione dell'opera letteraria e il capitale simbolico a essa attribuito. Viviana Triscari prosegue in parallelo con un'analisi del rapporto all'interno di *Epoca* tra arti e critica artistica, seguendo da vicino l'evoluzione della percezione dell'arte presso il largo pubblico, nello specifico a partire dall'operato del "poeta e critico autodidatta" Raffaele Carrieri. In una società sempre più massmediatica, dove le immagini, in particolare quelle degli studi dei pittori, sono in grado di influenzare l'opinione pubblica e la percezione degli eventi pubblici e dei fenomeni sociali, viene così a crearsi una mitologia persistente e inedita sugli artisti. Infine, Paolo Villa si concentra sul lavoro di costruzione

dell'immaginario urbano portato avanti da numerosi servizi speciali presenti in *Epoca*, elemento significativo soprattutto perché avviene in un momento storico critico come quello della ricostruzione, in cui molte città italiane dovevano ritrovare una propria identità dopo che la furia della guerra era finalmente cessata. Villa descrive le diverse modalità di rappresentazione delle città secondo il concetto di "distanza", vale a dire una "costruzione discorsiva messa in opera dalla rivista attraverso tutte le sue componenti verbali, grafiche e fotografiche, che punta a connotare alcuni modelli urbani come più prossimi, accettabili, desiderabili di altri", evidenziando come città appartenenti a realtà geografiche, socio-culturali e ideologiche distanti siano presentate in modo diverso tra loro.

L'interesse verso i settimanali illustrati a grande diffusione non si esaurisce, naturalmente, nel solo caso di *Epoca*. Negli stessi anni, molte testate si contendono il favore del largo pubblico e ciascuna mette in pratica strategie comunicative specifiche rispetto a immagini e fotografie. Arianna Laurenti prende ad esempio la seconda serie di *Tempo* per analizzare le modalità di rappresentazione delle vacanze, in particolare quelle balneari, come categoria sociale in evoluzione nel periodo della ricostruzione. I servizi fotografici dalle spiagge d'Italia di autori conosciuti, come quelli di Federico Patellani, catalogano e codificano le nuove mode, i nuovi svaghi e i nuovi oggetti che accompagnano la permanenza sotto agli ombrelloni degli italiani, con discorsi che da un lato sottolineano lo scarto rispetto alla guerra, dall'altro attestano un'attenzione e un discorso simbolico intorno ai corpi dei bagnanti, esposti al sole e agli sguardi. Laura Facchin e Massimiliano Ferrario analizzano invece le prime cinque annate di *Il Borghese*, fondato nel 1950 da Leo Longanesi, nel suo rapporto privilegiato con la grafica d'artista, da cui emerge il "ruolo strategico e indipendente" delle immagini utilizzate. Su *Il Borghese* si succedono vignette, illustrazioni e quadri dei grandi artisti del passato e del presente, ma soprattutto opere originali, specialmente agli inizi disegnate anche dallo stesso Longanesi, in cui emerge una predilezione per il grottesco e la caricatura. E anche se dal 1953 aumentano le incursioni fotografiche, l'uso della fotografia non rimane mai solo illustrativo, piuttosto simbolico. Sono fattori che distanziano la testata dalle dirette rivali del periodo, esprimendo una paradossale posizione al contempo "conservatrice e

anticonformista". A fare da contraltare vi è l'analisi di Emanuela Morganti dell'apparato iconografico di *Il Mondo*, settimanale che si può inscrivere nella sfera lunga d'influenza longanesiana, fondato nel 1949 da Gianni Mazzocchi, ma diretto da Mario Pannunzio, che con Longanesi aveva lavorato a *Omnibus*. Morganti in particolare esplora la staffetta artistica che sulle pagine della rivista vede alternarsi disegni e caricature di Amerigo Bartoli Natinguerra e Mino Maccheri, "segni confortevoli" che accompagnano i lettori sin dai primi numeri: Morganti esplora gli universi simbolici e i riferimenti dei due artisti partendo dallo spoglio completo delle prime due annate della rivista, da cui emergono 117 disegni di Bartoli e 174 di Maccheri, che nel loro insieme contribuiscono a dare alla testata quell'"identità caleidoscopica" che la distingue da tante altre nel panorama del tempo e successivo.

Se nel caso di testate d'attualità di taglio generalista, come negli esempi appena presentati, il termine *rotocalco* ben si presta alla sovrapposizione nell'uso tra tecnica di stampa e prodotto editoriale, in molte altre circostanze si rivela insufficiente a restituire l'eterogeneità delle forme e dei generi che sotto questo cappello si possono ricondurre, rendendo necessarie ulteriori specificazioni. Già a proposito della produzione periodica tra le due guerre De Berti aveva in realtà avvertito l'esigenza di riconoscere la complessa articolazione che stava assumendo questo settore editoriale suddividendolo in cinque grandi gruppi o generi ("attualità e cronaca varia, attualità politico-letteraria e inchiesta, cinematografico, femminile, sportivo"). Questa esigenza di ripartizione si fa ancor più pressante nel dopoguerra, quando il rotocalco, secondo la periodizzazione proposta da De Berti, entra nella sua terza (e definitiva) fase: "negli anni Cinquanta il termine rotocalco ha perso la propria specificità, ed è impossibile classificare un genere in base alla sola tecnologia" (De Berti 2009: 50).

Le cinque macrocategorie menzionate restano valide, ma uno sguardo più ravvicinato rivela aree rimaste parzialmente scoperte, come quella peculiare occupata dalle riviste di arte e di grafica. *Emporium* è una di queste. L'arco di vita di questo mensile edito a Bergamo dall'Istituto italiano di arti grafiche - 1895-1964 - è tanto esteso da renderlo, come scrive Caterina Paparello nel saggio a esso dedicato - un "exemplum di divulgazione dell'arte industriale, quanto di pienezza di impiego del mezzo meccanico cromo-ti-

po-litografico". Decennio dopo decennio, *Emporium*, già oggetto di un impegnativo progetto di digitalizzazione condotto presso la Scuola Normale Superiore di Pisa (consultabile a questo sito: <https://emporium.sns.it/galleria/>), consente infatti di misurare anche da un punto di vista materiale le trasformazioni tecnologiche e formali intercorse nella sua realizzazione. Paparello si concentra in particolare sugli anni della direzione di Attilio Podestà (1943-1957) al fine di analizzare la funzione museografica che *Emporium* svolge nel dopoguerra italiano: grazie a resoconti e articoli corredati da fotografie sull'allestimento di mostre e sulla riapertura dei musei, *Emporium* non si limita a documentare gli eventi del settore, ma tiene traccia anche dell'aggiornamento dei criteri di attribuzione di valore al patrimonio artistico (con la valorizzazione, ad esempio, dell'arte applicata e dell'alto artigianato) e della ricostruzione del patrimonio nazionale dopo la seconda guerra mondiale secondo nuovi criteri (didattici, urbanistici, più latamente sociali) nella progettazione dei musei stessi.

Il crescente affollamento del quadro editoriale porta inoltre a inevitabili ibridazioni, intersezioni e fusioni tra i confini di questi generi (ad esempio *Noi donne*, come vedremo, è sia un femminile sia un giornale di partito, espressione di un preciso soggetto politico). Tra i generi che assumono nel dopoguerra una fisionomia sempre più definita e svolgono una funzione decisiva nel processo di ricostruzione è da menzionare anche quello stampa aziendale, emanazione delle maggiori realtà industriali del paese ed evidente specchio/motore – una dinamica circolare onnipresente nei media – della ripresa dell'economia (e della cultura) italiana. Anche in questo caso non si tratta tanto di una novità assoluta, dal momento che ne esistono, perlopiù sotto forma di bollettini tecnici, diverse occorrenze risalenti alla prima metà del Novecento, quanto di un'emergenza in termini quantitativi: la stampa aziendale diviene nel periodo 1945-1957 una massa critica, imponendosi all'attenzione di un pubblico più ampio (solo due esempi: *Comunità* è fondata da Adriano Olivetti nel 1946; *Pirelli* nasce nel 1948).<sup>6</sup>

Tra le riviste-simbolo del mandato culturale di cui si sente investita l'industria italiana nel dopoguerra figura di certo *Civiltà delle macchine*, fondata nel 1953 come trimestrale espressione di Finmeccanica (e di recente rifondata: dopo aver cessato la pubbli-

cazione nel 1979, è rinata nel 2019 su impulso della Fondazione Leonardo). Il saggio di Carlotta Sylos Calò ha un titolo curioso e autoevidente: "Come farà l'uomo per non essere disumanizzato dalla macchina [...] per renderla moralmente arma di progresso?". La domanda è posta sulle sue pagine da Ungaretti e chiarisce in estrema sintesi la ragion d'essere della rivista stessa. Il contributo analizza il primo numero della rivista, assunto come "manifesto" dalla sua micro-redazione, composta da sole due penne, quella del direttore, l'ingegnere elettronico Leonardo Sinisgalli, e di suo fratello Vincenzo. Il loro mandato, perseguito attraverso ingaggi d'eccezione tra le firme più di spicco del panorama artistico e intellettuale italiano, è di associare industria e cultura non tanto nell'espressione *industria culturale*, quanto, a termini rovesciati, in quella di *cultura industriale*, una "civiltà" delle "macchine", appunto, una conciliazione feconda tra umanesimo e scienza (è dello stesso anno l'inaugurazione del nuovo Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo Da Vinci a Milano, il 15 febbraio 1953). Nel tentativo di contrastare le forme di tecnofobia che affliggono la scena culturale italiana, il progresso tecnologico è celebrato ricorrendo al sottogenere giornalistico della visita al cantiere da parte di un poeta e di un pittore, che quindi ne restituiscono un racconto dai toni letterari. In questa rivista, inoltre, la pubblicità non è letta come un'insidia, bensì come un linguaggio grafico-artistico all'avanguardia.

L'idea di un oggetto tecnico che non domini l'uomo ma sia progettato per essere al servizio della sua quotidianità, esprimendo equilibrio tra forma e funzione, è alla base anche di *Stile industria*, prima rivista italiana, nata nel 1954, dedicata interamente al disegno industriale, di cui scrive Raissa D'Uffizi. Anche in questo caso l'accostamento di un'idea di "stile" alla sfera concettuale dell'"industria" corrisponde al ruolo di mediazione tra queste due istanze di cui la rivista è investita. Alla valorizzazione del ruolo del design industriale nella società concorrono parallelamente diverse forme di rappresentazione, dalla fotografia industriale (*still life* di oggetti di design, che si rifanno alle esperienze del Bauhaus e della Nuova Oggettività) a schizzi, disegni tecnici e progetti che documentano il processo ideativo di quegli stessi oggetti alla funzione tutt'altro che secondaria della grafica, in un intreccio armonico tra estetica e innovazione tecnica.

Benché in genere programmaticamente disim-

peginate, alcune riviste illustrate, per la loro collocazione editoriale, rientrano in un discorso politico più organico, altro esempio di genere editoriale emergente, dopo la forzata staticità del periodo fascista, in cui dialogano ideologie e visioni di paese anche diametralmente opposte, come nel caso di testate di orientamento cattolico, vicine o direttamente legate alla Democrazia Cristiana, e quelle di sinistra, generalmente legate al Partito Comunista Italiano (ma casi analoghi si hanno anche per altri partiti, come nel caso del quotidiano *Risorgimento liberale*, organo del Partito Liberale, pubblicata tra 1943 e 1948). Questo è il caso, per esempio, delle riviste *Noi donne* (lanciata nel 1944) e *Il Contemporaneo* (il primo numero risale al 1954), entrambe testate di ispirazione marxista e legate più o meno direttamente al Partito Comunista Italiano. Della prima testata, rivolta al pubblico femminile, si è occupata Emma de Pasquale, indagando in particolare come la rivista abbia declinato il reportage d'autrice sul poroso confine tra letteratura e giornalismo, anche alla luce del determinante ruolo svolto dalla fotografia in questi racconti. Sulle pagine di *Noi donne*, scrittrici come Fausta Cialente, Joyce Lussu, Paola Masino, Anna Maria Ortese ibridano i moduli del reportage di viaggio, dell'inchiesta e del racconto letterario, con una particolare attenzione alla condizione delle donne italiane nell'Italia del dopoguerra. Al centro della loro riflessione si collocano i rapporti tra memoria e rappresentazione, nonché tra identità individuale e collettiva. Livia Garomersini scrive invece del settimanale di cultura *Il Contemporaneo*, specola privilegiata per indagare i rapporti tra Partito Comunista Italiano e mondo dell'arte. Concentrandosi in particolare sulla prima serie (1954-1957), attraverso l'analisi delle immagini e delle illustrazioni Garomersini tematizza il passaggio della poetica realista da un impianto nazional-popolare, prevalentemente rurale, a un realismo di matrice sempre più urbana ed esistenziale, di fatto anticipando una tendenza che sarebbe emersa nelle altre testate comuniste solo in anni successivi. Ricostruendo la storia editoriale della rivista e i rapporti con le altre testate comuniste, emerge come *Il Contemporaneo* abbia costituito una spinta innovativa all'interno della stampa ufficiale del Partito Comunista Italiano del secondo dopoguerra.

All'impegno delle riviste di partito fanno da contraltare alcune riviste esplicitamente dedicate all'intrattenimento e al soddisfacimento dei bisogni este-

tici dei lettori e delle lettrici dell'Italia del secondo dopoguerra, attraverso la pubblicazione di *graphic narratives* di varia natura, quali romanzi a fumetti e cineromanzi. Di fatto si tratta di prodotti nuovi per l'editoria illustrata italiana: non tanto per il formato della rivista (sostanzialmente antologico), ma per la caratterizzazione mediale delle storie che pubblicano, forme di narrativa decisamente sbilanciate sulla componente visuale (disegni prima, fotografie dopo). Giuliano Cenati studia il romanzo rosa a fumetti di *Grand Hôtel* (1946-1970), rivista che con *Noi donne* condivide l'estrazione precipuamente femminile del pubblico di riferimento. Cenati mette in luce come la rivista apra un proficuo canale di incontro tra fumetto e "giovani donne adulte", anche in una dimensione partecipativa, declinata in diverse rubriche di posta. Inoltre, l'autore mostra come il romanzo rosa a fumetti sia il risultato di un processo di convergenza culturale predigitale, in cui la rivista tenta di rifare il cinema (melodrammatico in particolare) con la strumentazione del fumetto. Cenati ricostruisce il contesto di produzione, l'organizzazione redazionale e autoriale prevalentemente maschile (autori di punta sono Walter Molino, Giulio Bertolotti e Aldo Torchio), la grammatica visiva fondata sul virtuosismo pittorico e sul naturalismo cinematografico. Infine, propone di considerare questa forma narrativa come un precursore ante litteram del graphic novel per temi, pubblico adulto e ambizione romanzesca. Gabriele Landrini si concentra su un'altra rivista imperniata sulle narrazioni visuali. Si tratta di *Orsa maggiore*, che dal 1956 e per un breve periodo pubblica cineromanzi destinati ai giovani, vale a dire adattamenti di lungometraggi coevi in forma di fumetto, dove però le illustrazioni disegnate sono sostituite da immagini fotografiche (scatti di scena o fotogrammi). Il saggio esamina in particolare tre aspetti dell'avventura di *Orsa maggiore*: le politiche che guidano la selezione dei (foto)film, le strategie di adattamento che guidano il passaggio dallo schermo alla carta e le rubriche di accompagnamento, che riadattano in chiave giovanile contenuti tipici delle riviste di costume. L'analisi mette in luce l'estrema duttilità del cineromanzo e aiuta a capire come i giovani e il loro immaginario vengano definiti e rinegoziati negli anni in cui l'Italia si avvia verso il boom economico.

Questo numero propone una lettura stratificata dei rapporti tra immagine e testo nel contesto

dei periodici illustrati italiani del dopoguerra. Oltre a un discorso sui generi editoriali, per offrire però uno spaccato sistematico del panorama locale è anche utile guardare alle testate della diaspora italiana, cioè a quelle pubblicazioni periodiche estere italofone che si confrontano con l'altro-da-sé e ricercano un proficuo equilibrio tra richiamo all'identità d'origine e ibridazione con le nuove culture di appartenenza. In quest'ottica, il saggio di Martino Marazzi, posto in chiusura, ha la funzione di allargare lo sguardo oltre i confini nazionali. Marazzi analizza la "stampa etnica, legata alle varie culture dell'emigrazione" presenti negli Stati Uniti, e più in generale nelle Americhe, che offrono una "visione transnazionale dell'italianità", a partire dal caso privilegiato della "pubblicistica di intrattenimento di massa diversamente italiana" che è *Divagando*, settimanale italofono fondato a New York nel 1943. L'analisi individua le strategie comunicative e le scelte curatoriali della testata, che pur non essendo "una voce d'avanguardia e di ricerca" rimane un osservatorio cosmopolita e aperto a un confronto con diversi tipi di letteratura, dal popolare all'*high-brow*, come conferma anche l'impianto iconografico, che rimane sospeso tra nostalgico-bozzettistico e turistico-bizzarro, con aperture verso il reportage criminale. *Divagando* diviene così un ulteriore esempio della riflessione su desideri, aspirazioni e orizzonti di una classe media in ricostruzione, in questo caso sospesa tra antico luogo d'origine e una società statunitense sempre meno idealizzata e lontana.

## Note

\* L'impianto complessivo di questa introduzione è frutto del confronto e del lavoro congiunto dei quattro curatori. Per quanto riguarda la fase di stesura, precisiamo che Elena Gipponi ha scritto il primo paragrafo, Stefano Locati il secondo, Jelena Lalatovic il terzo e Dario Boemia il quarto. Il quinto e ultimo paragrafo è firmato congiuntamente dai quattro curatori.

<sup>1</sup> Un altro sottogenere delle ricerche in campo socio-culturale per il quale la stampa periodica rappresenta una miniera di reperti preziosi è quello degli studi sul divismo, in particolare della ricostruzione del profilo sociale e simbolico di attori e attrici. Sempre per limitarci, a titolo di esempio, alla produzione accademica italiana più recente, attingono a una ricca messe di contributi da quotidiani, settimanali e mensili, spesso presenti anche sotto forma di apparati iconografici che arricchiscono e avvalorano le analisi, volumi su Mina (Muggeo, Rigola, Tomatis 2024), su Anna Magnani (Carluccio, Mazzocchi, Muggeo, Pierini 2022), su Alberto Sordi (Cantore 2023; l'autrice si è avvalsa in particolare dell'archivio personale di Sordi, che comprende una serie ordinata di articoli che lo riguardano tratti da quotidiani, giornali locali, rotocalchi generalisti e riviste di cinema, inviati dalle principali agenzie di stampa e composti in appositi album da sue collaboratrici), su Tognazzi (Mosconi 2024), su Claudia Cardinale (Jandelli 2022), o ancora sui discorsi su maternità e divismo nel cinema italiano tra anni Cinquanta e Settanta (D'Amelio 2024).

<sup>2</sup> È questa l'originale prospettiva iper-selettiva assunta dal volume *Polvere di stelle. Cinema e cronaca in 41 immagini del quotidiano "La Notte"* (Chimento, Formenti, Mosconi, Parigi 2023), imperniato sull'archivio fotografico di un quotidiano della sera, "La Notte" appunto, di cui presenta micro-analisi di singoli scatti (dichiaratamente estrapolati dal contesto dell'impaginato del giornale: alcune fotografie non sono in realtà mai state pubblicate, altre, come da prassi redazionale, sono state sottoposte a tagli, ritocchi e cambi di formato ai fini della pubblicazione).

<sup>3</sup> Tra i saggi contenuti nel già citato Andreazza, Sforzi 2024, il contributo di Laura Busetta, in particolare, si concentra sull'analisi delle quarte di copertina di *Oggi* tra il 1948 e il 1973, richiamando esplicitamente il paradigma teorico dei *periodical studies*.

<sup>4</sup> È una scelta di più ampio respiro, che procede per "balzi" lunghi, quella portata avanti da Massimiliano Gaudiosi e Anna Masecchia nell'organizzazione di due convegni "a staffetta" sui linguaggi del fotogiornalismo (linguaggi che chiaramente intersecano in più punti la riflessione sui periodici illustrati): il convegno del 2024, *Il fotogiornalismo nel sistema dei media (1936-1972)* (Università degli Studi di Napoli "Federico II", 29-30 ottobre 2024), ha coperto l'intero arco di vita della rivista *Life*; il convegno 2025, *Il fotogiornalismo verso una cultura visuale globale (1969-1997)*, che si svolgerà in autunno presso lo stesso ateneo, completa la periodizzazione ripartendo dall'anno dello sbarco sulla Luna (ma anche della strage di piazza Fontana) fino alla morte di Lady Diana.

<sup>5</sup> In maniera analoga, anche l'editore Rizzoli dimostra in questi stessi anni di sapersi muovere su più tavoli mediatici fortemente integrati: attivo dagli anni Venti nel campo delle riviste, debutta nel cinema nel 1934 con la casa di produzione Novella Film e la società di distribuzione Cineriz; entra nel settore librario nel 1949 con la creazione della collana economica BUR (Forgacs, Gundle 2007: 141-145).

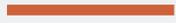
<sup>6</sup> Per un corposo regesto e un'efficace cronologia al riguardo si rimanda al *Repertorio della stampa aziendale italiana nel Novecento* varato nel 2009 dalla Fondazione ISEC, in collaborazione con l'Istituto lombardo per la storia contemporanea, e finalizzato alla map-

patura e catalogazione degli house organ e dei periodici di impresa pubblicati in Italia tra il 1930 e il 2000, consultabile al sito <https://www.houseorgan.net/it/>.

## Bibliografia

- AGLIANI T. (2024), "Il settimanale 'Tempo' e la nascita del racconto fotografico in Italia", in FIORENTINO G., MAFFIOLI M., VALTORTA R. (a cura di), *Storie della fotografia in Italia*, Pearson, Milano.
- ALLOTTI P. (2012), *Giornalisti di regime. La stampa italiana tra fascismo e antifascismo (1922-1948)*, Carocci, Roma.
- ANDREAZZA F., SFORZI E. (a cura di) (2024), *Cinema e consumi nelle riviste italiane. Dal dopoguerra agli anni settanta*, Marsilio, Venezia.
- ARILLOTTA S. (2023), *Mezzogiorno a fuoco. L'immagine del meridione nella stampa illustrata del secondo dopoguerra*, Rubbettino, Soveria Mannelli.
- BRAKE L. (1990), "Towards a Theory of the Periodical as a Publishing Genre", in ID., JONES A. e MADDEN L. (a cura di), *Investigating Victorian Journalism*, Macmillan, Basingstoke-London, pp. 19-32.
- BRAKE L. (1993), "'The Trepidation of the Spheres': the Serial and the Book in the Nineteenth Century", in MYERS R. e HARRIS M. (a cura di), *Serials and Their Readers 1620-1914*, Oak Knoll Press, New-Castle, Delaware, pp. 82-101.
- BOEMIA D., GIPPONI E., LOCATI S. (a cura di) (2024), *Immagine e testo nei periodici illustrati italiani degli anni trenta e quaranta*, Mimesis, Milano-Udine.
- BUSETTA L. (2024), "La vetrina del rotocalco: divismo, marchi e consumi in quarta di copertina", in ANDREAZZA F., SFORZI E. (a cura di), *Cinema e consumi nelle riviste italiane. Dal dopoguerra agli anni settanta*, Marsilio, Venezia, pp. 39-56.
- CANTORE F. (2023), *Il trasformista: Alberto Sordi, l'Italia, il cinema*, Bulzoni, Roma.
- CARLUCCIO G., MAZZOCCHI F., MUGGEO G., PIERINI M. (a cura di) (2022), *Effetto Magnani: sguardi sull'attrice e sulla diva*, Cue Press, Imola.
- CRESCIMANNO E. (2022), "Fotografia e cultura visuale: una grammatica della modernità" in COMETA M., COGLITORE R., CAMMARATA V. (a cura di), *Cultura visuale in Italia. Immagini, sguardi, dispositivi*, Meltemi, Milano.
- DE BERTI R., PIAZZONI I. (2009) (a cura di), *Forme e modelli del rotocalco italiano tra fascismo e guerra*, Cisalpino, Milano.
- DE BERTI R. (2009), "Il nuovo periodico. Rotocalchi tra fotogiornalismo, cronaca e costume", in DE BERTI R., PIAZZONI I. (a cura di), *Forme e modelli del rotocalco italiano tra fascismo e guerra*, Cisalpino, Milano, pp. 3-64.
- FIORILLO M. (2000), *La nascita della Repubblica italiana e i problemi giuridici della continuità*, Giuffrè, Milano.
- FLAMIGNI M. (2019), *Professori e università di fronte all'epurazione. Dalle ordinanze alleate alla pacificazione (1943-1948)*, Il Mulino, Bologna.
- FOCARDI F. (2005), *La guerra della memoria. La Resistenza nel dibattito politico italiano dal 1945 a oggi*, Laterza, Roma-Bari.
- FOCARDI F., KLINKHAMMER L. (2004), "The Question of Fascist Italy's War Crimes: The Construction of a Self-acquitting Myth (1943-1948)", in *Journal of Modern Italian Studies*, 9:3, pp. 330-48.
- FORGACS D., GUNDLE S. (2007), *Cultura di massa e società italiana. 1936-1954*, Il Mulino, Bologna.
- FRANZINELLI M. (2016), *L'amnistia Togliatti: 1946. Colpo di spugna sui crimini fascisti*, Feltrinelli, Milano.
- ID. (2022), *Il fascismo è finito il 25 aprile 1945*, Laterza, Roma-Bari.

- GIPPONI E., LOCATI S., BOEMIA D. (2024), "Dall'illustrazione al fototesto. Il rapporto tra testo e immagine nei periodici", in BOEMIA D., GIPPONI E., LOCATI S. (a cura di), *Immagine e testo nei periodici illustrati italiani degli anni trenta e quaranta*, Mimesis, Milano-Udine, pp. 19-46.
- LA ROVERE L. (2008), *L'eredità del fascismo. Gli intellettuali, i giovani e la transizione al postfascismo 1943-1948*, Bollati Boringhieri, Torino.
- LATHAM S., SCHOLES R. (2006), "The Rise of Periodical Studies", in *PMLA*, 121:2, pp. 517-531.
- LOPEZ G. (1972), *I verdi, i viola e gli arancioni*, Mondadori, Milano.
- MANDELLI E., RE V. (a cura di) (2021), *Le belle donne ci piacciono, e come! Cinema Nuovo, cultura comunista e modelli di mascolinità (1952-1958)*, Diabasis, Parma.
- MONDADORI A. (1953), lettera a Guido Piovene, 1 ottobre 1953. Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori, Milano, Archivio storico Arnoldo Mondadori Editore, *Arnoldo Mondadori*, fasc. Piovene Guido.
- MUGGEO G., RIGOLA G., TOMATIS J. (a cura di) (2024), *Mina. La voce del silenzio*, il Saggiatore, Milano.
- OLIVA G. (1994), *I vinti e i liberati. 8 settembre 1943-25 aprile 1945. Storia di due anni*, Mondadori, Milano.
- ID. (2024), *45 milioni di antifascisti. Il voltafaccia di una nazione che non ha fatto i conti con il Ventennio*, Mondadori, Milano.
- ORTOLEVA P. (2002), *Mediastoria*, Net, Milano.
- PELLIZZARI L. (2003), "Il cinema pensato: tra liberazione e colonizzazione", in COSULICH C. (a cura di), *Storia del cinema italiano, vol. VII, 1945-1948*, Marsilio, Venezia, pp. 467-487.
- PIOVENE G. (1953), lettera ad Arnoldo Mondadori, 24 novembre 1953. Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori, Milano, Archivio storico Arnoldo Mondadori Editore, *Arnoldo Mondadori*, fasc. Piovene Guido.
- RAVEGNANI G. (1949), lettera ad Arnoldo Mondadori, 31 agosto 1949. Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori, Milano, Archivio storico Arnoldo Mondadori Editore, *Arnoldo Mondadori*, fasc. Ravagnani Giuseppe.
- SANGIOVANNI A. (2021), *Specchi infiniti. Storia dei media in Italia dal dopoguerra ad oggi*, Donzelli, Roma.
- SASSOON D. (2011), *La cultura degli europei. Dal 1800 a oggi*, Rizzoli, Milano.
- SERRI M. (2005), *I redenti. Gli intellettuali che vissero due volte, 1938-1948*, Corbaccio, Milano.
- STEAD É., VÉDRINE H. (a cura di) (2008), *L'Europe des Revues (1880-1920). Estampes, photographies, illustrations*, PUPS, Paris.
- STEAD É., VÉDRINE H. (a cura di) (2018), *L'Europe des revues II (1860-1930). Réseaux et circulations des modèles*, PUPS, Paris.
- VACIRCA S. (2023), *Fashioning Submission. Documenting Fashion, Taste and Identity in WWII Italy through "Bellezza" Magazine*, Mimesis International, Milan.
- ZILIOLI M., *Pagine rosse. Cinema, politica e stampa comunista (1945-1960)*, Meltemi, Milano.



**SAGGI**

# Fotocamere in viaggio. I reportage odeporici nei periodici italiani degli anni Cinquanta

ELENA MOSCONI

Università di Pavia  
elena.mosconi@unipv.it

doi: <https://doi.org/10.62336/unibg.eac.35.569>

## Parole chiave

Reportage  
Fotocronaca  
Racconto di viaggio  
Tempo  
Epoca

## Keywords

Reportage  
Photochronicle  
Travel stories  
Tempo  
Epoca

## Abstract

Il reportage di viaggio è un genere che riceve un forte impulso sulla stampa periodica degli anni Cinquanta sia per l'incremento dei viaggi sia per una nuova sensibilità sociale che fa dell'"altrove", dell'ignoto e dell'esotico, oggetti di grande interesse. L'intervento, dopo un inquadramento sulle diverse forme del racconto odeporico (dai libri alle corrispondenze sui quotidiani, dalle riviste specializzate ai bollettini), ne approfondisce i filoni attraverso due periodici popolari degli anni Cinquanta come *Epoca* e *Tempo*. L'indagine viene successivamente posta a confronto con le scritture dell'esploratore Leonardo Bonzi, autore di una serie di viaggi in Africa e in Cina nel corso degli anni Cinquanta, grazie alla ricca documentazione conservata nel suo archivio.

L'intento ultimo è quello di cogliere quale sia il tipo di sguardo sull'"altrove" adottato dai reporter, verificando la possibilità di una matrice ispirata a una nuova forma di colonialismo che assume la supremazia tecnologica e visiva come filtro nella restituzione dei territori e dei popoli oggetto di indagine.

Travel reporting received a strong boost in the periodical press of the 1950s due to an increase in travel and a new social sensibility that made the "elsewhere," the unknown, and the exotic objects of great interest. After framing the various forms of odeporic narrative (from books to newspaper correspondence and from specialized magazines to newsletters), the paper explores this genre through two popular 1950s periodicals: *Epoca* and *Tempo*. Then, the investigation is compared with the writings of Leonardo Bonzi, an explorer who traveled to Africa and China during the 1950s, whose archive contains rich documentation of these trips.

The ultimate goal is to understand the idea and image of the "elsewhere" adopted by explorators and reporters and to verify the possibility of a matrix inspired by a new form of colonialism that uses technological and visual supremacy as a filter for depicting the territories and peoples under investigation.

### Forme e temi del reportage giornalistico di viaggio

La celebre massima attribuita a Sant'Agostino, "il mondo è un libro, e coloro che non viaggiano leggono solo una pagina", funge da viatico per questo percorso incentrato sul motivo odeporico nei periodici illustrati italiani degli anni Cinquanta, con particolare riferimento a *Epoca* e a *Tempo*. Come è noto, le scritture di viaggio appartengono a un territorio tanto vasto quanto articolato e tale da vantare una tradizione illustre: fin dal XVIII secolo, come osserva Luca Clerici (2008: LX),

l'odeporica si impone proprio perché presenta al nuovo e vecchio pubblico non un solo modello unitario e stabile, ma un sistema stratificato di proposte sempre più differenziate dal punto di vista dell'estrazione socioculturale dell'autore, del tipo di competenze mobilitate (e del loro riflesso tematico nel testo), delle strategie espressive e delle tipologie comunicative messe in campo, che danno vita a una notevolissima varietà di ricette.

Ma è soprattutto con la modernità novecentesca, nel corso della quale si registra una crescita esponenziale della mobilità (Kern 2007), che i diversi racconti odeporici si organizzano secondo forme e generi più definiti, grazie anche alla molteplicità dei canali comunicativi divenuti praticabili. Basti pensare alle celebri corrispondenze inviate da Luigi Barzini al *Corriere della Sera* con mezzi di fortuna durante il raid Pechino-Parigi del 1908: testi che raccontano un viaggio avventuroso – in condizioni impervie e lungo tragitti non sempre carrozzabili, compiuto dal giornalista a bordo di una Itala 35/45 HP insieme al principe Scipione Borghese e al suo autista Ettore Guizzardi per sette mesi – poi confluiti in un volume di grande successo (Barzini 1908), subito tradotto in diverse lingue. Oppure, a distanza di mezzo secolo, alle puntate del *Viaggio in Italia* di Guido Piovene, scaturite da una trasmissione radiofonica commissionata dalla radio nazionale e quindi parzialmente edite su *Epoca* e in volume nel 1957 per i tipi di Mondadori con 32 immagini fuori testo: un ampio affresco di un Paese intento a scrollarsi di dosso le macerie della guerra.

Se questi esempi si segnalano per la loro duttilità intermediale, sulla quale si avrà modo di ritornare più avanti, va premesso che il reportage di viaggio non è appannaggio dei soli scrittori o giornalisti: a rediger-

li sono "geografi, alpinisti, militari, persino funzionari del Ministero degli esteri, insomma tutti coloro che viaggiano per lavoro", i quali "non solo scrivono articoli per i giornali, ma convogliano poi in un libro le loro impressioni e le loro descrizioni di viaggio" (Zangrandi 2003: 15). Proprio la natura ibrida del *récit de voyage* e la promiscuità dei suoi autori hanno determinato in passato una sorta di ostracismo della critica per questi testi, considerati privi di valore estetico (Baronti Marchiò 2001: 52-53). Al contrario oggi, nel quadro di un'ampia valorizzazione delle forme di scrittura anomale oppure estranee ai luoghi canonici della letteratura, si assiste al conseguente risveglio di interesse per i racconti periegetici, in qualunque modalità si presentino (Baronti Marchiò 2001: 59; Pifferi 2012).<sup>1</sup>

Quanto alla struttura del testo, lo schema narrativo tipico del racconto di viaggio è tripartito con un inizio, uno svolgimento e un ritorno, quest'ultimo destinato spesso a contenere considerazioni sul significato del percorso svolto e a trarre conclusioni sul valore conoscitivo ed esperienziale dell'itinerario intrapreso.

Per limitare il campo al solo reportage, ci si può rifare alla classificazione offerta di recente da Alessandra Mazzola (2024: 7-40) la quale ha messo a fuoco i principali tratti distintivi delle diverse scritture odeporiche. In particolare, il *reportage giornalistico* è definito dal carattere prevalentemente cronachistico e fedele agli accadimenti, dalla preponderanza degli elementi descrittivi oltre che dalla sede editoriale originaria, quella di quotidiani e periodici, ma che può evolvere nella pubblicazione in volume. Nel *reportage narrativo* i testi acquisiscono un maggiore interesse come racconti, per quanto si collochino sempre all'interno di un patto di tipo veridico con il lettore e in una sede editoriale promiscua, tra periodici e volumi. A sua volta il *reportage letterario* presenta una struttura più complessa, solitamente in volume, e un tono maggiormente ricercato sotto il profilo formale, mentre il *reportage romanzesco* inserisce alcuni elementi di carattere finzionale in racconti che hanno una spiccata componente autoriale. Da ultimo, il *romanzo di viaggio* abbandona definitivamente il patto veridico con il lettore per acquisire piena libertà di movimento e di espressione, unendo considerazioni di tipo descrittivo, narrativo e di commento.

Dunque, nel reportage giornalistico, che costituisce l'oggetto della presente analisi, il testo pre-

vede un'esposizione chiara, lineare e sintetica – dal momento che gli spazi sono limitati –, una scrittura svolta in tempo reale e orientata alla “descrizione realistica ambientale” (Mazzola 2024: 42), ma tale da suscitare attenzione e curiosità nel lettore. Diverse strategie vengono in aiuto al riguardo, come l’inserimento nel racconto di scene o particolari strani, bizzarri, o addirittura di momenti critici vissuti dal viaggiatore (Clerici 2008: LXXII-LXXV) come espedienti che, in aggiunta, incrementano l’effetto veridico del resoconto. Nell’intento di rendere presente al lettore l’esperienza del viaggio, l’articolo è spesso corredato da illustrazioni, disegni, mappe e fotografie. Queste ultime, “quando presenti, sono ulteriore strumento atto a fornire dettagli accostabili a una desiderata oggettività. In molti esempi, descrizioni e foto costituiscono la totalità del testo” (Mazzola 2024: 44).

Fotografie e immagini non si limitano tuttavia a illustrare la parte scritta: come ha esplicitato la letteratura scientifica sui fototesti e sui *periodical studies*, esse possono assolvere a una pluralità di funzioni che vanno dalla spiegazione all’approfondimento fino alla persuasione rispetto a determinati contenuti testuali o addirittura alla loro confutazione o al semplice riempitivo (Gipponi, Locati, Boemia 2024: 38-46).<sup>2</sup> In aggiunta, le stesse didascalie apportano significati ulteriori a questo insieme di elementi, in quanto dialogano con le relative immagini orientandone la lettura o sottolineandone alcuni aspetti, così come titolo, occhiello e catenaccio inquadrano e riassumono l’articolo con una interpretazione di carattere editoriale, non più controllata dall’autore.

La descrizione stessa del viaggiatore non è mai un’attività neutra, perché non può rifuggire da un punto di vista, una postura rispetto a ciò che viene considerato. D’altra parte il “mondo esterno del viaggio non può esistere senza la mente del viaggiatore che lo percepisce” (Baronti Marchiò 2001: 57). La cultura e l’orizzonte di riferimento dell’esploratore comportano la messa in campo di modelli interpretativi che gli consentono di “leggere” ciò che è nuovo, estraneo, altro: “discovering alterity is a complex process; it involves finding the other in ourselves (‘Je est un autre; as Rimbaud said) and results in countless ramifications: suspicions and fears, crisis of one own’s value, or even idle pride” (Monga 1996: 35). Su questo aspetto hanno riflettuto a lungo non solo i *periodical studies* relativi alla narrazione odepórica

(Brandtzæg, Goring, Watson 2018; Hulme, Youngs 2002) ma anche i *postcolonial studies* che – come osservano Claire Lindsay (2015) e Justin D. Edwards (2017) – identificano proprio nella letteratura di viaggio un campo di ricerche fondamentale per cogliere le rappresentazioni dell’altro e dell’altrove mediate dalla cultura diffusa in un determinato contesto. Gli scritti e le immagini di viaggio, oltre a generare curiosità, senso di avventura e di scoperta, sono fondamentali per cogliere quale rappresentazione i “colonizzatori” diano di sé, e attraverso quali strumenti forgino il senso di appartenenza dei lettori, come ricorda anche Edward Said (2008) richiamando il ruolo del racconto giornalistico. Il viaggio, in tal senso, definisce l’identità e le aspettative del viaggiatore – e, si può aggiungere, prefigura quelle del pubblico – ma, in particolare nei periodici generalisti e di costume, si accorda anche a una serie di limiti imposti dal supporto: ad esempio nella lunghezza e nella tempestività del resoconto, che devono assecondare lo spazio e la periodicità della rivista. Inoltre, le corrispondenze si devono adattare all’impostazione complessiva e all’orientamento ideologico della testata.

I due settimanali a larga tiratura presi come campione per la presente analisi in virtù della notevole importanza accordata alla fotografia, mostrano al riguardo una chiara identità. *Tempo*, fondato nel 1939 e diretto da Alberto Mondadori fino all’agosto 1943, quando ne assume la responsabilità Arturo Tofanelli fino alla sospensione all’inizio di settembre, riprende le pubblicazioni nel dopoguerra (17 gennaio 1946) nel segno della continuità, ma per i tipi dell’editore Aldo Palazzi che gli imprime un orientamento moderatamente progressista. Sotto la lunga guida di Tofanelli, il settimanale continua la tradizione dei fototesti – racconti costruiti affidando un ruolo cruciale alle immagini –, ampliandoli fino a farli diventare dei veri e propri inserti (*I documentari di Tempo*) che gli assicurano un notevole successo di vendite, attestate tra le 420.000 e le 450.000 negli anni Cinquanta (Pizzetti 1982: 114).<sup>3</sup>

Anche *Epoca*,<sup>4</sup> settimanale nato nel 1950 per opera dell’editore Mondadori, caratterizzato da un orientamento politico più conservatore e da un’elevata qualità grafica con ampio ricorso al colore e all’impiego di carta patinata, raggiunge circa 500.000 copie nel decennio, basando buona parte della propria fortuna sugli inserti speciali, riccamente illustrati e

di carattere vario, destinati anche alla conservazione (Andreani 2018: 310-312).

La scelta di concentrare l'attenzione su questi periodici negli anni Cinquanta deriva dal fatto che, tra il dopoguerra e il boom economico, essi esplorano l'intera costellazione di significati legati al viaggio e, attraverso una cospicua documentazione fatta di testi e immagini, elaborano una pedagogia del lettore che prelude all'ampliamento dello sguardo e degli strumenti di interpretazione del mondo.

Una provvisoria mappa delle occorrenze che si designano intorno all'area semantica del viaggio, ossia uno spostamento, un trasferimento o un percorso attraverso luoghi diversi dal proprio in un arco temporale definito, prevede alcune possibili articolazioni che si possono brevemente richiamare a titolo esemplificativo e a prescindere dalla loro qualità letteraria.

In primo luogo, il reportage può avere una finalità politico-ideologica. L'inviato (cronista, reporter, o fotografo) viene incaricato dal giornale di compiere un viaggio per documentare o raccontare una realtà "altra" rispetto a quella dei supposti lettori. In tal modo il destinatario del viaggio è assai presente a plasmare – più o meno scopertamente – il vettore ideologico del racconto. Inoltre, il reportage di viaggio non mira a una immediata identificazione del lettore nella realtà presentata, ma a fronteggiare la documentazione su qualcosa che si presuppone come ignoto, estraneo e lontano. In questo senso si spiegano i numerosi viaggi intrapresi da cronisti e inviati oltre la cortina di ferro (ad esempio Altavilla 1949: 9-11) che punteggiano periodicamente i rotocalchi. Nel clima di timore per il pericolo comunista, i reportage dall'Unione Sovietica o dai Paesi del blocco socialista presentano testi atti a spaventare il lettore e immagini spesso contrassegnate da una dimensione melodrammatica. Scarso è lo spazio per il paesaggio, o per una rappresentazione positiva della realtà: l'interesse è soprattutto per le persone che vivono situazioni di privazione, prigionia o sofferenza per la restrizione delle libertà e l'eccessiva severità della legge.

Un interesse di carattere socio-antropologico orienta altri reportage realizzati in luoghi più vicini, che si riferiscono ad aree poco sviluppate o arretrate del Paese: qui lo sguardo è operato da una distanza culturale che sottintende la superiorità o quanto meno un atteggiamento paternalistico di chi si trova nelle regioni più prospere – dove risiede la mag-

gior parte degli acquirenti della rivista –, destinate a contaminare questi luoghi resistenti al cambiamento (Gatto 1951: 40-45).<sup>5</sup>

Sempre in quest'ambito, un tipo di viaggio di cui si trovano numerose tracce – motivate da una ragione storica e politica improntata a un'ottica indubbiamente colonialista (Guerriero 1955: 15-17)<sup>6</sup> – è quello nelle terre lontane abitate da italiani, sia in seguito all'occupazione delle colonie africane, sia in seguito a episodi migratori come il sud America. Il viaggio, in questo caso solitamente dal tono nostalgico, tenta di gettare un ponte tra popolazioni e generazioni, facendo sentire ai lontani il conforto della madrepatria e ai vicini la forza di questa, mantenutasi tale anche dopo la caduta del fascismo, mentre le immagini traducono un certo gusto per l'esotismo (Patellani 1951: 35-37).

Una tipologia di viaggio più complessa è la spedizione, termine con cui si identifica un'impresa che consiste in un trasferimento di persone e di mezzi in vista di un obiettivo elevato, solitamente di conquista. Essa comporta una pianificazione attenta del tragitto con le relative tappe e un adeguato approvvigionamento in vista degli scopi prefissi. Viene compiuta generalmente da un gruppo di persone affiatato e competente, che la stampa ha cura di evidenziare per creare l'ammirazione – e, ove possibile, l'identificazione – dei lettori verso persone dotate di caratteristiche eccezionali. Obiettivo finale della spedizione è quello di compiere un'impresa finora mai realizzata, come la conquista di vette montane, oppure l'attraversamento di territori incontaminati e pericolosi.

Gli anni Cinquanta rappresentano il periodo di massima apertura e conquista dello spazio, in tutte le sue accezioni e dimensioni: non solo attraverso una penetrazione di carattere orizzontale sempre più capillare in luoghi precedentemente inaccessibili a livello antropologico e geografico, ma anche in senso verticale verso l'alto e il basso, ossia il cielo e gli abissi.

Non è un caso che la montagna occupi un notevole spazio all'interno dei servizi dei periodici di larga tiratura, soprattutto in occasione della conquista di nuove cime o dell'apertura di nuove vie. Va detto che l'alpinismo nel decennio conosce un'accelerazione straordinaria dovuta a cause sociali e culturali che rendono ad esempio possibile nel 1954 la conquista del K2, la seconda montagna più alta del mondo, da parte di una spedizione tutta italiana con Achille

Compagnoni, Lino Lacedelli e con il fondamentale supporto di Walter Bonatti,<sup>7</sup> che negli anni seguenti assurge a una sorta di consacrazione divistica sulle pagine di *Epoca*.

Nella seconda metà del decennio si cominciano a trovare numerosi riferimenti ai viaggi del futuro, che avranno luogo nello spazio (Anonimo 1958: 30-33), prefigurando l'esplorazione del cielo che conoscerà un'accelerazione soprattutto negli anni Sessanta.

La conquista prende a volte la forma di una caccia all'animale, di cui il safari rappresenta la forma più emblematica. La potenza armata dell'uomo bianco si scaraventa su una natura che deve essere dominata, quando non usurpata, in quanto abbonda di ricchezze naturali e animali di cui l'uomo può impunemente approfittare (Mauri 1954: 52-61).

Rispetto alla spedizione, l'escursione ha una durata e un'estensione più contenuta, e non deve raggiungere risultati così eclatanti: spesso consiste nell'esplorazione in profondità di ambienti ravvicinati, come fondali sottomarini e grotte, oggetto di indagini speleologiche (V.L. 1950: 12-13).

Il pellegrinaggio si riferisce invece a un viaggio mosso da sentimenti religiosi e volto a rendere omaggio alla divinità per una grazia ricevuta, oppure per chiederne l'intercessione attraverso un voto (Monga 1996: 9-13). Pur non essendo frequente nei rotocalchi, costituisce un pattern radicato nella cultura dei lettori, che fa riferimento alla fede religiosa ancora assai diffusa in Italia, e che si tinge – talvolta – di connotazioni etnografiche (Ori 1954: 29-31). Nella calendarizzazione su base annuale operata dai periodici, il pellegrinaggio è presentato solitamente in occasione dei tempi forti della fede, come il Natale e la Pasqua.

Verso la metà degli anni Cinquanta, i rotocalchi illustrati recepiscono la progressiva disponibilità degli italiani agli spostamenti (Battilani 2009; Berrino 2011) e propongono articoli strutturati come sintetiche guide turistiche per piccoli e grandi tour che i lettori possono replicare. In particolare, *Epoca*, che si rivolge a un pubblico di estrazione borghese, suggerisce itinerari di viaggio non solo in Italia, ma anche nei principali Paesi europei<sup>8</sup> attraverso una ricca documentazione che comprende carte, indicazioni sul costo medio delle strutture alberghiere e dei trasporti, un lessico di sopravvivenza, notizie sui luoghi da vedere e sui cibi tipici da gustare. A questi aspetti pratici si aggiungono considerazioni spicchiole di antropologia

e suggerimenti di condotta:<sup>9</sup> si tratta di una narrazione semplificata e che ricorre frequentemente allo stereotipo, ritenuta utile da parte di chi si mette in viaggio in assenza di una conoscenza approfondita della meta.

Una notevole enfasi è solitamente posta sul mezzo di trasporto, propiziatore del viaggio e garante della sua praticabilità. Tale è ad esempio l'Andrea Doria, celeberrimo transatlantico dell'Italia-Società di Navigazione che occupa le pagine dei periodici negli anni Cinquanta fin dalla costruzione nei cantieri Ansaldo di Genova, dal varo del 1951 e in occasione del viaggio verso New York nel 1953. La sua particolare conformazione di nave da crociera, scrivono le cronache, lo rende capace di articolare secondo una duplice modalità il senso dello spazio: "Si è in pieno oceano, felici perché lontani dal resto del mondo; eppure, il resto del mondo è a portata di mano" (Fasolo 1953: 42), grazie alla possibilità di ricevere quotidianamente i giornali, o di inviare immagini tramite l'impianto per la trasmissione delle telefoto. Le cronache registrano anche l'ultimo viaggio, nel luglio 1956, quando entra in collisione con lo Stockholm causando la morte di 46 persone.

Sono proprio gli incidenti, che comportano l'interruzione del viaggio, a determinare l'irruzione della cronaca nel racconto: i periodici si attardano nella descrizione dell'accaduto e nella commemorazione delle vittime per raccogliere la compassione e la solidarietà dei lettori attraverso la potenza delle immagini che documentano con dovizia di particolari le vicende più tragiche (Salvalaggio, Busoli, Mauri 1956: 20-35).

Di là dalle diverse tipologie di reportage di viaggio, va ricordato che in ogni caso è soprattutto la voce del viaggiatore a orientare il taglio e il tono dell'impresa: la sua autorevolezza, la sua *vis* narrativa, lo sguardo sul mondo e la capacità di padroneggiare la macchina fotografica sanciscono la qualità del servizio realizzato. Basti pensare, per esempio, al reportage in Africa di Federico Patellani dal titolo "Paradiso nero" pubblicato su *Epoca* nel 1958-59,<sup>10</sup> in cui lo sguardo tradizionalmente colonialista della testata si stempera in un'osservazione più calda e antropologicamente fondata del mondo, dei suoi abitanti e della natura.

Tra i narratori autorevoli si collocano gli scrittori, su cui i periodici fanno leva per innalzare il loro livello culturale e per mantenere desto l'interesse dei lettori

più colti. Si è già accennato a Guido Piovene, conoscitore e narratore di città e recessi dell'Italia: *Epoca* gli commissiona altri racconti di viaggio, in Italia e nel mondo, grazie alla sua forza espressiva, capace di rivelare a un tempo la fisicità del narratore e delle persone che incontra.<sup>11</sup> Il loro contributo, apprezzato dai lettori più colti per la qualità stilistica, è solitamente inserito in un palinsesto ampio e dal tono medio.

#### Dalla parte dei viaggiatori: Leonardo Bonzi

Nella ricostruzione del racconto odepórico sulle riviste, operata attraverso una ricognizione delle forme assunte dal reportage, si è privilegiato finora il punto di vista editoriale. Rovesciando la prospettiva, appare significativo indagare anche quello dei viaggiatori e le loro modalità di interazione con i periodici per vedere con quali modalità si esprimano le reciproche esigenze (e la prefigurazione dei lettori). In generale, la stampa rappresenta un eccezionale megafono per le imprese degli esploratori, e anzi il principale veicolo per avvalorarne l'eccezionalità presso un ampio pubblico; al tempo stesso la collaborazione con i quotidiani e le riviste può consentire ai viaggiatori alcuni introiti economici utili ad attenuare gli ingenti costi delle spedizioni.

Un caso di studio esemplare, a questo riguardo, è offerto da Leonardo Bonzi, singolare figura di aviatore ed esploratore, promotore di diverse spedizioni tra gli anni Trenta e gli anni Cinquanta.<sup>12</sup> Nato a Milano nel 1902 da una nobile famiglia originaria del cremasco, consegue due lauree in giurisprudenza ed economia, ma si segnala soprattutto per la passione sportiva che lo porta a raggiungere risultati importanti tra sci, alpinismo, bob (disciplina con cui gareggia alle Olimpiadi di Chamonix nel 1924) e tennis, dove fa parte della nazionale italiana in tornei di primo piano, come Wimbledon e la coppa Davis. Durante i viaggi sportivi ha modo di incrementare la curiosità per il mondo sconosciuto: nel 1933 in India alterna le gare di tennis all'esplorazione del territorio, maturando definitivamente la vocazione all'avventura. Nello stesso anno, a bordo di un monoplano raggiunge l'Iran, quindi compie una spedizione avventurosa in Groenlandia scoprendo nuovi territori, mentre nel 1935 effettua la prima attraversata aerea del Sahara, per poi recarsi a sciare sui monti dell'Atlante. Anche il viaggio di nozze con Elisa Lentati, nel 1937, prevede un itinerario di

11.000 chilometri lungo India e Afghanistan a bordo di una Lancia Aprilia. Negli anni di guerra si rende protagonista di diverse imprese aviatorie in Africa che trovano spazio sul *Corriere della Sera* di cui è corrispondente saltuario (Vercesi 2008: 227-228). Negli stessi anni è a fianco di Carlo Ponti e Antonio Mambretti nella fondazione della casa di produzione A.T.A. (Artisti Tecnici Associati) e sposa in seconde nozze Clara Calamai.

In seguito, dopo aver stabilito un nuovo record con la trasvolata senza soste intermedie Dakar-Buenos Aires compiuta con Maner Lualdi a scopo benefico per le opere assistenziali di don Carlo Gnocchi, programma una nuova serie di spedizioni. Nel 1951, sempre con Maner Lualdi, intraprende un raid automobilistico da Tripoli a Mogadiscio, girando al contempo il documentario *Lettera dall'Africa*. L'anno seguente si sposta in Sud America, percorrendo il continente a bordo di mezzi anfibi da Rio de Janeiro a Lima, attraverso il Mato Grosso, l'Amazzonia e le Ande. Dall'esperienza trae il documentario *Magia verde*, diretto da Gian Gaspare Napolitano (1953).<sup>13</sup>

Nel 1954 si dirige in Asia, nelle Isole della Sonda: tra Siam, Hong Kong e Indonesia effettua un'altra spedizione a sfondo cinematografico, realizzando con Enrico Gras e Giorgio Moser *Continente perduto*, primo film italiano in Cinemascope.<sup>14</sup> L'ultima spedizione significativa ha luogo in Cina, e si prolunga per otto mesi durante i quali vengono girati 32.000 metri di pellicola, da cui viene realizzato il documentario *La muraglia cinese* diretto da Carlo Lizzani. Negli anni successivi, Bonzi si dedica ai safari e a imprese sempre straordinarie ma meno eclatanti, fino alla morte che lo coglie nel 1977.

Già da questo breve ritratto biografico appare evidente l'indole avventurosa del personaggio, dotato di indubbie qualità organizzative e sempre proteso verso la sperimentazione sia nell'esplorazione di luoghi sconosciuti, sia nell'utilizzo di mezzi e strumenti tecnici e tecnologici all'avanguardia.<sup>15</sup> Si comprende in questa chiave – ed è ciò che qui interessa – la sua esigenza di comunicare le proprie esperienze di viaggio attraverso una molteplicità di canali che fanno riferimento a un progetto articolato e complesso, ben organizzato in tutte le sue fasi, di cui la stampa periodica rappresenta un tassello. Esploratore curioso e coraggioso, Bonzi si sente un pioniere nell'epoca della modernità e fa leva su una massiccia diffusione

mediatica delle sue imprese e dei traguardi conseguiti non solo per ribadire orgogliosamente l'eccezionalità delle sue conquiste (e trovare i mezzi per ulteriori viaggi), ma anche per una sincera attitudine divulgativa, non scevra da intenti pedagogici nei confronti del grande pubblico. Così le esigenze della stampa periodica incontrano quelle di Bonzi: mentre i rotocalchi fanno leva sugli aspetti sensazionalistici delle spedizioni per intercettare un pubblico vasto attraverso reportage esclusivi e immagini inedite, l'esploratore trova una platea pronta a decretarne il valore. In tal modo il racconto del viaggio di esplorazione, con le relative immagini, diviene negli anni Cinquanta sempre più "merce" disponibile per il consumo.

Sul numero 15 di *Epoca* del 20 gennaio 1951, mentre il conte Bonzi si accinge a partire per il viaggio in Libia e Somalia, compare un suo articolo corredato da cinque fotografie aeree delle distese del deserto ("Sotto di me il Sahara") che rievoca un'impresa compiuta sedici anni prima:<sup>16</sup> si tratta di un intervento volto a ricordare a migliaia di lettori l'eccezionalità delle sue avventure e il suo coraggio, intercettando al tempo stesso l'attenzione di possibili sovvenzionatori in previsione del nuovo viaggio.

In realtà tutte le spedizioni di Leonardo Bonzi sono preparate nei minimi particolari, ivi compresa la divulgazione a mezzo stampa. Fin dal giugno 1933, in partenza per la Persia con Ardito Desio e altri alpinisti del Club Alpino, Bonzi scrive a una serie di giornali e periodici per assicurarsi anticipatamente la pubblicazione di articoli corredati da fotografie e il relativo pagamento. Il primo è Aldo Crespi, proprietario del *Corriere della Sera*, a cui propone l'idea della spedizione aerea, volta a conquistare vette mai scalate, "quasi tutte senza nome [...] Il previsto bottino della spedizione dovrebbe essere di circa 10 vette vergini oltre ad un interessante materiale scientifico cartografico e fotografico".<sup>17</sup> Contemporaneamente sigla un accordo anche con il quotidiano *La Stampa* per sei articoli che – per evitare un conflitto di interessi – fa firmare dal collega di spedizione Gaetano Polvara, "alpinista accademico, pilota e cavaliere", con le relative fotografie, e un servizio di telegrammi da Teheran e Isfahan.<sup>18</sup> Tra i periodici, va menzionato l'accordo con Treves per la pubblicazione su *L'Illustrazione Italiana* di 4 articoli a firma di un componente della spedizione e di fotografie illustrative.<sup>19</sup> Le minute degli articoli – battuti a macchina e talvolta con correzioni autografe

– sono spesso conservate: se ne deduce una sostanziale identità con gli articoli pubblicati, fatta eccezione talvolta per i titoli. La prosa è asciutta, descrittiva, spesso ellittica, e limita al massimo le opinioni di carattere politico, tanto più se sono scivolose come le considerazioni sul governo persiano. L'orgogliosa nonché faticosa conquista di vette inviolate determina l'attribuzione da parte della spedizione di nomi italiani alle cime e ai diversi luoghi, in ossequio al nazionalismo e alla retorica propagandistica diffusi nel periodo fascista. In tal senso Bonzi si inserisce pienamente in un processo socio-culturale più esteso, avviato a inizio secolo anche grazie alla stampa e che risulta ben consolidato nel periodo tra le due guerre, di mitizzazione della conquista e di ostensione dello spazio terrestre strappato all'ignoto di cui le riviste di carattere più istituzionale come *L'Illustrazione Italiana* si fanno veicolo, documentando puntualmente le imprese di esploratori italiani oppure stranieri, laddove la fotografia largamente presente costituisce uno strumento indispensabile di testimonianza fattuale e veridica di ciò che i testi vanno affermando (oltre che di spettacolarizzazione dello spazio sconosciuto). I due articoli relativi alla spedizione in Groenlandia del 1934, a firma di Bonzi e del collega Gherardo Sommi Picenardi, sono accompagnati rispettivamente da 5 e 19 immagini (queste ultime raccolte in un inserto di quattro pagine non numerato) che documentano le diverse tappe dell'itinerario dando la prevalenza all'estensione degli spazi ghiacciati e alle vette impervie per poi mostrare, in tagli più piccoli, i mezzi di trasporto e gli uomini, sia membri della spedizione che autoctoni.<sup>20</sup> Gli articoli delle varie spedizioni di Leonardo Bonzi si susseguono estesamente anche su periodici specializzati, come *Le vie d'Italia e del mondo*, mensile del Touring Club.

Intuendo il potenziale di vendita di volumi fotografici, al termine delle prime spedizioni l'esploratore milanese pubblica per l'editore Hoepli nel 1936 un volume nel quale, come spiega il sottotitolo *4 spedizioni 200 fotografie*, racconta i viaggi compiuti nel biennio 1933-1935 attraverso brevi testi che lasciano spazio a un ricco corredo di immagini in bianco e nero:<sup>21</sup> mentre i testi, rielaborati a distanza di tempo, risultano un poco più sciolti e introspettivi rispetto ai reportage giornalistici, le immagini, corredate da brevi didascalie esplicative, ripercorrono ordinatamente la cronologia dei viaggi. Il bianco e nero delle fotogra-



Fig. 1 | Articolo e inserto fotografico di Leonardo Bonzi pubblicato su *L'Illustrazione Italiana*, LXI: 43, p. 670. Collezione dell'autrice.

fie valorizza la composizione formale e la tendenza alla spettacolarizzazione di paesaggi e personaggi, lasciando intuire l'occhio orgoglioso del pioniere che misura e domina lo spazio.

Ma la possibilità di divulgazione delle spedizioni, nell'ottica dell'inflessibile viaggiatore, non è ancora completa: nel 1937, di ritorno dall'Afghanistan, oltre ai soliti rapporti con le testate giornalistiche, ha contatti con Livio Dall'Aglio, uno sviluppatore di pellicola romano:<sup>22</sup> avendo girato 400 metri di pellicola in 15 bobine, vuole sapere se il materiale è di qualità sufficientemente alta per proporre all'Istituto Luce la realizzazione di un documentario. Non si hanno notizie ulteriori su questa iniziativa, probabilmente naufragata, ma l'idea di includere il cinema nel reticolo mediale della comunicazione delle spedizioni – che, come si è visto, comprende pubblicazioni su quotidiani, periodici specializzati e rotocalchi, libri, fotografie, conferenze – si fa realtà nel dopoguerra.

Così nel 1951, quando compie la successiva spedizione da Tripoli a Mogadiscio con un altro aviatore, esploratore e giornalista come Maner Lualdi, assolda l'operatore Marco Scarpelli con l'incarico di girare numerosi metri di pellicola che, una volta montati, danno luogo a un documentario coprodotto dall'ATA e dall'Istituto Luce in Ferraniacolor: *Una lettera dall'Africa*. Si tratta di un film che ripercorre "le tappe della lunga presenza italiana in Africa, recandosi in una sorta di laico pellegrinaggio nei luoghi dove tanti morirono per esaltarne il sacrificio e le opere" (Laura 2000: 255). La trama presenta la memoria nostalgica del colonialismo italiano, la celebrazione della sua eredità nel presente e un interrogativo aperto sul futuro, oltre al racconto dell'Africa e degli africani prima e dopo la dominazione italiana secondo una modalità molto simile al racconto iterato dei rotocalchi illustrati. La prospettiva è decisamente "eurocentrica, o meglio italocentrica, che non riconosce agli africani e al loro



Fig. 2 | Articolo e inserto fotografico di Leonardo Bonzi pubblicato su *L'illustrazione Italiana*, LXI: 43, p. 670. Collezione dell'autrice.

passato alcuna rilevanza e dignità se non quella data dalla eccezionalità e particolarità dei loro costumi” (Zinni 2023: 190).<sup>23</sup> Il vettore ideologico colonialista, peraltro ancora diffuso nella cultura del tempo benché in una chiave maggiormente nostalgica non priva di un certo senso di colpa nei confronti delle seconde generazioni rimaste nei territori lontani, sembra essere rafforzato dall’incarico politico ottenuto da Bonzi e Lualdi di consegnare messaggi agli italiani dell’Eritrea e della Somalia, e dal mandato industriale dell’Alfa Romeo che sponsorizza la spedizione fornendo le automobili più moderne in cambio della sperimentazione della loro tenuta su strade impervie (Dotto 2021: 449-462). L’analisi dei documenti consente tuttavia di desumere una più accurata dinamica dei rapporti, attribuendo ai protagonisti dell’impresa, e in particolare a Bonzi, grazie anche alla sua elevata posizione sociale, l’iniziativa di contattare tutti i soggetti e gli enti – politici, religiosi, industriali – in grado di sostenere la spedizione o di offrire un appoggio in loco. In

questo senso si capisce come l’obiettivo di articoli e film sia anche quello di rendere omaggio a coloro che hanno favorito la spedizione, o comunque di risarcirli per i benefici ricevuti.<sup>24</sup>

L’anno successivo la spedizione di Bonzi in Sud America ripropone il paniere comunicativo già sperimentato: un accordo preliminare con il *Corriere della Sera* che si assicura – questa volta in esclusiva – tutti i servizi, purché venga citata sempre la “spedizione Bonzi”. L’autore accreditato dei servizi è Gian Gaspare Napolitano, collega di spedizione, giornalista e regista. Tuttavia, a causa di un malessere di quest’ultimo, dovuto alle difficili condizioni della spedizione che si prolunga per diversi mesi, vengono in parte scritti da Bonzi.<sup>25</sup> Inoltre l’esploratore vende i suoi articoli anche a riviste internazionali, assicurandosi di apparire in primo piano nelle immagini le quali cominciano a possedere un significativo valore economico: *Epoca* gli chiede delle fotografie sul Mato Grosso da pubblicare a corredo di alcuni articoli.<sup>26</sup> E, oltre alla pubbli-



Fig. 3 | Articolo e inserto fotografico di Leonardo Bonzi pubblicato su *L'illustrazione Italiana*, LXI: 43, p. 670. Collezione dell'autrice.

cità legata al film *Magia verde*, tratto dalla spedizione, Bonzi si assicura servizi televisivi della Rai, di cui si sono conservati i testi.<sup>27</sup> L'eccezionalità delle conquiste del ventennio precedente si modifica qui in una cospicua fame di immagini da parte dei media (e del pubblico) in chiave più apertamente spettacolarizzante, mentre l'enfasi sul coraggio degli esploratori si riduce a vantaggio di ciò che di stupefacente esse riescono a documentare, dai panorami alla vegetazione sconosciuta fino agli usi e costumi di popolazioni primitive.

Il conte esploratore si muove poi verso l'Asia e realizza nel 1955 un viaggio in Indocina e Indonesia: come di consueto scrive numerosi articoli per il *Corriere della Sera* e il *Corriere d'informazione*,<sup>28</sup> esprimendo al direttore del quotidiano, Mario Missiroli, la consapevolezza giornalistica e commerciale di dover differenziare il taglio dei diversi contributi.<sup>29</sup> Ma, a contatto con le popolazioni asiatiche, Bonzi matura anche una più esplicita consapevolezza politica: in

una lettera indirizzata proprio a Missiroli, riprendendo un suo articolo sulla conferenza indonesiana di Bandung svoltasi proprio in quel periodo con lo scopo di gettare le basi per l'autodeterminazione dei popoli contrari alla colonizzazione, si lascia andare ad alcune considerazioni:

lei ha perfettamente centrato un immenso problema: non vi è che da percorrere oggi Asia e Africa per accorgersi come questa enorme massa di gente ha in comune soltanto un confuso desiderio teorico di emancipazione dal "bianco". Ma se i bianchi, almeno fuori casa, fossero uniti e non concorrenti questo problema non esisterebbe e le varie conferenze di Bandung non darebbero pensiero alcuno.<sup>30</sup>

Bonzi registra sul campo la complessità di una situazione in cui i popoli del Sud-Est asiatico si barcamenano tra aspirazioni all'autodeterminazione ed estrema povertà e ignoranza, mentre i governi occidentali sono divisi tra l'abbandono dei vecchi colonizzatori e le nuove spinte protezionistiche dei due maggiori blocchi politici del mondo. L'indole dell'esploratore-documentatore bianco ed europeo, supportato da una convinta fiducia nella modernità e nella tecnologia come strumenti di progresso che avvallano la conquista visiva dei luoghi, è comunque prevalente. La grande quantità di materiale fotografico prodotto lo incoraggia a realizzare un nuovo libro, edito in Italia da Hoepli e in Francia da Hachette, illustrato con 8 immagini a colori e 80 in bianco e nero, che esce contemporaneamente al film di cui porta il titolo: *Continente perduto*.<sup>31</sup> Questo, a sua volta, sfoggia una particolare tecnica che abbina il Cinemascope e la pellicola Ferrania a macchine da presa portatili<sup>32</sup> e che gli vale numerosi riconoscimenti. Ma il "vento di Bandung" comincia ad alzarsi, e proprio dai periodici si levano delle critiche nei confronti di Bonzi e dei suoi colleghi. La Contessa Clara (pseudonimo di Irene Brin), nel rispondere a un appassionato di documentario, scrive sulla *Settimana Incom Illustrata*: "Si guardi allora, dai turisti indiscreti. Uno di loro, nell'isola di Bali, ritrasse con la sua macchina fotografica il conte Bonzi intento a versare benzina sulla salma dell'indigeno, per provocare la fotogenica e falsissima fiammata che conclude il funerale, inventato quanto il resto del film"<sup>33</sup> e auspica che vengano ricondotti sulla via dell'onestà i cineasti pittoreschi. Bonzi, in una lettera al suo segretario Silvano, specifica di non

voler rispondere, ma spiega:

è vero che il conte Bonzi ha versato della benzina sulla bara del morto quando la cremazione era iniziata e fu pregato di fare ciò dai parenti e dai becchini poiché in questo modo la salma bruciava più presto a tutto vantaggio del trapasso del morto. Quindi documentazione vera con un cadavere vero, parenti e becchini veri ecc. Probabilmente se la scena fosse stata fatta dalla INCOM avrebbe messo un bidone di benzina nel sarcofago al posto del morto.<sup>34</sup>

Si avverte, tra le pieghe della polemica, un cambiamento culturale in corso che, a partire da una più sviluppata coscienza antropologica, promuove un nuovo e più rispettoso sguardo sui popoli e sulle loro tradizioni,<sup>35</sup> non sempre recepito da fotografi e cineasti come Leonardo Bonzi, Enrico Gras e Giorgio Moser, registi di *Continente perduto*, i quali tendono piuttosto a enfatizzare gli aspetti folcloristici e spettacolari. All'opposto, un'altra contestazione arriva dal quotidiano *Suluh Indonesia* del 2 luglio 1957 che in un articolo, pur elogiando l'ottima fattura del film, contesta la confusione delle scene dal punto di vista contenutistico e geografico, oltre all'enfasi sul primitivismo delle culture indonesiane: "questo film fa l'impressione che tutta quanta l'Indonesia sia ancora in condizioni oscure, primitive, e che non vi sia affatto il progresso che è stato già raggiunto".<sup>36</sup>

L'ultima spedizione, e insieme l'ultimo film prodotto da Leonardo Bonzi, tocca l'irraggiungibile Cina maoista nel 1957: per questo viaggio il conte si fa accompagnare da Carlo Lizzani, che gode dell'appoggio del Partito Comunista e firma poi la regia di *La muraaglia cinese*.<sup>37</sup> Gli accordi relativi alle corrispondenze di viaggio per la stampa riguardano il *Corriere della Sera* e *Tempo*: Bonzi esclude pertanto di poter scrivere articoli per *Epoca*, nonostante Alberto Mondadori gli scriva a Pechino per sollecitargli del materiale:<sup>38</sup> si limita a cedere alcune fotografie al settimanale che nel 1958, sull'onda del risveglio di interesse per la Cina, pubblica tre reportage.<sup>39</sup>

Forse Leonardo Bonzi è stanco, oppure gravato dagli impegni di distribuzione dei film: assolda Giorgio Borsa, esperto di storia e politica asiatica, che lo aiuta a scrivere sia un articolo per *La Domenica del Corriere* sia il volume che raccoglie le immagini del viaggio,<sup>40</sup> quest'ultimo pubblicato nella collana "Tout par l'image" dell'editore francese Hachette che detiene

i diritti mondiali e che opera una traduzione italiana per Mondadori.<sup>41</sup>

Le esperienze di viaggio del conte esploratore si concludono verso la fine degli anni Cinquanta. Mi pare che lo studio di caso – di là dalla necessaria sintesi con cui è stato presentato – integri e articoli meglio lo studio del reportage odepórico nei periodici illustrati degli anni Cinquanta presentato nella prima parte. Da una parte conferma come il decennio sia un periodo di massiccio incremento delle esplorazioni e dei viaggi, che conoscono un generale risveglio di interesse anche da parte dei lettori e che rispondono a logiche sempre più spettacolarizzanti e "di consumo" dell'altrove. Dall'altra evidenza come i viaggiatori stessi risentano della cultura diffusa, evidenziando un complessivo mutamento di registro negli scritti inviati a giornali e periodici dai toni più eroici e patriottici della conquista a quelli di interesse maggiormente etnografico ma, consapevoli di doversi assicurare il sostegno dei media (sia in termini di fama che di sostegno economico), si astengono dal proporre considerazioni divergenti su temi sensibili, per esempio di carattere politico, per non pregiudicare la possibilità di compiere ulteriori esplorazioni. Solo gli autori maggiormente accreditati, come gli scrittori, sono legittimati a esprimere un punto di vista più personale.

D'altra parte, la stessa idea di autorialità – così importante per la critica letteraria – non rappresenta un valore assoluto per gli esploratori, come si è visto nel caso di Leonardo Bonzi: durante la spedizione è possibile che più persone collaborino a stendere i resoconti, e che l'attribuzione dei ruoli sia funzionale a esigenze puramente strategiche. Allo stesso modo, non è possibile risalire con certezza agli autori delle fotografie, che però rappresentano una imprescindibile documentazione delle esperienze compiute e un patrimonio rilevante, sia sotto il profilo artistico che, soprattutto, economico.

Ma il caso di Leonardo Bonzi mette bene in luce anche la complessità delle strategie comunicative intraprese dagli esploratori che appaiono stratificate, non riducibili a singole occorrenze, e che si spiegano in un reticolo intermediale che unisce figure polivalenti, le quali passano dal giornalismo alle escursioni alla regia cinematografica. Ciò rappresenta, a mio parere, un orizzonte metodologico indispensabile per la ricerca sui periodici, che chiama in causa non solo un approccio interdisciplinare, ma anche intermediale,

volto a indagare una forma di convergenza mediale ante litteram. Allargando il campo, i *periodical studies* non possono prescindere dalla messa a fuoco di veri e propri palinsesti intermediali, dove ogni mezzo occupa un ruolo preciso nella determinazione dell'informazione e dell'entertainment di ampia diffusione. L'attività dei *travel writers* mi pare condurre con chiarezza in tale direzione. Perché in fondo, il viaggio e la scrittura rappresentano dei modi complementari di rappresentare il movimento,<sup>42</sup> come uno spazio da solcare tanto a livello fisico, quanto visivo e mentale.

## Note

<sup>1</sup> “Il reportage sembra il genere più adatto a registrare, inseguire, mettere a frutto le lacerazioni della cultura contemporanea, intrecciando e mescolando i codici, entrando e uscendo dallo ‘specifico letterario’, attraversando e adoperando scienza e giornalismo, diario intimo e discorso pubblico, dimostrazione e argomentazione” (Baronti Marchiò 2001: 60).

<sup>2</sup> Si rimanda al medesimo saggio per una messa a fuoco complessiva dei *periodical studies*, arricchita da un’ampia bibliografia.

<sup>3</sup> Su *Tempo* e la sua storia si rimanda per un’analisi più ampia ai numerosi saggi presenti in Boemia, Gipponi, Locati 2024 e a Lucas, Agliani 2015: 115-122 e, per il secondo dopoguerra, 169-176. Per una panoramica complessiva sui periodici illustrati, si veda Ajello 1976.

<sup>4</sup> Rimando su *Epoca* all’inquadramento di Lucas, Agliani 2015: 203-209. Con riferimento ai reportage di viaggio e al ruolo della fotografia d’autore, scrivono i due autori: “i racconti dall’Urss di Robert Capa, dalla Cina di Cartier-Bresson, dalla Jugoslavia e da Londra di John Phillips, i reportage in Eritrea e nel Corno d’Africa di Marjory Collins e nei paesi dell’Est di Werner Bischof parlano per una volta al pubblico di un settimanale italiano con l’intelligenza, la profondità, la ricchezza di una fotografia matura. Per la maggior parte dei lettori è la scoperta dei paesi europei ed extraeuropei, della quotidianità della vita oltre la cortina di ferro, dei conflitti in Asia orientale, delle terre dell’equatore, come la Giamaica fotografata da George Rodger; ma è anche, per tutto il mondo della fotografia italiana, uno dei primi incontri con una tradizione fotogiornalistica più antica e solida, che avrà un forte impatto su una nuova generazione di reporter e li spingerà a una maggiore consapevolezza delle potenzialità e della dignità del proprio mestiere” (Ivi: 207).

<sup>5</sup> L’esperienza e la sensibilità del reporter possono attenuare questo atteggiamento, come mostrano – ad esempio – i reportage di Federico Patellani (Patellani 1950: 20-23).

<sup>6</sup> Sull’atteggiamento colonialista, quando non apertamente razzista, della stampa periodica nel periodo, si veda Deplano 2021: 7-26.

<sup>7</sup> La conquista del K2 è narrata in un lungo reportage preannunciato nel n. 193 e pubblicato sui numeri 200-206 di *Epoca* nell’agosto-settembre 1954. Sul tema si veda Mariani 2024.

<sup>8</sup> Le guide turistiche relative ai Paesi europei sono pubblicate nel 1955 sui numeri 243-247 della rivista.

<sup>9</sup> Per esempio, i turisti italiani in Spagna sono invitati a non fare eccessivi complimenti alle donne, a mantenersi decorosi e morigerati nell’abbigliamento in quanto “gli spagnoli portano la cravatta anche sotto il sole cocente”, e “il bikini in spiaggia non è ammesso” (Anonimo 1955: 42).

<sup>10</sup> Il reportage è presente nei numeri 420 e 425 del 1958 di *Epoca*, e quindi nei numeri 447, 452, 464, 467, 471 del 1959; inoltre con il titolo *Viaggio nel paradiso nero* è pubblicato in volume da Mondadori nel 1959.

<sup>11</sup> Ciò accade, per esempio, quando l’autore mette a fuoco figure precise, di cui viene enfatizzato il nome, come il rancher Tom Hodgson del Dakota del Nord, protagonista del racconto ma anche delle immagini pubblicate su *Epoca*. L’effetto di autenticazione prodotto consente a Piovene di estrapolare un’antropologia del gruppo sociale a cui il personaggio appartiene. “Cerco di dare al lettore un’idea dell’ambiente nel quale ho visto vivere i diversi Tom Hodgson che

ho potuto conoscere in quella circostanza. Il senso della libertà personale è in essi estremo ed invincibile, più fisico che intellettuale” (Piovene 1953: 23). E ancora: “Quest’uomo che vive a cavallo, che lava e che stira da sé, ed ha la tasca piena di grossi dollari d’argento, conta più che negli anni scorsi, a detrimento e del sindacalista e dell’intellettuale. Nell’America di oggi cresce il suo valore di mito. Nei gruppi dominanti, spesso nelle stesse persone, lottano due antagonisti: un sociologo socialisteggiante e un pioniere. Le condizioni dell’America vogliono che in questa fase il pioniere prevalga; e coloro che negli affari ne portano la mentalità, anche nel modo più evoluto” (Piovene 1953: 26). Nonostante le foto siano di Richard Harrington, e quindi il servizio risulti composto a posteriori, il testo veicola, insieme a una nozione precisa come quella del ranch, una posizione e uno sguardo sul mondo.

<sup>12</sup> Desidero ringraziare Emilia Bonzi, che ha dato vita a un archivio delle memorie paterne, e Mina Tomella, che lo coordina, per aver messo a mia disposizione i materiali di Leonardo Bonzi. Per un ampio profilo biografico su Leonardo Bonzi, si veda Bonzi, Soffici 1999.

<sup>13</sup> Il documentario ottiene il Prix International du film d’explorateur al Festival di Cannes e l’Orso d’argento al Festival di Berlino.

<sup>14</sup> Anche in questo caso il film consegue il Premio speciale della giuria al Festival di Cannes e l’Orso d’argento al Festival di Berlino.

<sup>15</sup> Si veda al proposito il tentativo di sperimentare un mezzo insolito, un “aerauto” capace di innalzarsi in volo e insieme di fungere da automobile costruito da Luigi Pellarini e prodotto dalla Carrozzeria Colli tra il 1949 e il 1950 (cfr. <https://www.aeropolis.it/uam-urban-air-mobility-il-velivolo-costruito-in-italia-nel-dopoguerra-poi/>).

<sup>16</sup> Leonardo Bonzi riceve un compenso per l’articolo di lire 10.000.

<sup>17</sup> Lettera di Leonardo Bonzi ad Aldo Crespi, 13 giugno 1933 (Archivio Bonzi, Le spedizioni. 1 Persia, 1.1.6).

<sup>18</sup> Lettera non firmata a Cesare Fanti, direttore amministrativo de *La Stampa* del 14 luglio 1933 e relativa risposta inviata dal direttore amministrativo de *La Stampa* alla Spedizione Italiana ai monti della Persia. Il compenso per gli articoli e i telegrammi ammonta a lire 5.000, con la clausola della cessione degli articoli in contemporanea con quelli inviati al *Corriere della Sera* (Archivio Bonzi, Le spedizioni. 1 Persia, 1.1.6).

<sup>19</sup> Lettera non firmata a *L’Illustrazione Italiana*. Il compenso pattuito è di lire 3.500. Nel ricchissimo archivio si trova anche un pagamento fatto da *Il popolo d’Italia* il 22 marzo 1934 di lire 272,45 per spese telegrafiche (Archivio Bonzi, Le spedizioni. 1 Persia, 1.1.6).

<sup>20</sup> Cfr. Sommi Picenardi 1934 e Bonzi 1934.

<sup>21</sup> Cfr. Bonzi 1936.

<sup>22</sup> Lettera di Livio Dall’Aglio a Leonardo Bonzi, 16 ottobre 1937 (Archivio Bonzi, Le spedizioni. 4 Afghanistan, 4.3.4).

<sup>23</sup> Per un’estesa analisi del film si rimanda a Zinni 2023: 186-190.

<sup>24</sup> Cfr. Archivio Bonzi, Il cinema – i film, *Una lettera dall’Africa*, 1.1-1.2.

<sup>25</sup> Il compenso è sempre di 10.000 lire per ogni articolo (Archivio Bonzi, Il cinema – i film, *Magia verde*, 2.4.1).

<sup>26</sup> Il dato conferma l’uso di ricorrere a immagini che non provengono necessariamente dagli autori dei testi.

<sup>27</sup> Il film, che contiene scene di forte impatto spettacolare, e che alimenta il filone delle pellicole dal forte esotismo, dà luogo a una celebre polemica per la sequenza (ricostruita) di un serpente divoratore di esseri viventi. La rassegna stampa è presente in Archivio Bonzi, Il cinema – i film, *Magia verde*, 2.5-2.6. La spedizione è seguita anche dal cinegiornale Mondo Libero prodotto dall'Astra Cinematografica.

<sup>28</sup> Gli articoli vengono compensati con 50.000 lire cadauno, forse a testimonianza della maggiore popolarità assicurata a Bonzi dal successo dei film relativi alle precedenti esplorazioni (Cfr. corrispondenza con il *Corriere della Sera*, Archivio Bonzi, Il cinema – i film, *Continente perduto*, 3.1.1).

<sup>29</sup> Dei tre articoli inviati con il primo contingente, Bonzi specifica che il primo articolo è "geografico e d'ambientazione; il secondo politico, il terzo descrittivo e di spedizione" (Lettera di Leonardo Bonzi a Mario Missiroli del 22 settembre 1954: Archivio Bonzi, Il cinema – i film, *Continente perduto*, 3.1.1).

<sup>30</sup> Lettera di Leonardo Bonzi a Mario Missiroli del 19 aprile 1955, Archivio Bonzi, Il cinema – i film, *Continente perduto*, 3.1.1. Sulla conferenza di Bandung (18-24 aprile 1955) rimando a D'Alonzo 2022; Mazzei, Volpi 2006.

<sup>31</sup> Archivio Bonzi, Il cinema – i film, *Continente perduto*, 3.4. Il libro è edito in numerose edizioni internazionali.

<sup>32</sup> Le innovazioni tecnologiche valgono al film importanti riconoscimenti. La rassegna stampa del film è presente nell'Archivio Bonzi, Il cinema – i film, *Continente perduto*, 3.5.

<sup>33</sup> Brin 1956.

<sup>34</sup> Lettera di Leonardo Bonzi a Silvano, 13 aprile 1956 (Archivio Bonzi, Il cinema – i film, *Continente perduto*, 3.1.1).

<sup>35</sup> Dello stesso tenore la critica al film di Ugo Casiraghi (Casiraghi 2017: 310-311) nell'ambito di un intervento sul film d'esplorazione pubblicato originariamente sul n. 132 de *Il calendario del popolo*, settembre 1955, p. 2121.

<sup>36</sup> La traduzione dell'articolo, che viene segnalato a Leonardo Bonzi da Franco Pirelli con una lettera del 10 luglio 1957, è presente dattiloscritta nell'Archivio Bonzi, Il cinema – i film, *Continente perduto*, 3.1.1.

<sup>37</sup> Sul film, primo di diversi altri ambientati in Cina, si veda De Santi 2010. Pur evitando temi apertamente politici il film, che riscuote interesse e successo in tutto il mondo, non viene proiettato nella Repubblica Popolare Cinese. A Broadway, nel dicembre 1959, è la prima pellicola ad essere presentata in abbinamento al sistema olfattivo AromaRama: si tratta di 72 aromi diversi che riecheggiano quelli orientali, dai night club di Hong Kong ai cammelli, le tigri, i fiori, il mare e i diversi cibi cinesi.

<sup>38</sup> Archivio Bonzi, Il cinema – i film, *La muraglia cinese*, carteggio, 4.2.1.

<sup>39</sup> Ivi.

<sup>40</sup> Giorgio Borsa viene ricompensato con 35.000 lire per l'articolo e 300.000 lire per il volume (Archivio Bonzi, Il cinema – i film, *La muraglia cinese* 1957, Libro, 4.9).

<sup>41</sup> Le vendite del libro sono di 12.000 copie nel 1959; oltre 2000 copie nel 1960, ma ancora 1200 nel 1963 (Cfr. Archivio Bonzi, Il cinema – i film, *La muraglia cinese* 1957, Libro, 4.9).

<sup>42</sup> Su questo aspetto si vedano Gnoli, Chatwin 2000 e Leed 2007.

## Bibliografia

- AJELLO N. (1976), "Il settimanale di attualità", in CASTRONOVO V., TRANFAGLIA N. (a cura di), *La stampa italiana del neocapitalismo*, Laterza, Roma-Bari, pp. 173-249.
- ALTAVILLA E. jr (1949), "Cecoslovacchia com'è", in *Tempo*, XI: 1, 1-8 gennaio, pp. 9-11.
- ANDREANI M. (2018), "Foto-documentari: note sui supplementi illustrati italiani del dopoguerra", in MENDUNI E., MARMO L. (a cura di), *Fotografia e culture visuali del XXI secolo*, TrE-Press, Roma, pp. 305-319.
- ANONIMO (1955), "Spagna e Portogallo", in *Epoca*, VI:242, pp. 38-42.
- ANONIMO (1958), "Il volontario nello spazio", in *Epoca*, IX:422, pp. 30-33.
- BARONTI MARCHIÒ R. (2001), "Journey without maps: il reportage narrativo", in BOTTIGLIERI N. (a cura di), *Camminare scrivendo: il reportage narrativo e dintorni: atti del convegno, Cassino, 9-10 dicembre 1999*, Edizioni dell'Università degli studi di Cassino, Cassino, pp. 51-60.
- BATTILANI P. (2009), *Vacanze di pochi, vacanze di tutti. L'evoluzione del turismo europeo*, Il Mulino, Bologna.
- BERRINO A. (2011), *Storia del turismo in Italia*, Il Mulino, Bologna.
- BARZINI L. (1908), *La metà del mondo vista da un'automobile - Da Pechino a Parigi in 60 giorni*, Ulrico Hoepli, Milano.
- BOEMIA D., GIPPONI E., LOCATI S. (a cura di) (2024), *Immagine e testo nei periodici illustrati italiani degli anni Trenta e Quaranta*, Mimesis, Milano-Udine.
- BONZI E., SOFFICI C. (1999), *Leonardo Bonzi l'uomo che partiva sempre. Storia di un Italiano non qualunque*, Mursia, Milano.
- BONZI L. (1934), "La spedizione alpinistica italiana tra i ghiacci. Esplorazione del territorio Sud dello Scoresby Sund", in *L'illustrazione Italiana*, LXI:43, p. 670.
- ID. (1936), *Deserti di ghiaccio. Oceani di sabbia. Quattro spedizioni duecento fotografie*, Hoepli, Milano.
- ID. (1951), "Sotto di me il deserto", in *Epoca*, II:15, pp. 77-79.
- BRANDTZAEG S.G., GORING P., WATSON C. (eds.) (2018), *Travelling Chronicles: News and Newspapers from the Early Modern Period to the Eighteenth Century*, Brill, Leiden-Boston.
- BRIN I. (1956), "I consigli della Contessa Clara", in *La Settimana Incom*, IX:15, p. 50.
- CASIRAGHI U. (2017), *Il cinema del Calendario del popolo: 1947-1967*, a cura di PELLIZZARI L., Teti, Roma.
- CLERICI L. (2008), "Introduzione", in CLERICI L. (a cura di), *Scrittori italiani di viaggio. Volume primo 1700-1861*, Mondadori, Milano, pp. IX-CXLII.
- D'ALONZO M. (2022), *La conferenza afro-asiatica di Bandung*, Mazzantilibri, Venezia.
- DE SANTI P. M. (2010), "Il comunismo in contropiede. La muraglia cinese", in ZAGARRIO V. (a cura di), *Carlo Lizzani. Un lungo viaggio nel cinema*, Marsilio, Venezia, pp. 281-290.
- DEPLANO V. (2021), "Discorsi sul razzismo. Nerezza e antisemitismo nella corrispondenza coi lettori dei rotocalchi italiani (1950-1965)", in *Revista catalana d'història*, 14, pp. 7-26.
- DOTTO S. (2021), "Commesse e viaggiatori. Tracce, tratte e traiettorie del cinema 'utile' nel secondo dopoguerra italiano", in CAVALLOTTI D., LOTTI D., MARIANI A. (a cura di), *Scrivere la storia, costruire l'archivio. Note per una storiografia del cinema e dei media*, Meltemi, Milano, pp. 445-462.
- EDWARDS J. D. (2017), "Postcolonial Travel Writing and Postcolonial Theory", in CLARKE R. (ed.), *The Cambridge Companion to Postcolonial Travel Writing*, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 19-32.

- FASOLO F. (1953), "Parte l'Andrea Doria con settecento motori", in *Epoca*, IV:117, pp. 40-42.
- GATTO A. (1951), "Di domenica 'occupano' il mare", in *Epoca*, II:40, pp. 40-45.
- GNOLI A., CHATWIN B. (2000), *La nostalgia dello spazio*, Bompiani, Milano.
- GUERRIERO A. (1955), "Si rivoltano e uccidono per il bene ricevuto", in *Epoca*, VI:256, pp. 15-17.
- HULME P., YOUNGS T. (eds.) (2002), *The Cambridge Companion to Travel Writing*, Cambridge University Press, Cambridge.
- KERN S. (2007), *Il tempo e lo spazio. La percezione del mondo tra Otto e Novecento*, Il Mulino, Bologna.
- LAURA E. G. (2000), *Le stagioni dell'aquila. Storia dell'Istituto Luce*, Ente dello Spettacolo, Roma.
- LEED E. J. (2007), *La mente del viaggiatore. Dall'Odissea al turismo globale*, Il Mulino, Bologna.
- LINDSAY C. (2015), "Travel Writing and Postcolonial Studies", in THOMPSON C. (ed.), *The Routledge Companion to Travel Writing*, Routledge, London, pp. 25-34.
- LUCAS U., AGLIANI T. (2015), *La realtà e lo sguardo. Storia del fotogiornalismo in Italia*, Einaudi, Torino.
- MARIANI S. (2024), *La spedizione italiana al K2. Italia-Karakorum 1954*, Res Gestæ, Milano.
- MAURI M. (1954), "La paura costa meno di un milione", in *Epoca*, V:186, pp. 52-61.
- MAZZOLA A. (2024), *La forma del viaggio. Per una proposta teorica del reportage*, ETS, Pisa.
- MAZZEI F., VOLPI V. (2006), *L'Asia al centro*, Egea-Università Bocconi, Milano.
- MONGA L. (1996), "Travel and Travel Writing: An Historical Overview of Hodeporics", in *Annali d'italianistica*, 14, pp. 6-54.
- ORI A. S. (1954), "Portano alla montagna le pietre del peccato", in *Tempo*, XVI:44, pp. 29-31.
- PATELLANI F. (1950), "Così si vive e si muore in Sardegna", in *Tempo*, XII:7, pp. 20-23.
- ID. (1951), "La donna somala vale più di cinquanta cammelli", in *Tempo*, XIII:40, pp. 35-37.
- ID. (1959), *Viaggio nel paradiso nero*, Mondadori, Milano.
- PIFFERI S. (2012), *Odeporica 2.0. La scrittura di viaggio e i new media. Qualche riflessione a margine*, Sette Città, Viterbo.
- PIOVENE G. (1953), "Faranno l'America del '53 gli uomini del 'ranch'", in *Epoca*, IV: 117, pp. 23- 26.
- ID. (1957), *Viaggio in Italia*, Mondadori, Milano.
- PIZZETTI S. (1982), *I quotidiani e la storia: la divulgazione storica nei periodici illustrati (1950-1975)*, Bulzoni, Roma.
- SAID E. (2008), *Nel segno dell'esilio*, Feltrinelli, Milano.
- SALVALAGGIO N., BUSOLI G., MAURI M. (1956), "L'affondamento dell'Andrea Doria", in *Epoca*, VII:305, pp. 20-35.
- SOMMI PICENARDI G. (1934), "La spedizione alpinistica italiana tra i ghiacci. Dura navigazione tra i ghiacci", in *L'Illustrazione Italiana*, LXI:41, pp. 588-589.
- VERCESI P. L. (2008), *I giornalisti che hanno fatto la storia*, Francesco Brioschi, Milano.
- V.L. (1950), "Un firmamento nell'abisso", in *Tempo*, XII:8, pp. 12-13.
- ZANGRANDI S. (2003), *A servizio della realtà. Il reportage narrativo dalla Fallaci a Severgnini*, Unicopli, Milano.
- ZINNI M. (2023), *Visioni d'Africa. Cinema, politica, immaginari*, Donzelli, Roma.

# Magnum Photos, *Epoca* e il fotogiornalismo degli anni Cinquanta

MASSIMILIANO GAUDIOSI

Università degli Studi di Napoli Federico II  
massimiliano.gaudiosi@unina.it

doi: <https://doi.org/10.62336/unibg.eac.35.562>

## Keywords

Fotogiornalismo  
Rotocalchi  
Mondadori  
Reportage  
Life magazine

## Keywords

Photojournalism  
Illustrated magazines  
Mondadori  
Reportage  
Life

## Abstract

In una celebre fotografia risalente al 1950, Alberto Mondadori viene immortalato negli uffici parigini di Magnum Photos durante una riunione con, tra gli altri, Robert Capa, Maria Eisner, Ernst Haas, George Rodger e David Seymour. L'immagine in questione restituisce perfettamente quello che è stato lo stretto rapporto che nel dopoguerra ha unito la più importante cooperativa fotografica internazionale con la rivista *Epoca*. Per quanto imperfetta, questa collaborazione con l'editore milanese costituirà da un lato un tassello fondamentale per le strategie di vendita della Magnum sul mercato europeo, e dall'altro un'opportunità di notevole sviluppo di una rivista progettata sul modello di *Life* e su un fotogiornalismo di qualità. L'obiettivo del saggio è di provare a ricostruire alcuni passaggi di questa collaborazione, sia attraverso la lettura dei documenti conservati presso l'archivio Magnum sia tenendo conto dei servizi realizzati per *Epoca* da personalità del calibro di Robert Capa, Henri Cartier-Bresson e David Seymour.

In the famous photograph from 1950, Alberto Mondadori is immortalised in the Paris offices of Magnum Photos during a meeting with, among others, Robert Capa, Maria Eisner, Ernst Haas, George Rodger and David Seymour. The image in question perfectly renders what was the close relationship that united the most important international photographic cooperative with *Epoca* magazine in the post-war period. As imperfect as it was, this collaboration with the Milanese publisher was on the one hand a fundamental building block for Magnum's sales strategies on the European market, and on the other an opportunity for the remarkable development of a magazine designed on the model of *Life* and on quality photojournalism. The aim of the essay is to try to reconstruct some of the steps of this collaboration, both through the reading of the documents conserved in the Magnum archive and by taking into account the reports produced for *Epoca* by the prominent figures such as Robert Capa, Henri Cartier Bresson and David Seymour.

In uno scatto del 1950, Alberto Mondadori è immortalato negli uffici parigini della Magnum Photos in compagnia dei fotografi Robert Capa, Ernst Haas, George Rodger, David "Chim" Seymour e Werner Bischof. Nel ritratto di gruppo, oltre a Len Spooner, redattore del settimanale *Illustrated*, appaiono Maria Eisner e Joan Bush, due figure centrali dello staff che avrebbe accompagnato nei suoi primi passi la celebre cooperativa di fotografi nata appena tre anni prima. L'immagine in questione è sotto molti aspetti emblematica di un rapporto professionale che era in procinto di concretizzarsi di lì a poco tra l'editore italiano e l'agenzia internazionale: essa precede infatti l'esordio della rivista *Epoca* che, proprio sotto la direzione di Alberto Mondadori, sarebbe apparsa il 14 ottobre del 1950 corredata da numerosi reportage come quelli di Magnum Photos. Per quanto imperfetta, questa collaborazione con Mondadori avrebbe rappresentato un tassello fondamentale per le strategie della Magnum sul mercato europeo, e, dall'altro lato, avrebbe costituito un'opportunità di sviluppo per una rivista come *Epoca* progettata sul modello di *Life* e su un fotogiornalismo di qualità.

Nelle prossime pagine tenterò di ricostruire alcuni passaggi di questa collaborazione nell'arco degli anni Cinquanta, sia attraverso la lettura di documenti conservati negli archivi Magnum sia considerando i servizi realizzati per *Epoca* da fondatori dell'agenzia come Robert Capa, Henri Cartier-Bresson e David "Chim" Seymour. Se in un articolo del 1952 definisce Cartier-Bresson come "il re dei fotografi", nel 1954 e nel 1956 *Epoca* rende omaggio alle ultime immagini scattate rispettivamente da Capa e da Chim prima della loro tragica morte: tutte scelte che, in anni diversi, confermano il legame tra il rotocalco e la cooperativa che avrebbe rivoluzionato il fotogiornalismo.

### L'inizio di una collaborazione

L'agenzia Magnum era figlia della guerra, nata sotto il segno della vittoria contro il fascismo e dell'impegno per la ricostruzione. Dell'idea di creare una cooperativa di fotografi con i suoi amici Henri Cartier-Bresson e David "Chim" Seymour, Robert Capa aveva discusso fin dal 1938, per poi condividerla con altri due fotoreporter, Bill Vandivert e George Rodger, conosciuti durante la copertura dello sbarco alleato in Tunisia e in Italia. Nella primavera del 1947, Capa, Bill e Rita

Vandivert si ritrovarono con Maria Eisner, che aveva fondato l'agenzia Alliance Photo a Parigi, per stabilire lo statuto della Magnum, firmato anche da Cartier-Bresson, Chim e Rodger. Mentre Rita Vandivert era presidente e responsabile dell'ufficio di New York (fino al 1948, quando abbandonerà l'agenzia con il marito Bill), Maria Eisner, alla Magnum fino al 1951, veniva indicata come segretaria-tesoriera e responsabile dell'ufficio di Parigi.

A New York spettava il compito di trovare i grandi clienti statunitensi, mentre Parigi si occupava del lavoro editoriale e della distribuzione. Questa impresa transatlantica dalla struttura bicefala, oltre a imporre un costante coordinamento dei due uffici, rendeva necessaria la produzione di fotografie in grado di venderci sul mercato americano e su quello europeo, rispondendo alla reciproca domanda di immagini internazionali (Bouveresse 2016: 56-57). Attraverso tale sistema, che funzionò perfettamente durante la stagione d'oro delle riviste illustrate, l'agenzia poteva distribuire le stesse fotografie in diverse aree geografiche, pubblicandole contemporaneamente su *Stern*, *Look*, *Picture Post*, *Holiday*, *Paris-Match*, ecc. Il risultato fu duplice: in primo luogo, assicurò alle immagini una visibilità di ampia portata; in secondo luogo, fornì ai fotografi i mezzi necessari per portare avanti i progetti che avevano più a cuore (Hoelscher 2013: 2). In questo sistema si sarebbe inserito anche il nuovo rotocalco che aveva in mente Mondadori.

Collocata su posizioni anticomuniste e filoatlantiche, *Epoca* mirava a qualificarsi fin dalla sua apparizione per la grande qualità grafica, per l'enorme spazio concesso ai reportage e per il ricorso al colore (Decleva 1993: 404). Per la prima volta si affacciava sul mercato nazionale un rotocalco che proponeva "l'immagine di un'Italia paese europeo che si apre verso il mondo", con una tecnica narrativa "basata sulla successione di immagini suggestive che fungono da tramite tra la realtà e il lettore" (Cellinese 2008: 141). Una rivista il cui punto di forza sarebbero stati i reportage di viaggio e i servizi scientifico-divulgativi, sostenuta da un pubblico che, rispetto ai lettori dei rotocalchi popolari, andava alla ricerca di immagini di qualità (D'Autilia 2012: 281). Con un certo anticipo sui tempi, almeno per l'Italia, *Epoca* mostrava tutto il suo rispetto per la fotografia riportando i nomi degli autori nel tamburino redazionale e, per i servizi più importanti, gli articoli erano firmati sia dal giornalista

che dal fotoreporter (Calvenzi, Valtorta 1990: 21). La formula guardava all'esempio delle riviste americane, cui si aggiungeva la rielaborazione originale di Bruno Munari sul piano grafico e quella di Cesare Zavattini sul piano dei contenuti (Ferretti 1996: LXXXIII). Prima della guerra, Alberto Mondadori aveva diretto *Tempo*, settimanale pubblicato nel 1939 che si ispirava alle riviste illustrate inglesi, tedesche e francesi, e soprattutto all'americana *Life*: grazie a *Tempo*, nell'Italia fascista circolava "una rivista in cui la fotografia passava dalla tradizionale funzione accessoria di illustrazione e appendice esemplificativa degli articoli a quella centrale di strumento informativo" (Magnanini 2009: 309). *Epoca* avrebbe beneficiato di questa fondamentale esperienza, riproponendo, con una maggiore qualità garantita dalle nuove tecniche di stampa, l'idea di un reportage disposto secondo una sequenza logica di tipo cinematografico e l'impiego di fotografie fornite ora dai collaboratori ora da agenzie internazionali come Black Star, Keystone e Magnum.

Il primo numero, che toccò la notevole tiratura di



Fig. 1 | *Epoca*, n. 3, 28 ottobre 1950.

trecentomila copie per stabilizzarsi in seguito su quote inferiori, includeva tra gli altri un servizio di Robert Capa sull'Unione Sovietica che sarebbe proseguito nei tre numeri successivi [Fig. 1], una fotografia di Ernst Haas dal set di *Miracolo a Milano* e un omaggio all'arte di Henri Cartier-Bresson, il cui sguardo, come si affermava nel relativo articolo, "ci conduce verso un nuovo 'umanesimo'" (Kirstein 1950: 32). Nel secondo numero Capa firmava anche alcune immagini della Germania commissionategli dalla rivista, e in seguito avrebbe pubblicato cover e viaggi come quelli in Israele (nn. 8, 9 e 10). Questi racconti per immagini diffusi da *Epoca* facevano uso di un maturo linguaggio fotografico: "per la maggior parte dei lettori è la scoperta dei paesi europei ed extraeuropei, della quotidianità della vita oltre la cortina di ferro, dei conflitti in Asia orientale, delle terre dell'equatore, come la Giamaica fotografata da George Rodger" (Lucas, Agliani 2015: 207).

Nei suoi primi mesi di vita, il rotocalco avrebbe concesso notevole spazio ai fondatori di Magnum: qualche settimana dopo l'articolo che celebrava Cartier-Bresson, nel n. 6 si riportava una breve biografia di David "Chim" Seymour, elencato tra i dieci migliori fotografi del mondo [Fig. 2] e autore di reportage come quelli su Cremona e Stradivari (n. 9) e sull'Interpol (n. 15), mentre nel n. 7 sarebbe stata la volta del profilo professionale di George Rodger, uno dei fotoreporter Magnum più pubblicati da *Epoca*. Ma nelle pagine di *Epoca* si potevano spesso ammirare i viaggi di Werner Bischof, Ernst Haas ed Erich Hartmann e le inchieste di collaboratori occasionali dell'agenzia quali Ted Castle, Homer Page, Herbert List, Philippe Halsman, Carl Perutz, Tore Johnson, Fenno Jacobs, Lisa Larsen, Leonard Schugar, Gisèle Freund, Ansel Adams. Questa grande presenza si spiega, tra le altre cose, con il contratto di collaborazione siglato tra Magnum e Arnoldo Mondadori Editore (A.M.E.) il 17 giu-



Fig. 2 | *Epoca*, n.6, 16 novembre 1950.

gno del 1950, e diventato pienamente operativo il seguente 1° luglio. Il contratto prevedeva la concessione alla A.M.E. del diritto di prima visione dei reportage Magnum, e impegnava l'agenzia fotografica a inviare ogni mese alla casa editrice tutti i servizi di cui deteneva i diritti di riproduzione. A sua volta, alla A.M.E. veniva chiesto il pagamento trimestrale di un milione e duecentomila lire come minimo garantito, e si stabiliva, per le prime tre pagine del magazine occupate da immagini dello stesso servizio, la somma di settantacinquemila lire (quindicimila lire per ciascuna pagina aggiuntiva). La cooperativa metteva a disposizione i propri archivi e il proprio staff per la realizzazione di servizi speciali su commissione: a questo scopo il fotografo Cesare Coen, in quel periodo agente esclusivo di Magnum Photos per l'Italia, si incaricava di informare ogni mese la casa editrice sugli spostamenti dei fotoreporter nei diversi continenti.<sup>1</sup>

Magnum si sarebbe in seguito offerta di distribuire i servizi commissionati da *Epoca* in territori come Stati Uniti, Francia, Inghilterra, Svizzera, con una commissione del 36% sui ricavi.<sup>2</sup>

Il contratto è un esempio dei termini di vendita che Magnum aveva da poco formalizzato. Oltre a stilare un tariffario per le fotografie in bianco e nero e per quelle a colori, l'agenzia prometteva ai suoi clienti i diritti di riproduzione unica all'interno di una pubblicazione o l'esclusiva per un dato territorio; il diritto di prima visione, ovvero la priorità nel visionare ed eventualmente acquistare le immagini prima dei concorrenti; e la modalità dei "garantiti" (*guarantee*), attraverso la quale, dietro il pagamento di una somma periodica, la rivista poteva pubblicare dei reportage in esclusiva prima che venissero proposti ad altri clienti (Bouveresse 2016: 58).

Subito dopo la stesura del contratto, tra l'ufficio newyorkese di Magnum e la sede Mondadori sulla Fifth Avenue ha luogo un fitto scambio di comunicazioni, e attraverso il rappresentante statunitense Robert Knittel la redazione di *Epoca* acquista per quattrocento dollari una serie di ritratti di artisti come Matisse, Picasso, Léger, Chagall, Zadkine realizzati da Gjon Mili.<sup>3</sup> Contemporaneamente, la sede milanese dell'editore dialoga con Maria Eisner e Georges Ninaud dell'ufficio di Parigi, assicurandosi alcuni reportage e anticipando duecento dollari per la realizzazione di un servizio su Amsterdam del fotografo Kryn Taconis.<sup>4</sup> Il contenuto dello scambio epistolare non si

limita alla mera compravendita di servizi, ma suggerisce una collaborazione strategica per la realizzazione dei primi numeri di *Epoca*. Maria Eisner, ad esempio, si adoperò personalmente nell'acquisizione di immagini realizzate dalla Marina Militare americana e dall'agenzia Black Star per un servizio sulla Corea, e sondò la disponibilità della rivista *Life* nel concedere a *Epoca* il diritto di riproduzione di un dossier fotografico sulla metropolitana di New York.<sup>5</sup> Eisner, inoltre, sottopose tutta una serie di possibili progetti, come un'inchiesta sul MoMA, mentre Alberto commissionò il già citato servizio di Capa sulla Germania.<sup>6</sup> Alle lettere e ai telegrammi si alternano anche alcuni incontri di persona, come quello testimoniato dalla fotografia parigina e come il meeting milanese del 30 agosto 1950 tra Alberto Mondadori, Cesare Coen e David "Chim" Seymour, fotografo che, per la sua stabile residenza in Italia, avrebbe curato da vicino i rapporti con *Epoca*.<sup>7</sup>

### Segnali di crisi

Se da un lato la corrispondenza che precede l'uscita del primo numero è attraversata da un fermento di idee e di progetti, dall'altro la collaborazione appena instaurata inizia a esibire subito alcune crepe quando si entra nel vivo dei rimborsi delle spese di produzione. Nello specifico, le parti in causa mostrano una diversa interpretazione di quanto riportato nel contratto entrato a regime nel mese di luglio: è il caso del lungo servizio di Chim su Venezia co-finanziato da *Epoca* (e che apparirà l'anno dopo nei nn. 36 e 37), per il quale Mondadori chiese di ottenere una restituzione dell'anticipo versato, sostenendo che questo era dovuto soltanto laddove il reportage avesse generato un elevato profitto con la distribuzione in altri paesi (il *gentlemen's agreement* di giugno parlava in maniera non precisata di "spectacular second sale").<sup>8</sup> Un fraintendimento che mandò Chim su tutte le furie dati gli enormi sforzi profusi nel reportage ma sul quale, allo stesso tempo, il fotografo suggerì di soprassedere contando in un futuro chiarimento dei termini contrattuali.<sup>9</sup>

Nel frattempo, alla grande mole di progetti richiesti facevano da contraltare i mancati anticipi delle spese di produzione di Magnum. A proposito di alcuni lavori commissionati da *Epoca* come il servizio "pre-election story" sulle elezioni americane (apparso nel n. 4, a firma di Homer Page e Ted Castle) e quel-

lo sul MoMA, all'inizio di ottobre Maria Eisner chiedeva con urgenza il pagamento delle spese dei servizi già consegnati come il reportage di Sol Libsohn sugli atelier dei sarti italiani nella Seventh Avenue (che apparirà nel n. 25), o ancora in lavorazione, come i viaggi di Cartier-Bresson in India e Iran e il grande progetto fotografico "Generation X" (pubblicato a puntate nel 1953 a partire dal n. 134).<sup>10</sup> Realizzato inizialmente su commissione della rivista *McCall's* e sostenuto da *Epoca* e altri rotocalchi, l'obiettivo di "Generation X", un'ambiziosa inchiesta internazionale che combinava immagini e interviste, era quello di esplorare i problemi e le aspirazioni delle nuove generazioni e, come si leggerà su *Epoca*, capire quali erano "le inquietudini della gioventù la cui data di nascita coincide con l'inizio dell'era atomica".<sup>11</sup> I membri dell'agenzia si proponevano di percorrere migliaia di chilometri attraverso quattordici paesi alla ricerca di storie da raccontare: Cartier-Bresson (Gran Bretagna), Chim (Italia, Germania, Israele), Werner Bischof (Giappone), Robert Capa



Fig. 3 | *Epoca*, n. 135, 3 maggio 1953.

(Germania, Norvegia, Francia) [Fig. 3], Fenno Jacobs (Jugoslavia, Brasile), George Rodger (Kenya, Siria), Kryn Taconis (Francia), Homer Page (Sudafrica, Liberia), Ernst Haas (Stati Uniti), Eve Arnold (Stati Uniti). La serie avrebbe riscontrato un enorme successo, con una distribuzione a puntate su riviste come *Point de Vue-Images du Monde*, *Heute*, *Picture Post*, *Katholieke Illustratie*, *Panorama*, *Aktuell* e molte altre (Naggar 2022: 186-187). La partecipazione di *Epoca* è dettagliata in un accordo siglato alla fine di ottobre, che stabilisce il costo di pubblicazione di "Generation X" sulla base delle tariffe per pagina indicate nel contratto del 1° luglio 1950, e prevede l'acquisizione dei diritti esclusivi per l'Italia dietro pagamento di un contributo di tremila dollari, da versare in sei rate mensili a partire dal 31 ottobre 1950.<sup>12</sup>

Nelle settimane conclusive del 1950, le comunicazioni si soffermano sempre più spesso sui ritardi nei pagamenti, specialmente per il versamento del minimo garantito che era atteso ogni tre mesi e per la partecipazione ai costi di "Generation X". A fine novembre l'ufficio di Parigi lamentava che i fotografi, che da inizio luglio si erano dati da fare a fondo per *Epoca*, non erano ancora stati pagati e che Magnum non aveva ricevuto i rimborsi dovuti.<sup>13</sup>

Il 1951 si sarebbe aperto in continuità con i problemi registrati in precedenza, e le missive tra New York e Parigi denunciano una certa inaffidabilità di Mondadori nel rispetto degli impegni, cui si aggiungono le ripetute omissioni nei credits fotografici, come quella relativa alle immagini di Chim e Haas rispettivamente nel n. 18 e nel n. 19. Si arriverà quindi ad un aggiornamento degli accordi del luglio 1950, con un nuovo contratto firmato il 23 gennaio 1951 che nelle intenzioni doveva sciogliere quei nodi sui quali si erano registrate le maggiori frizioni.<sup>14</sup> L'agenzia provò in questa occasione a evitare fraintendimenti futuri, ma lo fece al prezzo di alcune gravose concessioni, quali il pagamento in franchi delle somme in dollari spettanti a New York, cui Magnum si era arresa per l'apparente indisponibilità di valuta americana nelle casse di A.M.E.<sup>15</sup>

Il 1951 registra anche una prima flessione negli acquisti dei servizi Magnum da parte di *Epoca*, come nota Cesare Coen nel suo report del mese di marzo:

*Epoca* ora compra pochissimo e - sciocamente - non compra le cose migliori. Non so cosa diventerà questa rivista se

non mettono fine a questo mare di sciocchezze. Non hanno comprato servizi come "Premature Care" di Chim o "Shah" di Cartier-Bresson. [...] Da quello che mi risulta, *Epoca* non sta andando affatto bene. È impossibile sapere qualcosa sulla tiratura – a mio parere si aggirerà intorno alle cento-cinquantamila copie. Tutti i collaboratori sono furiosi con il *redacteur-en-chef*, ma a quanto pare è molto ben voluto dai grandi capi dell'amministrazione, Dio solo sa perché – e Alberto non può farci nulla.<sup>16</sup>

Il nuovo anno era stato tra l'altro aggravato da un decreto del governo italiano che aumentava il costo della cellulosa e dei servizi forniti dalle cartiere, che per Mondadori significava un aumento del divario tra gli investimenti e il riequilibrio dei conti (Decleva 1993: 406). Dopo pochi numeri la rivista doveva soprattutto prendere atto che "la società italiana non era ancora in grado di recepire e spesso anche di produrre del buon fotogiornalismo" (Lucas, Agliani 2004: 19), e il sobrio bianco e nero dei primi servizi lasciò progressivamente spazio al colore dei ritratti delle dive e dei reali in esilio per incontrare le preferenze dei lettori. Dietro il progressivo calo negli acquisti dei reportage Magnum si può intravedere quella tensione irrisolta tra un fotogiornalismo di informazione e di testimonianza, che aveva segnato la stagione del neorealismo, e un fotogiornalismo di intrattenimento che inseguiva l'immaginario consumistico dei lettori (De Luna 2005: XL).

Secondo Robert Capa l'insolvenza di *Epoca* era però da imputare anche allo stesso Cesare Coen, incapace a suo dire di esigere e riscuotere i bonifici concordati.<sup>17</sup> Sfolgiando le prime quattro annate di *Epoca* non si ha alcuna percezione di una contrazione della committenza o di un cambiamento nei rapporti, perché l'agenzia, grazie alla grande quantità di reportage acquistati in anticipo da A.M.E., continuò a essere presente ininterrottamente fin dal primo numero del rotocalco. Nell'agosto del 1952, nel recensire la mostra su Cartier-Bresson organizzata a Palazzo Strozzi da Carlo Ludovico Ragghianti, Oriana Fallaci rievocava la biografia leggendaria e la grande cultura artistica del fotografo francese (Fallaci 1952: 38-41) [Fig. 4], mentre su diversi numeri del 1953 si poteva ammirare "Generation X".

In realtà, tra il 1951 e il 1954 i problemi sopra elencati si tradussero in una interruzione del contratto tra *Epoca* e Magnum (Bair 2020: 38). Sulla sospensione



Fig. 4 | *Epoca*, n. 95, 2 agosto 1952.

degli accordi potrebbe aver avuto un ruolo anche il riassetto nella direzione del rotocalco: criticato dal padre Arnoldo per una gestione troppo avventurosa, nel dicembre del 1951 Alberto tornò a occuparsi della casa editrice e il suo posto venne preso da Bruno Fallaci che, due anni dopo, fu a sua volta sostituito da Arnoldo con la condirezione di Renzo Segàla (Decleva 1993: 406). L'estromissione di Alberto fu dovuta anche all'insofferenza paterna nei confronti della sua linea politica, ritenuta eccessivamente spostata a sinistra (Ferretti 1996: LIX), mentre Arnoldo puntava a posizioni più decisamente filoamericane.

Tuttavia, già l'anno dopo la rottura del contratto, Capa, divenuto nel frattempo presidente dell'agenzia, si rese conto che la prima responsabile del crollo dell'acquisto delle fotografie era proprio la Magnum. La più grande debolezza dei fotografi dell'agenzia, scriverà in un lungo report del 1952, dipendeva dalla loro scarsa qualità giornalistica e dal non riuscire a proporre i servizi più adatti alle esigenze sempre mu-

tevoli dei clienti:

Riprendono immagini anziché confezionare delle storie. A volte si trovano nel bel mezzo della storia più importante senza riconoscerla, senza trattarla giornalmisticamente e, in molti casi, senza consegnarla al momento giusto. Le riviste vogliono qualcosa che abbia valore di notizia e il valore di notizia dipende dal tempismo. Non possiamo battere le agenzie d'informazione con gli scoop, ma possiamo prevedere i luoghi in cui le notizie possono accadere e possiamo avere i servizi pronti prima che gli altri redattori e fotografi si sveglino.<sup>18</sup>

Capa pensava a reportage come quello di Werner Bischof sulla fame in India, realizzato prima che l'argomento finisse sulle copertine delle riviste internazionali. Consapevole che il valore di un reportage decresceva con il tempo, il *timing* era per Capa il parametro chiave della distribuzione delle immagini (Bouveresse 2016: 58). Negli ultimi cinque anni il mercato della fotografia free lance si era ampliato ma, allo stesso tempo, sui rotocalchi si era ridotto lo spazio disponibile per i singoli servizi. Il che significava, per un'agenzia come Magnum le cui tariffe dipendevano dal numero di pagine pubblicate, che i reportage di una certa dimensione non avrebbero mai assicurato gli introiti adeguati. Un breve servizio, realizzato col giusto grado di drammaticità nel giro di quarantotto ore, poteva garantire dalle tre alle cinque pagine, mentre un reportage che richiedeva due mesi di lavoro poteva al massimo occuparne sette.

Sulla stessa linea si orientavano le considerazioni del direttore dell'ufficio di New York, Pat Hagan, secondo il quale non bastava più essere il miglior gruppo di fotografi dal punto di vista qualitativo. Occorreva una maggiore consapevolezza editoriale mentre, a detta di alcuni redattori, il tipico servizio fotografico di Magnum si limitava troppo spesso a una sequenza di belle immagini: con questo intendevano dire che la storia risultava troppo generica sul piano editoriale, mentre in termini di layout avrebbero dovuto avere un inizio, una parte centrale e una fine.<sup>19</sup>

### Il nuovo contratto

Questo dibattito interno alla Magnum sulla riconfigurazione del proprio *modus operandi* non riduceva le perplessità suscitate dalla gestione di *Epoca*, la cui

direzione, già al termine del 1953, aveva manifestato il desiderio di ripristinare gli accordi precedenti.<sup>20</sup> Dopo il nuovo contratto del marzo 1954, le incertezze sarebbero state confermate dai ripetuti ritardi nei trasferimenti bancari e nelle risposte ai telegrammi: "se io fossi il mio capo", confesserà a Chim l'impiegata dell'ufficio parigino Susie Marquis, "sarei andata da tempo laggiù a regolare questi affari sul posto. So bene che gli italiani non vanno mai di fretta, ma mi sembra che questo comportamento costi assai caro a tutti".<sup>21</sup> Il mercato italiano non poteva ovviamente garantire i guadagni prospettati dalle riviste illustrate americane, ma questo era vero quasi dappertutto nel vecchio continente: Magnum puntava a bilanciare gli incassi esigui piazzando lo stesso reportage nel maggior numero possibile di paesi europei attraverso la sua rete di agenti sul campo. Una rete indispensabile per farsi strada tra logiche editoriali spesso agli antipodi da quella statunitense, e che, a seconda dei territori, si basavano su tariffe ed esigenze diverse. Gli italiani, sostenevano dall'ufficio parigino, non avevano l'abitudine di pagare per numero di pagine, ma concordavano di solito una somma forfettaria per ciascun servizio, senza tener conto del trattamento editoriale che gli sarebbe stato riservato.<sup>22</sup>

Nonostante questi limiti, l'Italia costituiva un target troppo importante per Magnum, che oltre a *Epoca* vantava clienti quali *L'illustrazione italiana*, *Oggi*, *Il mondo*, *L'Europeo* o *Le ore*. Dopo la tragica morte di Capa avvenuta nel maggio 1954, le cui ripercussioni si sarebbero fatte sentire su accordi che solo l'istinto imprenditoriale e i legami di amicizia del fondatore erano riusciti a tenere in piedi, Magnum scelse come nuovi agenti in Italia Vincenzo e Ferdinando Carrese di Publifoto, la più importante fornitrice di immagini fotogiornalistiche del paese. Publifoto disponeva di una fitta rete di collaboratori sul suolo nazionale, che le consentivano di diventare il referente di numerosi periodici (Calvenzi 2019: 165-166), e i Carrese colpirono la Magnum per le loro grandi abilità commerciali, la conoscenza del mercato, la velocità delle risposte e dei report inviati, oltre che per le ottime relazioni intrattenute con *Epoca*.

Chim, che aveva assunto nel frattempo la posizione di presidente Magnum, moltiplicherà i suoi viaggi a Milano per affrontare da vicino le questioni più urgenti con Mondadori e verificare la tenuta del nuovo contratto con *Epoca*. L'accordo stabiliva un

costo fisso di settantamila franchi (duecento dollari) per reportage su quattro pagine in bianco e nero e di centomila franchi (trecento dollari) per quelli a colori. In più, era previsto il versamento trimestrale di quarantacinquemila franchi (centoventicinque dollari) per il diritto di prima visione.<sup>23</sup> Le cifre si riferivano a servizi di rilevante valore giornalistico, mentre nel caso dei ritratti delle dive di cinema e teatro o dei pezzi di intrattenimento *Epoca* era restia a pagare le stesse somme, anche quando si trattava di fotografi prestigiosi come Philippe Halsman. Da quando, dopo l'interruzione del contratto del 1951, si era mossa sul mercato libero, Magnum aveva perso entrate stabili in Italia, e il nuovo accordo garantiva la serenità di introiti regolari.

Chim era conscio delle mancanze di Magnum nei confronti della rivista milanese, in particolare della penuria di fotografie da proporre per onorare gli accordi appena siglati e giustificare l'incasso trimestrale.<sup>24</sup> Egli riteneva inoltre che uno dei punti di debolezza fosse legato alla qualità dello staff operante in Europa, e all'incapacità di comprendere i bisogni editoriali dei magazine e di stringere contatti con i redattori.<sup>25</sup> Nel caso di *Epoca*, la direzione di Arnoldo e di Segàla aveva nel frattempo puntato sulla spettacolarità del colore, guardando al cinema, alla mondanità e alle nuove mete del turismo, creando un giornale patinato "capace di dare corpo agli ideali di pace familiare e benessere economico, di efficientismo e modernità, del mito americano" (Lucas, Agliani 2015: 208). I primi sei mesi del nuovo contratto con *Epoca* si sarebbero rivelati poco incoraggianti, e Magnum stentava a onorare il minimo garantito: nel corso dell'estate, su venti servizi proposti la redazione ne aveva tenuti soltanto quattro, segnale dei problemi previsti da Chim. Nei primi giorni di settembre la distribuzione sembra però progredire, con l'accettazione di quattro inchieste su sette. Poche settimane dopo, al termine del suo sopralluogo milanese, Chim dimostra un certo ottimismo:

All'inizio della mia conversazione hanno tentato di abbassare i prezzi e di ridurre il minimo garantito. Dopo aver spiegato il nostro progetto di una più attiva produzione europea, si è ristabilita la fiducia [...]. Devo dire che l'accento alla volontà di muoverci più velocemente e di correre dietro alle notizie ha colpito nel segno. Il successo di *Match* ha un tale impatto sulle altre riviste europee che la prospettiva di una produ-

zione simile fa venire a tutti l'acquolina in bocca.<sup>26</sup>

Con il riferimento a *Paris-Match*, Chim suggerisce di investire con maggiore insistenza in Europa e di seguire l'esempio del rotocalco che rappresentava il modello di riferimento del mercato editoriale insieme a *Life*: oltre alla rivista francese, infatti, nessun centro di produzione era in grado di rispondere alle esigenze delle pubblicazioni europee, e questo apriva un possibile territorio di caccia per Magnum. Nel vecchio continente, dopo Inghilterra e Francia, l'Italia costituiva uno dei maggiori clienti dell'agenzia. I dati di vendita (riportati in franchi) di alcuni servizi fotografici del 1954<sup>27</sup> sembrano confortare questa ipotesi:

Gina's Wardrobe (Seymour)	Italy (Cartier-Bresson)
Francia Marie-Claire 60.000	Francia Productivité Française 4.000
Germania Quick 32.000	Germania Münchner Illustrierte 64.000
Italia Epoca 32.000	Italia Epoca 6.600 Illustrazione Italiana 33.000
Paesi Bassi Elsevier Weekblad 13.500	Paesi Bassi Katholieke Illustratie 5.400 Vizier 13.500 Elsevier Weekblad 1.350
Danimarca Billed Bladet 1.100	
Svezia Aktuell 9.600	Svizzera Schweizer Illustrierte 40.000
Regno Unito Picture Post 98.000	

Pur se dal punto di vista di Magnum la nuova collaborazione continuava a conoscere alti e bassi – da un lato la rivista milanese rifiutava il materiale ritenuto più adatto al suo profilo; dall'altro i fotografi erano invitati a cimentarsi nella produzione di servizi in linea con le richieste del cliente –, *Epoca* risultava la rivista che in Italia pagava meglio: per una cover le cifre erano meno della metà di quelle garantite da *Paris-Match*, ma erano anche il doppio di quelle che agenti come Carrese potevano assicurare sul mercato nazionale.

### **Epoca, Biagi e la fine del decennio**

Il 1955 è segnato dalla nuova posizione assunta da Enzo Biagi, che sostituisce Segàla come condiretto-

re di *Epoca*. Nei cinque anni successivi, il settimanale guidato da Biagi si sarebbe ulteriormente affermato, imponendosi per la notevole fusione dei vari generi e per gli inserti a colori sull'arte e sulla natura, come la prestigiosa serie *The World we live in* di *Life*, di cui Arnoldo Mondadori ottenne gratuitamente i diritti grazie ai rapporti consolidati con Henry Luce e la moglie, l'ambasciatrice Clare Booth Luce (Decleva 1993: 428-429). Il primo incontro di Chim con il nuovo direttore lascia ben sperare, anche grazie al cambio di formula che intendeva intraprendere la rivista, con una maggiore attenzione riservata alla parte fotografica. Mentre ammira da vicino il prossimo numero in preparazione con il suo ritratto di Federica di Hannover e il viaggio in Cina di Cartier-Bresson, a Chim viene proposto un servizio sull'ultima settimana da Presidente della Repubblica di Luigi Einaudi.<sup>28</sup> Durante il primo anno di direzione Biagi, Seymour pubblicherà alcuni suoi celebri ritratti, come quelli di Gina Lollobrigida e del torero Dominguin, e nel corso del 1955 le pagine di *Epoca* ospiteranno il Far West di Elliott Erwitt (30 gennaio 1955), i viaggi di Henri Cartier-Bresson in Russia (27 febbraio/6 marzo 1955) e Cina (3 aprile 1955), la New York a colori di Ernst Haas (10 aprile 1955), l'inserto sulla celebre mostra *The Family of Man* (8 maggio 1955), il James Dean di Dennis Stock (22 maggio 1955), il tesoro di Perón fotografato da Cornell Capa (16 ottobre 1955).

In questo florido periodo, *Epoca* sperimentò con successo gli inserti di otto pagine a colori, dimostrando notevole interesse per i reportage di specialisti come Haas. A tale proposito, in una riunione del 1956 con Chim e Carrese, venne stabilito un accordo che prevedeva il prezzo di cento dollari per ciascuna pagina a colori; per serie miste a colori e in bianco e nero il costo minimo era fissato su duecento dollari per quattro pagine in bianco e nero, e su cinquanta dollari aggiuntivi per ogni pagina a colori. Durante lo stesso incontro, si parlò dei servizi di Ezra Stoller sull'osservatorio di Monte Palomar e di Erich Hartmann su Krupp; la redazione dichiarò inoltre un certo interesse per le lettere di Mozart su cui stava lavorando Erich Lessing (poi pubblicate il 30 dicembre 1956), per il reportage di Chim sul Reform Club di Londra e per il nuovo grande progetto internazionale "The World of Children".<sup>29</sup>

Proprio a ridosso di questo nuovo meeting, Chim veniva a sapere che Adolfo Senn di Mondadori aveva

appena sottoscritto un contratto con *Paris-Match*, che dietro il pagamento mensile di seimila dollari garantiva il diritto di pubblicare e di rivendere in Italia il materiale della rivista francese, e che lo stesso accordo era stato firmato per la Germania dal *Münchener Illustrierte*.<sup>30</sup> Il risultato di questo accordo era che *Epoca* diventava essenzialmente un subagente di *Paris-Match*, e che Magnum poteva trovarsi nella sgradevole condizione di competere con i propri clienti per la distribuzione europea (Bair 2020: 40). In realtà, il contratto non avrebbe danneggiato l'agenzia, perché *Epoca* riceveva in anticipo una lista dei servizi, e questo elenco conteneva tutte le fotografie Magnum pubblicate da *Match*: in altre parole, il temibile cliente-competitor francese finiva per funzionare da vetrina dei reportage.<sup>31</sup>

Il 1956 – segnato da fotografie di cinema (dai set di *Oklahoma*, *Anastasia* e *Moby Dick* all'anteprima di *Guerra e Pace*) e di eventi come l'inabissamento dell'Andrea Doria –, sarà sconvolto dalla dolorosa scomparsa di Chim, sopraggiunta nel mese di novembre mentre lavorava nel Canale di Suez col collega Jean Roy. Il lutto che colpisce l'agenzia, alla cui guida passerà Cornell Capa, avrà un impatto sulle relazioni con l'editoria italiana: la cooperativa perdeva, oltre a un altro storico membro di Magnum dopo la morte sul lavoro di Capa e di Bischof, un grandissimo fotografo e un abile imprenditore che a Roma e Milano aveva stretto importanti legami professionali. Nel numero del 25 novembre 1956, *Epoca* renderà omaggio al fotografo, morto "perché voi vediate quello che sta accadendo nel mondo inquieto",<sup>32</sup> e l'anno seguente pubblicherà i suoi ritratti di Arturo Toscanini.

Nei rapporti con *Epoca*, il testimone lasciato da Chim sarebbe stato raccolto con ulteriore convinzione da Publifoto, che nel 1958 assunse il giornalista Franco di Bella, corrispondente di *Time-Life* a Milano, per fare da tramite tra Magnum e gli editori italiani. La fine del decennio, un periodo ancora pieno di vitalità per il mercato europeo, sarebbe stata caratterizzata dalla pubblicazione di ritratti di celebrità – Marlene Dietrich (Eve Arnold), Boris Pasternak (Cornell Capa) –, servizi attenti all'attualità e alla cronacamondana – gli scontri nella città americana di Little Rock (Burt Glinn), la visita di Elisabetta II negli USA (Burt Glinn, Cornell Capa), il gran ballo di Re Baldovino (Cartier-Bresson), il matrimonio di Jayne Mansfield (Wayne Miller) – e inchieste come lo straordinario reporta-

ge sugli americani di Cartier-Bresson.

Con la direzione di Nando Sampietro, che aveva rimpiazzato Biagi nel 1960, nel decennio successivo *Epoca* avrebbe assunto un tono più moderato e conformista, puntando sulla spettacolarità delle immagini. Sotto la nuova direzione, la rivista sposterà il proprio sguardo sulla cultura, con la pubblicazione di inserti dedicati all'arte, alla storia, alla scienza, ai viaggi, e di rubriche come "Le grandi avventure umane", "Hanno cambiato il mondo", "Nel mondo perduto", "La meravigliosa storia del cielo" (Cellinese 2008: 146-148). Negli anni Sessanta Magnum si allontanerà dai contratti con le riviste, per smistare le immagini attraverso la propria rete di agenti in un mercato italiano che rappresentava ancora il 10,8% delle vendite europee della cooperativa.

## Notes

<sup>1</sup> Cfr. contratto Magnum Photos – A.M.E. del 17 giugno 1950. Inge Bondi Papers, Magnum Foundation, New York [nelle prossime occorrenze IBP-MFNY].

<sup>2</sup> Cfr. lettera di Maria Eisner a Mondadori, 4 ottobre 1950, IBP-MFNY.

<sup>3</sup> Cfr. lettera di Inge Bondi a Robert Knittel, 21 giugno 1950, IBP-MFNY.

<sup>4</sup> Cfr. lettera di Joan Bush ad Alberto Mondadori, 11 agosto 1950; lettera di Maria Eisner ad Alberto Mondadori con oggetto "Epoca assignments for America", 17 agosto 1950, IBP-MFNY. Il reportage di Taconis sarebbe apparso sul n. 12 della rivista, che in quell'occasione pubblicava anche i ritratti di Gjon Mili.

<sup>5</sup> Cfr. lettera di Maria Eisner ad Alberto Mondadori, 28 agosto 1950; lettera di Alberto Mondadori a Maria Eisner, 7 settembre 1950, IBP-MFNY.

<sup>6</sup> Cfr. "Epoca assignments for America", cit.; lettera di Alberto Mondadori a Maria Eisner, 25 agosto 1950, IBP-MFNY.

<sup>7</sup> Cfr. memo di Cesare Coen a Magnum e Mondadori, 30 agosto 1950, IBP-MFNY.

<sup>8</sup> Cfr. lettera di Alberto Mondadori a Georges Ninaud, 26 settembre 1950, IBP-MFNY.

<sup>9</sup> *Ibidem* (appunto a mano di Seymour a Maria Eisner). Meno di un mese dopo, Seymour affronterà in dettaglio la questione in una lettera a Mondadori del 19 ottobre 1950, IBP-MFNY.

<sup>10</sup> Lettera di Maria Eisner a Mondadori del 4 ottobre 1950, IBP-MFNY.

<sup>11</sup> "Generazione X", *Epoca*, n. 134, 2 maggio 1953, p. 32.

<sup>12</sup> Accordo tra Epoca e Magnum per "Generation X", IBP-MFNY.

<sup>13</sup> Cfr. lettera di Maria Eisner a Mondadori, 24 novembre 1950; lettera di Sylvia Peck a Mondadori, 28 novembre 1950, IBP-MFNY.

<sup>14</sup> Cfr. contratto tra Magnum Photos e A.M.E., 23 gennaio 1951, IBP-MFNY.

<sup>15</sup> Cfr. lettera di Georges Ninaud a Maria Eisner, 24 gennaio 1951, IBP-MFNY.

<sup>16</sup> Lettera di Cesare Coen a Georges Ninaud, 1 marzo 1951, IBP-MFNY (traduzione mia). Coen si riferisce al redattore capo Mino Caudana, che aveva da poco sostituito Giuseppe Ravagnani. L'anno successivo, le vendite di *Epoca* erano ancora bloccate attorno alle centottantamila copie (Decleva 1993: 406-412).

<sup>17</sup> Cfr. lettera di Robert Capa a Cesare Coen, 21 Marzo 1951, IBP-MFNY.

<sup>18</sup> Report di Robert Capa ai soci, 15 febbraio 1952, John G. Morris Papers, MFNY [nelle prossime occorrenze JMP-MFNY] (traduzione mia).

<sup>19</sup> Cfr. Lettera di Pat Hagan ai soci Magnum, 29 maggio 1952, JMP-MFNY.

<sup>20</sup> Cfr. report di Robert Capa ai soci, 24 novembre 1953, JMP-MFNY.

<sup>21</sup> Lettera di Susie Marquis a Chim, 29 aprile 1954, JMP-MFNY (traduzione mia).

<sup>22</sup> Cfr. lettera di Susie Marquis a John G. Morris, 20 maggio 1954, JMP-MFNY. Nei primi mesi del 1953, Morris era stato messo a capo dell'ufficio Magnum di New York con il ruolo di direttore esecutivo.

<sup>23</sup> Cfr. lettera di Chim a Susie Marquis, John G. Morris e Cornell Capa, 19 settembre 1954, JMP-MFNY. Per discutere dei progetti futuri, Chim suggerisce a Morris di approfittare in quei giorni della permanenza newyorkese di Arnoldo Mondadori e del direttore responsabile di *Epoca* Renzo Segala.

<sup>24</sup> Cfr. lettera di Chim a Susie Marquis, 20 luglio 1954, IBP-MFNY.

<sup>25</sup> "Draft of the Summary of our London Conversation and Decisions concerning Paris Office", agosto 1954, JMP-MFNY.

<sup>26</sup> Lettera di Chim a Susie Marquis, John G. Morris e Cornell Capa, 19 settembre 1954, JMP-MFNY (traduzione mia).

<sup>27</sup> Cfr. "Breakdown of Foreign Sales", 1955, JMP-MFNY.

<sup>28</sup> Cfr. lettera di Chim a John G. Morris, 25 marzo 1955, IBP-MFNY.

<sup>29</sup> Cfr. lettera di Chim a Inge Bondi e Trudi Feliu, 17 marzo 1956, IBP-MFNY.

<sup>30</sup> Cfr. Lettera di Chim a John G. Morris e Trudy Feliu, 20 marzo 1956, JMP-MFNY.

<sup>31</sup> Cfr. "1956 European distribution report", JMP-MFNY.

<sup>32</sup> "Sono morti per mostrarvi queste immagini", *Epoca*, n. 321, 25 novembre 1956, p. 32.

## Bibliografia

- BAIR N. (2020), *The Decisive Network. Magnum Photos and the Postwar Image Market*, University of California Press, Oakland (CA).
- BOUVERESSE C. (2016), *Histoire de l'agence Magnum. L'art d'être photographe*, Flammarion, Paris.
- CALVENZI G. (2019), "Vincenzo Carrese, una biografia", in GRASSO A., GUADAGNINI W., COSTA B. (a cura di), *Archivio Publifoto Intesa Sanpaolo. 1939-1981. L'Italia e il mondo*, Silvana Editoriale, Cinisello Balsamo (MI), pp. 164-167.
- CALVENZI G., VALTORTA R. (1990), "Il Mondo e la fotografia: un'esperienza italiana", in *Il Mondo dei fotografi. 1951-1966*, Archivio Fotografico Toscano, Prato, pp. 18-24.
- CELLINESE A. (2008), "Le riviste fotografiche: *Life*, *Look* e l'importazione di uno stile americano", in SCARPELLINI E., SCHNAPP J. T. (a cura di), *ItaliAmerica. L'editoria*, Il Saggiatore, Milano, pp. 125-155.
- D'AUTILIA G. (2012), *Storia della fotografia in Italia dal 1839 a oggi*, Einaudi, Torino.
- DECLEVA E. (1993), *Arnoldo Mondadori*, UTET, Torino.
- DE LUNA G. (2005), "Introduzione", in DE LUNA G., D'AUTILIA G., CRISCENTI L. (a cura di) *L'Italia del Novecento. Le fotografie e la storia. La società in posa*, Vol. 2, Einaudi, Torino, pp. XXXVII-XL.
- FALLACI O. (1952), *Il re dei fotografi*, in *Epoca*, III:95, pp. 38-41.
- FERRETTI G. C. (1996), "Alla sinistra del padre", in Id. (a cura di), *Alberto Mondadori. Lettere di una vita 1922-1975*, Arnoldo Mondadori Editore, Milano, pp. XIII-CXL.
- HOELSCHER S. (2013), "Decisive moments and caustic comments. Reading the Magnum Archive", in Id. (a cura di), *Reading Magnum. A visual archive of the modern world*, University of Texas Press, Austin, pp. 1-15.
- KIRSTEIN L. (1950), "Epoca presenta Henri Cartier-Bresson", in *Epoca*, I:1, pp. 32-37.
- LUCAS U., AGLIANI T. (2015), *La realtà e lo sguardo. Storia del fotogiornalismo in Italia*, Einaudi, Torino.
- LUCAS U., AGLIANI T. (2004), "L'immagine fotografica 1945-2000", in Id. (a cura di), *Storia d'Italia. Annali 20. L'immagine fotografica 1945-2000*, Einaudi, Torino, pp. 3-53.
- 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.
- NAGGAR C. (2022), *David 'Chim' Seymour. Searching for the Light. 1911-1956*, de Gruyter, Berlin, Boston.

# L'informazione letteraria come documentario e fotoreportage. Il caso *Epoca* (1950-1955)

DARIO BOEMIA

Università IULM di Milano  
dario.boemia@iulm.it

doi: <https://doi.org/10.62336/unibg.eac.35.568>

## Parole chiave

Informazione letteraria  
Critica letteraria  
Rivista illustrata  
Epoca  
Arnoldo Mondadori

## Keywords

Cultural Journalism  
Literary Criticism  
Illustrated Magazines  
Epoca  
Arnoldo Mondadori

## Abstract

Il presente saggio, attraverso il caso di *Epoca* (1950-1955), intende indagare lo spazio dell'informazione letteraria nelle riviste illustrate, con l'idea che i rotocalchi, non solo siano tra i periodici i più ricettivi nei confronti dei cambiamenti che nel secondo dopoguerra investono la società letteraria, ma rappresentino un nuovo attore nella modernità letteraria. Inoltre, la mobilitazione nell'informazione letteraria di media visuali afferenti ad altri contesti discorsivi ha conseguenze importanti sulla caratterizzazione del discorso critico-informativo, che questo saggio si propone di cominciare a valutare.

This essay, through the case of *Epoca* (1950-1955), intends to investigate the space of cultural journalism in illustrated magazines, with the idea that the magazines are not only among the periodicals most receptive to the changes that affected literary society after the Second World War, but also represented a new actor in literary modernity. Furthermore, the mobilisation in cultural journalism of visual media drawn from other discursive contexts has important consequences for the characterisation of the critical-informative discourse, which this essay aims to begin to evaluate.

"I thought the *EPOCA* was excellent and I would be proud to write for it whenever I can".  
Ernest Hemingway (1952)

"Che gliene importa, alla gente, del muso della Zangrandi?"  
Giovanna Zangrandi (1955)

## Introduzione

Nel novembre del 1951 una studentessa di Fiesole, che si firma Nerina B., porge alla rivista *Epoca* la seguente questione:

Sono una ragazza di 16 anni, provinciale e studente di I Liceo, che da poco ha fatto una impressionante scoperta: ho sempre creduto che i poeti fossero tutti giovani e invece mi accorgo che ce ne furono e ce ne sono anche di anziani e addirittura di vecchi. Come si può essere poeti e essere vecchi? Me lo dica qualcuno di essi per favore. Se vedessi qualche fotografia forse riuscirei a convincermi che è proprio così (Anonimo 1951a).

Questo interrogativo viene pubblicato nella sezione che apre la rivista mondadoriana, intitolata "Italia domanda", una posta in cui i lettori pongono quesiti su ogni aspetto della vita, privata e pubblica, letteratura compresa.<sup>1</sup> La domanda di Nerina è seguita, oltre che da una fotografia di un giovanissimo Gozzano<sup>2</sup> e un dipinto raffigurante un altrettanto giovane Keats, dalle risposte di diversi poeti e critici, tra cui figurano Vittorio Sereni e Giacinto Spagnoletti. Sereni nota a ragione come la giovane lettrice sposti "la questione dalla poesia alla persona fisica dei poeti". Non è una novità: era Baudelaire a dire che "l'aspetto fisico degli artisti ha sempre eccitato una ben legittima curiosità" (Piperno 2011). Spagnoletti, invece, non risponde alla domanda di Nerina ma commenta la vicenda con queste parole: "La fanciulla che vuol vedere i poeti in fotografia è certo un segno dei tempi. Quando, trent'anni fa, le ragazze leggevano Gozzano, non pretendevano tanto".

Questo dialogo manifesta una curiosità nei confronti del corpo dello scrittore, della sua fisicità. La fo-

tografia si presenta come uno degli strumenti più efficaci per soddisfare questo interesse, che accomuna i giovani e gli adulti, come dimostrano le parole con cui Elio Vittorini accompagna il servizio su William Faulkner, apparso sempre su *Epoca* nel gennaio del '51. La vittoria del Nobel per la letteratura porta lo scrittore americano a venire allo scoperto, cosa insolita per un autore che raramente si è allontanato dalla sua fattoria nel Mississippi. Di questo viaggio danno conto le fotografie di David Seymour e Henri Cartier-Bresson. Come scrive Vittorini, che firma l'articolo che accompagna il servizio fotografico:

C'è voluto il Premio Nobel, e il dito dei giornali puntato su di lui, e il suo nome chiamato a un preciso appello, perché William Faulkner, scrittore, venisse in "città" a lasciarsi vedere come sia fatto, e lasciarsi anche applaudire, anche fotografare. Il mondo ufficiale non lo aveva mai avuto finora neppure un momento sotto i suoi occhi bugiardi eppur ansiosi, talvolta, di posarsi su una verità (1951: 151).

Come nota Vittorini, è solo con l'assegnazione del premio Nobel e l'attenzione mediatica che ne è derivata che Faulkner si rende visibile al pubblico, attraverso la sua presenza fisica e la riproduzione fotografica. La stampa gioca così un ruolo decisivo nel portare lo scrittore "in città", rendendolo oggetto di sguardi e celebrazioni. E tuttavia, sottolinea Vittorini, lo sguardo collettivo – pur animato dal desiderio di cogliere una verità – resta illusorio, incapace di catturare ciò che eccede l'apparenza.

A stimolare le interazioni tra immagine e testo nell'informazione letteraria è, senza dubbio, il contesto di pubblicazione: quei rotocalchi che, fin dagli albori, hanno valorizzato la letteratura nella sua componente corporea, offrendo rappresentazioni fotografiche degli scrittori. Tuttavia, come dimostra un rapido sguardo alle scelte di alcune delle più rilevanti riviste illustrate *entre-deux-guerres*, non si tratta di una scelta ovvia. Nell'*Omnibus* longanesiano, ad esempio, l'illustrazione *analogica* (fotografica) si alterna con l'illustrazione *sintetica* (schizzi, incisioni, dipinti), pur svolgendo funzioni diverse.<sup>3</sup> I disegni vignettistici e caricaturali a cura di Amerigo Bartoli si sposano bene col taglio frondistico della testata, del resto diretta da un uomo che considera la caricatura "sinonimo di lotta, di contrasto, di barricata" (Boemia



Fig. 1 | *Omnibus*, n. 20, 14 agosto 1937, p. 7.

2020: 143). Il risultato è assimilabile a strisce satiriche, che si scagliano contro l'intera società letteraria: nello specifico, contro la poesia (Bartoli 1938a), contro i premi letterari (Bartoli 1938b), contro i critici (Bartoli 1938c).

Ma già su *Omnibus* le fotografie, a firma o di Cesare Barzacchi o di Primo Zeglio (Montanelli, Staglieno 1984: 22-23), vanno oltre la funzione illustrativa, collocando i personaggi letterari dentro una cornice narrativa, una situazione, che sposta la funzione dell'immagine, le dà indipendenza. Ad esempio, nel "Sofà delle muse" (così è intitolata la pagina letteraria su *Omnibus*) del n. 20 del 14 agosto 1937, troviamo Mino Maccari in viaggio e una foto di Grazia Deledda col marito. In questo caso possiamo parlare di "prospettiva piatta" (Liucci 2016: 22-23), in quanto il particolare di costume è messo sullo stesso piano del

grande avvenimento, senza gerarchie di rilievo o importanza. Inoltre, il più delle volte Longanesi si appropria della fotografia con la tecnica dell'*objet trouvé*: il contesto in cui l'immagine è inserita ne trasforma il senso, svuotandola di ogni significato referenziale (Lucas, Agliani 2004: 9-10). A prevalere è l'estro manipolativo di Longanesi, che del resto ha sostenuto a più riprese che l'Italia andasse salvata dai fotografi. In Longanesi ritroviamo quella stessa denuncia dell'"abbaglio epistemologico" della rappresentazione fotografica che in quegli anni stava compiendo, tra gli altri, Bertolt Brecht (Marfé 2021: 80). Forse ha ragione chi sostiene che quello di *Omnibus* non sia fotogiornalismo in senso stretto, in quanto le fotografie non rispecchiano alcun reportage (Liucci 2016: 25).

I rotocalchi stentano a trovare modalità nuove per raccontare la letteratura, ma con il settimanale mondadoriano *Tempo* le cose cambiano. La fotografia incrocia l'informazione letteraria a partire dal



Fig. 2 | *Tempo*, n. 79, 28 novembre 1940, p. 41.

novembre 1940, quando Ada Negri diventa la prima donna membro dell'Accademia d'Italia: *Tempo* dà notizia dell'evento pubblicando un ritratto a tutta pagina della poetessa, che con un vestito nero e un velo scuro sulle spalle guarda l'obiettivo seduta su una poltrona.<sup>4</sup> Si tratta di una rappresentazione ufficiale e austera, in cui la poetessa, in posa formale, dimostra un'espressione seria e composta. Questo tipo di ritratto enfatizza la dignità, l'autorità e il prestigio, tutti elementi che il regime cercava di proiettare nei suoi intellettuali, affiliati e celebrati. Inoltre, l'uso di uno sfondo scuro e neutro, il taglio formale e la posa plastica del soggetto richiamano i ritratti pittorici ottocenteschi. L'assenza di riferimenti al presente storico, alla realtà sociale o all'attività professionale della poetessa determina una radicale decontestualizzazione del soggetto, cifra distintiva della ritrattistica ufficiale del periodo. In questo senso, il contrasto con l'atteggiamento frondistico della rivista *Omnibus* – la quale privilegiava una rappresentazione prosastica e quotidiana delle figure intellettuali, spesso colte in pose informali e poco consone alla retorica del regime – risulta particolarmente marcato.

Nel gennaio del 1941 viene proposta una serie di quattro ritratti di scrittori (Comisso, Pea, Barilli e Baldini) accompagnati da servizi fotografici di Eugenio Haas e i testi di Giancarlo Vigorelli e Alfonso Gatto. Si tratta di reportage fotografici, o "documentari fotografici" (De Berti 2024: 226), una nuova forma di racconto per immagini che si sarebbe affermata nei settimanali illustrati del secondo dopoguerra e sarebbe rimasta in auge per almeno un trentennio. Emblematico è il testo di Vigorelli, che legge l'opera di Comisso all'interno del contesto della letteratura tra le due guerre, rispetto alla quale, allontanandosi dal decadentismo, costituirebbe un forte elemento di discontinuità.<sup>5</sup> Un discorso diverso, ma organico alla lettura critica, è proposto dal servizio fotografico, che coglie lo scrittore in una delle sue visite milanesi, quando va a trovare l'editore Mondadori, va a pranzo alla Trattoria Bagutta, va a visitare quel che resta della sede della rivista *L'Esame*, colpita dai bombardamenti. Agli esterni fa da contraltare l'interno del vecchio albergo del centro, in via Croce Rossa, dove fa colazione e prende appunti su un quaderno che la didascalia ci dice porta sempre con sé. È fortemente tematizzato il contrasto tra il luogo di provenienza, "il podere e l'allevamento di anitre che ha vicino a Trevi-

so", e Milano, che per lui è costruzione artificiale, nonché l'opposizione tra contemplazione e movimento, tra scrittura e mondo esterno. Lo scrittore non è più un'icona astratta, come nella raffigurazione di Ada Negri, ma un corpo che agisce, che osserva, che si muove nello spazio. Sebbene siamo ancora in epoca fascista, queste fotografie anticipano alcuni tratti del neorealismo italiano, per il loro utilizzo del contrasto tra bianco e nero, gli ambienti poveri e realistici (quali strade, interni modesti, tetti urbani) e la presenza di figure comuni accanto all'intellettuale. Nell'iconotesto di Vigorelli e Haas, che rompe con l'immagine dell'intellettuale isolato e monumentale, la fotografia si inserisce nel discorso critico contribuendo a portare la letteratura del ventennio fuori dall'elegia, dall'oscurità, assume quindi una dimensione poetica, contribuendo a spostare la letteratura lontano dalla prosa d'arte e dall'elzeviro che caratterizzavano le terze pagine dei quotidiani.

Questo saggio, attraverso il caso di *Epoca*, in-



Fig. 3 | *Tempo*, n. 86, 16 gennaio 1941, p. 36.

tende indagare lo spazio dell'informazione letteraria nelle riviste illustrate, con l'idea che i rotocalchi non solo siano tra i periodici più ricettivi nei confronti dei cambiamenti che nel secondo dopoguerra investono la società letteraria, ma rappresentino un nuovo attore nella modernità letteraria. Inoltre, la mobilitazione nell'informazione letteraria di media visuali afferenti ad altri contesti discorsivi ha conseguenze importanti sulla caratterizzazione del discorso critico-informativo, che questo saggio si propone di cominciare a valutare. Del resto, se nella pubblicazione su periodico esiste un apparato iconografico piuttosto canonizzato per la narrativa (fatto di illustrazioni pittoriche e disegnate), fino agli anni Quaranta l'informazione letteraria non ha un apparato iconografico d'abitudine.

### Il caso *Epoca* (1950-1955)

*Epoca*, lanciata nell'ottobre del 1950 da Mondadori, si avvale dell'esperienza di *Tempo* (rivista ceduta nel 1946 all'editore Aldo Palazzi) per portare l'informazione letteraria a sfruttare appieno le potenzialità del fotogiornalismo e della stampa a rotocalco. Il settimanale illustrato, che passa dalle 200.000 copie del 1950 alle 500.000 del 1955 (Murialdi 2006: 213), si afferma in pochi anni come una delle realtà editoriali italiane più innovative e interessanti del secondo dopoguerra: fondamentali in questa ascesa sono il modello tecnico-giornalistico ispirato a *Life* e l'impostazione democratica, anticonvenzionale e con sfumature di sinistra. Tra i tanti temi di cui si occupa, la letteratura riveste un ruolo importante. Come rilevano Ferretti e Guerriero, negli anni 1950-1956 "*Epoca* dedica ai libri (e al cinema, al teatro, alla musica, eccetera) una ricca informazione, che se rimane lontana dall'intervento militante o dal dibattito critico, rimane anche lontana [...] da possibili sudditanze nei confronti della proprietà mondadoriana" (2010: 109).<sup>6</sup>

L'indagine qui proposta si concentra sulle prime cinque annate della rivista, corrispondenti ai primi 263 numeri. *Epoca* tratta la letteratura attraverso quattro modalità principali: (i) una modalità *creativa* ed editoriale, che prevede la pubblicazione diretta di opere letterarie; (ii) una modalità *critico-informativa*, in cui il periodico produce un discorso sulla letteratura fornendo informazioni e valutazioni sulla produzione editoriale; (iii) una modalità *consultiva*, per rispon-

dere ai numerosi quesiti posti dai lettori in merito a questioni letterarie; e (iv) una modalità *promozionale*.

Per quanto riguarda la prima funzione, *Epoca* sfrutta il potere dell'editore e la collaborazione con autori di rilievo del proprio catalogo per pubblicare narrativa di largo consenso tra i lettori: ad esempio, escono (a puntate o in una sola uscita integrale) opere, tra gli altri, di Arthur Koestler (*Gli angeli caduti*), Hemingway (la prima edizione italiana del romanzo *Il vecchio e il mare*) e Simenon (*Un Natale di Maigret*). La funzione critico-informativa della testata si articola principalmente in due modalità: l'uso della recensione e la produzione di iconotesti di vario genere a tema letterario. Le recensioni, a firma di Eugenio Bertuetti o, più spesso, di Giuseppe Ravegnani sono per la maggior parte prive di supporto iconografico. La posizione decentrata della rubrica (si trova alla fine della rivista)<sup>7</sup> e l'assenza di corredo iconografico non ne compromettono l'importanza e la durata nel tempo. Per quanto riguarda la funzione consultiva, non è il giornale a selezionare le informazioni ma sono i lettori a individuare le questioni su cui interrogare critici e scrittori. Per capire di cosa stiamo parlando dobbiamo guardare alla citata sezione di apertura "Italia domanda", nella quale i lettori pongono interrogativi su ogni aspetto della vita pubblica e privata, mondo letterario compreso. A rispondere a domande legate ai quesiti di ordine letterario sono Giacinto Spagnolletti, Ferdinando Giannessi e Piero Nardi. Tuttavia, scrivono di letteratura anche il poeta Alfonso Gatto, il filosofo Remo Cantoni, lo scrittore Guido Lopez e il giornalista Eugenio Bertuetti. In merito alla quarta funzione, quella promozionale, va sottolineato che i prodotti culturali della casa editrice vengono lanciati non solo tramite recensioni e servizi dedicati, ma anche attraverso campagne pubblicitarie che spesso utilizzano gli stessi supporti iconografici presenti nelle pagine informative, come fotografie dell'autore o lettere all'editore. È importante considerare che, tra opere pubblicate, scrittori, giornalisti e critici, le diverse sezioni della rivista permettono a Mondadori di costruire un sistema di relazioni e rimandi reciproci. Questo sistema è finalizzato a valorizzare i prodotti culturali della casa editrice, accrescendo l'autorevolezza dei propri autori mediante tutti i mezzi a disposizione, dalla pubblicità alla pagina di informazione letteraria, fino all'informazione generalista.

Oltre queste modalità, un interessante incrocio

col fotogiornalismo è proposto da quei servizi che, pur riguardando attori nel campo letterario, con la letteratura nella sua dimensione editoriale hanno poco a che fare. Tra questi servizi rientra, per esempio, il fototesto dedicato all'incarcerazione di Giovannino Guareschi (Anonimo 1955c). Curzio Malaparte, che con Mondadori collabora da diversi anni, è senz'altro lo scrittore italiano più chiacchierato e fotografato sulle pagine di *Epoca*.<sup>8</sup>

Nella parte che segue mi focalizzerò esclusivamente sulle pagine dedicate all'informazione letteraria, poiché esse offrono le combinazioni più significative e innovative tra testo e immagine. Analizzerò quindi le strategie attraverso cui i media visuali hanno raccontato la letteratura, con una particolare attenzione a quei servizi che accostano il testo critico a una sequenza di immagini.<sup>9</sup> Tra gli iconotesti che svolgono funzioni di informazione letteraria mi sembra utile avanzare una prima distinzione tra:

1. fototesti che si fondano sul reportage e il racconto giornalistico illustrato, che chiameremo *fotoreportage letterari*;

2. *documentari illustrati* che combinano un insieme eterogeneo di media visuali, cioè fotografie, manoscritti di opere e di lettere, documenti commerciali, mappe, istantanee cinematografiche o copertine di libri.

### Fotoreportage letterari

Oggetto precipuo di questa sezione sono quei servizi ispirati a un evento di rilievo giornalistico e di immediata attualità, nei quali il corredo fotografico è costituito da una o più fotografie inedite e lo spunto informativo è centrale nella natura del pezzo. Una nuova pubblicazione, spesso legata a casa Mondadori (come le tre pagine dedicate a Dos Passos per l'uscita di *Mil- lenovecento Diciannove*, pubblicato nella collana Medusa degli Stranieri), eventi straordinari (come il convegno di San Pellegrino Terme del 1954), un viaggio in Italia da parte di autorevoli autori stranieri (ad esempio Simenon a Milano), o ancora l'assegnazione di un premio letterario: sono tutti eventi e motivi sufficienti per la produzione di un fotoreportage. Al di là del genere, il reportage a tema letterario sembra lavorare in due direzioni principali: il racconto dell'evento (la pubblicazione, la premiazione o l'incontro, ad esempio) e il racconto dell'autore nella sua fisicità, nel suo

ambiente e nelle sue relazioni. A proposito di questo ultimo aspetto, significativo è il convegno di San Pellegrino Terme del luglio 1954, intitolato *Romanzo e poesie di ieri e di oggi. Incontro di due generazioni*. Si tratta di un evento voluto da Arnoldo Mondadori e coordinato da Giuseppe Ravegnani per creare un ponte tra autori affermati e autori emergenti. Questo incontro è raccontato sulle pagine di *Epoca* da Guido Piovene, con le fotografie di Caramelli. Tra gli altri, Leonida Rèpaci introduce Italo Calvino, Giuseppe Ungaretti introduce Andrea Zanzotto, Giovanni Comisso introduce Goffredo Parise. Tra i giovani autori quelli pubblicati da Mondadori erano Luigi Incoronato, Bassani, Rombi, Zanzotto e Lopez. Quello che si diverte meno sembra essere Calvino, che non apprezza il discorso del suo presentatore (Rèpaci) così come l'intero convegno, considerato un limbo per letterati (Scarpa 2012: 797). Il racconto fotografico di Caramelli combina immagini di gruppo, con gli scrittori disposti intorno a un tavolo, in abiti formali: l'atteggiamento composto trasmette un'idea di eleganza e controllata mondanità. Le fotografie dimostrano una



Fig. 4 | *Epoca*, n. 199, 25 luglio 1954, p. 69.

certa influenza del neorealismo fotografico, in particolare nella naturalezza dei gesti e nell'uso della luce naturale, senza grandi artifici. Tuttavia, si può notare anche un tono celebrativo, tipico dei servizi che mirano a costruire un pantheon culturale. Un debutto iconico significativo è quello di Parise, presentato tramite una fotografia in cui balla con la scrittrice alla quale i lettori di *Epoca* sono più affezionati, vale a dire Alba de Céspedes, che dal suo ritorno da Cuba cura la rubrica settimanale "Dalla parte di lei".<sup>10</sup> Il debutto iconico dell'autore veneto porta i suoi frutti: nei mesi successivi al convegno di San Pellegrino, Ravagnani cita Parise come uno dei più promettenti scrittori giovani (Ravagnani 1955a) e il 20 gennaio 1955 l'autore veneto interviene nella sezione "Italia domanda".<sup>11</sup>

Tra gli eventi di maggiore rilevanza mediatica nella Repubblica delle Lettere del Novecento si distinguono le assegnazioni dei premi letterari, che offrono ai giornali numerose occasioni annuali per accendere i riflettori su un autore o sull'altro. Al prestigioso premio Nobel per la letteratura (istituito nel 1901) e ai premi nati tra le due guerre (il premio Bagutta, istituito nel 1926, e il premio Viareggio, nato nel 1929) si aggiungono nel secondo dopoguerra il premio Strega (1947) e il premio Bancarella (1953), ma all'attenzione delle cronache figurano anche premi oggi meno popolari o chiusi, come i premi Deledda, Valdagno, Marzotto, Fila, Hemingway, il Premio di Poesia Chianciano, il Premio San Babila e il premio Etna-Taormina. Il premio Nobel, quando viene assegnato a un autore di casa Mondadori, porta addirittura l'informazione letteraria in copertina: è il caso della prima del n. 220 del 19 dicembre 1954, dedicata a Hemingway. L'autore statunitense è raffigurato come una celebrità hollywoodiana: lo sfondo nero, la posa frontale, il volto sicuro, l'abbigliamento pittoresco (camicia stropicciata e gilè da caccia) e il trofeo animale alle spalle contribuiscono a costituire un'icona carismatica e virile. A differenza della posa ieratica di Ada Negri o dell'intimità quotidiana di Comisso, in questo caso l'immagine è a colori e improntata al rafforzamento di Hemingway come personaggio mediatico, un eroe epico della modernità, contraddistinto dal suo essere cacciatore, avventuriero e uomo di mondo.

Alla vittoria di un premio letterario o alla semplice pubblicazione di un'opera importante della casa editrice può seguire un reportage, come dimostrano i servizi sugli scrittori e le scrittrici "di cui si parla",



Fig. 5 | *Epoca*, n. 220, 19 dicembre 1954.

pubblicati nella sezione "Le lettere". Roberto De Monticelli è inviato a Cortina d'Ampezzo per raccontare Giovanna Zangrandi e a Rapallo per sentire cosa ha da dire Thornton Wilder, mentre Stefano Villani presenta Luise Rinser da Monaco di Baviera, in occasione della pubblicazione della traduzione italiana di *Mitte des lebens* (*Nel cuore della vita*) nella mondadoriana Medusa degli Stranieri. Al racconto dell'"io che scrive" (Onofri 2008: 84) questi servizi accostano costantemente il racconto dell'"io che vive" (*ibidem*), alla vita pubblica fa riscontro la vita privata.<sup>12</sup> Nel secondo dopoguerra, periodici come *Epoca* accentuano ulteriormente la centralità del visuale, trasformando registi, intellettuali e politici in personaggi da rotocalco.<sup>13</sup> In questo processo si delinea un progetto di democratizzazione della figura dell'intellettuale e del personaggio celebre, che dall'icona auratica del primo Novecento viene ora rappresentato nella sua umanità e quotidianità (Smargiassi 2006).<sup>14</sup>

La fotografia non solo accompagna questi reportage ma diventa anche tema. Thornton Wilder, di

fronte alla richiesta di un fotografo di mettersi in posa accanto a un calesse, risponde: "Ah, io non faccio del pittoresco" (De Monticelli 1955b: 63). Zangrandi dice all'ignoto fotografo che accompagna De Monticelli a Cortina: "e tu, con la macchina, smettiti di fotografarmi, fotografa il paesaggio, fotografa la gente, ma questo muso, ti pare, il muso della Zangrandi, basta! Che gliene importa, alla gente, del muso della Zangrandi?" (De Monticelli 1955a). Gli scrittori, che con l'occhio di vetro si trovano a dover fare i conti, decidono come posizionarsi, non accettando talvolta le direzioni proposte dai rotocalchi. Il discorso viene così dirottato lontano dall'elemento biografico, verso i luoghi in cui l'autore è cresciuto e ha ambientato le sue opere.

Centrale nel reportage è il racconto del mondo dello scrittore, soprattutto nel caso di quegli autori che tramite il romanzesco raccontano una società e un luogo. Come scrive De Monticelli a proposito di Zangrandi, "Lei, Giovanna, non scrive delle cose che non ha visto, delle cose che non sa" (1955: 67). Come scrivono Uliano Lucas e Tatiana Agliani, in questi anni



Fig. 6 | *Epoca*, n. 228, 13 febbraio 1955, p.51.

si diffonde "l'ideale di una fotografia umanistica in cui la perfezione formale dello scatto è messa al servizio della rappresentazione del vero" (2004: 12). L'autrice, nella rappresentazione fotografica, indossa abiti da montagna, è in piedi, mentre indica una direzione con il braccio destro teso, guardando fuori campo. La macchina fotografica che porta in spalla la caratterizza come osservatrice attiva, mentre la postura, dritta e sicura, comunica conoscenza del territorio e autenticità esperienziale. Il racconto fotografico, così, mette in scena il rapporto tra scrittura, paesaggio e vissuto personale, nel segno di quella che Lucas e Agliani hanno definito "utopia della rappresentazione" (2004: 12). Le immagini, per il lettore tipicamente cittadino del rotocalco, si presentano come pittoresche (in quanto spettacolari ed esotiche) e al tempo stesso realistiche (in quanto insistono su un'ambientazione precisa, riconoscibile, dove l'autrice stessa vive).

De Monticelli, a proposito del romanzo di Zangrandi, racconta che il dattiloscritto dei *Brusaz* contiene una carta topografica immaginaria disegnata dall'autrice nella quale sono descritti i luoghi per cui passano e in cui vivono i suoi personaggi, con il riferimento reale accostato al luogo immaginario. "È una cartina interessante, perché è la storia di come da un paesaggio di fantasia, che deve far da sfondo a una storia, nasca una realtà: ci sono, per esempio, queste indicazioni: 'Valli come dietro Staulanza', 'Ghiacciaio come Marmolada', 'Montagne tipo Cernerà'" (De Monticelli 1955a: 65). Questi servizi indagano il confine ineludibile tra spazio immaginato e spazio reale in maniera nuova, andando a cercare le corrispondenze e i punti di contatto. In questo contesto, l'opera letteraria viene raccontata anche come manoscritto, non solo come prodotto editoriale pronto per il mercato: nel momento in cui l'editoria come industria culturale si appresta ad avere "un suo piccolo specifico boom" (Ferretti 2004: 161), la letteratura viene raccontata nella sua dimensione artigianale, nella sua prima realizzazione in carta e penna.

Nonostante certe resistenze, il racconto della vita privata è costantemente ricercato dai redattori di *Epoca*, e mostra di poter schiudere rivelazioni di poetica. Il racconto fotografico della routine quotidiana di André Maurois, per esempio, delle mattine dedicate alla scrittura, chiuso nel suo studio con la famiglia che difende il suo spazio di lavoro da intrusioni

esterne, sostiene un'idea di letteratura appartata, non contaminata dal mercato e dagli eventi mediatici della Repubblica delle lettere novecentesca. "Mauris, difendendo l'oasi estrema che ancora rimane all'uomo di lettere che non voglia lasciarsi divorare dall'invadente mondo contemporaneo, ci tramanda così l'ultima immagine di una specie ormai destinata a scomparire: il letterato", scrive l'anonimo articolista, vedendo in questo comportamento "un messaggio d'onestà e di costanza in un secolo in cui la misura e il buon gusto sono spesso ritenuti come manifestazioni di fiacchezza spirituale" (Anonimo 1955a).

A questa curiosità biografica si accosta un'attenzione forte per il corpo: emblematica a questo proposito è una pagina dedicata interamente alle mani degli scrittori (Lopez 1953). Prima domanda a cui risponde il servizio è sullo strumento utilizzato per scrivere: solo Moravia adopera la macchina da scrivere, mentre gli altri non abbandonano l'inchiostro e la penna. Otto fotografie rappresentano le mani di Bontempelli, Moravia, Brancati, Quasimodo, Buzzati, Ungaretti, de Céspedes e Vittorini: Guido Lopez (nel testo di accompagnamento) e Giovanni Vian (nelle didascalie) cercano di far emergere il rapporto tra il temperamento e la poetica e le caratteristiche fisiche delle mani, che vengono ritratte nella loro plasticità, nel loro farsi gesto, con attenzione ai dettagli delle rughe e delle unghie (comprese quelle smaltate di de Céspedes), esaltate dalle pesanti ombre e dalla stretta inquadratura.<sup>15</sup> L'esclusione dalla fotografia del volto e di altri dettagli significativi suggerisce un approccio simbolico e interpretativo, allora le mani – "un soggetto prediletto dai fotografi" (Perna 2015: 74) – possono essere "lunari" (quelle di Brancati) o "saturniane" (quelle di Buzzati). Alcune immagini mostrano le mani in azione (Brancati, Vittorini, Buzzati, de Céspedes), altre in posizioni più statiche, riflessive (Moravia e Ungaretti). Il contatto con gli oggetti (penne, carta, occhiali, macchina da scrivere, il righello di Vittorini) aggiunge un ulteriore livello di significato, suggerendo il legame tra il gesto fisico e l'attività intellettuale. Come scrive Raffaella Perna, "il rapporto tra fotografia, mani e identità è [...] stretto" (*ibidem*): in una dimensione squisitamente metonimica, le mani vengono trattate come ritratti, ma invece di mostrare il volto si concentrano sulla loro espressività.<sup>16</sup> L'intento documentaristico si fonde con un forte intento simbolico.



Fig. 7 | *Epoca*, n. 164, 15 novembre 1953, E. L. 79.

### Documentari illustrati a soggetto letterario

Fondati meno sulla cronaca e più sull'aneddoto, sull'approfondimento o la vicenda sentimentale sono i documentari illustrati a soggetto letterario pubblicati da *Epoca*, spesso dedicati ad autori scomparsi, figure a loro vicine o luoghi dal forte valore testimoniale e simbolico. Spesso i necrologi producono documentari commemorativi: è il caso di Sinclair Lewis (Gigli 1951) e di Thomas Mann (Ravegnani 1955b; Mondadori 1955; Pocar 1955). In altri casi l'incontro con figure vicine a grandi autori scomparsi è l'occasione per approfondimenti di varia natura. Basti citare i servizi ispirati agli incontri con Mariù Pascoli (sorella del poeta), Beatrice Carducci (figlia) e Rosa Tomei (compagna di Trilussa) (Valgimigli 1952). Anche i paesaggi, urbani o rurali, sono un oggetto degno d'attenzione per le pagine d'informazione letteraria di *Epoca*, interessate sia ai luoghi in cui un romanzo è ambientato sia ai luoghi in cui un autore è cresciuto. È il caso del

documentario illustrato su Grazia Deledda, composto di foto d'archivio e di fotografie dei luoghi dove l'autrice è nata e vissuta, o quello sulla Sicilia di Pirandello. Questi servizi producono iconotesti che si fondano sulla commistione di diversi media visuali:

1. Fotografie inedite e d'archivio, come nel caso della combinazione tra la foto raffigurante Thornton Wilder scattata a Rapallo in occasione di un viaggio in Italia accostata nello stesso servizio alle fotografie delle rappresentazioni di *Our Town* a Broadway e al teatro Nuovo di Milano (De Monticelli 1955b: 65).

2. Immagini sintetiche di varia natura: dai ritratti degli autori (si pensi al ritratto di Carducci inviato da Costetti per l'album della Titti, cioè la figlia Libertà Carducci) ai disegni fatti dai bambini di Pescia a tema Pinocchio (Fallaci 1952).

3. Documenti manoscritti di vario genere: opere (una pagina manoscritta del *Trionfo della Morte*) (Foglia 1952: 48), lettere (il caso della lettera che Thornton Wilder ha scritto ad Arnoldo Mondadori nel 1955) (De Monticelli 1955b: 64), o documenti commerciali (come il conto della trattoria di Nemi dove Gabriele D'Annunzio e Barbara Leoni fanno una scampagnata il 28 aprile 1890) (Foglia 1952: 48).

4. Pagine di giornale: è il caso del ritratto di Umberto Fracchia firmato da Ravegnani, con la pubblicazione di una pagina del primo numero della *Fiera letteraria* (Ravegnani 1951b).

Bisogna notare che questi documentari mescolano non soltanto diversi media visuali ma anche diversi media verbali: al testo critico-informativo e alle didascalie vengono accostate poesie e altri stralci di opere letterarie, come nel caso del documentario su Saba, in cui al racconto di Trieste e della biografia del poeta viene accompagnata una selezione di poesie (Ravegnani 1951c).<sup>17</sup> L'effetto è una lettura che procede per sbalzi e che produce un composito itinerario nella produzione letteraria di un autore e nel suo mondo.

La fotografia viene utilizzata anche a fini interpretativi, sganciata dal dato referenziale. In occasione della morte di Sinclair Lewis, Lorenzo Gigli seleziona quattro fotografie di città americane e dei loro sobborghi, senza esplicitare cosa rappresentino, ma utilizzandole per evocare un luogo simbolico e immaginario costruito dalle opere dell'autore (Gigli 1951). Queste immagini rimandano a "un'America dietro la facciata" (ivi: 19), un concetto che racchiude l'essen-

za critica e disincantata del primo autore americano ampiamente apprezzato nel vecchio continente, capace di svelare le contraddizioni celate sotto la superficie della società statunitense.

Oltre a questi elementi, eccezionale è il caso dell'inserimento nell'iconotesto di una mappa. Mi riferisco a un servizio che *Epoca* dedica al romanzo di Hemingway *The Sun Also Rises*, scritto quando Hemingway si trovava a Parigi. Il testo di Alberto Cavallari è accompagnato dalle fotografie di tenore cinematografico di John Phillips, che rappresentano, in apertura, i bar parigini Le Dome e La Rotonde, che Cavallari cita come due dei bar in cui si svolgono i dialoghi del romanzo. Come scrive Cavallari, "Sono i 'luoghi del romanzo' [...] allo stesso modo che lo sono il lago, la Fortezza e Parma nella Certosa di Stendhal" (1951b: 52). In seguito, una mappa "racconta" l'itinerario dei personaggi dai caffè parigini fino a Pamplona e Madrid. Tra la fotografia del caffè e della mappa ci sono due foto differenti dell'autore: la prima è datata 1921 e lo rappresenta con la prima moglie, Hadley Richardson, con la quale arrivò a Parigi, e l'altra, datata 1927, lo ritrae invece in compagnia della seconda moglie, Pauline Pfeiffer. Le fotografie di Phillips da una parte svolgono una funzione documentaria, scandendo con più precisione gli estremi temporali in cui è avvenuta la scrittura del romanzo ("Fu scritto tra una moglie e l'altra", recita una sorta di occhiello in seconda pagina) e dall'altra una funzione narrativa, andando a integrare sia il discorso critico che quello letterario: le fotografie aiutano i lettori a vedere i luoghi del romanzo, aggiungendo una dimensione visiva che nel romanzo è soltanto accennata e che di fatto rappresenta una sovrainterpretazione critica. Anche qui il documentario tematizza il rapporto tra spazi reali e spazi immaginati e l'attenzione all'artista, alla sua personalità e all'ambiente riesce a incontrare quella per l'opera letteraria, che spesso e volentieri finisce in secondo piano nel fotogiornalismo letterario. La difficoltà di restituire l'opera letteraria attraverso le immagini è evidente, ma la ricerca visuale dei settimanali illustrati nel secondo dopoguerra trova diverse vie che tentano di afferrare l'opera nelle sue proiezioni materiche.

Michele Cometa distingue tre modalità nell'uso dell'immagine come racconto: la forma-emblema, la forma-atlante e la forma-illustrazione (2016: 47). Nella forma-emblema prevale il ruolo dell'autore nell'o-

rientare la lettura delle fotografie a discapito del valore referenziale dell'immagine, un po' come avviene su *Omnibus* per mezzo della tecnica manipolatoria di Longanesi. Nella forma-atlante il lettore è chiamato a organizzare autonomamente il senso attraverso letture complesse e multidirezionali. Nella forma-illustrazione, invece, le immagini sono fortemente legate al testo, e rappresentano l'illustrazione di una narrazione. Se nei fotoreportage letterari mi sembra prevalere la forma-illustrazione, i documentari illustrati sono assimilabili alla forma-atlante, in quanto producono una narrazione visuale in serie costruita su una discontinuità mediale e una continuità tematica fondata sullo scrittore e le sue tracce. Il percorso di ricerca giornalistica è biunivoco: vengono indagate sia le tracce dello scrittore nel mondo reale che le tracce lasciate dall'ambiente sul suo percorso e la sua scrittura. A prevalere in questi casi è una narrazione cronologica inversa, che, partendo dall'opera, ricostruisce e rappresenta tutti i momenti che hanno influenzato la sua genesi: dal manoscritto alla scrivania su cui l'autore ha scritto, dalle mani con cui ha lavorato ai luoghi in cui è cresciuto. Più raramente, il racconto per immagini può seguire un percorso parallelo a quello del testo: è il caso del documentario su Pascoli composto da un testo di Manara Valgimigli, che il Pascoli ha frequentato, e da un servizio fotografico che racconta la visita di Arnoldo Mondadori a Mariù Pascoli, la figlia del poeta (Valgimigli 1952).

*Epoca*, al pari di altri rotocalchi del periodo, può essere considerata un laboratorio narrativo, in cui si sperimentano formule che verranno poi riprese e sviluppate da altre testate. Tra queste, i reportage che ritraggono l'intellettuale nella sua casa, nel suo ambiente quotidiano, accanto ai familiari o agli animali domestici, contribuendo a una prosaizzazione della sua immagine; l'attenzione al sistema dell'industria culturale e ai luoghi della cultura, spesso rappresentati anche nella loro dimensione mondana; e infine il lungo filone dei "luoghi di...", ovvero servizi che mettono in relazione l'autore con un luogo centrale nella sua biografia e nella sua opera. Quest'ultimo filone sarà sviluppato in molte indagini successive, come quella di Mario Dondero sui luoghi di Cesare Pavese o quella di Fausto Giaccone sulla Macondo di Gabriel García Márquez.

### Conclusioni. Le diverse funzioni dell'immagine nell'informazione letteraria

Con la nascita dei rotocalchi, gli scrittori diventano soggetti di ampi servizi fotografici, che dotano queste figure di un volto e un corpo e li raccontano nell'intimo e nel quotidiano (Boemia 2024). Nel caso delle recensioni, si afferma l'abitudine di accompagnare il testo critico con un autoritratto dell'autore, spesso e volentieri accostato a una nota bio-bibliografica, che libera il testo dall'incombenza di fornire dati relativi alla vita dell'autore. Di fatto, si aggiunge una soglia che però non rientra nel peritesto, come nel caso delle fotografie pubblicate nel libro, ma nell'epitesto mediatico, vale a dire tutti quei discorsi che accompagnano il viaggio dell'opera nel mondo ma che non sono sotto il controllo autoriale. Come ha scritto Piperno, "i jeans o le scarpe che [lo scrittore] indossa influenzano la ricezione dei suoi romanzi non meno del titolo, del prezzo o della copertina. Il grande sogno formalista – quello che celebrava con una certa enfasi e una bella ingenuità l'autonomia del testo – è clamorosamente naufragato" (2011).

Negli anni del neorealismo, la distanza tra vissuto dell'autore e vissuto dei personaggi si assottiglia notevolmente, anche nel discorso critico informativo. Annunciando la pubblicazione del libro *Il cargo* nella Medusa degli stranieri, una fotografia accompagnata da una lunga didascalia rappresenta Simenon con in bocca la pipa. Il testo redazionale (Anonimo 1951b) parla di un autore che, con il suo Maigret, "non ha ripetuto che la storia di se stesso, la storia di un uomo venuto dalla provincia e che si mantiene impacciato e buono anche nell'esercizio della propria intelligenza". Gli autori, in questo frangente così spesso accostati ai loro personaggi, vengono svelati nella loro fisicità, dando soddisfazione alla piccola Nerina e a Vittorini. Tale idea è ancora più forte in ambito poetico, sostenuta da originali combinazioni tra testo e immagine. Emblematico è il reportage da Trieste dedicato a Saba, nel quale le poesie vengono poste dentro l'immagine come balloon, con il poeta che in un teatro naturale dà l'impressione di recitare nella mente i propri versi.

Accanto alla funzione paratestuale, credo che per valutare il ruolo svolto dall'immagine e dalla fotografia in particolare nell'informazione letteraria occorra considerare il capitale simbolico che è capace di spostare. La fotografia, infatti, non si limita a soddisfare



Fig. 8 | *Epoca*, n. 63, 22 dicembre 1951, p. 89.

una curiosità, ma funge anche come vettore di autorevolezza, capace di discutere gli equilibri esistenti. L'esordio iconografico assume un ruolo cruciale nel promuovere il debutto di un autore, contribuendo significativamente sia al consolidamento della sua visibilità che al conferimento di valore culturale e simbolico alla sua opera. Il racconto dell'assegnazione dei premi letterari dà corpo alla "nobile mischia": nel reportage letterario il salotto diventa il teatro della lotta, le cordate vengono svelate. Del resto, i premi letterari rappresentano più un'imposizione esterna sul mondo dell'arte che un'espressione delle sue energie (English 2005: 2). In assenza di una posizione critica netta, dedicare attenzione e raccontare le vicende di questi premi significa sostenere tale imposizione esterna.

Sia i fotoreportage letterari che i documentari illustrati, nel tono e nel taglio, nella scelta tematica e formale, risultano coerenti con la linea editoriale di una rivista che mira a creare un dialogo proficuo con i nuovi lettori degli anni del boom conservando per

gli scrittori una posizione di autorevolezza, anche attraverso un inedito ruolo di opinionisti, non solo sui fatti pubblici ma sui più diversi aspetti della vita. Nella sezione iniziale "Italia domanda" viene chiesto loro se hanno mai immaginato di essere un animale (per la cronaca, Irene Brin, Vincenzo Cardarelli e Antonio Delfini sarebbero gatti, Alfonso Gatto e Aldo Palazzeschi un uccello) o se si bacia a occhi chiusi o aperti (Giuseppe Marotta, Giacinto Spagnoletti e Alfonso Gatto non hanno dubbi, è meglio a occhi chiusi). Anche alla luce della natura dell'editore della rivista – notoriamente un editore prima di tutto di libri – lo spazio riservato agli scrittori è ampio, anche in ambito extraletterario: si pensi al diario europeo di John Steinbeck, con le fotografie della moglie, Elaine Anderson. Come il prospetto storico ha evidenziato, la via intrapresa da *Epoca* non era l'unica possibile per l'informazione letteraria nei decenni d'oro del fotogiornalismo, ma la doppia natura dell'editore (editore di libri ed editore di periodici), porta la testata verso un utilizzo dell'immagine, per così dire, conciliante, volto a evitare lo scontro aperto, come invece si proponevano di fare altre testate dall'impostazione più elitaria, sul modello longanesiano. I rotocalchi agiscono così come un *piano di proiezione* su cui vengono rappresentati e rinegoziati sia l'interpretazione dell'opera letteraria sia il suo capitale simbolico.

## Note

<sup>1</sup> Cesare Zavattini ne è l'inventore e il responsabile (Contorbia 2009: 1871).

<sup>2</sup> Ho indicato il nome del fotografo ogni volta che è stato possibile risalirvi. Nei casi in cui non è specificato, ciò è dovuto all'assenza di indicazioni nella rivista consultata.

<sup>3</sup> Pierre Sorlin distingue due tipi di immagine: un'immagine sintetica e un'immagine analogica. La prima mira non tanto a riprodurre fedelmente le forme di un oggetto o i dettagli di una scena, ma piuttosto intende offrire una rappresentazione coerente; non cerca di catturare il fatto concreto ma l'idea. La seconda, invece, si riferisce alle immagini della fotografia e del cinema, che nascono attraverso l'applicazione di un dispositivo ottico a una superficie sensibile (2001: X-XIII).

<sup>4</sup> La didascalia di cinque righe dà notizia della sua biografia, della sua bibliografia e dei premi ottenuti (tra cui il Premio Mussolini dell'Accademia d'Italia).

<sup>5</sup> "Quel che più importa è che [Comisso], anche valendosene, ha spogliato la parola e la scrittura d'annunziana [sic]: e se è vero che già i vociani ed i rondisti (alcuni, non tutti) avevano riportato la parola a una maggiore modestia e cioè a una più accertata intensità, nessuno ancora, come Comisso, al giro del periodo aveva ridato quel movimento sotteraneamente così 'fuori letteratura', del quale la letteratura italiana aveva vero bisogno" (Vigorelli 1941).

<sup>6</sup> Per il primo anno a dirigere il settimanale è Alberto Mondadori, che nel dicembre del 1951 lascia il posto a Bruno Fallaci. Nell'ottobre del 1952 assume la direzione l'editore, Arnoldo Mondadori, coadiuvato prima da Renzo Segàla e poi da Enzo Biagi (prima come caporedattore responsabile, accanto a Segàla, e poi come condirettore, dal marzo del 1955).

<sup>7</sup> Gli spazi nei quali *Epoca* dialoga con la letteratura sono molteplici: la sezione "Italia domanda" (come abbiamo visto incline ad accogliere anche questioni letterarie), le sezioni "Letteratura e le lettere" (composte da una a 6 pagine nel cuore del giornale), e la rubrica di recensioni "I libri" (posta invece alla fine del settimanale). Oltre a ciò, occorre segnalare l'avventura dell'inserito letterario mensile *Epoca lettere*, pubblicato in dodici numeri composti di 8-12 pagine dal 17 gennaio 1953 al 24 gennaio del 1954, per un totale di 100 pagine complessive. Diretto da Guido Piovene, l'inserito è inizialmente povero di accompagnamento fotografico, ma la presenza dell'immagine diventa sempre più importante col prosieguo delle pubblicazioni. La pubblicità, invece, è pervasiva: comincia già dal retro di copertina per espandersi nelle diverse sezioni del giornale.

<sup>8</sup> Tra gli episodi della vita di Malaparte su cui il settimanale "punta il dito" figurano l'accusa di plagio per il soggetto del suo film *Il cristo proibito*, lo scontro con i cittadini di Forte dei Marmi per una campana molto cara alla cittadinanza che l'autore di *Kaputt* ha acquistato dal sindaco (Mercadante 1952), fino alla morte (Fusco 1967).

<sup>9</sup> Lascero sullo sfondo le fotonotizie a tema letterario, vale a dire fotografie pubblicate individualmente con una didascalia (come quella che abbiamo visto di Ada Negri su *Tempo*) che, per definizione, possono costituire un racconto o una narrazione non meno di un fototesto (De Berti 2024: 225). Nelle prime annate della rivista compaiono a completamento della rubrica letteraria.

<sup>10</sup> Alba de Céspedes, per altro, è molto consapevole dell'importanza della fotografia nel condizionare l'autorevolezza critica. In una let-

tera del 7 maggio 1952 ad Arnoldo Mondadori fa la seguente proposta: "Che ne dici dell'idea di inserire ogni volta, all'inizio della rubrica, quasi una grande iniziale, una mia piccola fotografia? Così fanno i giornali americani per tutte le rubriche fisse" (Ciminari 2021: 286). La proposta non sarebbe stata accolta.

<sup>11</sup> Alla domanda "Se non foste italiano che vorreste essere francese, turco, tedesco, armeno?", Parise risponde così: "Alcune volte m'è capitato, lo confesso, di desiderare fortemente di non essere italiano; la mia natura, profondamente provinciale, di una provincia singolare, Vicenza, m'ha abituato fin da bambino a una vita tranquilla fatta di ozii fantastici. Solo dopo aver viaggiato e aver visto l'Italia, quasi per intero, mi son sentito italiano; giunto a Milano mi son sentito italiano addirittura in modo particolare, quasi d'obbligo, costretto a un'attività curiosa - questa Milano come un'America! - doverosa dire, frenetica" (Anonimo 1955b).

<sup>12</sup> "È d'obbligo chiedere a una scrittrice notizie della sua vita privata", scrive Stefano Villani.

<sup>13</sup> Si pensi ai reportage che Federico Garolla dedica a Pier Paolo Pasolini e Elsa Morante.

<sup>14</sup> Si ringraziano i revisori anonimi per le preziose osservazioni e i suggerimenti, che hanno contribuito in modo significativo a migliorare il testo.

<sup>15</sup> Sulle mani si sofferma anche Giovanna Zangrandi, nel reportage da Cortina d'Ampezzo firmato da Roberto De Monticelli nel febbraio 1955, dopo la vittoria del Premio Deledda col romanzo *I Brusaz*, pubblicato da Mondadori nella Medusa degli Italiani nel 1954. Racconta Zangrandi: "Certo, quando vengo a Milano e qualcuno mi invita, qua, là, e ci sono scrittori, giornalisti, signore, mi trovo un po' imbarazzata per queste mie mani. Lo so, non sono le mani di una scrittrice. [...] Sono le mani di un'affittacamere, di un'affittacamere di montagna" (De Monticelli 1955a).

<sup>16</sup> In futuro i fotografi torneranno su questo motivo. A mo' di esempio, si veda il reportage fotografico di Uliano Lucas, "Gli scrittori e il loro mezzo", pubblicato su *King* nel 1991, dedicato al tavolo di lavoro degli scrittori. Anche in questo caso l'inchiesta abbandona la rappresentazione canonica del volto dell'intellettuale per concentrarsi su un elemento concettuale - lo spazio del lavoro - capace di evocare indirettamente temperamento e modalità operative. Tra gli scrittori ritratti figurano Giancarlo Majorino, Alda Merini, Lalla Romano, Edith Bruck, Franco Fortini, Vincenzo Consolo, Fulvio Tomizza, Domenico Rea e Franco Loi.

<sup>17</sup> Lo stesso Ravegnani era consapevole dell'originalità dell'operazione proposta da *Epoca* nell'ambito dell'informazione letteraria. Basti leggere alcune considerazioni iniziali: "Premetto subito che questo non vuol essere un 'saggio' critico su Umberto Saba (uno di quei saggi esemplari che danno [sic] fondo all'universo, ma lasciano press'a poco la poesia dove si trova). [...] D'altra parte, Saba [...] è figura che non si chiude, non si può chiudere in un'essai, anche per le qualità dell'uomo. Ci vorrebbe il libro, e che cominciasse dalla biografia, ch'è anche un modo, direi alla Sainte-Beuve, d'intendere la poesia attraverso l'uomo, la vita dell'uomo. Insomma 'far ritratto', dando il loro giusto peso ai vari 'dati' proposti dal quotidiano vivere, e all'aria e ai luoghi in cui il poeta si mosse, e donde trasse i motivi della propria favola poetica" (Ravegnani 1951c).

## Bibliografia

- ALLODOLI E. (1951), "Papini in calzoncini corti", in *Epoca*, n. 13, 6 gennaio, pp. 60-62.
- ANONIMO (1951a), "Straniero ero fanciullo ed ora son vecchio", in *Epoca*, n. 59, 23 novembre, p. 4.
- ID. (1951b), s.t., in *Epoca*, n. 62, 15 dicembre 1951, p. 63.
- ID. (1955a), "Non volle vivere tra macchine e cifre", in *Epoca*, n. 227, 6 febbraio, p. 32.
- ID. (1955b), "Se non foste italiano che vorreste essere?", in *Epoca*, n. 229, 20 febbraio, p. 5.
- ID. (1955c), "La domenica di Guareschi", in *Epoca*, 13 marzo, pp. 15-19.
- BARTOLI A. (1938a), "Il poeta: 'A me occorre molto per non dire niente'", in *Omnibus*, n. 26, 25 giugno, p. 7.
- ID. (1938b), "Discussione per l'assegnazione dei premi letterari: ... la sapete la storiella della serva che dice al sagrestano", in *Omnibus*, n. 32, 6 agosto, p. 7.
- ID. (1938c), "Critici allo specchio: 'Essere così brutto e non far paura a nessuno'", in *Omnibus*, n. 36, 3 settembre, p. 7.
- BOEMIA D. (2020), *I denti dell'arte. La letteratura entre-deux-guerres nell' "Italiano" di Leo Longanesi*, Amos, Venezia-Mestre.
- ID. (2024), "La letteratura alla prova dei rotocalchi italiani. I primi novantasei numeri di 'Tempo' (1939-1940)", in D. BOEMIA, E. GIPPONI, S. LOCATI (a cura di), *Immagine e testo nei periodici illustrati degli anni trenta e quaranta*, Mimesis, Milano-Udine, pp. 95-128.
- BRAIDA L. (2019), *L'autore assente. L'anonimato nell'editoria italiana del Settecento*, Laterza, Roma-Bari.
- CAVALLARI A. (1951), "Come scrivono?", in *Epoca*, n. 13, 6 gennaio, p. 8.
- ID. (1951b), "Whisky and Toro", in *Epoca*, n. 47, 1 settembre, pp. 50-52.
- ID. (1952), "Il nemico viene dalle stelle", in *Epoca*, n. 100, 30 agosto, pp. 40-41.
- CIMINARI S. (2021), *Lettere all'editore. Alba de Céspedes e Gianna Manzini, autrici Mondadori*, Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori, Milano.
- CONTORRIBIA F. (a cura di) (2009), *Giornalismo italiano 1939-1968*, Mondadori, Milano.
- DE BERTI R. (2024), "Storie fotografiche di personaggi famosi nel rotocalco 'Oggi' (1945-1949)", in D. BOEMIA, E. GIPPONI, S. LOCATI (a cura di), *Immagine e testo nei periodici illustrati degli anni trenta e quaranta*, Mimesis, Milano-Udine, pp. 225-251.
- DE MONTICELLI R. (1955a), "La storia di Sabina nella gerla della contrabbandiera", in *Epoca*, n. 228, 13 febbraio, pp. 64-67.
- ID. (1955b), "Viviamo tutti nella sua piccola città", in *Epoca*, 2 marzo, n. 231, pp. 63-65.
- DOLFI A. (a cura di) (2007), *Alfonso Gatto "Nel segno di ogni cosa": atti di seminario*, Firenze, 18-19 dicembre 2006, Bulzoni, Roma.
- ENGLISH F. J. (2005), *The economy of prestige. Prizes, awards, and the circulation of cultural value*, Harvard University Press, Cambridge (MA)-London.
- FALLACI O. (1952), "Pinocchio forse di alluminio", in *Epoca*, n. 12 luglio, pp. 49-51.
- FERRETTI G. C. (2004), *Storia dell'editoria letteraria in Italia. 1945-2003*, Einaudi, Torino.
- FERRETTI G. C., GUERRIERO S. (2010), *Storia dell'informazione letteraria in Italia dalla terza pagina a internet 1925-2009*, Feltrinelli, Milano.
- FOGLIA E. (1952), "Svani il romanzo giovanile", in *Epoca*, n. 68, 26 gennaio, pp. 48-51.
- FUSCO G. C. (1957), "Le signore lo chiamavano 'Adone'", in *Epoca*, n. 356, 28 luglio, pp. 54-57.
- GATTO A. (1941a), "Ritratto di Pea", in *Tempo*, n. 89, 6 febbraio, pp. 43-44.
- ID. (1941b), "Ritratto di Barilli", in *Tempo*, n. 92, 27 febbraio, pp. 39-41.
- ID. (1941c), "Ritratto di Baldini", in *Tempo*, n. 96, 27 marzo, pp. 39-41.
- GENETTE G. (1989), *Soglie. I dintorni del testo*, Einaudi, Torino.
- GIGLI L. (1951), "Ho voluto morire a Roma", in *Epoca*, 20 gennaio, n. 15, pp. 18-19.
- LIUCCI R. (2016), *Leo Longanesi. Un borghese corsaro tra fascismo e Repubblica*, Carocci, Roma.
- LOPEZ G. (1952), "Parlano al mondo i poveri di Silone", in *Epoca*, n. 91, 5 luglio, pp. 38-39.
- ID. (1953), "Le loro mani", in *Epoca*, n. 163, 15 novembre, p. E.L. 79.
- LUCAS U., AGLIANI T. (2004), "L'immagine fotografica 1945-2000", in LUCAS U. (a cura di), *Storia d'Italia. Annali 20: L'immagine fotografica 1945-2000*, Einaudi, Torino, pp. 3-53.
- MARFÉ L. (2021), *Un altro modo di raccontare. Poetiche e percorsi della fotoletteratura*, Leo S. Olschki, Firenze.
- MERCADANTE Q. (1952), "Questa volta la campana suona per Malaparte", in *Epoca*, n. 83, 10 maggio, p. 58.
- MONDADORI A. (1955), "Addio Tommy", in *Epoca*, n. 255, 21 agosto, p. 67.
- MONTANELLI I., STAGLIENO M. (1984), *Leo Longanesi*, Rizzoli, Milano.
- MURIALDI P. (2006), *Storia del giornalismo italiano*, il Mulino, Bologna.
- ONOFRI M. (2008), *Recensire. Istruzioni per l'uso*, Donzelli, Milano.
- PERNA R. (2015), "Da *In principio erat alle Craniologie*. Ketty La Rocca e la fotografia", in LA ROCCA K., *Nuovi studi*, a cura di PERNA R. e GALLO F., Postmedia, Milano, pp. 71-96.
- PIPERNO A. (2011), "Il corpo dello scrittore: se il carisma dell'autore mette in ombra l'opera", in *Corriere della Sera*, 28 marzo 2011 <[https://www.corriere.it/cultura/11\\_marzo\\_28/piperno-corpo-dello-scrittore\\_fe235fc2-5912-11e0-bc5a-84b93b4dfe5d.shtml](https://www.corriere.it/cultura/11_marzo_28/piperno-corpo-dello-scrittore_fe235fc2-5912-11e0-bc5a-84b93b4dfe5d.shtml)>.
- POCAR E. (1955), "Un uomo libero", in *Epoca*, n. 255, 21 agosto, p. 69.
- RAVEGNANI G. (1951a), "Parlava romagnolo alla sua Butterfly", in *Epoca*, n. 19, 17 febbraio, pp. 44-45.
- ID. (1951b), "Umberto Fracchia", in *Epoca*, n. 20, 24 febbraio, pp. 36-38.
- ID. (1951c), "Saba: quasi un racconto", in *Epoca*, n. 63, 22 dicembre, pp. 89-93.
- ID. (1955a), "'Peccato originale' di Giosè Rimanelli", in *Epoca*, n. 223, 9 gennaio, p. 80.
- ID. (1955b), "Credeva di morire dieci anni prima", in *Epoca*, n. 255, 21 agosto, pp. 65-68.
- SAPONARO M. (1952), "L'albo della Titti", in *Epoca*, n. 83, 10 maggio, pp. 44-48.
- SCARPA D. (2012), "Chi sono i contemporanei?", in LUZZATTO S., PEDULLÀ G. (a cura di), *Atlante della letteratura italiana. Vol. III*, Einaudi, Torino, pp. 793-799.
- SMARGIASSI M. (2006), "La liberazione degli dei", in SECCHIAROLI T., *Vicino alle stelle. Sophia & Marcello*, a cura di AGLIANI T. e LUCAS U., Mazzotta, Milano.
- SORLIN P. (2001), *I figli di Nadar. Il "secolo" dell'immagine analogica [1997]*, Einaudi, Torino.
- VALGIMIGLI M. (1952), "'Ti splende su l'umile testa la sera d'autunno, Maria!'", in *Epoca*, n. 65, 5 gennaio, pp. 24-30.
- VIGORELLI G. (1941), "Ritratto di Comisso", in *Tempo*, n. 86, 16 gennaio, pp. 35-36.
- VILLANI S. (1955), "Un giglio le suggerì la sua autentica vocazione", in *Epoca*, n. 235, 3 aprile, pp. 75-76.
- VITTORINI E. (1951), "William Faulkner va in città", in *Epoca*, n. 13, 6 gennaio, pp. 51-53.

# La leggenda dell'artista attraverso le pagine dei rotocalchi: *Epoca* (1950-1958)

VIVIANA TRISCARI

Università degli studi di Catania  
viviana.triscari@unict.it

doi: <https://doi.org/10.62336/unibg.eac.35.563>

## Parole chiave

Epoca  
Iconografia  
Artista  
Fototestualità  
Regimi scopici

## Keywords

Epoca  
Iconography  
Artist  
Phototestuality  
Scopic regimes

## Abstract

Il contributo intende indagare una particolare declinazione del rapporto testo-immagine attiva all'interno del panorama dell'editoria periodica del secondo dopoguerra: ovvero quella volta alla rappresentazione degli artisti visivi (in particolar modo pittori) tramite cui si evolve e si diffonde una certa 'iconografia' degli stessi. L'analisi sarà condotta attraverso lo spoglio dei numeri della rivista *Epoca* del decennio 1950-1958, tra le cui firme spicca quella del critico d'arte Raffaele Carrieri. Tale iconografia si dimostra in parte tesa al mantenimento di alcuni dei *topoi* che sin dal Rinascimento avevano concorso a fare dell'artista un modello di eccentricità, ma esprime anche un'esigenza di 'addomesticamento' della sua immagine al fine di renderla accessibile alla nuova tipologia di pubblico cui il rotocalco si rivolge. La fotografia ha un ruolo di primo piano in questo processo, per cui nel saggio si cercherà di indagarne sia la relazione con il testo scritto che l'accompagna sia di metterla in rapporto con la tradizione precedente sul tema e di considerare l'impatto provocato dall'incontro col nuovo regime scopico prodotto dalla cultura di massa.

This paper aims to investigate a particular form of the text-image relationship at work within the landscape of post World War II periodical publishing: that is, the one aimed at the representation of visual artists (especially painters) through which a certain "iconography" of them evolves and spreads. The analysis will be conducted by perusing the issues of the magazine *Epoca* published between 1950 and 1958, among whose contributors art critic Raffaele Carrieri stands out. This iconography proves to be partly aimed at maintaining some of the *topoi* that since the Renaissance had contributed to make the artist a model of eccentricity, but it also expresses a need to "tame" his image in order to make it accessible to the new type of audience the magazine was addressing. Photography plays a leading role in this process of construction of the post-war collective imaginary, so this essay will attempt to investigate both its relationship with the written text that accompanies it and to relate it to the previous tradition on the subject, considering the impact caused by the encounter with the new scopic regime produced by mass culture.

“È significativo che quello dell’artista sia l’unico tipo di comportamento deviante che venga in qualche modo celebrato.”  
Castelnuovo (2021: VII)

### 1. “Un’esigenza vivissima delle masse attuali”

Flavio Fergonzi in un articolo del 2005 dal titolo “Visitare gli studi d’artista, in parola e in immagine” (2022: 63-83) passa in rassegna un intero decennio, gli anni Trenta, sfogliando le pagine delle principali testate periodiche italiane al fine di restituire un quadro complessivo dei modi in cui gli artisti venivano rappresentati sulla carta stampata, artisti la cui immagine era adesso offerta a un pubblico che stava progressivamente assumendo una fisionomia inedita e sempre più eterogenea.<sup>1</sup> Sin dalle prime battute l’autore individua alcune tendenze caratterizzanti l’approccio dei critici-giornalisti del tempo: la predilezione verso il genere della visita allo studio e un diffuso atteggiamento di dissimulazione del sapere in grado di procurare anche all’uomo qualunque l’illusione di poter accedere insieme allo scrivente dentro lo spazio, al contempo reale e simbolico, e normalmente interdettato ai più, dell’atelier dell’artista.<sup>2</sup> Fergonzi rileva infatti come

Si infittiscono, nel ventennio tra le due guerre e specialmente negli anni Trenta, i resoconti giornalistici di visite ad artisti nel loro studio. Lettori di quotidiani o di riviste di cultura né militante né specialistica sembravano gradire queste incursioni di occhi fintamente ingenui in spazi altri: piaceva che lo scrivente assumesse la posizione incuriosita e vagamente scettica del lettore, cui era riservato il privilegio di penetrare nelle officine di lavoro degli artisti più fortunati e discussi, e premiati alle grandi mostre, Casorati o Martini o De Pisis (2022: 63).

Questa postura “fintamente” ingenua, volontariamente scevra da impalcature teoriche, è anche la marca indiscutibile di una delle firme più note e prolifiche del giornalismo dei decenni centrali del Novecento, quella di Raffaele Carrieri.<sup>3</sup> Poeta e critico autodidatta, Carrieri aveva scritto d’arte sin dagli anni Venti per varie testate: il *Giornale dell’arte*, il *Secolo illustrato*, il *Secolo XX*, *Augustea*, *L’Eco del mondo*, *L’Illustrazione italiana*, ed era stato responsabile della rubrica “Arte” per il periodico *Tempo* col quale collaborò fino al 1954. Tra le colonne del rotocalco, nato mondadoriano ma

già nel 1947 acquisito da Aldo Palazzi, il critico perfeziona un metodo e uno stile che larga fortuna riscuoteranno all’interno delle rubriche e degli inserti speciali di *Epoca* (fondata nel 1950 e anch’essa edita da Mondadori) emulando modelli giornalistici affermati in ambito francese con riviste come *Vu*, *L’Art Vivant* o libri quale *Propos d’artistes* di Florent Fels del 1925.<sup>4</sup> Come già ricordato da Vincenzo di Rosa (2024: 129-143), su *Tempo* Carrieri recensisce alcuni dei più importanti eventi espositivi, scrive articoli tematici e si dedica all’approfondimento della produzione di singoli artisti, intrecciando critica, cronaca e finzione, sovente impiegando l’escamotage della narrazione in prima persona; ma è soprattutto a partire dall’estate del 1941 che il critico inizia a dedicarsi in maniera assidua al succitato format della visita in studio. Secondo Elena Pontiggia, gli scritti di Carrieri sono sintomatici di uno sguardo che “vede nell’arte una forma di vita, non un insieme di teorie” e per il quale “lo stile è, prima di tutto, l’uomo” (2006: 12). Così questo “rabbdomante dell’arte” rivolge la sua attenzione

Prima che all’opera, all’artista, alla sua personalità, all’ambiente in cui vive e al ruolo che recita nel teatro dell’arte. Nascono in questo periodo [...] i suoi “ritratti”: descrizioni di un artista che ne rivelano la poetica attraverso la psicologia, tracciandone un profilo insieme realistico e surreale, preciso e visionario (ibidem).

Lo stile-Carrieri ha dunque segnato in maniera decisiva anche le pagine di *Epoca* dedicate all’arte contribuendo, unitamente al largo impiego che la rivista fece della fotografia, all’affermazione di un nuovo linguaggio nel campo della divulgazione artistica. L’uno e l’altra sembrano infatti mettere in opera quella “esigenza vivissima delle masse attuali” di “avvicinare le cose spazialmente e umanamente” di cui aveva parlato Walter Benjamin, dando concretezza al “bisogno di impossessarsi dell’oggetto da una distanza il più possibile ravvicinata nell’immagine, o meglio nell’effigie, nella riproduzione” (2014: 10-11). Tale processo di adeguamento popolare<sup>5</sup> della storia dell’arte colta nella scrittura del critico-poeta pugliese resta comunque frutto di una volontà autentica di comprensione dell’artista (e attraverso questi dell’opera), essendo Carrieri ben lontano dal voler assecondare la *pruderie* di una massa di lettori in cerca del pettegolesso; ciononostante il suo ‘metodo’ ha probabilmente

te avuto un ruolo non marginale nella progressiva assimilazione dell'artista entro le dinamiche sorte in seno alla cosiddetta società dello spettacolo (Debord 1997). E, infatti, a questo 'addomesticamento' dell'immagine dell'artefice fanno da contraltare da una parte la sua oramai infinita riproducibilità e dall'altra una spettacolarizzazione senza precedenti del privato, due fenomeni il cui esito consistette proprio nel consolidamento di quell'aura leggendaria (Kris, Kurz 2021; Wittkower 2016) tramandatasi grazie al perpetuarsi di modelli e di formule biografiche più o meno fisse che attraverso i rotocalchi furono rinnovate e rimediate in vista di una più ampia diffusione. Il ruolo di primo piano assunto dall'immagine, in particolare nella forma del ritratto fotografico, oltre a determinare il mutamento delle pratiche di ricezione trasformando progressivamente il lettore in spettatore,<sup>6</sup> contribuì ad ampliare la morfologia della rappresentazione, auto ed etero prodotta, tramite la messa in scena mediatica del volto e del corpo dell'artista.<sup>7</sup> L'immagine del pittore inizia così a oscillare tra i due estremi del mito (che si diffonde e capillarizza presso più ampi pubblici) e della desacralizzazione (quindi della sua mercificazione) seguendo una doppia traiettoria che somiglia a quella descritta da Roland Barthes nel saggio sullo scrittore in vacanza. Là il semiologo rifletteva circa il processo di 'proletarizzazione dello scrittore' che vedeva attuarsi in quegli anni:

niente mette meglio in risalto la singolarità di una "vocazione" che il suo essere contraddetta – ma non negata, tutt'altro – dalla prosaicità della sua incarnazione: è una vecchia trappola di tutte le agiografie. [...] Potrò sentirmi commosso e persino lusingato, io semplice lettore, di partecipare tramite la confidenza alla vita quotidiana di una razza selezionata dal genio: potrà sembrarmi deliziosamente fraterna un'unanimità in cui so dai giornali che questo grande scrittore porta i pigiama blu, e che a quel giovane romanziere piacciono "le ragazze carine, il reblochon e il miele di lavanda". [...] Dotare pubblicamente lo scrittore di un corpo chiaramente carnale, svelare che gli piace il bianco secco e la bistecca al sangue, vuol dire rendermi ancora più miracolosi, di essenza ancora più divina, i prodotti della sua arte (1974: 23).

E proprio su *Epoca*, nel 1951, appare un fotoservizio di R. de Saintesprit, "Vista in villeggiatura gente celebre (o quasi)", sottotitolo: "Attori e attrici, scrittori e pittori, indossatrici e sarti, tutti abbandonano Parigi per le vacanze.

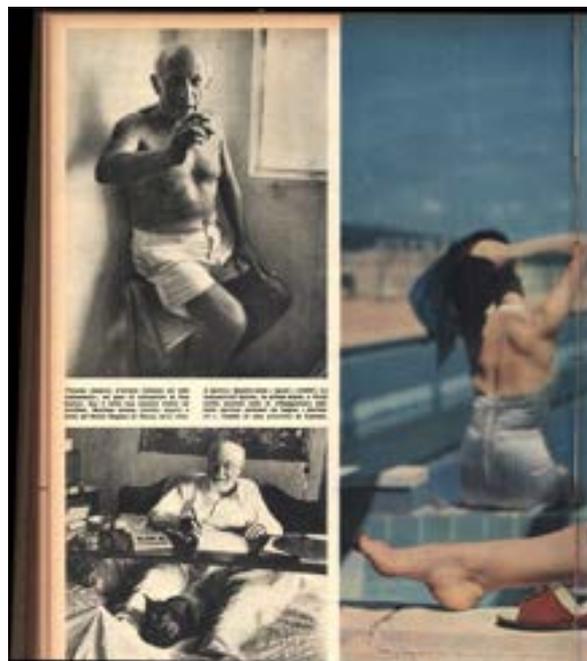


Fig. 1 | Vista in villeggiatura gente celebre (o quasi). Attori e attrici, scrittori e pittori, indossatrici e sarti, tutti abbandonano Parigi per le vacanze. R. De Saintesprit, IV: 48, 8 settembre 1951.

per le vacanze" (32-37). In questo articolo di costume scrittori e pittori, 'sarti' e indossatrici, si trovano riuniti all'interno di un'unica cornice, quella di un vago star system senza distinzioni di sorta. Saintesprit nell'incipit si giustifica spiegando come "La vita intima degli illustri intellettuali è seguita con curiosità e con interesse in Francia quanto in Italia quella degli sportivi", riconfermando l'influenza del gusto diffuso oltralpe sul giornalismo d'attualità italiano. Nella galleria fotografica le varie *celebrities* sono colte in pose e situazioni spontanee, spesso ludiche e talvolta frivole (vi compaiono, tra gli altri, Colette, Georges Duhamel, Sacha Guitry, Christian Dior). Per la categoria pittori, i cui ritratti sono impaginati a fianco a quelli di due indossatrici, i prescelti sono stati Pablo Picasso e Henri Matisse, maestri dell'arte contemporanea rispondenti a modelli esemplari decisamente differenti. Da una parte il pittore-*star* che, come si legge nel corpo dell'articolo, "è perennemente stabilito al mare e perennemente fotografato o cinematografato...nudo", e difatti lo si vede qui con indosso solo dei calzoncini di lino bianco mentre gesticola divertito nella sua casa

di Antibes; dall'altra "il pittore della gioia", Matisse, ripreso in un contesto poco formale, quello della sua camera da letto nell'hotel di Nizza dove abitava, e tuttavia circondato dagli attributi 'istituzionali' che ne rendono riconoscibile lo *status* intellettuale: la carta, la penna, i libri.<sup>8</sup>[Fig. 1]

Nel decennio 1950-1960, attraverso un sistema di comunicazione e informazione rivoluzionato dalla tecnica rotocalcografica,<sup>9</sup> dalla televisione, dalla diffusione del cinematografo, oltre che da approcci giornalistici e critici come quello di Carrieri, si afferma quindi un nuovo modo di guardare all'arte e agli artisti, alcuni dei quali, Picasso in testa, verranno completamente assorbiti nei gangli del nuovo paradigma divistico (Milan, Ventroni 2016). Lo spoglio e l'analisi di rotocalchi<sup>10</sup> quali *Tempo*, *Epoca*, *Oggi*, *L'Europeo*, intesi nella loro funzione di dispositivi di mediazione rispetto a fenomeni e personaggi, risulta pertanto uno strumento fondamentale per comprendere e ricostruire le traiettorie della ricezione dell'arte moderna e del mito dell'artista presso i pubblici nati dal

cosiddetto boom economico. E infatti nel 1962 Luigi Carluccio su *Bolaffi*, a proposito dei pittori contemporanei, scrive che

[...] la gente conosce tutto di loro. Sa come si svegliano, che cosa mangiano. Conosce i loro scandali privati, e i loro silenzi, i tic nervosi, le preferenze in ogni campo, le loro storie interessano il pubblico come le storie dei principi in esilio; ed ormai non c'è giornale, o settimanale o rivista, e non importa quale sia la sua specializzazione che non abbia istituito una propria rubrica delle arti, che non faccia posto, con ampiezza sempre maggiore, alla riproduzione delle opere degli artisti o alla divulgazione dei casi della loro vita (Carluccio 1962: X).

In questo frangente alla visita presso lo studio, che pure continua a essere praticata, va sostituendosi "un nuovo voyeurismo" (Cinelli et al. 2013: VIII) che predilige la visita presso la casa dell'artista e mette al centro dei riflettori la sua persona, l'elemento biografico e/o psicologico: si tratta di uno spostamento che ha l'effetto di mantenere e consolidare alcuni di quei cliché che facevano ormai stabilmente parte dell'immaginario costituitosi da secoli, tramandato dall'aneddotica, dalla storiografia artistica, dagli stessi scritti d'artista.<sup>11</sup> A ben vedere, anzi, la stampa di divulgazione, proprio in virtù della sua natura semplificatoria contribuisce ad alimentare quella mitologia della 'singolarità' perpetrata attraverso il riconoscimento di una serie di idealtipi d'artista,<sup>12</sup> al punto che là ove capiti di imbattersi in una anomala 'normalità' questa viene ugualmente presentata come eccezionale e fatta a sua volta oggetto di mitizzazione. È il caso, ad esempio, del pittore di Busto Arsizio Arturo Tosi, descritto da Carrieri come un uomo dall'aspetto "del milanese solido, il milanese che per ottant'anni si è alzato ogni mattina alle otto [...]. Un professionista serio" (1951: 21), un ritratto ulteriormente confermato dalle fotografie che lo mostrano come un tranquillo signore borghese, ordinato e metodico [Fig. 2].

L'indagine circa le modalità di sopravvivenza e rimediatazione della 'leggenda dell'artista' per il grande pubblico rivela un'insistenza, verbale e iconica, su quella dimensione cronachistica che tanta parte aveva avuto sin dal Rinascimento e il cui ruolo nell'età contemporanea è stato intelligentemente messo in luce dalla sociologa dell'arte Natalie Heinich (2022). Lo studio dell'aneddotica, infatti, secondo la studiosa



Fig. 2 | *Tosi per ottant'anni si è alzato alle otto*, R. Carrieri, III, 27, 14 aprile 1951.

francese ha consentito e consente tuttora di cogliere i più sottili mutamenti attivi all'interno del sistema dell'arte:

da un lato il primato dell'originalità sul rispetto delle convenzioni, o della singolarità sulla tradizione, dall'altro lo spostarsi dei riflettori dalle opere dell'artista, della sua personalità, della sua originalità e della sua figura in quanto parte integrante dell'opera, come rivelano gli sforzi compiuti in questa direzione. Le storie sugli artisti, gli aneddoti sulle loro stravaganze, sono tutt'altro che innocui: veicolano e costruiscono la cultura dell'arte contemporanea (ivi: ed. digitale).

Sul fronte della critica d'arte contemporanea Nicolas Bourriaud nel suo *Forme de vie*, riflettendo sul discusso binomio arte/vita, aveva precedentemente coniato la definizione di "estetica del comportamento" (2015: 81) allo scopo di mettere in luce il valore euristico contenuto nella programmatica mescolanza di verità e di finzione che tali leggende contengono. Si tratta di narrazioni – sostiene infatti Bourriaud – che dimostrano la persistenza di un "*pensiero visivo* basato su rappresentazioni teatrali o artistiche, più che sulla discorsività razionalizzante" (ivi: 83), un pensiero visivo che a quest'altezza viene rimesso in circolo proprio attraverso la tecnica del fotoracconto<sup>13</sup> sancendo l'ormai indiscussa potenzialità discorsiva, oltre che simbolica, delle immagini. Difatti, come ha sottolineato la storica dell'arte Maria Grazia Messina, gli anni Cinquanta rappresentano uno spartiacque importante a partire dal quale è possibile osservare due fenomeni fondamentali:

lo statuto dell'arte e dell'artista e la percezione che ne ha il pubblico in una società sempre più massmediatica e l'interrogazione circa le vicende ed emergenze dell'arte contemporanea, i giudizi di interesse/qualità e i criteri di valore, convogliati da una pubblicistica finalizzata a un'informazione estensiva, quanto offerta in chiave di intrattenimento, allo sguardo prima che alla lettura (2013: 101).

La nuova forma del racconto fotogiornalistico desunta "dal modello cinematografico di *Life*" (ivi: 102; Patellani 1943; Cellinese 2008: 125-155) come pure da quello fotoromanzesco si afferma pienamente su *Epoca* dove – scrive Messina – viene introdotta un'ulteriore novità: l'accostamento tra fotografie di cronaca e



Fig. 3 | *I grandi vecchi dell'arte*, R. Carrieri, l:12, 30 dicembre 1950.

"squillanti riproduzioni a colori dei dipinti", con una predilezione nei riguardi del ritratto e dell'autoritratto in quanto generi "di raccordo fra il mondo dell'arte e quello dello spettacolo" i cui paradigmi sono sempre più intrecciati nel corso di questo decennio e ancora di più nel successivo (Milan, Ventroni 2016).

Alla luce della cornice sin qui delineata l'obiettivo del contributo sarà, pertanto, quello di restituire, utilizzando come campione uno dei rotocalchi che maggiore spazio ha dato all'arte e agli artefici, una visione di massima (data l'impossibilità di trattare qui tutti gli articoli e le rubriche sul tema) di quelli che furono gli schemi più diffusi per la rappresentazione degli artisti, in particolar modo pittori, chiarendone in alcuni casi gli eventuali "usi sociali" (Bourdieu 2018).<sup>14</sup> Alcune delle domande che hanno guidato la ricognizione sono state: in che modo l'immagine dell'artista viene rimediata attraverso la combinazione di testo e fotografia? Quali sono gli idealtipi d'artista che continuano a persistere? E attraverso l'impiego di quali formule o *clichés*? Ma anche, in che modo il

discorso sull'arte o sull'artista può essere strumento per affrontare altri tipi di discorsi (politico, morale, di costume)? Infine, per quanto concerne la scelta dei nomi, lo spoglio degli indici e dei numeri di *Epoca* ha mostrato l'evidente peso delle preferenze di Carrieri e del suo gusto retrospettivo, amante dei "grandi vecchi dell'arte" (Carrieri 1950) italiana e francese ed egli stesso protagonista del grande teatro della *bohème* parigina.<sup>15</sup> [Fig. 3]

## 2. Fuori dall'atelier, dentro la vita

### 2.1 Le mani di De Pisis

Uno dei nomi che maggiormente ricorre sulle pagine di *Epoca* di questo decennio è quello di Filippo de Pisis, al secolo Luigi Tibertelli, pittore-poeta ferrarese morto nel 1956. A De Pisis Carrieri dedica un primo e singolare articolo nel gennaio del 1951, "Le mani di De Pisis" (26-28). Al titolo fa eco la serie di fotografie che correda il testo: una variazione in chiave patetica del *topos* della mano d'artista.<sup>16</sup> Ben quattro scatti in bianco e nero mettono infatti in scena l'impotenza del pittore, il cui mezzobusto emerge a stento dalle coltri del letto della clinica in cui è ricoverato, con l'obiettivo fotografico di Gjon Mili che focalizza tutta l'attenzione su quelle grandi mani in movimento ove pare essersi incanalata l'energia residua di un corpo completamente indebolito. Le fotografie, dal forte impatto visivo ed emotivo, immettono il lettore-spettatore entro una dimensione ultra-privata, esponendo al pubblico una sofferenza altrimenti invisibile la cui natura viene chiarita dal sottotitolo: "Dal 1948 Filippo De Pisis è ricoverato alla Villa Florita di Brugherio. Da tanto tempo il pittore ferrarese non riesce a dormire. Agita spesso le mani insonni come la sua mente". Carrieri, legato all'artista da una lunga amicizia, introduce i lettori di *Epoca* all'interno di uno spazio ben diverso da quello dell'atelier o della casa e costruisce la sua narrazione percorrendo il doppio binario della demitizzazione dell'artista, umanizzato dalla malattia, e della sua sacralizzazione. Le foto, infatti, mostrano il pittore-poeta nei panni di un moderno veggente (si notino gli sguardi allucinati e le espressioni quasi estatiche) mentre le didascalie<sup>17</sup> enfatizzano la dimensione eroica del suo *status* - "non il sonno di una o dieci notti, ma il sonno, tutto il sonno che può essere contenuto nella vita d'un uomo" - ribadisce una di queste.



Fig. 4 | *Le mani di De Pisis*, R. Carrieri, Il: 18, 10 febbraio 1951.

L'intonazione della scrittura di Carrieri, come sempre molto personale, agisce in direzione di quel progressivo avvicinamento di cui si è già parlato: il testo infatti è il resoconto di due giornate di visita al "Vecchio Pippo" (la prima mancata, la seconda portata a termine in compagnia del gallerista Carlo Cardazzo) frammisto ai ricordi di alcuni avvenimenti della vita del pittore che avevano precorso la sua lunga odissea alla ricerca del riposo perduto. Nella parte finale dell'articolo vengono riferiti gli ultimi momenti dell'incontro ed è a questo punto che lo sguardo dell'amico-critico si rivolge interamente "sulle grandi mani", "mani sproporzionate e bianche" le cui movenze, anaforicamente descritte, divengono assolute protagoniste, in una vera e propria riformulazione del motivo della *docta manus*, al punto che Carrieri può scrivere che egli, De Pisis, "completava le parole con le dita". Il recupero tematico e poi la descrizione del gesto demiurgico della mano, anche e soprattutto in una inedita condizione di debolezza, serve a corroborare l'aura mitica dell'artefice, attivando una dinamica

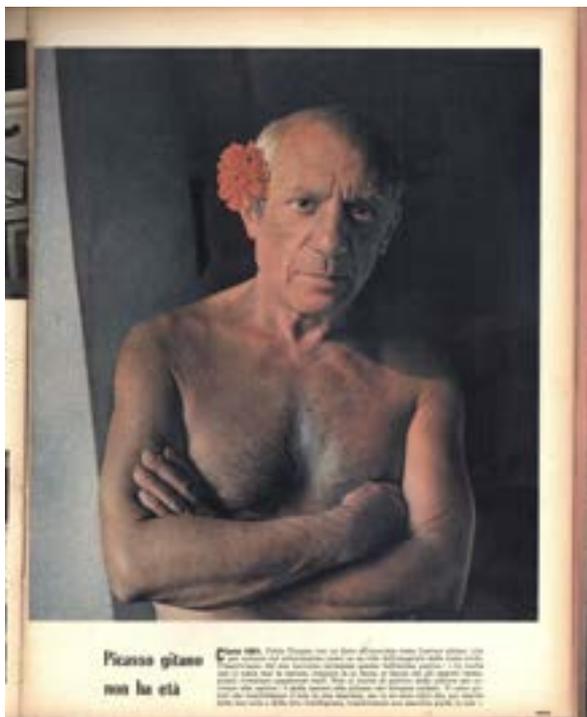


Fig. 5 | *Picasso gitano non ha età*, *I grandi vecchi dell'arte*, R. Carrieri, l:12, 30 dicembre 1950.

duplice in chi legge e in chi guarda. Tuttavia Carrieri ci tiene a restituire anche un'altra immagine di De Pisis: nell'ultima pagina una grande foto lo mostra sorridente e in salute, in compagnia dell'amato pappagal- lo Cocò e con la pipa in mano, mentre una seconda, di formato minore, ritrae il giardino del pittore, i suoi attrezzi, le sue piante, rimandando a uno dei soggetti preferiti della sua pittura, la natura, che è poi anche uno dei leitmotiv della scrittura carrieriana dedicata all'artista. [Fig. 4]

## 2.2 Picasso star

Molto diversa è l'immagine che i rotocalchi, *Epoca* incluso, rimandano del genio vitalistico di Pablo Picas- so,<sup>18</sup> *habitué* delle pagine dei giornali, non solo in ra- gione della sua arte quanto più spesso della sua vita privata. Nel *pictorial essay* "I grandi vecchi dell'arte" le cui foto erano apparse all'interno di un preceden- te servizio di *Life*, al pittore spagnolo è dedicata una piena pagina a colori che, come recita il titolo, fa ve-

dere un "Picasso gitano" e senza età, ma anche sen- za opere e strumenti del mestiere: unico protagoni- sta dell'immagine è il suo corpo, ripreso a torso nudo e braccia conserte mentre guarda dritto in camera. [Fig. 5]

Il pezzo di Gabriele Corradi, "Anche il gufo recita per Picasso" (1952), è un fotoreportage dell'impresa da regista del pittore: mentre il testo verte tutto sulle incredibili qualità creative e demiurgiche dell'artista, le fotografie, sia a colori che in bianco e nero, mostra- no il set, la troupe al lavoro, i paesaggi solari di Anti- bes e gli oggetti attraverso cui l'artista creava quelle "immagini plastiche" che avrebbero dovuto compor- re il cortometraggio. Tra i pezzi più interessanti uno dell'aprile 1953 a firma di Nantas Salvalaggio dimo- stra in maniera esemplare come i fatti della vita del pittore di Malaga offrirono sovente la possibilità di affrontare più ampie questioni relative all'attualità di vario genere. Il racconto di sapore apparentemente anedddotico, "Picasso aveva la febbre quando disegnò



Fig. 6 | *Picasso aveva la febbre quando disegnò Stalin*, N. Salvalaggio,, XI:130, 4 aprile 1953.

Stalin" (1953: 19-20), fa riferimento alla commissione di un ritratto del dittatore russo da parte di Louis Aragon in occasione dell'uscita di un numero speciale della rivista comunista *Lettres Françaises*. L'articolo, tuttavia, si rivela essere una aperta critica del giornalista verso il Partito Comunista francese, e verso lo stesso Aragon, condotta prendendo a pretesto il 'voltafaccia' nei riguardi del povero Picasso febbricitante e del suo ritratto, avvenuto dopo che i vertici di Mosca ne avevano "disapprovato categoricamente la pubblicazione". Salvalaggio ne approfitta per allargare la sua polemica ai principi artistici propagandati dalla "chiesa" bolscevica, sintetizzabili nell'estetica del realismo socialista ("Il viso dell'uomo deve essere dipinto in maniera precisa e fotografica"), e nel trafiletto conclusivo, riprendendo il tono iniziale, riporta uno scambio di battute sulla vicenda verificatosi tra Jean Cocteau e lo stesso Picasso, la cui chiusa è un'arguta *boutade* del pittore circa la sua decisione di acquistare una macchina fotografica. Anche in questo caso le fotografie che corredano il testo mirano a confermare gli assunti del giornalista: queste, difatti, veicolano l'immagine di un Picasso domestico e bonario all'interno del suo ritiro di Vallauris e mostrano, oltre al disegno 'condannato' del volto di Stalin, una foto nella quale si vedono l'artista e Aragon durante una manifestazione comunista che la didascalia dice risalire soltanto al mese precedente, in tal modo ribadendo visivamente il 'tradimento' del poeta che "dopo aver lodato e pubblicato il ritratto di Stalin disegnato da Picasso, ha ritrattato la sua lode accettando il rimprovero del Partito". [Fig. 6]

Nel 1953, l'anno delle due grandi mostre organizzate a Roma e Milano sul genio spagnolo, *Epoca* dedica all'artista una copertina a colori col titolo "Picasso si presenta al pubblico italiano" (Carrieri 1953: 54-59), la cui foto è ripresa da un servizio di *Paris Match* dove il pittore è ripreso nella posa classica dell'artista a lavoro: di tre quarti, guarda in macchina e reca in mano il gessetto colorato col quale sta disegnando, mentre dietro di lui è possibile scorgere delle forme *in fieri*.<sup>19</sup> Nelle pagine interne quattro scatti consecutivi simulano la logica cinematografica così da mettere in sequenza i passaggi attraverso cui l'opera arriva a compimento. Ma il 1953 è anche l'anno in cui François Gilot, la giovane moglie pittrice di Picasso, lo lascia per trasferirsi a Parigi con i due figli, Pablo e Paloma. Sempre Salvalaggio ne racconta in un articolo dai



Fig. 7 | "Madame" Picasso ha paura del genio, N. Salvalaggio, XII: 166, vol. XII, 1956.

toni fortemente misogini intitolato "Madame' Picasso ha paura del genio" (1953: 24-26), rivelando subito il suo posizionamento rispetto alla faccenda. Il servizio si apre con una foto di François che dà il latte a una piccolissima Paloma mentre il testo sottostante incomincia col racconto del tentativo da parte di un fotoreporter, ma potremmo dire un paparazzo, di scattare quella che viene indicata come la fotografia più ambita del momento, testimoniando la piena affermazione di Picasso entro un immaginario divistico che ha decisamente oltrepassato i confini del sistema dell'arte. Tutto l'articolo si regge sulla contrapposizione tra la natura essenzialmente borghese della giovane Gilot, la cui sensibilità – scrive Salvalaggio – "era in fondo quella di una gentile insegnante di ginnasio, con un mondo limitato" e per la quale si era rivelato insostenibile vivere secondo la condotta irregolare del pittore genio e fanciullo, non essendo, ad esempio, all'altezza di sopportarne i numerosi tradimenti. Decisiva per la separazione – così almeno ci viene detto – è la cosiddetta "scappatella di Nimes", narrata senza nessuna remora dal giornalista, come se si trattasse di un qualsiasi banale aneddoto sulla vita del pittore,

la cui immagine peraltro non ne risulta affatto danneggiata dato che non solo il testo ne riconferma il fascino di fatale seduttore ma persino la foto sottostante lo acclama nei panni del buon padre all'interno di un perfetto "quadretto familiare". Alla fine dei conti Picasso – del quale Salvalaggio riferisce anche gli innumerevoli tentativi di riappacificazione – è ritratto semplicemente come "un marito difficile" mentre è François a soffrire "come una qualunque dattilografa o donna di casa". [Fig. 7]

### 2.3 George Grosz tra cronaca ed engagement

Picasso non rispecchia il modello dell'artista *engagé*, ciononostante il suo personaggio, come si è visto, consente di allargare lo spettro dei discorsi che lo circondano anche all'attualità politica. Diverso è il caso di un artista dalla crudele vena satirica come George Grosz. Nel luglio del 1954 Luigi Barzini Jr dedica al pittore tedesco un ampio servizio dal titolo "A Berlino con Grosz" (23-25). La foto d'apertura, quasi a piena pagina, lo mostra secondo una stravagante e inedi-



Fig. 8 | *A Berlino con Grosz*, L. Barzini Jr., XVI:197, 11 luglio 1954.

ta iconografia che lo fa somigliare piuttosto a uomo d'affari americano: Grosz è infatti spavalidamente seduto a cavalcioni su una sedia al centro di un marciapiede della quinta strada di New York, indossa un completo gessato e tiene in mano un sigaro; il resto del corredo iconografico del pezzo è costituito dalle vignette satiriche realizzate da Grosz prima del suo esilio statunitense iniziato nel 1932 a causa delle persecuzioni naziste. Il testo di Barzini è il resoconto di un incontro avuto col pittore appena rientrato in Germania cui prende parte anche un terzo personaggio che resta anonimo. Ne viene fuori la narrazione di una *tranche de vie* trascorsa nella Berlino post-bellica, ove a un certo punto realtà e immaginazione pittorica si intersecano e confondono ("quella sera tutto ci sembrava disegnato da Grosz"), e una conversazione da bar diventa lo spunto per una riflessione che oltrepassa ragioni esclusivamente artistiche allargandosi al confronto tra due stili di vita, americano ed europeo, grazie al racconto di fatti apparentemente banali della vita condotta oltreoceano da Grosz: il figlio *short order cook* che cucina "ova strapazzate con le iniziali personali" dei clienti, la posa da "vecchio tedesco" arrabbiato assunta perché i suoi vicini di giardino è così che se lo aspettano, la cantina fornita di buoni vini americani. Attraverso l'oscillazione nell'identità del pittore, che a casa con la moglie è "Georg (pronunciato 'Gheorg' duro alla tedesca)" mentre quando si trova sul treno per New York diventa "George" pronunciato "Giorg molle all'inglese", si delinea l'opposizione tra un'America dove tutto muta di giorno in giorno e una Germania dove invece – come recita una delle testatine – "nulla è cambiato". [Fig. 8]

### 2.4 La vie bohème: Utrillo e Modigliani

Sulle pagine di *Epoca* il mito de *la vie bohème*,<sup>20</sup> cui per altro Carrieri è profondamente legato avendolo egli vissuto in prima persona, continua a risuonare, e uno spazio notevole viene dato a quei pittori dalla vita irregolare, 'maledetta', talvolta situata sul crinale tra follia e santità.<sup>21</sup> Oltre a Modigliani, principe dei *maudits*, ben due fotoservizi sono dedicati a Maurice Utrillo e uno a Georges Rouault (Carrieri 1954: 64-66). In entrambi i pezzi su Utrillo vengono ripercorse le tappe della vita del grande artista dall'esistenza disperata: figlio della pittrice Suzanne Valadon e poi marito di Lucie Valore, moglie-infermiera che se



Fig. 9 | *L'arte guarì la follia di Maurizio Utrillo*, J. Epervier, XIV:178, 28 febbraio.

ne prese cura fino alla morte, Maurice fu alcolista e mistico, visse la miseria, la povertà, la reclusione in manicomio, e persino quando ebbe raggiunto fama e ricchezza queste sembrarono non appartenergli veramente. "L'arte guarì la follia di Maurizio Utrillo" firmato da Jean Epervier (1954: 33-37) è una sintetica biografia del pittore nella quale si insiste sui motivi dominanti della sua tragica esistenza facendo costantemente interferire le ragioni della vita con quelle dell'arte ("Quel gesso - si legge a proposito del suo "periodo bianco" - gli consente di ritrarre il mondo con la luce squallida, coi toni lividi della disperazione che gli strazia il cuore e i nervi"). Il discorso fotografico si dipana lungo un duplice binario: in bianco e nero sono le foto personali del pittore, da quella che bambino lo ritrae accanto alla madre pittrice si passa alla pagina successiva ove il montaggio cerca di sintetizzare la condizione attuale dell'anziano pittore. Attraverso tre fotografie ne viene infatti riassunta la vita: in quella di formato maggiore lo si vede insieme alla moglie Lucie dentro il loro salotto borghese colmo di quadri, Lucie

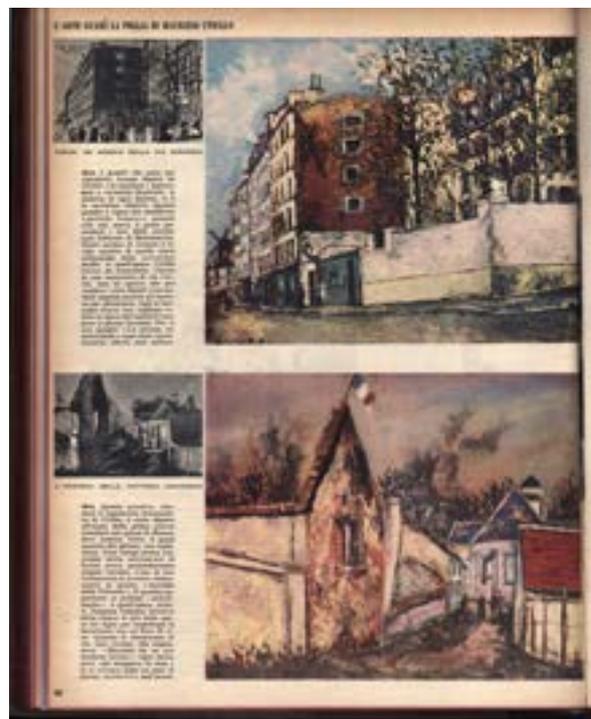


Fig. 10 | *L'arte guarì la follia di Maurizio Utrillo*, J. Epervier, XIV:178, 28 febbraio.

è in primo piano insieme ai loro cani mentre la figura sparuta del pittore in vesti da camera si trova in fondo su una poltrona; in alto a sinistra Utrillo sta baciando devotamente alcune effigi sacre; infine, in basso, lo si vede dipingere, sigaretta alle labbra e tavolozza alla mano, l'iconico cabaret della sua giovinezza, il "Lapin Agile". [Fig. 9] La regia visiva delle immagini a colori insiste, al contrario, sulla sua produzione artistica: se si eccettuano la fototessera che affianca il titolo, "uno dei più recenti autoritratti del maestro", a piè di pagina e in grandi dimensioni vediamo la sua "attuale" tavolozza, accompagnata da una didascalia che chiarisce i dettagli relativi all'uso del suo colore prediletto, il bianco. Le due pagine conclusive contengono infine una sorta di fotoracconto d'arte. L'impaginazione simmetrica prevede a sinistra le riproduzioni, in scala minore e in bianco e nero, delle cartoline dalle quali Utrillo traeva le sue vedute parigine e, a fianco, a colori e in dimensioni maggiori, i quadri dell'artista. Nello spazio vuoto sotto ogni cartolina una didascalia identifica i luoghi reali mentre i brevi



Fig. 11 | *Vino pittura e Giovanna d'Arco*, L. Bocchi, XXI:267, 13 novembre 1955.

testi sottostanti chiariscono la genesi delle opere e riprendono alcuni punti salienti del testo. [Fig. 10] Il successivo pezzo su Utrillo, stavolta a firma di Lorenzo Bocchi e scritto dopo la morte dell'artista, lascia emergere il medesimo ritratto di pittore maledetto, esponendo sin dal titolo gli elementi cardine della sua leggenda biografica: "Vino pittura e Giovanna D'Arco" (1955: 60-61). Oltre alla foto che vede Utrillo nei panni di un umile fedele intento a baciare la croce secondo un'iconografia dell'artista ormai diffusa, più interessante appare la scelta di inserire a piena pagina un fotogramma dal film di Sacha Guitry *Si Paris m'était conté* nel quale il pittore aveva interpretato sé stesso dipingendo nella piazzetta di Tertre. La riproduzione del fotogramma – che risponde alla citazione del film nel testo di Bocchi – mira evidentemente a proclamare il mito addirittura al pari di quello picassiano, poiché – come scrive il giornalista – "questi monumenti in celluloidi si dedicano, come quelli di pietra, ai grandi morti. Per lui come per Picasso hanno fatto uno strappo alla regola". [Fig. 11]



Fig. 12 | *Vita ardente di Modigliani*, R. Carrieri, XXXI:402, 15 giugno 1958.

Nel 1958 Raffaele Carrieri scrive per Amedeo Modigliani un lungo servizio biografico intitolato "Vita ardente di Modigliani" (48-58). L'articolo si apre con un ritratto a piena pagina dell'artista cui fa da complemento la didascalia nel quale Modigliani viene descritto secondo il modello retorico dell'artista saturnino e maledetto: "Impulsivo e melanconico" "tenero e aperto agli amori e alle amicizie" ma anche "casto e dissoluto", "eloquente e solitario". Nel racconto di Carrieri ogni elemento concorre a tramandare l'immagine di "peccatore rovinoso" e tutta la prima parte del testo si regge sulla semantica del fuoco e sul tema della perdizione, richiamati sin dal titolo: "Modigliani s'è bruciato e ha vissuto sul bruciato. Ha peccato, ha espiato [...] Le donne erano fuoco. La pittura era fuoco. Parigi come Babilonia, la città del male". I titololetti dei vari paragrafi insistono variamente sul "mistero figurato" della sua pittura ma anche sulla sua affascinante figura di "Principe di Gerusalemme" [Fig. 12] come sulla costruzione accurata di una 'estetica del comportamento' che passa anche dal modo di vestire, dalla postura, dalle abitudini di lettura e di svago. Dopo averne ripercorso la vita e l'opera, il giornalista



Fig. 13 | *Vita ardente di Modigliani*, R. Carrieri, XXXI:402, 15 giugno 1958.

si sofferma sul successo della grande retrospettiva parigina, in contrasto – anche questo secondo *cliché* – con la scarsa fortuna che la sua opera ebbe in vita. Il racconto per immagini si snoda autonomamente e alterna riproduzioni di quadri a colori e di disegni a fotografie personali. Oltre alla tavolozza che precede l'incipit come fosse una sacra reliquia tutta la pagina 50 è occupata da fotografie dell'infanzia e della prima gioventù: la casa natale a Livorno, il piccolo Amedeo tra le braccia della madre, le immagini dell'apprendistato presso il macchiaiolo Guglielmo Micheli, poi, insieme ad altri artisti, nello studio del pittore Romiti. Nella pagina successiva un giovane Modigliani appena arrivato a Parigi guarda in macchina con occhio sfidante mentre la didascalia racconta delle amicizie parigine (con Picasso, Kisling, Salmon, Vlaminck, Utrillo) e dell'abitudine serale di leggere ai compagni del Sacré-Cœur poesie di Petrarca. A pagina 54 campeggia la foto forse più nota di Modigliani, una perfetta rappresentazione iconografica della *bohème* artistica parigina, un bell'uomo dall'eleganza trasandata che – recita la didascalia – legge “perdutamente” Dante e Mallarmé; accanto e sotto le fotografie di due

luoghi iconici: il Bateau Lavoir dove ebbe lo studio e il ristorante *Chez Rosalie* frequentato abitualmente. [Fig. 13] L'ultima parte del fotoraconto, seguendo la traiettoria verbale, è dedicata alla retrospettiva parigina presso la Galerie Charpentier. Le fotografie mostrano la folla accorsa per vedere le sue opere e immortalano persino una celebrità come Charlie Chaplin<sup>22</sup> preso a osservare un quadro nelle sale della Galleria (la didascalia sottolinea quanto l'attore fosse “colpito dal genio di Modigliani”) mentre altre due foto mostrano la figlia del pittore, Jeanne, intervistata in occasione dell'esposizione e ritratta nel corso di una conversazione coi vecchi amici del padre.

### 3. “Usi sociali” dell'arte e dell'artista

“I nostri figli” apparve sul numero di *Epoca* del 23 dicembre 1950 a firma di Raffaele Carrieri, si tratta di una narrazione a metà tra il fantastico e l'autobiografico: il narratore racconta di un sogno nel quale un angelo “con lo spolverino macchiato d'inchiostro” gli somministra la lettura del *Campionario dei figli riusciti*. Lasciando da parte in questa sede la descrizione dettagliata dei meccanismi ecfraistici implicati nella scrittura di Carrieri ciò che ci interessa è il modo in cui l'autore fa uso della finzione letteraria (la lettura del grande libro portato dall'angelo-scriba) in qualità di espediente per compiere un viaggio ideale attraverso la pittura sul tema dell'infanzia, venandolo di un sentimento pietistico e moraleggiante che gli consente di esprimere la sua preferenza per i cosiddetti figli *riusciti* (nella quale probabilmente si identifica) ovvero i figli dei poveri che ce l'hanno fatta, mettendoli a confronto con i mal tollerati infanti di Spagna o con i duchini di Buckingham. L'impiego del ‘noi sociativo’ sin dal titolo fa sì che il lettore qualunque si trovi coinvolto all'interno di un discorso che, pur partendo dalla pittura, finisce per riguardare il suo privato. L'argomento verrà poi ripreso nel numero 229 del 1955 con la “Piccola galleria dei figli riusciti”. Qui Carrieri si richiama in maniera esplicita all'articolo del 1950, soffermandosi stavolta sul Settecento e l'Ottocento: il critico guarda a Chardin, a Drouais (paragonando il modo di rappresentare l'infanzia dell'uno e dell'altro) poi a Lawrence, a Ensor e infine a Renoir, passando per due Goya in bianco e nero in evidente dialogo tra loro, *I poveri alla fonte* e *La famiglia di Carlo IV*. All'Impressionismo Carrieri riconosce il fatto di aver “eli-

minato il censo, la casta, l'araldica" e di aver ritratto fanciulli che non sono più né "fortunati né sfortunati ma semplicemente bambini. Come le mele. Come le fragole". Evidentemente ciò che interessa a Carrieri è far interagire la storia della pittura con la vita reale dei suoi lettori, una strategia retorica finalizzata all'avvicinamento del nuovo pubblico borghese attraverso la professione dei buoni sentimenti.

Talvolta, comunque, l'incontro tra i protagonisti dell'arte e il lettore avviene attraverso la presa di parola diretta da parte di quest'ultimo: è il caso, ad esempio, della fortunata rubrica "Italia domanda", uno spazio nel quale "chiunque può fare domande su qualsiasi argomento, interpellare qualunque personalità italiana e straniera nel campo delle lettere, della scienza, della tecnica, del costume, della politica, dello sport, etc. sul tema prescelto". E così che un'insegnante ginnasiale chiede "Se esistono pittori di tendenza esistenzialistica?" (la risposta qui è di De Pisis [1951: 7]) o che un tale Angelo Troisi da Roma domanda raggugli circa un romanzo francese ispirato alla figura di Picasso, *Le Mât de Cocagne*, stroncato nella risposta da Renato Sirabella che pure riconosce al libro di aver efficacemente rappresentato l'aura leggendaria del pittore e di averla anzi rafforzata (1953: 9). Diverse colonne occupano le risposte al quesito, evidentemente scottante, di un lettore di Bagnacavallo che chiede: "Un vero artista può essere propagandista e assertore di una qualunque "ideologia" politica?" (1952: 4-8). Per rispondere la redazione di *Epoca* ha selezionato accanto a scrittori del calibro di Alvaro, Vittorini, Sereni, Gadda etc., anche critici, docenti universitari e tre pittori: Birolli Guttuso e Mucchi. Su "Italia domanda" dell'ottobre 1952 il critico d'arte Garibaldo Marussi risponde ad alcuni studenti di scuola superiore che vogliono saperne di più su Amedeo Modigliani (5), mentre un certo Mario Incuti l'anno dopo appare curioso di conoscere da scrittori e artisti "in quale casa di paesaggio di pittore abiterebbero volentieri e perché".

#### 4. *Épater les bourgeois?*

"Il mito è una parola" - scrive Barthes nel testo che chiude l'insieme di saggi che compongono *Miti d'oggi* - ovvero "è un sistema di comunicazione. È un messaggio", dunque, prosegue il semiologo, "non può essere un oggetto, un concetto, o un'idea; bensì un

modo di significare, una forma" (1974: 191). Ciò equivale a dire che il mito ha a che vedere più che con l'oggetto con l'insieme delle rappresentazioni e dei discorsi attraverso cui tale o talaltro oggetto viene detto e/o mostrato: il discorso orale, il discorso scritto, il discorso visivo. E proprio l'immagine appare a Barthes come "più imperativa della scrittura" in quanto "impone la significazione di colpo, senza analizzarla, senza disperderla" (ivi: 193) riuscendo efficacemente a tenere insieme storia e ideologia.

L'analisi delle rappresentazioni attraverso cui l'immagine dell'artista circola e si diffonde, in una fase cruciale della storia del sistema dei media, consente di guardare all'evoluzione, tra persistenza e modificazione, di questa mitologia, considerandola sotto una doppia prospettiva, insieme formale e storica. All'interno del rinnovato regime di visibilità nel quale la fotografia, grazie alle nuove tecniche di riproduzione, ha guadagnato una centralità senza precedenti la stampa asseconda (e suscita) quella "esigenza vivissima delle masse attuali" di cui si è detto in apertura. D'altra parte l'esposizione della persona fisica e insieme l'istituzionalizzazione di una 'postura'<sup>23</sup> in cui pubblico e privato si mescolano rinvigorisce quella inscindibilità, in alcuni casi programmatica, tra vita e opera, sulla quale da secoli si fonda la 'leggenda dell'artista', legittimandone ancora una volta l'eccezionalità dello status. La storia di queste rappresentazioni, le tappe del suo costituirsi, dagli aneddoti sui pittori dell'antica Grecia alle *Vite* vasariane, dall'affermazione dell'autoritratto pittorico come genere autonomo al diffondersi dell'autobiografia d'artista, incontra altre strategie enunciatriche grazie al rinnovarsi degli strumenti di mediazione che, come scrive Heinrich citando André Malraux, contribuiscono all'edificazione del nostro "museo immaginario" (Heinrich 2004: 87). La progressiva riduzione della distanza, il varco aperto attraverso lo spazio fisico, reale e simbolico, ove il pittore non solo lavora ma nel quale vive e consuma una quotidianità fatta di gesti straordinari come pure di azioni comuni e riproducibili, infine il 'valore di esposizione' (Benjamin 2011) quale amplificatore della singolarità, hanno concorso, d'altro canto, a una normalizzazione dell'eccezione stringendo la nascente *liaison* tra il sistema dell'arte e quello dello spettacolo.

## Note

<sup>1</sup> Il medesimo argomento è trattato in un saggio di Paolo Rusconi, il quale però restringe il campo alle sole riviste Rizzoli e alla prima parte del decennio, in Bignami e Rusconi (2014: 165-198).

<sup>2</sup> Sul *topos* letterario e figurativo dell'atelier e sulla rappresentazione dell'artista a lavoro la letteratura è ampia; per una panoramica generale si vedano almeno Stoichita (2013: 200-246); Calabrese (2010); Zuliani (2014); Casini (2017: 12-35; 2023: pp. 47-56); Hall (2022). Sul medesimo tema in fotografia si veda Desveaux (2016).

<sup>3</sup> Per la bibliografia su Raffaele Carrieri si vedano Pontiggia e Perro-ne (2006); Rusconi (2013: 47-66); D'Angelo (2013: 231-246); Di Rosa (2024: 130-144). Su Carrieri poeta Marabini (2006: 65-71); Modeo (2022).

<sup>4</sup> Su arte e artisti visti attraverso la stampa periodica per il periodo che precede quello qui affrontato si vedano De Berti e Piazzoni (2009); Cinelli et al. (2013: 1-116); Di Rosa (2024: 129-144).

<sup>5</sup> In questa sede ci arresteremo al 1958 tenendo fuori dallo spoglio la serie di inserti speciali dedicata da Carrieri a "I Maestri dell'arte contemporanea" edita a partire dal 1959.

<sup>6</sup> L'importanza della diffusione dei rotocalchi in questo passaggio è stata efficacemente messa in luce da De Berti (2009: 3-63) che li indica come fondamentali per il costituirsi di ciò che Francesco Casetti definisce "l'occhio del Novecento", ovvero una modalità di visione sviluppatasi grazie all'avvento della fotografia e del cinema (Casetti 2005). Sul fronte dell'antropologia dell'immagine si veda Hans Belting e il capitolo sul "consumo" dei volti mediatici in *Facce* (Belting 2014: 217-235).

<sup>7</sup> Una morfologia della rappresentazione destinata ad ampliarsi grazie alle nuove possibilità offerte dalla diffusione dell'immagine in movimento, in particolare tramite quello che nella classificazione di Michaud viene definito "film processuale" (Michaud 1998: 15-24). Tale tipologia filmica svolge peraltro una doppia funzione: da una parte rappresenta, infatti, "un'innovativa forma di ritratto in azione dell'artista" mentre dall'altra funge da "documentazione in grado di mostrare la fragranza della creatività" (Casini 2011: 44-58). Tra gli esempi più significativi se ne ricordano alcuni dedicati a Picasso: il film di Paul Haesaert, *Visite à Picasso* (1950), e il più celebre *Le Mystère Picasso* di Henri-Georges Cluzot (1956). Per quanto riguarda le forme dell'autorappresentazione in parole e in immagini (autobiografie e autoritratti) considerate come veicolo di trasmissione della 'leggenda dell'artista' mi permetto di rimandare a Triscari (2024).

<sup>8</sup> A Matisse Carrieri dedica su *Epoca* altri due articoli nei quali il pittore è rappresentato come una sorta di eccezione all'interno del panorama dei grandi artisti proprio per via della sua "mancanza di angoscia" e per la sua innata gioia di vivere (Carrieri 1952: 47-49); in un successivo "Incontro con Matisse" ne viene fuori il ritratto di un "figlio riuscito", la cui natura solida e di gran lavoratore è fatta derivare dalle origini contadine che lo avrebbero infine condotto alla conquista di una "sudata" immortalità (1953: 77).

<sup>9</sup> In Italia la prima rivista stampata col metodo della rotocalcografia fu, nel 1925, *Il Secolo illustrato*. Questa, a partire dagli anni Trenta, ebbe a modello la tedesca *Berliner Illustrirte Zeitung* e la francese *Vu*, cui farà seguito l'americana *Life*, rivista che ispirò in maniera esplicita sia *Tempo* che *Epoca*. Sulle innovazioni prodotte dall'avvento della nuova tecnica, particolarmente per quanto concerne la libertà d'impaginazione e l'impiego esponenziale di immagini fotografiche, si vedano Gipponi, Locati e Boemia (2024: 19-46) e De Berti (2009: 3-64).

<sup>10</sup> Per una definizione del rotocalco si veda De Berti (2009: 3-64).

<sup>11</sup> Sul tema della 'leggenda dell'artista' si rimanda qui soltanto ai fondamentali: Kris e Kurz (2021); Wittkower (2016); dal punto di vista della sociologia dell'arte ai più recenti studi di Heinich (1993; 2012; 2018; 2022).

<sup>12</sup> Sul "regime di singolarità" e sugli idealtipi d'artista si veda Heinich (2018).

<sup>13</sup> Si rimanda al celebre articolo di Federico Patellani (1943).

<sup>14</sup> Sull'istituzionalizzazione dei *periodical studies* come specifico ambito disciplinare e sulla loro relazione con i *cultural studies* e le scienze sociali si veda Gipponi, Locati, Boemia (2024: 19-46). Il saggio contiene anche numerosi riferimenti bibliografici sull'argomento, soprattutto di area anglofona, e può essere pertanto un utile punto di partenza per approfondire il tema. Per quanto concerne il legame tra cultura visiva e stampa periodica si segnala la pubblicazione del *Journal of European Periodical Studies*, in particolare il numero dedicato al progetto di ricerca *Les Périodiques comme médiateurs: les périodiques dans l'écosystème de la culture imprimée et visuelle* (Winter 2019: 5-10). In ambito francofono si vedano anche Stead e Vendrine (2008; 2018).

<sup>15</sup> Si ricordi la serie di quattro articoli apparsi nel 1931 su *Il Secolo XX* col titolo "Ultime scene della vita di Bohème" poi confluiti nella sua autobiografia romanzata *Fame a Montparnasse* (1932).

<sup>16</sup> Sul *topos* della mano d'artista si vedano Vaiani (2003); Casini (2011); Focillon (2017); Mascia (2021).

<sup>17</sup> Sulla funzione della didascalia si vedano i classici Benjamin (2014) e Barthes (1964).

<sup>18</sup> Sono proprio gli anni Cinquanta quelli in cui l'immagine di Picasso diventa oggetto frequente di servizi e reportage: la serie fotografica più celebre è forse quella di Picasso al mare con la famiglia scattata da Robert Capa e in Italia pubblicata su *Tempo* nel luglio del 1949. A questo proposito si veda Steichen (1949). Sulla trasformazione di Picasso in *star* si vedano Krauss (2007: 29-47); Chiodi (2012); Ventroni (2013: 143-159). Su Picasso nel cinema si vedano Bazin (2000 190-198); Bernadac, Breteau (1992); Scremin (2001: 94-105).

<sup>19</sup> Sul tema si vedano Calabrese (2010); Stoichita (2013); Hall (2014; 2022).

<sup>20</sup> Sulla costruzione di questo mito si vedano Bourdieu (2013: 110-176) e Heinich (2018).

<sup>21</sup> Diversi articoli e rubriche, ad esempio, sono dedicati a Vincent Van Gogh e al tema della sua follia.

<sup>22</sup> Sull'inserzione dei divi del cinema negli articoli e nelle rubriche dedicate all'arte si veda Milan (2016: 51-58).

<sup>23</sup> Circa la nozione di postura autoriale, coniata nell'ambito della sociologia della letteratura, si veda Meizoz (2007).

## Bibliografia

- ANONIMO (1951), "In St. Germain Picasso e Sartre", in *Epoca*, XIII:48, 8 settembre, p. 7.
- ID. (1952a), "Un vero artista può essere propagandista e assertore di una qualunque "ideologia" politica?", in *Epoca*, VII:88, 12 giugno, pp. 4-8.
- ID. (1952b), "Come una stella filante: Modigliani, pittore triste", in *Epoca*, IX:104, 4 ottobre, p. 5.
- ID. (1953a), "Per le prossime vacanze cercasi casetta in un paesaggio di Tiziano o di Monet", in *Epoca*, XI:137, 17 maggio, p. 8.
- ID. (1953b), "Attila mondano del XX secolo", in *Epoca*, XIII:165, 29 novembre, p. 9.
- BARTHES R. (1974), *Miti d'oggi* [1957], trad. it. L. Lonzi, Einaudi, Torino.
- BARZINI JR. L. (1954), "A Berlino con Grosz", in *Epoca*, XVI:197, 11 luglio, pp. 23-25.
- BAZIN A. (199), *Che cosa è il cinema?* [1958], trad. it. A. Aprà, Garzanti, Milano.
- BELTING H. (2014), *Facce. Una storia del volto* [2013], trad. it. di C. Baldacci, P. Conte, Roma Carocci.
- BENJAMIN W. (2011), *L'opera d'arte nell'era della riproducibilità tecnica* [1936], trad. it. E. Filippini, Einaudi, Torino.
- BERNADAC M. L., BRETEAU G. (1992) (a cura di), *Picasso à l'écran*, Paris, Skira.
- BOCCHI L. (1955), "Vino pittura e Giovanna d'Arco", in *Epoca*, XXI:267, 13 novembre, pp. 60-61.
- BOURDIEU P., CASTEL R., BOLTANSKI L., CHAMBOREDON J.- C. (2018), *Un'arte media. Saggio sugli usi sociali della fotografia* [1965], trad. it. A. Boschetti, E. Bottaro, Milano, il Saggiatore.
- BOURRIAD N. (2015), *Forme di vita. L'arte moderna e l'invenzione del sé* [1999], trad. it. M. Buonanno, Milano, Meltemi.
- CALABRESE O. (2010), *L'arte dell'autoritratto. Storia e teoria di un genere pittorico* [2006], Firenze-Lucca, La casa Usher.
- CARRIERI R. (1932), *Fame a Montparnasse*, Milano, Bietti.
- ID. (1950a), "I nostri figli", in *Epoca*, I:11, 23 dicembre, 36-45.
- ID. (1950b), "I grandi vecchi dell'arte", in *Epoca*, I:12, 30 dicembre, pp. 53-59.
- ID. (1951a), "Le mani di De Pisis", in *Epoca*, II:18, 10 febbraio, pp. 26-28.
- ID. (1951b), "Ensor a casa", in *Epoca*, II:20, 5 febbraio, pp. 51-53.
- ID. (1951c), "Tosi per ottant'anni si è alzato alle otto", in *Epoca*, III:27, 14 aprile, pp. 21-24.
- ID. (1952), "Matisse è ottimista", in *Epoca*, V:57, 10 novembre, pp. 47-49.
- ID. (1953a), "Picasso si presenta al pubblico italiano", in *Epoca*, XI:136, 24 maggio, pp. 54-59.
- ID. (1953b), "Incontro con Matisse", in *Epoca*, XIII:169, 27 dicembre, p. 77.
- ID. (1954), "Rouault, splendore e ferocia", in *Epoca*, XV:187, pp. 64-66.
- ID. (1955), "Piccola galleria dei figli riusciti", in *Epoca*, XVII:229, 20 febbraio, pp. 43-47.
- ID. (1958), "Vita ardente di Modigliani", in *Epoca*, XXXI:402, 15 giugno, pp. 48-58.
- ID. (1965), "Il pittore della felicità", in *Epoca*, XXIII:289, 15 aprile, pp. 40-42.
- CASTELNUOVO E. (2021), *Presentazione* [1980], in KRIS E., KURTZ O., *La leggenda dell'artista* [1934], Torino, Bollati Boringhieri, pp. VII-XII.
- CASETTI F. (2005), *L'occhio del Novecento: cinema, esperienza, modernità*, Milano, Bompiani.
- CASINI T. (2011a), "La mano 'parlante' dell'artista", in *Predella*, 3, pp. 25-36.
- ID. (2011b), "Un panorama variabile: fonti filmate per la storia dell'arte del XX secolo", in *Palinsesti*, 1, pp. 44-61.
- ID. (2017), *L'autoritratto espanso dell'artista*, in ZUCCATO E. (a cura di), *L'immagine dell'artista nel mondo moderno* (ed. digitale), Milano, Marcos y Marcos, pp. 12-35.
- ID. (2023), "L'autoritratto espanso: dalla pittura alle frontiere digitali", in *Ricerche di storia dell'arte*, 139, pp. 47-56.
- CELLINESE A. (2008), "Le riviste fotografiche: 'Life', 'Look' e l'importanza di uno stile americano", in SCARPELLINI E., SCHNAPP J. (a cura di), *ItaliAmerica. L'editoria*, Il Saggiatore, Milano, pp. 125-156.
- CHIODI S. (2012), "L'immaginazione selvaggia di Pablo Picasso", in *Doppiozero*, 6 luglio, <https://www.doppiozero.com/immaginazione-selvaggia-pablo-picasso>.
- CINELLI B., FERGONZI F., MESSINA M. G., NEGRI A. (2013), *Arte moltiplicata. L'immagine del '900 italiano nello specchio dei rotocalchi*, Milano, Mondadori.
- CORRADI G. (1952), "Anche il gufo recita per Picasso", in *Epoca*, VI:65, 5 gennaio, pp. 31-33.
- D'ANGELO L. (2013), "Un artista accessibile: la strategia di Raffaele Carrieri su 'Epoca'", in CINELLI B., FERGONZI F., MESSINA M. G., NEGRI A. (a cura di), *Arte moltiplicata. L'immagine del '900 italiano nello specchio dei rotocalchi*, pp. 21-24.
- DE BERTI R. (2009), "Il nuovo periodico. Rotocalchi tra fotogiornalismo, cronaca e costume", in DE BERTI R., PIAZZONI I. (a cura di), *Forme e modelli del rotocalco italiano tra fascismo e guerra*, Milano, Cisalpino, pp. 3-64.
- DE BERTI R., PIAZZONI I. (a cura di) (2009), *Forme e modelli del rotocalco italiano tra fascismo e guerra*, Milano, Cisalpino.
- DE SAINTESPRIT R. (1951), "Vista in villeggiatura gente celebre (o quasi). Attori e attrici, scrittori e pittori, indossatrici e sarti, tutti abbandonano Parigi per le vacanze", in *Epoca*, IV:48, 8 settembre, pp. 32-37.
- DEBORD G. (1997), *La società dello spettacolo* [1931], Milano, Baldini&Castoldi.
- DESVEAUX D. (a cura di) (2016), *Dans l'atelier. L'artiste photographié, d'Ingres à Jeff Koons*, Paris, Paris-Musées.
- DI ROSA V. (2024), "Lo spazio dell'arte nella prima serie di 'Tempo' (1939-1943)", in BOEMIA D., GIPPONI E., LOCATI S. (a cura di), *Immagine e testo nei periodici illustrati italiani degli anni trenta e quaranta*, Milano, Mimesis, pp. 130-144.
- EPERVIER J. (1954), "L'arte guarì la follia di Maurizio Utrillo", in *Epoca*, XIV:178, 28 febbraio, pp. 33-37.
- FERGONZI F. (2022), "Visitare gli studi d'artista, in parola e in immagine" [2005], in *L'uomo nero*, 19:19-20, pp. 62-83 [https://doi.org/10.54103/2974-6620/uon.n19-20.2022\\_pp62-83](https://doi.org/10.54103/2974-6620/uon.n19-20.2022_pp62-83).
- FOCILLON H. (2017), *Elogio della mano. Scritti e disegni* [1939], trad. it. di A. Ducci, Castelvecchi.
- GIPPONI E., LOCATI S., BOEMIA D. (2024), "Dall'illustrazione al fototesto. Il rapporto tra testo e immagine nei periodici", in BOEMIA D., GIPPONI E., LOCATI S. (a cura di), *Immagine e testo nei periodici illustrati italiani degli anni trenta e quaranta*, Milano, Mimesis, pp. 19-46.
- HALL J. (2014), *L'autoritratto. Una storia culturale* [2014], trad. it. di A. La Rocca, Torino, Einaudi.
- ID. (2022), *Lo studio d'artista. Una storia culturale*, trad. it. di P. del Vecchio, C. Veltri, Torino, Einaudi.
- HEINICH N. (1993), *Du peintre à l'artiste. Artisans et académiciens à l'âge classique*, Paris, Minuit.
- ID. (2004), *La sociologia dell'arte* [2001], trad. it. Z. Nesi, Bologna, Il Mulino.
- ID. (2018), *L'élite artiste. Excellence et singularité en régime démocratique* [2005], Paris, Gallimard.
- ID. (2022), *Il paradigma dell'arte contemporanea. Struttura di una rivoluzione artistica* [2014], trad. it. X. R. Bradford, Milano, Johan & Levi.
- KRAUSS R. (2007), "Nel nome di Picasso", in KRAUSS R., *L'originalità dell'Avanguardia e altri miti modernisti*, trad. it. E. Grazioli, Fazi, pp. 29-47.
- KRIS E., KURTZ O. (2021), *La leggenda dell'artista* [1934], trad. it. G. Niccoli, Torino, Bollati Boringhieri.

- MARABINI C. (2006), "La poesia di Raffaele Carrieri", in PONTIGGIA E., PERRONE A. (a cura di), *Il mondo di Raffaele Carrieri. Pittura, carte, documenti*, Cinisello Balsamo, Silvana Editoriale, pp. 65-71.
- MASCIANA A. (2012), "L'autobiografismo della mano. Da mano d'artista a mano divina", in *CoSMo*, 18, pp. 215-230.
- MEIZOZ J. (2007), *Postures littéraires. Mises en scène modernes de l'auteur*, Genève, Slatkine.
- MICHAUD PH. A. (1998), "Le film sur l'art a-t-il une existence?", in CHEVREFILS DESBIOLLES Y. (a cura di), *Le film sur l'art et ses frontières*, Publications de l'Université de Provence, Aix-en-Provence, p. 15-24.
- MILAN M., VENTRONI D. (2016) (a cura di), *Boom 60! Era arte moderna*, Milano, Electa.
- MODEO S. (2022), "Il lamento perduto del gabelliere. Su Raffaele Carrieri", <https://www.leparoleelecose.it/?p=43506>.
- PATELLANI F. (1943), "Il giornalista nuova formula", in SCOPINICH E.F. (a cura di), *Fotografia. Prima rassegna dell'attività fotografica in Italia*, Milano, Gruppo editoriale Domus.
- PONTIGGIA E., PERRONE A. (a cura di) (2006), *Il mondo di Raffaele Carrieri. Pittura, carte, documenti*, Cinisello Balsamo, Silvana Editoriale.
- RUSCONI P. (2013), "Artisti in pagina nei settimanali illustrati", in CINELLI B., FERGONZI F., MESSINA M. G., NEGRI A. (a cura di), *Arte moltiplicata. L'immagine del '900 italiano nello specchio dei rotocalchi*, Milano-Torino, Bruno Mondadori, pp. 47-66.
- ID. (2014), "La divulgazione dell'arte contemporanea nelle riviste popolari illustrate di Rizzoli (1931-1934)", in BIGNAMI S., RUSCONI P. (a cura di), *Gli anni Trenta a Milano. Tra architetture, immagini e opere d'arte*, Milano, Mimesis, pp. 165-198.
- SALVALAGGIO N. (1953a), "Picasso aveva la febbre quando disegnò Stalin", in *Epoca*, XI:130, 4 aprile, pp. 19-20.
- ID. (1953b), "Madame" Picasso ha paura del genio", in *Epoca*, XII:166, 6 dicembre, pp. 24-26.
- SCREMIN P. (2001), "Picasso e il film sull'arte", in *Bianco e Nero*, 62:3, pp. 94-105.
- STEAD E. (2019), "Les Périodiques comme médiateurs", in *Journal of European Periodical Studies*, 4:2, Winter, pp. 5-10.
- STEAD E., VENDRINE H. (a cura di) (2008, rééd. 2011), *L'Europe des revues (1880-1920): Estampes, photographies, illustrations*, Paris, PU.
- EAD. (a cura di) (2018), *L'Europe des revues II (1860-1930): Réseaux et circulations des modèles*, Paris, PUPS.
- STEICHEN E. (1950), "Photographs of Picasso by Gjon Mili and by Robert Capa Reveal New Aspects of both the Artist and the Photographers", in *MoMa, Press Archive*, 501198, 19 gennaio, pp. 1-2.
- STOICHITA V. I. (2013), *L'invenzione del quadro [1993]*, trad. it. B. Sforza, Milano, il Saggiatore.
- TRISCARI V. (2024), *Artista. Per una morfologia dell'autorappresentazione*, Lentini, Duetredue.
- VAIANI E. (2003), "Il topos della 'dotta mano' dagli autori classici alla letteratura artistica attraverso le sottoscrizioni medievali", in DONATO M. M. (a cura di), *L'artista medievale*, in *Annali della Scuola Normale Superiore di Pisa*, IV:16, pp. 345-365.
- VENTRONI D. (2013), "Così i lettori italiani hanno visto Picasso. La fortuna dell'immagine dell'artista nei settimanali illustrati (1947-1959)", in CINELLI B., FERGONZI F., MESSINA M. G., NEGRI A. (a cura di), *Arte moltiplicata. L'immagine del '900 italiano nello specchio dei rotocalchi*, Milano-Torino, Bruno Mondadori, pp. 143-159.
- ID. (2016), "Lo spettacolo dell'arte tra riviste illustrate, cinema e tv: gli anni Cinquanta", in MILAN M., VENTRONI D. (a cura di), *Boom 60! Era arte moderna*, Milano, Electa, pp. 26-45.
- WITTKOWER M., WITTKOWER R. (2016), *Nati sotto Saturno. La figura dell'artista dall'Antichità alla Rivoluzione Francese [1963]*, trad. it. di F. Salvatorelli, Torino, Einaudi.
- ZULIANI S. (2014), *Atelier d'artista. Gli spazi di creazione dell'arte dall'età moderna al presente*, Milano, Mimesis.

# La giusta distanza. Immaginari urbani sulle pagine di *Epoca* (1950-1956)

PAOLO VILLA

Università degli studi di Parma  
paolo.villa@unipr.it

doi: <https://doi.org/10.62336/unibg.eac.35.565>

## Parole chiave

Città  
Epoca  
Periodici  
Dopoguerra  
Immaginario urbano

## Keywords

City  
Epoca  
Periodicals  
Post-War  
Urban Imagery

## Abstract

Nel corso degli anni Cinquanta l'Italia passa dalla ricostruzione postbellica a una progressiva crescita culminante nel "miracolo economico". In questo decennio, le città italiane cambiano volto in maniera decisiva e repentina, spesso poco regolamentata, tra nuove periferie, grandi infrastrutture, problemi di gestione dei centri storici e crescita del turismo di massa. La fotografia di reportage e la stampa periodica divengono fonti primarie per indagare la riconfigurazione profonda, nelle strutture materiali e nei discorsi sociali, attorno alla città. Dalle pagine di *Epoca*, la città emerge nella pluralità delle dimensioni che la compongono. Dopo aver tracciato un panorama generale delle forme e degli immaginari urbani presenti sulla rivista, il saggio intende focalizzarsi sui reportage che vedono protagonista Venezia, cristallizzata in un'immagine cartolina, e Milano, presentata come epicentro della modernità italiana. Due ritratti complementari che mettono in scena il dissidio tra cambiamento e permanenza traducendolo nel binomio della città come gioiello antico (che vorrebbe modernizzarsi) e come laboratorio moderno (che rischia di perdere la sua identità storica).

During the postwar reconstruction Italian cities changed their faces decisively and abruptly amid new suburbs, large infrastructures, problems with managing their historic centres, and the rise of mass tourism. Reportage photography and the periodical press became primary sources for investigating the profound reconfiguration, both in material structures and social discourses, around the postwar city. From the pages of *Epoca*, the city emerges in a plurality of dimensions. After tracing a general overview of the urban forms and imagery present in the magazine, the essay focuses on reportages featuring Venice, crystallized in a postcard image, and Milan, presented as the epicentre of Italian modernity. Two complementary portraits that stage the contrast between change and permanence, by translating it into the contraposition between the city as ancient jewel (which would like to modernize) and the city as a modern laboratory (in danger of losing its historical identity).

## Introduzione

“La città veduta con occhi troppo incantati può essere una fata morgana o un mito astratto e pericoloso”: inizia così, nel numero di *Epoca* del 19 luglio 1952, la risposta del filosofo Remo Cantoni a un lettore di Bergamo che chiede se incoraggiare o meno la smania del figlio di trasferirsi a Milano per vivere “da uomo moderno” (Cantoni 1952: 5). Contenuto all’interno della rubrica “Ragguagli dell’*Epoca*” e intitolato “Il mito della città”, l’incipit di questo articolo ricollega ambiente urbano, sguardo e immaginario, predisponendo gli elementi che un’indagine della città mediata da un periodico illustrato fa emergere.

Uscita distrutta dal conflitto mondiale e fortemente associata al trauma bellico, la città italiana conosce nel dopoguerra un radicale processo di riconfigurazione che viene raccontato, documentato e finanche influenzato dai reportage e dalle immagini che affollano i rotocalchi. In un quindicennio, le città italiane ed europee cambiano volto sotto la spinta della “ricostruzione”, che non si limita a una mera ridefinizione materiale, ma genera un clima di ottimismo e apertura verso il futuro: la tabula rasa lasciata dal conflitto è vista come un’opportunità unica per una rinascita politica, sociale e culturale, una palinogenesi completa che si lasci alle spalle, pur trasformandoli in memoria condivisa, i disastri della guerra e costruisca un avvenire più giusto, democratico e fraterno (Judt 2017). Il risorgere dei centri urbani, ricostruiti su criteri moderni e razionali, incarna per sineddoche il nuovo sviluppo che attraversa tutta la nuova Italia repubblicana, e trova rappresentazione nei media di massa.

I periodici illustrati rappresentano un formidabile bacino di risemantizzazione iconografica dell’ambiente urbano, muovendosi tra polarità ricorrenti che delineano volti diversi della città: luogo per la memorializzazione del recente passato, emblema di una modernità rivolta a un futuro ottimisticamente intravisto, palcoscenico per eventi e ricorrenze collettive che segnano nuove modalità di appropriarsi e vivere lo spazio pubblico, o cartina al tornasole per confrontare modelli politici ed economici differenti (Allbeson 2021: 4-6).

L’immagine della città nelle riviste illustrate è pervasiva, dai reportage urbani e dalle inchieste sociali ai servizi di moda o di viaggio, dalle pubblicità ai reso-

conti di cronaca, politica e mondanità. Presenza caleidoscopica, è moltiplicata in una pluralità di sguardi, modelli e sfumature che delineano livelli multipli di identificazione, dal locale al transnazionale, in un pubblico che tramite il rotocalco incontra la città anzitutto *attraverso* l’immagine fotografica. Già a partire dalla fine del XIX secolo, e certamente con il fiorire delle riviste fotografiche tra le due guerre, il legame tra fotografia e ambiente urbano si era fatto sinergico, affiancato da quello tra città e cinema. Conosciuta ed esperita attraverso le forme mediatiche, la città si cristallizza in una serie di tropi visuali e narrativi, divenendo un tema iconografico cardine nell’immaginario del dopoguerra, come diversi contributi che interpolano *urban studies* e cultura visuale hanno indagato negli ultimi anni (Ward 2016; Penz, Koeck 2017; Blacker 2019).

Questo saggio vuole esplorare l’immaginario urbano nei periodici del dopoguerra prendendo il caso della rivista *Epoca* nel suo primo lustro, dal 1950 al 1956. Pur riconoscendo l’arbitrarietà di periodizzazioni troppo nette per fenomeni che nella realtà furono fortemente interconnessi, questo periodo si colloca tra la ricostruzione postbellica, che interessa i secondi anni Quaranta, e l’avvio del boom economico nel 1957. Il periodo è segnato, nel 1952, dalla fine dello European Recovery Plan (o Marshall Plan), che segna chiaramente il passaggio dalla fase propriamente di ricostruzione postbellica a quella di crescita economica e modernizzazione che condurrà al miracolo economico. Si è voluto privilegiare un lustro di passaggio tra due momenti fondamentali nella storia nazionale, anche in riferimento allo sviluppo urbano. Allineandosi all’ottica dei *periodical studies*, volta a un’indagine a tutto tondo delle testate come oggetti autonomi e non meri giacimenti di informazioni testuali (Boemia, Gipponi, Locati 2024: 21-23), l’analisi ha un duplice intento: da un lato, privilegiare la componente iconografica dell’urbano, più che le descrizioni letterarie o giornalistiche; dall’altro lato, considerando la rivista come ente dotato di un’autorialità collettiva, tentare di delineare quali modelli di città – negativi e positivi – *Epoca* propone ai suoi lettori. Considerando interesse annate del periodico, ne emerge un’idea di città complessa che si compone di elementi molteplici e talvolta contraddittori, ma certamente non neutra. Richiamando le note riflessioni di Henri Lefebvre, le forme urbane sono sempre frutto e ri-

flesso del sistema politico, economico e socio-culturale che le ha plasmate, lo stesso potrà dirsi delle loro modalità di rappresentazione, rivelatrici di presupposti culturali e costruzioni ideologiche. Nella lezione lefebvrina, forme concrete, trasposizioni mediali e connotazioni simboliche della città sono infatti difficilmente separabili. Per Lefebvre, se le “pratiche spaziali” coinvolgono la produzione di luoghi socialmente determinati, dunque la concreta generazione delle strutture urbanistiche e architettoniche della città, e se le “rappresentazioni dello spazio” riflettono “lo spazio pensato” da parte di progettisti, urbanisti e pianificatori traducendo i luoghi in un sistema di norme e simboli, le rappresentazioni mediatiche, letterarie e fotografiche della città rientrano invece negli “spazi di rappresentazione”, ossia quelle pratiche e modalità con cui lo spazio viene esperito e vissuto dai cittadini, attraverso immagini, descrizioni, discorsi condivisi. Lo spazio urbano, in questo caso, è illustrato e descritto dai linguaggi artistici e comunicativi, divenendo un ambito che “l’immaginazione tenta di modificare e di occupare [...] utilizzando simbolicamente i suoi oggetti e tendendo [...] verso sistemi più o meno coerenti di simboli e segni non verbali” (Lefebvre 1976: 59).

All’interno di questo sistema di simboli e segni, proporrò la nozione di “distanza” come strumento per concettualizzare la relazione che la rivista intende instaurare tra il proprio pubblico e la città di volta in volta raccontata. La distanza è da intendere come costruzione discorsiva messa in opera dalla rivista attraverso tutte le sue componenti verbali, grafiche e fotografiche, che punta a connotare alcuni modelli urbani come più prossimi, accettabili, desiderabili di altri. Non si tratta dunque di semplice distanza geografica, bensì di una maggiore o minore vicinanza e comunanza culturale, sociale, politica, storica comunicata ai lettori, che avvertono come prossima a sé – o molto lontana da sé – una certa città e tutto il suo sistema sociale, culturale, politico. Questa costruzione semantica della “distanza” da comunicare al lettore è sempre variabile, e nelle sue oscillazioni e varianti diviene lo strumento con cui la rivista indaga e indica di volta in volta modelli urbani diversi alla ricerca di un ideale che incarni la città più adatta all’Italia di inizio anni Cinquanta.

Proprio nel raccontare le città italiane, la costruzione di questa distanza diviene un sottile gioco di

equilibri tra realtà, ideali e aspirazioni dell’Italia post-bellica. Dopo aver delineato una mappatura ampia per grandi “categorie urbane” condotta su *Epoca*, mi concentrerò sui ritratti di due città italiane, Milano e Venezia, che in maniera quasi speculare incarnano una polarità tensiva fondamentale per le narrazioni urbane e in generale per tutta la cultura italiana del dopoguerra, quella tra modernità e tradizione, tra tesaurazione del passato e slancio verso il futuro.

### Le città visibili

Il primo lustro degli anni Cinquanta rappresenta un periodo molto rilevante sia per *Epoca*, che assume un’identità precisa divenendo un periodico di enorme successo, sia per l’Italia, che uscita dalla fase più urgente della ricostruzione di fine anni Quaranta pone le basi per il miracolo economico. La pubblicazione, voluta da Arnoldo Mondadori e affidata inizialmente alla direzione del figlio Alberto, è ispirata al modello degli *illustrated magazines* statunitensi quali *Life*, *Time* o *Look*. Fondata nel 1950 su impulso di Cesare Zavattini, dichiara l’obiettivo di raccontare l’Italia reale, nel solco degli ideali neorealisti di pedinamento della realtà riscontrabili nei reportage dei primi numeri. È un’impostazione audace, ma che regge solo brevemente: Zavattini si sfilia presto dall’impresa, nel 1951 ad Alberto Mondadori succedono in veste di direttori prima Bruno Fallaci e, dal 1953, lo stesso Arnoldo con Renzo Segàla, che allineano la rivista su toni più concilianti e conservatori. *Epoca* varia il proprio contenuto alternando informazione politica, cronaca e cultura a sport, cinema e spettacolo, moda e mondanità – rispondendo, in sostanza, alle richieste del pubblico, con una costante crescita di copie vendute (Aglioni, Lucas 2015: 203-209). Dal 1956 la rivista entrerà in una nuova fase, sotto la direzione di Enzo Biagi, raggiungendo un amplissimo successo e tirature elevate che la rendono la pubblicazione di punta del panorama editoriale italiano (Ponta 2017: 9).

Dalla vocazione generalista e rivolta principalmente a un pubblico medio-borghese, *Epoca* “riproduce e riflette l’immagine di una società in trasformazione” (Hall 1972: 71) e si affida fortemente al fascino dell’immagine fotografica, che spesso prevale nettamente sulla componente verbale assecondando la figura del lettore-spettatore, che legge tanto quanto osserva le pagine, che si muove disinvoltamente tra

testo e immagine, e che riceve e codifica i messaggi anzitutto dal comparto iconico prima ancora che testuale (De Berti 2008: 9).

*Epoca* è una rivista dalla chiara identità italiana, ma che rivela già dai suoi modelli di riferimento un'apertura programmatica verso un orizzonte internazionale. Alle città estere dedica numerosi reportage, sia nei paesi occidentali che dal blocco sovietico, a partire da un servizio in più puntate di Robert Capa dall'URSS che presenta Mosca, Kiev e Stalingrado ai lettori (Gorday, Capa 1950a e 1950b). Le capitali e le città d'Europa, in particolare Londra (Philips 1950a) e Parigi (Piovene 1953a) (ma anche Madrid, Copenaghen, Amsterdam, Barcellona) sono oggetto di costante attenzione. Il tradizionale reportage urbano offre un tour visivo che coniuga le principali icone cittadine (il Big Ben, la torre Eiffel), qualche curiosità della storia locale, la moda e gli svaghi, ritratti di personaggi illustri e persone comuni, talvolta un affondo su alcuni quartieri, sulla comunità italiana di Soho o una famiglia ciociara a Montmartre (Allen Kaley 1951; Piovene 1953b): riccamente illustrati, questi servizi assemblano diversi modelli fotografici, dalla veduta di gusto cartolinesco al ritratto posato, fino a soluzioni affini alla *street photography* americana (Marmo 2023), organizzati dall'impaginazione grafica di Bruno Munari. Talvolta diverse città sono presentate insieme e confrontate tra loro, come nel caso del servizio su tre capitali (a Londra e Parigi si aggiunge Roma) viste dalla prospettiva dei rispettivi fiumi (Cavallari 1951), di un reportage collettivo sui divertimenti notturni di Londra, Parigi, Stoccolma (Anonimo 1955a) o Barcellona (Sorrentino 1951a), le ricorrenti inchieste sul crimine e la cronaca nera a Londra, Parigi, New York, Los Angeles, che dipingono una città violenta e respingente, con scatti *à la Weegee*. Il tratto comune è il costante accostamento alla realtà italiana, in ottica di integrazione e familiarizzazione con luoghi e città di altri paesi dell'Europa occidentale, fino a "Tolosa come Bologna" (Piovene 1953c). Un interesse specifico, nei primi anni di *Epoca*, è rivolto alle città della Germania Ovest come Monaco di Baviera (Capa 1950) o Amburgo (Sorrentino 1951b), che forse in maniera ancora più cristallina di quelle italiane incarnano l'ideale di ricostruzione postbellica come completo rinnovamento non solo urbano ma sociale e politico: alla rimozione del passato nazista si affianca il radicamento del modello capitalista, condiviso con

l'Italia e positivamente valutato. Con questa costante attenzione alle città della Germania Ovest, *Epoca* contribuisce a sganciare l'immagine del paese e dei suoi abitanti dal recente passato, riavvicinandola ai lettori: i tedeschi vivono e lavorano come noi e le loro città sono ricostruite, come quelle italiane, secondo modelli comuni e moderni. La rivista opera una sorta di implicita "denazificazione" attraverso il racconto della ricostruzione e creando un immaginario urbano riconoscibile e prossimo al suo pubblico. Non accade lo stesso per le città della Germania orientale.

Ben diverso è infatti lo sguardo del periodico sulle città oltrecortina, passato il primo periodo di apertura sotto la guida di Zavattini e Mondadori: a partire dalla direzione di Fallaci (convinto antisovietico e filoamericano) *Epoca* si allinea agli indirizzi democristiani e anticomunisti. Non sorprende quindi che i ritratti delle città dell'Europa centrale e orientale come Praga (Della Giovanna 1956), Varsavia (De L'Ain 1955) o Belgrado (Philips 1950b; Vandano 1954a) sembrano dettati da una genuina curiosità, ma costantemente ammantati da un sentore di minaccia e da un'enfasi insistita sull'oppressione e la miseria della popolazione. Quasi fossero delle "sorvegliate speciali", per le capitali dell'est la rappresentazione fotografica dello spazio pubblico lavora su aspetti ben diversi da quelli dei reportage sulle metropoli occidentali: mentre in questi ultimi domina visivamente l'idea di libertà dei cittadini – rappresentata dal traffico e dal caos urbano, dai consumi, dagli assembramenti spontanei di persone, dalle occasioni pubbliche di svago e di espressione – nei primi lo spazio urbano è costantemente occupato da manifestazioni collettive come parate o celebrazioni in cui l'individuo si perde in una folla anonima e militarmente organizzata, caratterizzato da condizioni di forte indigenza, e in cui i segni del conflitto sono ancora visibili – segno inequivocabile di una ricostruzione fallita. Gli scatti sono caratterizzati da tinte più fosche (in senso letterale: il chiaroscuro in questi reportage è generalmente più accentuato che nelle immagini da Londra o Parigi) e, anche grazie alle didascalie, si veicola un costante senso di controllo sui luoghi e gli abitanti. I reportage dall'URSS ruotano sempre attorno a Stalin o al Partito Comunista (Kirk 1952; Silone 1953; Emanuelli, Andersen 1955), in una completa sovrapposizione tra città, personalità dittatoriale e regime: sistema politico e ambiente urbano si identificano l'uno nell'al-

tro, sovrapponendosi. Questa rappresentazione raggiungerà l'acme nei celebri reportage da Budapest di Mario De Biasi nel 1956 (Mauri, De Biasi 1956), in cui l'immagine della città europea ripiomba tragicamente nello spettro dell'annichilimento e della brutalità, che la cultura visuale del dopoguerra stava strenuamente tentando di allontanare dalla memoria collettiva. L'attenta costruzione e la concordanza tra le tre componenti del fototesto individuate da Michele Cometa (2011) e richiamate da Giuseppe Carrara (2020: 61) – retorica delle immagini, del layout e dei paratesti – trasmettono, da un lato, l'attrazione per un mondo inaccessibile, dall'altro lo connotano senza appello come indesiderabile, modello negativo da rifiutare anzitutto ideologicamente. Mai come in questo caso la rivista interpone discorsivamente una distanza massima tra l'oggetto del racconto e il suo pubblico.

A mediare tra questi ritratti urbani contrastanti si affaccia Vienna, immaginata come città delle spie e dei giochi di potere tra Est e Ovest, in reportage che rivelano la forte influenza del cinema nella costruzione dell'immaginario attorno alla città (Sampietro 1951; Monicelli 1952): reminiscenti dell'immagine noir della capitale austriaca di *Il terzo uomo* (*The Third Man*, Carol Reed, 1949), questi reportage dimostrano come l'iconema prenda forma in un sistema intermediale in cui fotografia, cinema, letteratura, editoria si influenzano a vicenda. È però Berlino a incarnare appieno, anche fotograficamente, la dicotomia politica e ideologica che divide il continente (Sorrentino 1951c; 1951d). Costantemente riproposta, la "metropoli in esilio" (Baldi, Mauri 1955: 57) è ritratta come moderna città occidentale o come "città rossa" sottoposta a un potere dittatoriale (Anonimo 1953a; Della Giovanna 1954), specie in occasione degli scontri del 1953 (Barzini 1953). Presentata come un Giano bifronte, Berlino coniuga il doppio sguardo gettato da *Epoca* sulle città europee: vicina e lontana al contempo a seconda dell'appartenenza politica e ideologica, nella sua spaccatura urbana rispecchia la divisione dell'Europa e si scinde in una Berlino Ovest invitante tra democrazia, libertà e consumo, e una Berlino Est che ammonisce sui rischi legati nel percorrere il modello alternativo e comunista.

Più che dalle città del vecchio continente, tuttavia, la modernità rampante e affascinante è pienamente incarnata dalla città americana, che quasi sempre coincide con New York, alla quale *Epoca* de-

dica numerosi servizi: da reportage di stampo sociale (Miller 1951; Barzini 1954) a una fotostoria della città in occasione dell'anniversario della sua fondazione (Cavallari 1953), fino a un portfolio di fotografie di Ernst Haas (già pubblicato su *Life* in versione estesa) che, a colori e con minime didascalie, lascia pieno campo alla fotografia per celebrare il fascino della metropoli (Haas 1955). La questione del colore non è secondaria per comprendere come, specie in alcuni servizi quasi totalmente fotografici, la rivista punti a trasfigurare la città in puro spettacolo visivo, richiamando nuovamente un immaginario fortemente cinematografico: la dimensione delle immagini, il loro concatenamento giocato su forme, linee ed elementi visivi, la componente cromatica sono volti a estetizzare la città in una composizione astratta. Se in alcuni casi il modello cinematografico sembra essere la sinfonia urbana del periodo interbellico (Jacobs, Kinik, Hielscher 2019), che intende abbracciare la totalità della vita cittadina per darne un ritratto multiforme (nel caso di "Lo spettacolo di Parigi" o "Vita da Londra"), e in altri il documentario di stampo sociale o politico (specie per le capitali del blocco sovietico, o in un reportage come "Anche a New York ci sono i poveri"), alcuni servizi celebrano le città, americane ma non solo, come un'attrazione visiva al pari di quanto accade nei film hollywoodiani. "Le magiche luci delle metropoli" passa dai grattacieli di Manhattan a Notre Dame di Parigi, in un tour notturno in cui palazzi e monumenti "si accendono di mille fantastici riflessi, quasi a sfidare l'oscurità che scende sul mondo. Fotografare questi giochi di luce è cogliere uno dei più poetici e sorprendenti aspetti della città moderna" (Anonimo 1954a: 28) [Fig. 1].



Fig. 1 | "Le magiche luci delle metropoli", in *Epoca*, XIV:181, 1954.

L'America incarna la modernità sia nei suoi aspetti positivi che deleteri; è guardata con attrazione, ma anche con timore per gli eccessi e i rischi di un'americanizzazione che si teme incontrollata della cultura italiana (Lalli 1951). A differenza delle città del blocco orientale, che per quanto vicine geograficamente sono presentate come lontane perché rifiutate in virtù del loro contesto ideologico, quelle americane appaiono compartecipi del modello cui si sta volgendo anche l'Italia, e tuttavia anch'esse lontane poiché caratterizzate da una modernità troppo radicale, poco in linea con quanto il lettore italiano potrebbe o vorrebbe aspettarsi nella propria realtà. Suscitano meraviglia e ammirazione, ma possono essere prese a modello solo riformulandone i tratti in consonanza con le caratteristiche del contesto italiano – come vedremo nel caso del grattacielo per Milano. Non modello negativo da rifiutare a priori per posizionamento ideologico, quello della città americana è un modello positivo ma pur sempre avvertito come estraneo, percorribile solo se riadattato. Le capitali europee propongono modelli più affini di modernizzazione, democratizzazione e conciliazione tra passato e futuro, e i loro reportage invitano lo spettatore-lettore a una maggiore partecipazione e identificazione, che superi la curiosità e lo stupore.

### La giusta distanza: Venezia, Milano, e la città (ideale) italiana

Pur se attraversata da una prospettiva internazionale, *Epoca* dedica la maggiore attenzione alle città italiane, la cui presenza percorre molti altri elementi oltre i servizi fotografici. Se intendiamo il periodico come mosaico di molteplici componenti testuali, grafiche, fotografiche e di registri discorsivi diversi ma interrelati, unificati in una sintesi onnicomprensiva nella ricezione, è necessario considerare sempre anche rubriche o inserti pubblicitari che contribuiscono a connotare l'immagine urbana, come una nota pubblicità del Campari che sovrappone il logo del celebre liquore a sei delle più note piazze d'Italia. La rubrica "La città domanda", di volta in volta dedicata a un diverso centro (tra cui Roma, Napoli, Verona, Firenze, Cremona, Monza, Vicenza, Salerno, Taranto, L'Aquila, Bergamo, Anzio e Nettuno) affronta questioni che parrebbero poste direttamente dai cittadini, spesso correlate a elementi di rinnovamento urbano,

infrastrutture, sviluppo industriale o edilizio, mantenimento del patrimonio culturale. Meno frequente la rubrica "Biglietto da visita", che raccoglie le opinioni di personalità note sulle bellezze artistiche e culturali di una città, in ottica di promozione turistica. In questi casi, la rivista attiva una modalità di narrazione e di identificazione focalizzata sul livello locale, ma che consente ai lettori non direttamente coinvolti – perché non abitanti nella città in questione – di scoprire nuovi frangenti del Paese e di istituire paralleli con la propria situazione: il distante diviene vicino, e "La città domanda" rivela la comunanza di questioni e problemi che toccano grandi e piccoli centri. *Epoca* compie così un'operazione sia di informazione ed educazione, sia di costituzione dell'appartenenza nazionale non attraverso la negazione bensì il riconoscimento delle identità locali.

Su simili indirizzi si allineano i reportage veri e propri, tra cui la celebre serie "Viaggio in Italia" di Guido Piovene, che compie un moderno Grand Tour narrato in un'operazione mediale complessa costituita da trasmissioni radiofoniche, resoconti sulla stampa, la pubblicazione finale del celebre libro (Piovene 1957). Un'operazione di narrazione e di educazione del pubblico in questo caso più letteraria che fotografica: rispetto al modello della rivista, il testo di Piovene è qui il fulcro dell'operazione.

Anche nel ritrarre le città italiane, gli articoli fotografici di *Epoca* articolano una complessa dinamica di "distanze", di vicinanza o lontananza, in grado di coniugare in maniera equilibrata tradizione e modernità, appartenenza nazionale e carattere locale. Due soli esempi: di Trieste, fino al 1954 separata dalla madrepatria, si sottolinea a più riprese il carattere italiano e la necessità del ricongiungimento: lontananza politica, ma vicinanza culturale, tradotta in modi quasi sentimentali (Sorrentino 1950; Garolla 1951; Anonimo 1952; De Monticelli 1953; Mauri 1954). Lo stesso accade in *Le nostre città perdute*, sulle città di Istria e Dalmazia definitivamente cedute alla Jugoslavia, dove "innumerevoli sono ancora le tracce dell'italianità" (Vandano 1954b: 46). L'apparato iconografico del servizio punta a evidenziare i legami con l'Italia, a partire dalle architetture storiche, le statue e le rovine antiche disseminate negli scatti. È un atto di presa di coscienza pubblica, attraverso il racconto fototestuale, della definitiva cessione di Fiume e Pola, ma che attraverso le immagini ne ribadisce e rivendica

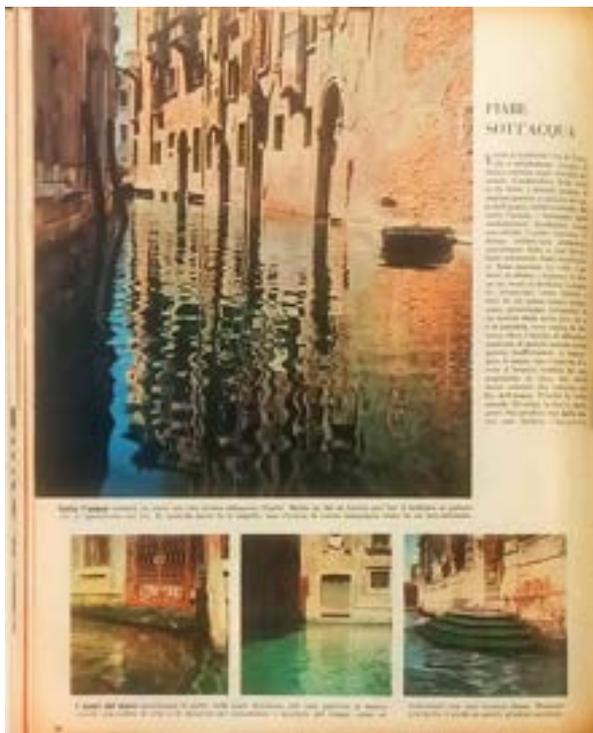
l'intima essenza italiana, a dispetto di qualunque decisione politica: città ormai distanti, entrate nell'orbita del modello politico stigmatizzato dalla rivista, ma indissolubilmente vicine per storia e carattere. Al contrario, un fotoreportage da Matera (Gatto, Pietzsch 1951) sottolinea tanto nelle didascalie quanto nelle immagini il carattere arcaico e degradato della città, unito alla miseria degli abitanti dei Sassi, in linea con un ampio movimento di denuncia che si sviluppa all'inizio degli anni Cinquanta. L'arretratezza e l'arcaismo della città lucana la fa apparire distaccata e lontana – anzitutto culturalmente – dal Paese, quasi un'anacronistica enclave che non è possibile continuare a tollerare.

Ma in questa moltiplicazione di immagini e descrizioni, quale modello immagina *Epoca* per la città italiana? È possibile delineare tra le righe e le fotografie un'idea se non coerente almeno privilegiata di urbano veicolata al pubblico? Sarebbe troppo facile presumere che esso coincida con Milano solo perché la rivista ha sede in città e si rivolge anzitutto alla borghesia meneghina, facendosi portavoce della cultura cittadina, o perché Milano è certamente la città alla quale dedica il maggior numero di servizi. Pur elegendola a emblema della via italiana alla modernità, il periodico non manca infatti di illustrarne i molti problemi, le mancanze e le storture del suo sviluppo frenetico e spesso sregolato, i rischi di una perdita di identità. Per tentare di delineare quale tipo di città la rivista immagina per l'Italia di inizio anni Cinquanta, è più proficuo ragionare su confronti e polarità tensioni. Confrontare il ritratto di Milano e Venezia tracciato da *Epoca* fa emergere i due poli essenziali del dibattito coevo sulla forma della città: Venezia città dell'arte e città-museo, legata al proprio passato fin quasi all'immobilismo; Milano città del progresso e del futuro, ma a rischio di cedere la propria identità alla frenesia del cambiamento. Sembrano essere delineate con tratti contrastanti e complementari, Venezia e Milano lasciano trapelare le tensioni che percorrono la cultura italiana del dopoguerra, a partire dal dissidio tra tradizione e modernità.

Alla città lagunare *Epoca* dedica diversi servizi nei suoi primi anni. Spicca il lungo reportage collettivo "Un'ora a Venezia" (Anonimo 1951a), nel quale fotografia e testo si richiamano a vicenda in un'autentica simbiosi, mentre l'impaginazione di Bruno Munari dà risalto agli scatti, alternando colore a bianco e nero e

distribuendo i blocchi di testo in campiture proporzionali alle immagini. Il racconto procede per capitoli, accostando – stilisticamente e con ironia – alto e basso: il ritratto posato di Peggy Guggenheim a quello di una mucca in una stalla di Dorsoduro; la *street photography* per ritrarre i ragazzini di strada (i "fioi de Venessia") e le calli più povere, dove il sovraffollamento è emergenza abitativa mai risolta, alle immagini quasi pittoriche di Piazza San Marco e dei palazzi nobiliari affacciati sui canali, in una "fiaba sott'acqua" e una sinfonia cromatica. La ressa dei turisti e la febbrile attività del mercato di Rialto sono rese da sequenze cinematografiche che occupano intere pagine. Il reportage restituisce e contribuisce esso stesso a creare la compresenza di due livelli: la Venezia immaginata, dal sapore antico e quasi misterico, che il colore trasfigura in visione onirica, e quella reale, minore e modesta, dei campielli, dei sottoporteghi, della povertà e della disoccupazione, cui è riservato il bianco e nero. In questo reportage che oscilla tra documentazione ed estetizzazione, tra la cartolina e la denuncia nel tentativo di contenere la contraddittoria condizione della città, emerge implicitamente il potere del fototesto di plasmare la percezione del lettore in una direzione o nell'altra a seconda della selezione delle immagini, della qualità del testo, della struttura del racconto.

"Un'ora a Venezia" evidenzia l'oscillazione della rappresentazione urbana tra i poli dell'indagine investigativa e dell'approccio più narrativo-lyrico che ripropone immaginari condivisi e spesso stereotipati, tra la città reale e il suo mito collettivo, che anche grazie ai periodici si autoalimenta [Figg. 2 e 3]. Ma affidarsi troppo al proprio mito può essere rischioso: "i veneziani sognano grattacieli e taxi" titola un altro reportage dedicato all'emergenza abitativa in Laguna. Aperto dall'immagine di un gruppo di bambini che gioca "in un tugurio a San Pietro di Castello", l'articolo rivela che il veneziano medio desidera "un appartamento comodo e facile da riscaldare e mezzi di comunicazione più rapidi dei vaporini" (Valori Manera 1951). La necessità di risolvere il problema dello sviluppo demografico e industriale di Venezia agendo sul tessuto storico della città, insieme al rischio di una museificazione della città che ne deprimerebbe la vitalità è riproposto nella puntata di *Viaggio in Italia* di Piovene (1955a). Come anche nelle altre tappe del giornalista, il testo prevale sul pur ricco apparato fotografico: più che di integrazione, si può parlare di accostamento



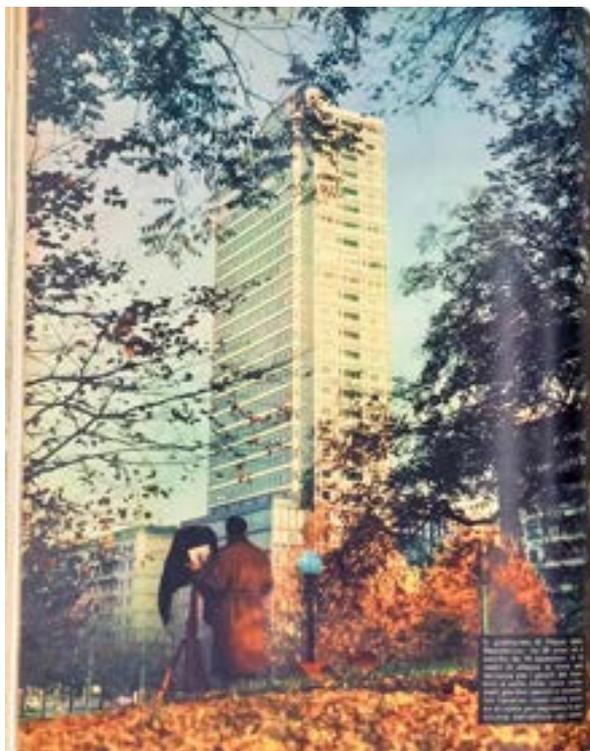
Figg. 2-3 | “Un’ora a Venezia”, in *Epoca*, III:37, 1951. Colore e bianco e nero: Venezia fiabesca e Venezia neorealista.

delle immagini al testo, che procedono paralleli. Ne è riprova il fatto che le didascalie siano stralci dell’articolo. Se il lettore può dunque limitarsi alle sole fotografie e didascalie, questo percorso visivo è presentato come un riassunto sintetico e più superficiale del reportage letterario, a differenza di “Un’ora a Venezia”, dove la componente visuale procede autonomamente, con pari se non maggiore dignità di quella testuale. Piovene stigmatizza una certa rappresentazione della città che indugia in una “miseria estetizzata”, e la reticenza della politica a modificare qualunque assetto urbanistico o a introdurre soluzioni moderne nella gestione del centro, nel timore di modificarne la bellezza antica, condannandolo così a incuria e povertà. Mentre ne celebra il fascino e la trasfigura in immagini estetizzanti, *Epoca* lascia balenare lo spettro di una città cristallizzata in un’immutabilità paralizzante. La tensione tra un approccio critico alla città veicolato dalla narrazione e la sua spettacolarizzazione che passa attraverso la visualità attraversa molte se non tutte le forme di rappresentazione dell’urbano,

soprattutto il cinema, che spesso pone in relazione dialettica due polarità complementari: da un lato la narrazione agisce da critica e finanche da denuncia di aspetti o problemi urbani, mentre la componente visuale iconizza l’ambiente urbano trasformandolo in spettacolo attrazionale.

Chi non si sottrae ai nuovi cambiamenti è certamente Milano. Come già anticipato, *Epoca* non ne traccia affatto un ritratto idilliaco, ma getta luce anche sulla miseria di quartieri come l’Ortica, occupato da fatiscanti baraccopoli poste a contrasto con i cantieri dei nuovi palazzi e per le quali servirebbe “un regista per un secondo miracolo” (A.C. 1951), alludendo al film *Miracolo a Milano* di Vittorio De Sica (1951), o la criminalità dell’area di Porta Genova (Scurto 1951).

Simbolo indiscusso dell’iconografia della modernità milanese è però il grattacielo, costantemente riproposto, talvolta con un piglio più tecnico e informativo (Villa 1952; Borromeo 1956) talvolta con toni più leggeri. “Alice nel grattacielo delle meraviglie” riscrive il racconto di Lewis Carroll all’interno di un grattacie-



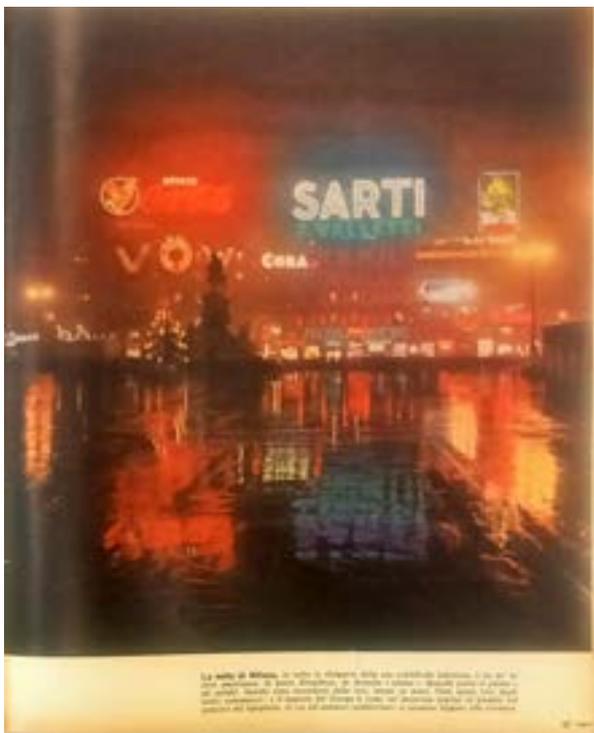
**Fig. 4** | “La Milano dei grattacieli”, in *Epoca*, XXII:278, 1956. Il grattacielo di Piazza della Repubblica.

lo meneghino di prossima costruzione in Piazza della Repubblica [Fig. 4], nel quale la protagonista – ben poco ingenua, anzi assai informata e intenzionata a ottenere una casa con tutti i confort – troverà un appartamento moderno, realizzato secondo le ultime tendenze architettoniche e tecnologiche (Manerba 1953a). Il grattacielo di Piazza Repubblica, di cui la rivista segue tutta la costruzione, torna in un servizio in occasione del Ferragosto, con gli operai che festeggiano la posa del tetto dell’edificio (Manerba 1953b). Mentre il testo descrive le caratteristiche costruttive dell’edificio, le fotografie panoramiche sulla città rappresentano un punto di vista fortemente legato alla modernità. Milano viene spesso rappresentata con scatti aerei o notturni: i primi, a volo d’uccello, comunicano l’estensione della nuova metropoli in pieno sviluppo; le seconde ne sottolineano l’allure mondana, tra insegne al neon, locali, teatri e cinema nella “Manhattan milanese” che è Corso Vittorio Emanuele (Anonimo 1951b). Il contrasto tra le due anime,

diurna e notturna, laboriosa e gaudente, della città è presentato in “Milano giorno e notte” (Calzini 1951): in un legame simbiotico tra testo e immagine, l’articolo inizia con la descrizione e l’analisi della fotografia in bianco e nero d’apertura, che mostra gli edifici in demolizione, le guglie del Duomo sullo sfondo, un nuovo edificio moderno a sinistra, una pozzanghera fangosa in primo piano, a cui è contrapposta la veste luccicante che la città assume al calare del buio, fotografata a colori, in una selva di cartelloni e insegne luminose [Figg. 5 e 6].

La rincorsa alla modernità porta anche nuovi problemi per Milano, che – paradossalmente – contribuiscono a renderla ancora più moderna, al pari di Londra e New York: la mancanza di verde (Anonimo 1956a), il problema del rumore (Baldi 1951a) e la “guerra allo smog” (Vigliani 1956), il traffico potenzialmente aggravato proprio dalla costruzione di grattacieli (Anonimo 1954; Anonimo 1956b), o l’annosa questione della metropolitana, progettata ma – a inizi anni Cinquanta – ancora irrealizzata: una lacuna giudicata intollerabile dalla rivista, dato che Milano “ha lasciato passare il gran momento storico delle metropolitane” (Baldi 1951b: 56), ossia il primo decennio del XX secolo.

Nel rappresentare Milano come città italiana moderna per antonomasia, la rivista la accosta, anche iconograficamente, a Londra, Parigi, New York: la dimensione identitaria muove così dal locale al transnazionale attraversando il nazionale, e, come scrive Piovene nel doppio servizio dedicato a Milano, la città “è la più europea tra le italiane” (1955b: 49). Specularmente a ciò che accade a Venezia, ciò che sembra preoccupare è soprattutto la possibile perdita del volto e del carattere tradizionali della città, che le altre città italiane continuano a conservare. Il problema della perdita identitaria emerge per esempio nel servizio a colori sui quadri vedutisti di fine Ottocento, pubblicato in occasione della mostra dedicata al paesaggio italiano alla Permanente nel 1954, dal titolo “Vecchia Milano, addio!”, il cui testo lamenta la scomparsa di molti dei luoghi ritratti (Carrieri 1954). La corsa alla modernità rischia di cancellare questa identità in nome delle nuove esigenze: un lettore chiede senza molti giri di parole perché Milano non si disfi di alcuni dei suoi monumenti per rendere più agevole il traffico, suscitando la risposta piccata del Soprintendente alle belle arti (Anonimo 1953b). Un



Figg. 5-6 | "Milano giorno e notte", in *Epoca*, II:26, 1951. Colore e bianco e nero: Milano diurna e Milano notturna.

altro domanda esplicitamente se Milano, trasformata dal rinnovamento postbellico, sia "fisicamente bella o brutta [...] se non abbia una via, una piazza, un luogo dove vi piaccia soffermarsi?". Tra le diverse risposte, la più articolata giunge dall'architetto Ernesto N. Rogers, che stronca la città - "un tempo una delle più belle d'Europa" - come "una delle più glabre d'Europa", e argomenta: "Due problemi sorgono [...] a) conservare i preziosi retaggi; b) porre le condizioni affinché il carattere della città si perpetui nei nuovi quartieri trasferendo altrettanta bellezza nelle necessità economiche contemporanee" (Anonimo 1955b: 6). Per Rogers, il problema estetico di Milano sembra essere l'opposto di quello di Venezia: riuscire a conservare la propria identità senza essere travolta dal rinnovamento a tratti selvaggio che la investe.

### Conclusion

L'immaginario urbano viene costruito e veicolato da *Epoca*, nei primi anni della sua pubblicazione, attraverso numerosi fototesti dedicati alla città, che assolvono almeno tre funzioni principali. Anzitutto, la fotografia urbana modella la rappresentazione mentale che i lettori si fanno dello spazio pubblico, delle sue forme, dei suoi usi o abusi, indirizzando e influenzando il rapporto quotidiano con lo spazio della collettività; in secondo luogo, il reportage a tema cittadino attiva processi di identificazione stratificati e complementari nei lettori-spettatori, che possono sentirsi allo stesso modo parte di comunità locali, nazionali e internazionali, a vario titolo e livello; infine, questi fototesti offrono un piacere scopico fondato sulla trasformazione della città in oggetto estetico e in forma di spettacolo. Nella sua sublimazione iconi-

ca, la fotografia consente di vivere surrettiziamente gli aspetti elettrizzanti della città moderna, senza doversi relazionare a quelli problematici.

In queste rappresentazioni fototestuali dell'urbano *Epoca* non presenta tanto un'unica idea di città o un solo modello urbano. Ne propone diversi, negoziando continuamente la percezione di distanza instaurata tra pubblico e città ritratta. Una distanza che passa tanto da elementi verbali – aggettivazione, deittici, interpellazioni al lettore – quanto iconici: attentamente selezionate e contestualizzate, le immagini possono restituire una sensazione di familiarità o di estraneità, di vicinanza o di lontananza alle consuetudini culturali, politiche, morali o sociali del pubblico italiano. Caso emblematico sono le città oltre la cortina di ferro, che il lettore è invitato a *tenere a distanza*, senza fare proprio il loro modello urbano e politico-ideologico. Se le città del blocco sovietico sono presentate come *alla massima distanza possibile* (ancor più di Tokyo) poiché connotate come incompatibili alla realtà italiana, la modernità americana, pur allettante, viene anch'essa *distanziata* per motivi sociali e differenze culturali. Nell'ottica di una nascente integrazione europea, *Epoca* presenta più favorevolmente l'immaginario urbano dell'Europa occidentale, attenuando la sensazione di distanza politica o culturale con quanto raffigurato: Londra e Parigi appaiono ben più prossime e familiari non solo di Mosca o New York, ma anche dell'arcaica Matera.

Nel presentare i casi italiani la rivista negozia ogni volta una delicata "giusta distanza" tra polarità diverse (localismo e cosmopolitismo, spinta alla modernità e identità tradizionale, legame col passato e slancio verso il futuro, rinnovamento e conservatorismo) per delineare in filigrana come *dovrebbe essere* la città italiana, a partire da come è o non è questa o quella città. Venezia e Milano sono presentate come alternative speculari, l'una fiera di un'eredità storica e urbana che sembra però soffocare lo sviluppo limitandola a vetrina per il turismo, l'altra avviata verso una trasformazione galoppante – che *Epoca* sostanzialmente appoggia, pur muovendo delle critiche – ma che rischia di trasformarne in maniera irriconoscibile il volto, rendendola una città senza memoria di sé stessa. Al netto delle considerazioni storiche, colpisce che a distanza di settant'anni i discorsi e gli immaginari visivi attorno a queste due città siano sostanzialmente immutati, come se quel giusto equilibrio continui a sfuggire chimericamente.

## Bibliografia

- A. C. (1951), "Cercasi regista per secondo miracolo", in *Epoca*, IV:51, pp. 48-50.
- AGLIANI T., LUCAS U. (2015), *La realtà e lo sguardo. Storia del fotogiornalismo in Italia*, Einaudi, Torino.
- ALLBESON T. (2021), *Photography, Reconstruction, and the Cultural History of the Postwar European City*, Routledge, London.
- ALLEN KALEY G.B. (1951), "Soho. Chianti bistecche e Sole mio", in *Epoca*, III:35, pp. 46-60.
- ANONIMO (1951a), "Un'ora a Venezia", in *Epoca*, III:37, pp. 23-63.
- ID. (1951b), "La Manhattan di Milano", in *Epoca*, II:23, p. 14.
- ID. (1952), "A Trieste grido di dolore", in *Epoca*, VI:77, pp. 17-18.
- ID. (1953a), "Berlino Est segreta", in *Epoca*, XII:153, pp. 37-44.
- ID. (1953b), "Milano corre e non vuole fermarsi per colpa dei suoi monumenti", in *Epoca*, XIII:158, p. 8.
- ID. (1954a), "Le magiche luci delle metropoli", in *Epoca*, XIV:181, pp. 28-33.
- ID. (1954b), "Rimedi o cure radicali per il traffico a Roma e Milano?", in *Epoca*, XIV:172, pp. 8-12.
- ID. (1955a), "Dopo cena in tutto il mondo", in *Epoca*, XIX:236, pp. 27-40.
- ID. (1955b), "Milano bella o brutta?", in *Epoca*, XIX:242, p. 6.
- ID. (1956a), "Per il verde di Milano", in *Epoca*, XXII:283, p. 78.
- ID. (1956b), "Non facciamo dei grattacieli i nemici del traffico", in *Epoca*, XXII:284, p. 3.
- BALDI G. (1951a), "Noi accusiamo il rumore", in *Epoca*, V:53, pp. 55-58.
- ID. (1951b), "Un serpente di mare sotto le strade di Milano", in *Epoca*, V:59, pp. 55-59.
- BALDI G., MAURI M. (1955), "La Wehrmacht rinasce a valanga", in *Epoca*, XIX:246, pp. 42-50.
- BARZINI L. (1953), "I compagni hanno ucciso i compagni", in *Epoca*, XI:143, pp. 15-19.
- ID. (1954), "Perché odiano New York", in *Epoca*, XIV:180, pp. 52-55.
- BLACKER U. (2019), *Memory, the City, and the Legacy of World War II in East Central Europe. The Ghosts of Others*, Routledge, London-New York.
- BOEMIA D., GIPPONI E., LOCATI S. (2024), "Dall'illustrazione al fototesto. Il rapporto tra testo e immagine nei periodici", in Ead. (a cura di), *Immagine e testo nei periodici illustrati italiani degli anni trenta e quaranta*, Mimesis, Milano-Udine, pp. 19-46.
- BORROMEO G. (1956), "La Milano dei grattacieli", in *Epoca*, XXII:278, pp. 40-47.
- CALZINI R. (1951), "Milano giorno e notte", in *Epoca*, II:26, pp. 46-50.
- CANTONI R. (1952), "Il mito della città", in *Epoca*, VII:93, p. 5.
- CAPA R. (1950), "L'autunno arriva in Baviera", in *Epoca*, I:2, pp. 50-54.
- CARRARA G. (2020), *Storie a vista. Retorica e poetiche del fototesto*, Mimesis, Udine-Milano.
- CARRIERI R. (1954), "Vecchia Milano, addio!", in *Epoca*, XVI:205, pp. 42-46.
- CAVALLARI A. (1951), "I 3 grandi dell'Occidente", in *Epoca*, IV:43, pp. 21-44.
- ID. (1953), "Buon compleanno, New York", in *Epoca*, X:128, pp. I-VIII (supplemento).
- COMETA M. (2011), "Fototesti. Per una tipologia dell'iconotesto in letteratura", in DEL MARCO V., PEZZINI I., *La fotografia. Oggetto teorico e pratica sociale*, Edizioni Nuova Cultura, Roma.
- DE BERTI R. (2008), "Rotocalchi tra fotogiornalismo, cronaca e costume", in DE BERTI R., PIAZZONI I. (a cura di), *Forme e modelli del rotocalco italiano tra fascismo e guerra*, Cisalpino, Milano.
- DE LAIN G. (1955), "Anche i capi comunisti vanno a messa in Polonia", in *Epoca*, XVIII:223, pp. 40-45.
- DE MONTICELLI R. (1953), "Ei xe mato", in *Epoca*, XIII:159, pp. 15-22.
- DELLA GIOVANNA E. (1954), "Hanno paura ad attraversare la strada", in *Epoca*, XIV:178, pp. 58-61.
- ID. (1956), "Un giorno a Praga", in *Epoca*, XXIV:302, pp. 52-57.
- EMANUELLI E., ANDERSEN A.E. (1955), "Apriamo una finestra sulla Russia d'oggi", in *Epoca*, XVIII:227, pp. 15-27.
- GAROLLA F. (1951), "A Trieste la realtà è questa", in *Epoca*, IV:41, pp. 61-65.
- GATTO A., PIETZSCH P. M. (1950), "Matera, la città dei 'sassi'", in *Epoca*, II:15, pp. 35-42.
- GORDEY M., CAPA R. (1950a), "Niente guerra per i russi", in *Epoca*, I:2, pp. 23-35.
- ID. (1950b), "I morti di Stalingrado hanno la pelle dei vivi", in *Epoca*, I:3, pp. 36-56.
- HAAS E. (1955), "New York sottovoce", in *Epoca*, XIX:236, pp. I-VII (supplemento).
- HALL S. (1972), "The Social Eye of Picture Post", *Working Papers in Cultural Studies*, 2, pp. 71-120.
- JACOBS S., KINIK A., HIELSCHER E. (a cura di) (2019), *The City Symphony Phenomenon*, Routledge, London-New York.
- JUDT T. (2017), *Postwar. La nostra storia 1945-2005*, Laterza, Bari.
- KIRK L. (1952), "Un'americana a Mosca", in *Epoca*, VIII:110, pp. 38-42.
- LALLI V. (1951), "Americanizzarsi o morire?", in *Epoca*, III:29, pp. 19-29.
- LEFEBVRE H. (1976), *La produzione dello spazio*, Moizzi, Milano.
- MANERBA N. (1953a), "Alice nel grattacielo delle meraviglie", in *Epoca*, X:121, pp. 56-58.
- ID. (1953b), "Brindisi di Ferragosto sulla vetta di Milano", in *Epoca*, XI:152, pp. 34-36.
- MARMO L. (2023), *Street Photography. La modernità, New York, il cinema*, Mimesis, Udine-Milano.
- MAURI M. (1954), "È tornato il tricolore sul Castello di san Giusto", in *Epoca*, XVII:210, pp. 17-19.
- MAURI M., DE BIASI M. (1956), "Un popolo muore", in *Epoca*, XXIV:319, pp. 40-60.
- MILLER H. (1951), "Anche a New York ci sono i poveri", in *Epoca*, I:17, pp. 45-48.
- MONICELLI M. (1952), "Ogni giorno una spia scompare nel silenzio di Vienna", in *Epoca*, VII:90, pp. 22-26.
- PENZ F., KOECK R. (a cura di), *Cinematic Urban Geographies*, Palgrave Macmillan, New York.
- PHILLIPS J. (1950a), "Vita da Londra", in *Epoca*, I:4, pp. 13-26.
- ID. (1950b), "L'uomo più odiato da Stalin", in *Epoca*, I:10, pp. 27-35.
- PIOVENE G. (1953a), "Lo spettacolo di Parigi", in *Epoca*, X:120, pp. 38-42.
- ID. (1953b), "Guidano un gregge per le strade di Parigi", in *Epoca*, X:127, pp. 47-49.
- ID. (1953c), "Tolosa come Bologna", in *Epoca*, XII:144, pp. 47-48.
- ID. (1955a), "Isole artificiali e gallerie sotterranee", in *Epoca*, XVIII:223, pp. 24-32.
- ID. (1955b), "Il milanese si intenerisce davanti al registro del ragioniere", in *Epoca*, XVIII:229, pp. 48-52.
- ID. (1957), *Viaggio in Italia*, Mondadori, Milano.
- PONTA A. (a cura di) (2017), *Epoca 1950-1969. L'Italia e gli italiani nei primi mille numeri di un grande settimanale*, Rizzoli, Milano.
- SAMPIETRO N. (1951), "Guerra in borghese nella Vienna del quarto uomo", in *Epoca*, III:29, pp. 56-64.
- SCURTO I. (1951), "Si vende a lotti una 'riserva' della malavita", in *Epoca*, VI:61, pp. 40-43.
- SILONE I. (1953), "4 dittatori sono troppi per l'URSS", in *Epoca*, XI:132, pp. 17-19.
- SORRENTINO L. (1950), "Trieste non ha più paura", in *Epoca*, I:11, pp. 25-35.
- ID. (1951a), "Barcellona notte", in *Epoca*, V:56, pp. 47-52.
- ID. (1951b), "L'Angelo azzurro è tornato ad Amburgo", in *Epoca*, II:19, pp. 55-63.
- ID. (1951c), "Dalla Berlino rossa si torna due volte su tre", in *Epoca*, II:17, pp. 13-23.
- ID. (1951d), "Westmark contro Ostmark", in *Epoca*, II:26, pp. 19-25.
- VALORI MANERA M. (1951), "I veneziani sognano grattacieli e taxi", in *Epoca*, III:28, pp. 27-30.

- VANDANO B. (1954a), "Fallito il nazionalismo ora tentano col comunismo", in *Epoca*, XVII:215, pp. 44-52.
- ID. (1954b), "Le nostre città perdute", in *Epoca*, XVII:214, pp. 46-53.
- VIGLIANI E. (1956), "La guerra allo smog passerà da Londra a Milano?", in *Epoca*, XXV:326, pp. 14-15.
- VILLA M. (1952), "I giganti di Milano", in *Epoca*, VI:77, pp. 40-44.
- WARD S. (2016), *Urban Memory and Visual Culture in Berlin. Framing the Asynchronous City, 1957-2012*, Amsterdam University Press, Amsterdam.

# 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 viva, 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 Tofanelli, 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/bikini<sup>1</sup> – 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 allucinatore.

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: arcana 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

mediterranee, 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 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 autostradale<sup>2</sup> – 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

<sup>1</sup> 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.]

<sup>2</sup> 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'AUTILIA 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.
- SISTRANI 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.

# Il Borghese e le arti visive negli anni di Longanesi (1950-1957)

LAURA FACCHIN

Università degli studi dell'Insubria  
laura.facchin@uninsubria.it

MASSIMILIANO FERRARIO

Università degli studi dell'Insubria  
m.ferrario@uninsubria.it

doi: <https://doi.org/10.62336/unibg.eac.35.561>

## Parole chiave

Leo Longanesi  
Il Borghese  
Alberto Savinio  
Grafica d'artista  
Mino Maccari

## Keywords

Leo Longanesi  
Il Borghese  
Alberto Savinio  
Artist Graphics  
Mino Maccari

## Abstract

Gli studi sul ruolo della poliedrica figura di Longanesi nel campo dell'editoria illustrata hanno privilegiato le esperienze de *Il Selvaggio* (1924-1933 ca.) e di *Omnibus* (1937-1939). Meno studiata è la stagione alla guida de *Il Borghese*, rivista che Longanesi fondò nel 1950 e diresse fino alla morte con una politica privilegiante, a partire dalla copertina, la grafica d'artista. Il contributo propone un primo sondaggio delle scelte redazionali in materia di arti visive e il ruolo esercitato dagli artisti, primo tra tutti l'amico Alberto Savinio, nella figurazione del periodico. Un focus particolare sarà posto sulle soluzioni iconografiche e formali delle copertine delle annate 1950-1955, in cui furono edite sia opere grafiche di protagonisti della scena artistica internazionale tra la fine dell'Ottocento e la prima metà del Novecento (Munch, Toulouse-Lautrec, Chagall), sia quelle d'illustratori e designer contemporanei (Steinberg), affiancate alla fotografia a colori.

Scholarly studies on the role of the multifaceted figure of Longanesi in the field of illustrated publishing have privileged the experiences of *Il Selvaggio* (approximately 1924-1933) and *Omnibus* (1937-1939). Less investigated is his time at the head of *Il Borghese*, a magazine that Longanesi founded in 1950 and directed until his death with a policy of privileging artist graphics, starting from the cover. The contribution investigates the editorial choices regarding visual arts and the role played by the artists, first of all his friend Alberto Savinio, in the figuration of the periodical, with the aim of confirming the strategic and independent role of the image, in the latest editorial product conceived by the intellectual. A specific analysis will be dedicated to the iconographic and formal solutions of the years from 1950 to 1955, in which both graphic works by protagonists of the international artistic scene between the end of the 19th century and the first half of the 20th century were published (Munch, Toulouse-Lautrec, Chagall), and those of contemporary illustrators and designers (Steinberg), alongside color photography.

### L'intreccio fra arte e giornalismo dagli esordi militanti alla nascita di *Il Borghese*: linee di continuità<sup>1</sup>

Nel contesto della ricerca scientifica, la poliedrica figura di Leopoldo "Leo" Longanesi ha ricevuto particolare attenzione a partire dagli anni Novanta del Novecento e in concomitanza del primo centenario della nascita (Bozzi 2005; Andreoli, De Leo 2006). Le diverse iniziative di studio hanno messo in luce sia la molteplicità di ambiti d'azione, l'erudizione e la capacità imprenditoriale di Longanesi, sia la complessità del personaggio, non esente da profonde contraddizioni: le origini medio-borghesi della provincia romagnola, vissute fra socialismo anarchico e adesioni nazionaliste, e le costanti aperture internazionali; la pungente ironia e il sarcasmo dissacratore, accompagnati da una vena decadente e rivolta nostalgicamente al passato tardo-ottocentesco; l'anticonformismo e il conservatorismo; l'appoggio entusiasta al fascismo, ma in maniera indipendente e poco propensa al compromesso con le gerarchie, tanto da subirne, a più riprese, le ripercussioni.

Questa vivacità e libertà di pensiero, che trovò multiforme espressione lungo l'intensa carriera del *maître à penser* di Bagnacavallo, sino all'esperienza conclusiva e riepilogativa di *Il Borghese*, si manifestò tanto attraverso il sapiente uso della parola quanto con il tramite di una altrettanto versatile attitudine figurativa.

Le prime prove, d'intonazione cubo-futurista, nelle quali è evidente l'attenzione a Boccioni, Carrà, Soffici e Picasso, apparvero nel periodico satirico-goliardico *È permesso...? Zibaldone dei giovani*, mensile che inaugurò l'attività editoriale di Leo nell'amata Bologna (marzo 1921). Così, l'anno seguente, alcune sue tavole impreziosirono la rivista romana di politica e arte italiana e straniera *Cronache d'attualità*, ideata, nel 1916, dal regista teatrale e critico cinematografico futurista Anton Giulio Bragaglia.<sup>2</sup> Nel 1923, con Corrado Testa e Nino Fiorentini, legati all'ambiente fascista bolognese, Longanesi avviò la pubblicazione del quindicinale *Il Toro*, al quale contribuì con disegni futuristi posti all'inizio e alla fine degli articoli. Fu questo l'esordio di un'attività pittorica e, soprattutto, grafica che dalla presenza all'annuale Esposizione di Belle Arti di Bologna del 1923 lo accompagnò sino agli anni Cinquanta, con una predilezione precoce per la poetica satirica, cinica e dissacratoria di autori come

Honoré Daumier, Henri de Toulouse-Lautrec e George Grosz, la cui produzione sarà ripetutamente recuperata e riletta anche sulle pagine di *Il Borghese*.

Uno dei primi sodalizi con gli artisti, nato all'ombra della carta stampata, fu quello con Mino Maccari, conosciuto nel settembre del 1924 a Colle di Val d'Elsa, quando Longanesi si propose per collaborare alla rivista *Il Selvaggio*, nello stesso anno della sua fondazione da parte di Angiolo Bencini (Capresi, Cinelli 1998; Busini 2002; Bibolotti, Calotti 2009). Per il periodico, edito sino al 1943, Maccari non s'impegnò solo nelle vesti d'illustratore e di redattore, ma, dal 1925, ne divenne il direttore, imprimendo una netta virata verso le arti e la letteratura e smarcandosi dal più diretto contenuto politico. Considerato uno degli organi di riferimento del movimento Strapaese, contrapposto al filone di Stracittà di Massimo Bontempelli e Curzio Malaparte, Leo operò in qualità di "direttore ombra" del periodico, quando la sede della redazione, dal 1933 a Roma, fu riunita con quella di un'importante creatura editoriale longanesiana d'indirizzo analogo: *L'Italiano* (Troisio 1975). Sulle pagine di *Il Selvaggio*, dove le vignette e i disegni di Longanesi dialogavano strettamente con l'estro di Maccari, trovarono spazio artisti non certo allineati al regime, come Giorgio Morandi, Luigi Spazzapan, Renato Guttuso e Orfeo Tamburi. La *verve* strapaesana, sempre considerata criticamente, innervò, nei decenni, anche la dimensione illustrativa di Leo, come testimoniano le molte prove grafiche spesso dedicate alla serenità della campagna, al lavoro nei campi e in natura: scenari ritenuti più idonei, rispetto alla cupa, pericolosa e corrotta città, per gustare la stabilità dei rapporti sociali e tratteggiare un'identità italiana autentica e rurale. Temi, questi ultimi, che avrebbero riscosso minore attenzione all'interno delle imprese editoriali della maturità, al pari dell'interpretazione, evidente, soprattutto in *L'Italiano*, rivista settimanale della gente fascista,<sup>3</sup> in cui le dialettiche fra la genuinità della vita contadina, dove i rapporti sociali mantenevano il giusto equilibrio, in opposizione alla frenesia cittadina, trovavano origine e riferimenti culturali del movimento nell'Italia risorgimentale e post-risorgimentale, inserendosi in un filone, quello dell'elogio e della mitizzazione del XIX secolo, la cui importanza sarebbe cresciuta nel corso del Ventennio. La veste grafica della rivista, che rifletteva gli interessi estetici e artistici di Longanesi, era molto curata, anche nella scelta dei caratteri bo-

doniani e aldini e nella qualità della stampa delle illustrazioni, che accompagnarono tutto il suo percorso professionale. In questo ambiente, maturò l'amicizia con l'intellettuale genovese conservatore, di antica famiglia patrizia, Giovanni Ansaldo, interlocutore privilegiato di Longanesi e suo collaboratore anche per le successive testate dirette dal romagnolo.

Alla metà del 1927, prese avvio la sua attività di editore che lo vide pubblicare autori, alcuni dei quali redattori di *L'Italiano*, del calibro di Riccardo Bacchelli,<sup>4</sup> Vincenzo Cardarelli, Curzio Malaparte e Telesio Interlandi, tristemente noto per la rivista *La difesa della razza*. Ma trovarono sede anche firme letterarie non allineate, come quelle di Giuseppe Ungaretti, Elio Vittorini, Alberto Moravia, nonché quelle di Carlo Carrà, Alberto Savinio, Ardengo Soffici, Giorgio Morandi e Ottone Rosai la cui partecipazione segnò la volontà di porre in maggiore rilievo la componente artistica rispetto a quella politica,<sup>5</sup> nel solco dell'indirizo impresso al settimanale. Sulle pagine di *L'Italiano* comparvero vignette satiriche, spesso frutto della creatività dell'amico Maccari, ma anche esito della selezione compiuta su fonti ormai storicizzate a livello internazionale: una combinazione, gradita ai lettori, che Longanesi riproporrà con continuità. La sua firma si accompagnò ai temi più disparati: dall'affermazione del Novecentismo a note sulla Biennale di Venezia;<sup>6</sup> dal costume alla politica; dalla letteratura alla cinematografia; dalla critica storica al rapporto fra arte e fotografia. Ferma fu, sempre, l'opposizione a un'arte dichiaratamente fascista: "Si sappia che l'arte fascista non deve esistere, Dio scampi e liberi dagli archi di trionfo, dai fasci coi festoni, dalle piacentinate o dalle brasinate" (Romani, Barilli 1976: 101).

Parallelamente, l'autodidatta Longanesi fu attivo come pittore, disegnatore e incisore; varia è la sua attività espositiva fra il terzo e il quarto decennio del XX secolo:<sup>7</sup> nel 1927 fu presente alla Galleria del Selvaggio di Firenze; due anni più tardi alla II Mostra del sarfattiano Novecento italiano al Palazzo della Permanente di Milano; nel 1932 fu coinvolto nella Mostra del decennale della Rivoluzione fascista di Roma, città in cui partecipò alla I e alla II Quadriennale (1931 e 1935), proponendo lavori dalle evidenti tangenze con la ricerca neoespressionista degli artisti della Scuola Romana, sia del "longhiano" collettivo di Via Cavour (Gino Bonichi detto Scipione, Mario Mafai e Antonietta Raphaël), sia del sodalizio composto, tra

gli altri, da Corrado Cagli, Giuseppe Capogrossi, Emanuele Cavalli, Fausto Pirandello ed Ezio Sclavi, membri della cosiddetta *Jeune École de Rome*, come fu ribattezzata, nel 1933, dal critico d'arte francese George Waldemar, tra i redattori di *L'Italiano* (Waldemar 1930: 4-5). Nel 1934 Longanesi fu accettato alla XIX Biennale di Venezia e tre anni più tardi partecipò alla Mostra del disegno italiano di Berlino. Anche le opere che Longanesi realizzò allo scoccare degli anni Quaranta tratteggiano con efficacia le suggestioni poc'anzi evocate: sono composizioni caratterizzate da pennellate sinuose e da un'intonazione marcatamente espressionista, con un'inconfondibile cifra stilistica disegnativa.

È ormai acclarato il fatto che, con la pubblicazione di *Omnibus* per l'editore milanese Rizzoli dall'aprile del 1937 alla forzata chiusura imposta dalla censura fascista nel febbraio 1939, Longanesi, che già ne aveva progettato l'uscita sin dal 1930 (nonostante Mussolini preferisse finanziare *L'Italiano*), abbia creato il primo rotocalco del panorama peninsulare, oggetto di svariate indagini (Granata 2015; Turra 2019) in cui, tuttavia, risulta piuttosto limitato l'approccio agli aspetti più squisitamente artistici. Fu proprio in questa sede, infatti, che, sulla scorta di un acceso dibattito sul rapporto fra l'immagine (grafica e fotografica) e la parola scritta, Longanesi iniziò a sperimentare facendo propria una linea, già adottata da periodici culturali come *Emporium*,<sup>8</sup> in cui si privilegiava lo spazio riservato all'illustrazione e al suo dialogo con il breve testo scritto, sottolineando così, a partire dalla stessa organizzazione della pagina, il passaggio da un uso dell'immagine subalterno al testo, a quello complementare e coerente con la parola che doveva essere attentamente calibrata. Il periodico, che segnò l'affrancamento di Longanesi dall'autoreferenzialità di Strapaese in virtù della volontà di rivolgersi al grande pubblico, si caratterizzava per la consueta, elegante veste grafica e per i contenuti variegati, tipici di questa tipologia editoriale, con una notevole apertura internazionale di marca stracittadina: articoli di attualità e di politica, recensioni letterarie, critica di cinema e di costume, racconti brevi. Particolarmente interessanti erano le rubriche come *Giallo e rosso*, con gli articoli di Bruno Barilli e Alberto Savinio rispettivamente sugli spettacoli musicali e sulle rappresentazioni teatrali; ma anche l'ultima pagina, intitolata *Album di famiglia*, che raccoglieva fotografie innova-

tive e provocatorie o immagini satiriche con vignette di Maccari, Amerigo Bartoli Natinguerra, Bernardo Leporini, Giuseppe Novello e dello stesso Longanesi. Fu un articolo di Savinio dal titolo *Il sorbetto di Leopardi*, pubblicato il 28 gennaio 1939, puntuto commento alle celebrazioni per il centenario dedicato al poeta di Recanati, a determinare, formalmente, la chiusura della rivista (Turra 2023: 2-10).

Si trattava di un momento cruciale per la nascita di testate destinate a un largo consenso di pubblico e a considerevole longevità (De Berti 2009). Si pensi a *Oggi*, uscita a partire dal giugno 1939 per Rizzoli, quasi a supplire alla chiusura di *Omnibus*, diretta da professionisti entrati nella storia del giornalismo italiano, come Arrigo Benedetti e Mario Pannunzio, allievi di Longanesi al pari di Indro Montanelli. Coevo fu anche il settimanale *Tempo*, edito dalla concorrente Mondadori, rotocalco che, nella forte attenzione al fotogiornalismo, trasse ispirazione dal ben più noto *Life*, ma che certo si confrontò anche con l'esperienza longanesiana (Magnanini 2009, 311).

Segno della stima e della profonda e duratura amicizia, ma anche emblema di una visione dell'esistenza segnata dal nesso inscindibile fra produzione intellettuale e artistica, che proseguirà sino agli anni Cinquanta, fu l'appassionata biografia di Longanesi che Alberto Savinio pubblicò, nel 1941, all'interno del numero 37 della collana *Arte moderna italiana*, edita a cura di Giovanni Scheiwiller per i tipi di Ulrico Hoepli in Milano, scegliendo con attenzione, quale immagine di antiporta, un ritratto del bolognese realizzato, nel 1934, dal comune amico Maccari, cimentatosi in altre occasioni con omaggi a Leo (Andreoli, De Leo 2006: 40-41). I due, come si è visto, condivisero molto, compresa l'adesione alla sensibilità di "Valori Plastici";<sup>9</sup> nel suo breve saggio introduttivo al catalogo, Savinio affermava:

Longanesi è artista. La testata di un giornale, i caratteri di una pagina stampata, la copertina di un libro, un fregio, il particolare di una fotografia, Longanesi se li studia, se li combina, se li lavora come Giovanni van Eyck si lavorava le sue nature morte [...] Perché Longanesi è pittore nato (Savinio 1941).

Dopo un lungo periodo di riflessione, avviato nel 1947, sull'opportunità di proporre al pubblico italiano una nuova rivista anticonformista nel contesto della

"Nuova Italia" del secondo dopoguerra, e contemporaneamente alla pubblicazione dell'autobiografia per immagini *Una vita*, nel 1950 Longanesi inaugurò la sua ultima avventura editoriale con il periodico *Il Borghese*, d'indirizzo dichiaratamente conservatore, diretto sino alla morte, sopraggiunta nel settembre del 1957. Ancora una volta, l'intellettuale propose la sua personale cifra stilistica, ribadendo buona parte dei caratteri che avevano qualificato le sue precedenti iniziative, fondate su un orientamento individualista, anarchico, accentratore e interventista. Il primo numero uscì il 15 marzo 1950, con periodicità quindicinale, poi divenuta settimanale dal 23 aprile 1954; la rivista si contraddistinse per il piccolo formato, vicino a quello del *The Economist*, stampa su carta giallo paglierino e disposizione dei testi su due colonne.

La testata, che presentò subito una linea editoriale estremamente critica nei confronti della nuova classe dirigente italiana, prendeva le distanze da nostalgici revisionismi nei confronti del fascismo, di cui venivano messi in chiara evidenza i limiti politici e culturali (Baldini 2024, 307-333) e fu strutturata in due parti: la prima contenente articoli su temi di ambito politico-ideologico; la seconda dedicata a rubriche, rassegne d'arte e di cultura, recensioni bibliografiche e discografiche. Molte furono le firme "amiche" che aderirono al progetto e che già avevano collaborato ai periodici longanesiani degli anni Venti-Trenta: da Montanelli a Giuseppe Prezzolini e Ansaldo, spesso impegnato nei pezzi di apertura; ma anche Savinio che comparve, con due articoli, in due fascicoli del 1950: il primo dedicato alla musica degli ultimi cinquant'anni (Savinio 1950, 1: 15-17) e il secondo, analogo per arco cronologico, volto ad analizzare sviluppi e tendenze della pittura (Savinio 1950, 2: 47-49).

### **Il Borghese tra arte grafica, pittura e fotografia**

Sin dai primi numeri, il periodico mostrò una precisa visione illustrativa, perlopiù affidata all'estro di Longanesi, privilegiante la grafica d'artista che, in ambito italiano, vantava una tradizione di oltre mezzo secolo: si pensi solamente a testate come *L'Illustrazione Italiana* (numeri speciali con Eduardo Dalbono, Giulio Aristide Sartorio, Francesco Paolo Michetti, Arnaldo Ferraguti e con direttore artistico Eduardo Ximenes); *La Domenica del Corriere* (con la paradigmatica figura di Achille Beltrame) (Barbieri, Cera 1996); *La Tribuna*

*Illustrata* (Basilio, Tommaso e Michele Cascella, Enrico Lionne, Giovanni Maria Mataloni, Alcardo Terzi);<sup>10</sup> ma anche alle raffinate copertine di una rivista d'arte e cultura, recentemente molto studiata, come la già citata *Emporium* (Istituto Italiano d'arti grafiche di Bergamo) (Pallottino 2014: 293-322), alla grande scuola delle Officine Grafiche Ricordi (Marcello Dudovich, Leonetto Cappiello, Leopoldo Metlicovitz) (Mughini, Scudiero 1997) e a illustri pubblicitari come Fortunato Depero (Scudiero 1989; Minutaglio, Belardo 2021).

I fascicoli pubblicati fra il 1950 e il 1952 videro, in realtà, il quasi esclusivo coinvolgimento dello stesso direttore, al quale si dovette la creazione delle vignette destinate a promuovere le ripetute inserzioni pubblicitarie delle nuove pubblicazioni della casa editrice fondata dallo stesso Longanesi. Molte composizioni venivano scelte tra i lavori di artisti di fama internazionale: da Salvador Dalí, oggetto di svariati articoli nelle annate seguenti, a Paul Gauguin e, soprattutto, all'amato Grosz, la cui produzione fu utilizzata per ornare il frontespizio d'annata destinato ai sottoscrittori dell'abbonamento annuale.<sup>11</sup>

Dello stesso artista tedesco, che nel 1933 emigrò negli Stati Uniti per sfuggire alla furia nazista che lo aveva inserito tra i "degenerati", Longanesi pubblicò in traduzione italiana, nel 1948, due anni dopo l'uscita della versione originale in inglese, l'autobiografia *Un piccolo sì e un grande no* (Grosz 1948).<sup>12</sup>

Nei lavori ideati per *Il Borghese*, Longanesi si ispirò sia alla satira grottesca e dissacratoria di Grosz, sia all'indirizzo caricaturale vicino a Maccari e, più in generale, all'esperata poetica critica di altri protagonisti della Neue Sachlichkeit, come Otto Dix, cruciali anche per il filone del Realismo Magico di Massimo Bontempelli, ai quali l'editore-artista sommava lo sguardo ponderato all'estetica di artisti del calibro di Toulouse-Lautrec, Daumier e Chagall.<sup>13</sup> Interessante, poi, risulta la scelta per il ritratto del maestro francese nell'inserito riguardante la pubblicazione delle lettere alla moglie (1873-1903), che Longanesi riprese liberamente dal dipinto di Émile Bernard *Autoritratto con ritratto di Gauguin* del 1888 (Amsterdam, Van Gogh Museum) (*Il Borghese*, 7, 25 giugno 1950, p. 214), segno della vastità di orizzonti della ricerca artistica e illustrativa.

Rifutato inizialmente l'impiego della fotografia, dopo le prime annate Longanesi mutò l'impostazione

grafica del periodico, innanzitutto concentrando la sua vivace *vis* creativa e polemica sulla copertina, alla quale fu destinato un supporto su carta patinata che divenne vero e proprio segno distintivo della rivista e funzionale alle dichiarazioni programmatiche del direttore. Dal 1953, questi non solo prevede l'inserimento anche dell'immagine fotografica, ma la intese rigorosamente a colori, diversamente dall'apparato figurativo interno. Frutto dell'arte grafica longanesiana, ma, più spesso, esito di estrosi e provocatori montaggi di differenti scatti fotografici densi di citazioni anche da opere d'arte del passato, o prodotto della combinazione con il disegno, le prime erano connotate dall'evocazione di temi di attualità, specialmente di critica politica, sia di respiro cosmopolita, sia nazionale,<sup>14</sup> di norma contenuti nei pezzi di apertura dei singoli fascicoli, spesso affidati al già ricordato Ansaldo e accompagnati da puntuti titoli proposti al lettore, in piccolo, nella pagina del sommario.

All'interno dei singoli fascicoli, Longanesi sottoponeva all'attenzione del lettore precisi omaggi alla grafica d'autore, raramente creata appositamente per il periodico e spesso affidata alla riproduzione, più o meno libera, di opere d'arte dell'amato passato otto-primi novecentesco. Di norma, il singolo numero veniva dedicato a un solo maestro, del quale era pubblicato un numero variabile di lavori (da quattro-cinque alla decina), ridotti alla misura della vignetta o, al massimo, al quarto di pagina, accompagnati esclusivamente dall'indicazione dell'autore e, in rarissimi casi, della cronologia e della fonte. Un breve e selettivo inquadramento della ricerca dell'artista, affiancato da essenziali dati biografici, veniva regolarmente inserito nell'apertura della rubrica *Usi e costumi*, tenuta da Mario Tedeschi, giornalista e politico, figura di spicco della destra italiana e, dopo la morte di Longanesi, direttore della rivista che connotò con le sue inchieste sul malcostume politico.

Lo scrittore e giornalista attinse a un ampio ventaglio di nomi del panorama italiano, francese, inglese e statunitense: talvolta, la scelta ricadde su celebri illustratori, solitamente selezionati in base al gusto e agli interessi del direttore e per la loro qualità disegnativa, indipendentemente dal loro impegno nel settore giornalistico-librario, come nel caso di Egon Schiele [Fig. 1], del quale furono riproposti i celeberrimi, ammiccanti nudi accovacciati femminili (*Il Borghese*, 4, 15 febbraio 1953, p. 99). In alcuni casi, la serie di im-



Fig. 1 | *Il Borghese*, 15 febbraio 1953, illustrazione riprodotte *Donna accovacciata che spinge in avanti il braccio sinistro* (1918) di Egon Schiele.

magini fu studiata in relazione a un ambito tematico: nel numero 19 (1 ottobre 1953) fu pubblicato un gruppo di originali e complessi rebus; in altri fascicoli, la scelta si focalizzò su illustrazioni tratte da riviste di tardo Otto-inizio Novecento, con una predilezione per gli indirizzi liberty/art nouveau o simbolista.

In questa fase, Longanesi riservò per sé il ruolo di responsabile della messa in pagina delle pubblicità poste sul retro di copertina, non prive, anch'esse, di un piglio caustico e disilluso nei confronti dell'attualità politica, economica e sociale italiana. Tra i principali inserzionisti vi furono la AgipGas,<sup>15</sup> impresa italiana simbolo del *boom* economico del secondo dopoguerra, e alcune sue imprese satellite, a cui si alternarono *réclame*, non più a firma del romagnolo, della celebre ditta Olivetti, a quel tempo in fase di notevole espan-

sione. È ben noto il fatto che l'industriale Adriano, proprio negli anni Cinquanta, portò a maturazione le sue politiche di mecenatismo e promozione culturale anche attraverso il sostegno a importanti iniziative di ambito storico-artistico, come le mostre organizzate tra Ivrea, Torino e Milano da Giovanni Testori (Dall'Ombra 2004), la realizzazione di lungometraggi diretti da Carlo Ludovico Raghianti o il supporto al periodico *seleArte*, edito dal 1952 al 1966 (Bottinelli 2010).

Nell'ambito degli artisti scelti per i fascicoli monografici, non sorprende trovare nomi di illustratori appositamente selezionati per il prediletto taglio caricaturale e satirico: si pensi solamente al caso di George Cruikshank, molto noto per avere imparzialmente ironizzato sia sull'epopea napoleonica sia sulla corona britannica con quella libertà e spregiudicatezza che molto attraevano Longanesi, il quale non mancò di omaggiarlo attraverso una tavola tratta dal volume I della *Vita* del londinese (1882), redatta da William Blanchard Jerrold (*Il Borghese*, 10, 15 maggio 1953). Meno pungente, ma qualitativamente inarrivabile, è la paradigmatica figura del francese Gustave Doré, sicuramente apprezzato anche per la sua vena *gothic*, più squisitamente immaginifica e onirica, di marca simbolista (*Il Borghese*, 9, 1 maggio 1953). Così come appare quasi scontato rilevare delle affinità, a partire dal modello comportamentale egocentrico e provocatorio, con il britannico Aubrey Vincent Beardsley, anche per quanto concerne la propensione alla stigmatizzazione, attraverso un personale segno grafico, delle contraddizioni della società contemporanea (*Il Borghese*, 13, 1 luglio 1953).

All'opposto di quanto evidenziato nel dibattito tardo ottocentesco e novecentesco sul rapporto fra parola e immagine e sul loro potenziale rafforzativo, nel caso di *Il Borghese* le illustrazioni, inserite nell'impaginato senza soluzione di continuità, non avevano quasi mai diretta pertinenza con i contenuti degli articoli che accompagnavano, secondo un modello che, in Italia, aveva trovato una prima messa in pratica sul rotocalco *Tempo* tra la fine degli anni Trenta e i primi anni Quaranta del Novecento, seppure, in questo caso, le illustrazioni fossero prevalentemente di tipo fotografico (Di Rosa 2024: 131). Chiaro era il proposito di valorizzare le opere d'arte per il loro significato intrinseco e per la loro qualità formale, nella più completa indipendenza rispetto al testo scritto, ribadendo posizioni piuttosto diffuse negli ultimi decenni del

XIX secolo, a partire dall'atteggiamento assunto dai docenti delle Scuole di Vienna e di Monaco. Si pensi alle teorie di Heinrich Wölfflin, ancora fortemente dibattute dagli studiosi italiani nel secondo dopoguerra, come testimoniano le posizioni di Benedetto Croce e Roberto Longhi (Weddigen, Levy 2015), di cui Longanesi editore pubblicò, nel 1953, la traduzione italiana della *Kunstgeschichtliche Grundbegriffe* (1915, *Concetti fondamentali della storia dell'arte*), a cura del critico letterario e musicologo Rodolfo Paoli e con prefazione di Giusta Nicco Fasola, prima docente dell'Ateneo di Genova a dedicarsi agli studi storico-critici.<sup>16</sup>

La scelta di scorporare l'illustrazione dall'apparato testuale combinava all'effetto, inizialmente spiazzante, della figurazione priva di collegamento con gli articoli, l'impegno per la diffusione della conoscenza di artisti e linguaggi visivi non sempre del tutto penetrati in Italia - specialmente per quanto riguardava i protagonisti delle Avanguardie Storiche - e, in particolare, nel contesto della cultura di matrice conservatrice, come lascerebbero intuire le brevi biografie di taglio divulgativo, accompagnate da commenti critici sulla produzione dei maestri, pubblicate a piè di pagina e senza una ricorrente collocazione all'interno della rivista.

Alla preponderante attenzione riservata alla produzione artistica di almeno un cinquantennio precedente si affiancò anche l'interesse per la ricerca di illustratori e designer contemporanei. Se non sorprende la presenza di Maccari, omaggiato nel n. 11 del 1953, potrebbe apparentemente stupire la chiamata di una donna artista: la studiosa, ma anche pittrice, litografa e illustratrice di libri per l'infanzia, Bernarda Bryson Shahn (*Il Borghese*, 17, 1 settembre 1953), statunitense certamente poco nota al pubblico italiano dei lettori. L'intensificarsi dell'interesse verso le arti figurative all'interno del periodico è confermato dall'inserimento di una rubrica dedicata, affidata, dall'aprile del 1954, alla penna, anch'essa piuttosto polemica, di Antonio Fornari. Scenografo, pittore, scrittore e critico d'arte, entrò da giovanissimo nel gruppo dei futuristi romani e rimase fedele, nei decenni seguenti, a questo indirizzo, comune anche alla prima formazione artistica di Longanesi, intensificando, proprio dal secondo dopoguerra, la sua attività di saggista e giornalista.<sup>17</sup>

Nella selezione longanesiana, la riproposizione



Fig. 2 | *Il Borghese*, 15 ottobre 1954, illustrazione riprodotte un'incisione satirica di Honoré Daumier per il *Journal Amusant* (24 luglio 1865).

dell'opera di personalità ormai entrate nel novero dei protagonisti della storia artistica internazionale tra la fine dell'Ottocento e la prima metà del Novecento non mancò di riferimenti biografico-formativi: ciò è rilevabile, con evidenza, soprattutto relativamente a Henri de Toulouse-Lautrec, amato per l'intensa attività grafica illustrativa, spesso caricaturale e parodistica, connessa a doppia mandata con un'azione quasi cronachistica del reale, per via dell'attenzione rivolta dall'autore all'indagine sui costumi, sui vizi, sugli eccessi e sulle contraddizioni della società (*Il Borghese*, 30, 17 dicembre 1954). Queste ultime componenti furono riconosciute da Longanesi anche in altri monumentali nomi, quali lo scrittore e poeta Charles Baudelaire e, per rimanere sul fronte parigino, il plurievocato Daumier o, ancora, nel belga James Ensor. Se, nel caso del marsigliese, la didascalia dell'immagine presente nel numero del 15 ottobre 1954, normalmente indicativa del solo nome e cognome dell'autore, precisava, invece, la fonte di provenienza del



Fig. 3 | *Il Borghese*, 28 maggio 1954, illustrazione riprodotte *I demoni mi scherniscono* (1895) di James Ensor.

particolare grafico [Fig. 2], il *Journal Amusant* del 24 luglio 1865 (*Il Borghese*, 15 ottobre 1954, p. 410), in quello dell'artista belga, la targhetta posta al centro permette di stabilire che l'illustrazione edita fosse l'esatta riproduzione dell'incisione *I demoni mi scherniscono* (1895), conservata presso il Museo di Belle Arti di Gand (*Il Borghese*, 9, 28 maggio 1954) [Fig. 3], a dimostrazione della libertà con la quale Longanesi gestiva e modificava le immagini d'autore. Probabilmente per questa ragione, il direttore difficilmente indicava la fonte e la cronologia delle opere d'arte selezionate, riportando solamente il nome dell'artefice dell'originale, senza alcuna contestualizzazione della stessa.

La medesima modalità di rielaborazione si rintraccia anche nel caso di un capolavoro iconico del norvegese Edvard Munch, *L'urlo* (*Il Borghese*, 19, 19 novembre 1954, p. 618); il pittore ne realizzò diverse versioni fra il 1893 e il 1910, ma anche una traduzione incisoria che, altrettanto potentemente, evocava la disperata dimensione esistenziale dell'individuo in balia di quella sorta di "nevrosi collettiva" che scandì il clima socio-culturale del *fin de siècle*. La scelta di questa immagine, come di alcune derivate da celebri lavori di Toulouse-Lautrec, potrebbe giustificarsi nel tentativo di favorire una maggiore familiarizzazione del pubblico dei lettori italiani con artisti e opere che, anche in minima parte, potevano essere già noti. Nel caso dello scultore Auguste Rodin, peraltro molto attivo anche sul fronte grafico, nonché figura altrettanto emblematica e di riferimento nel panorama italiano (si pensi solamente al rapporto con Leonardo Bistolfi,

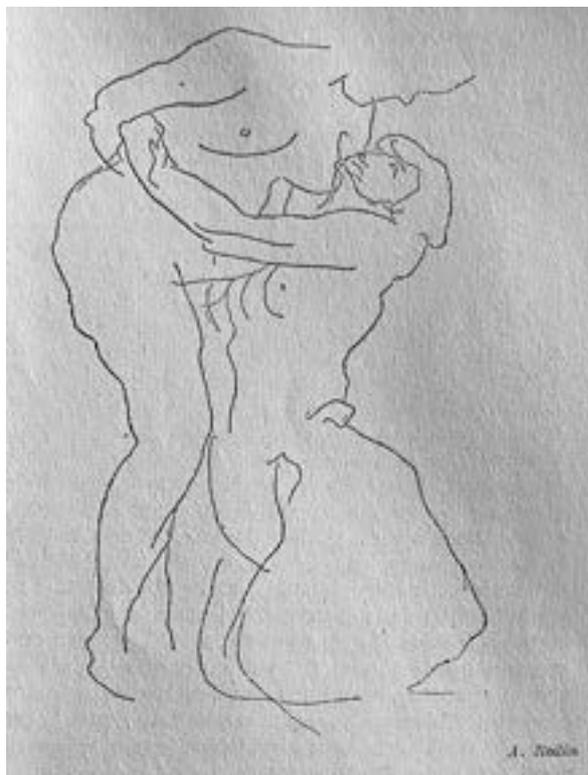


Fig. 4 | *Il Borghese*, 15 marzo 1954, illustrazione riprodotte *Coppia* di Auguste Rodin.

avviatosi nel 1902, in occasione dell'Esposizione internazionale d'arte decorativa moderna di Torino), la tavola (*Il Borghese*, 6, 15 marzo 1954, p. 165) riproduce *Coppia*, china conservata al Museo do Caramulo (Portogallo), non lontana alle figure maschili e femminili, che drammaticamente tentano di abbracciarsi, della *Porta dell'Inferno* (1880-1917), opera ispirata alla *Commedia* dantesca [Fig. 4].

Altri importanti protagonisti del panorama francese della prima metà del XX secolo, in qualità di protagonisti unici di singoli numeri della rivista, furono Marc Chagall e Raoul Dufy. Il primo, presente in nel numero 44 del 24 dicembre 1954 in cui compare l'*Autoritratto con smorfia* (1924-1925), vantò un'attività illustrativa di amplissimo respiro e fu rappresentato nel periodico con una ricca serie di immagini che, tuttavia, raramente esplicitavano la ben nota ricerca dell'artista sul sacro e sulla cultura ebraica. Il secondo, venuto a mancare nel 1953 e largamente com-

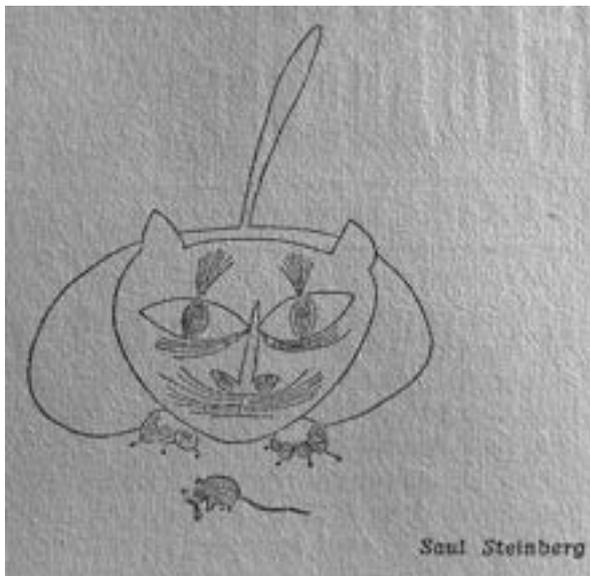


Fig. 5 | *Il Borghese*, 12 novembre 1954, illustrazione dedicata a *Cat* di Saul Steinberg.

morato dalla pubblicistica coeva internazionale, fu omaggiato da Longanesi con un'illustrazione di vita mondana (*Il Borghese*, 11, 7 maggio 1954, p. 372) che, per i caratteri dell'abbigliamento femminile, può essere ricondotta a modelli degli anni Venti del Novecento.

Meno suggestivo per il grosso dei lettori, ma indicativo di una profonda conoscenza del panorama artistico fra le due guerre e contemporaneo, dovette essere, invece, il numero dedicato ai lavori di Saul Steinberg (*Il Borghese*, 26, 12 novembre 1954, p. 566) [Fig. 5], artista di origini ebraico-rumene che è oggi annoverato tra i maggiori disegnatori del secolo breve (Belpoliti 2021; Belpoliti, Gimmelli, Ricuperati 2021).

Trasferitosi in Italia nel 1933, studiò architettura al Politecnico di Milano, dove ebbe modo di frequentare anche i corsi di Gio Ponti, e si legò poi a Lucio Fontana. La sua attività d'illustratore ebbe inizio alla metà degli anni Trenta, nella redazione del settimanale satirico *Bertoldo* di Cesare Zavattini e Giovanni Guareschi, edito da Rizzoli, e poi per *Il Settebello* dello stesso Zavattini e di Achille Campanile. La promulgazione delle leggi razziali nel 1938 gli impedì ulteriori collaborazioni e lo spinse, non senza difficoltà e un passaggio nel campo d'internamento di Tortoreto, a trasferirsi nel 1941 negli Stati Uniti (Tedeschini Lalli

2011). Qui iniziò a lavorare per il *New Yorker*, avviando un prestigiosa carriera di illustratore, vignettista e reporter che lo rese celebre nel mondo. Tuttavia, questi mantenne costanti rapporti con Milano, che forse gli permisero di entrare in contatto con la redazione de "Il Borghese", considerando anche i rapporti di Longanesi con lo scrittore, sceneggiatore, architetto e regista Aldo Buzzi, già collaboratore di riviste come *Corrente*, *Prospettive*, *Il Selvaggio* e *Domus*. Nel secondo dopoguerra, Steinberg fu coinvolto con il comasco nel congeniale *Il Caffè*, fondato da Giambattista Vicari, dove uscirono, per la prima volta, suoi lavori grafici che affiancavano articoli, raccontini, divagazioni e note di viaggio.

Il peso di Longanesi nella carriera del disegnatore fu sottolineato dal collega Riccardo Manzi, che in *Ricordo di Steinberg*, pubblicato nel n. 2 del 1950 di *Pirelli. Rivista di informazione e di tecnica*, allora diretta da Leonardo Sinisgalli, non mancò di sottolineare che l'artista: "Partì insaccando nella valigia tutto quello che gli poteva servire dall'Italia: il ricordo delle strade, Leo Longanesi e un pezzetto di Bruno Munari" (Manzi 1950: 27).

La lunga e fortunata carriera editoriale e artistica del proteiforme intellettuale, pur nella varietà delle esperienze, condizionate dalla contingenza politico-culturale delineatasi nella Penisola fra i due conflitti mondiali e il secondo dopoguerra, trovò nell'ultima impresa di *Il Borghese* continuità sia nella prospettiva ideologica conservatrice e anticonformista, come la storiografia ha già avuto modo di rilevare, sia nel convinto impiego della grafica d'arte prima, e della fotografia poi, come strumenti capaci di proporre al lettore chiavi narrative e conoscitive autonome, in forza del valore estetico e formale delle arti visive.

## Note

- <sup>1</sup> Il paragrafo 1 si deve a Laura Facchin; il 2 a Massimiliano Ferrario.
- <sup>2</sup> La pubblicazione chiude nello stesso 1922; annoverò collaborazioni con Gabriele D'Annunzio, Luigi Pirandello, Filippo Tommaso Marinetti, Curzio Malaparte e Aldo Palazzeschi, ma anche con artisti di peso come Carlo Carrà, Filippo de Pisis, Giorgio de Chirico, Fortunato Depero, Ardengo Soffici, Pablo Picasso e Oskar Kokoschka: (Mancebo Roca 2022: 345-370).
- <sup>3</sup> Il quindicinale fu edito dal 1926 al 1942 (Boemia 2020).
- <sup>4</sup> Vale la pena di ricordare il libro *La ruota del tempo. Scritti d'occasione*, illustrato da 22 disegni di Morandi, che vinse il premio Bagutta nel 1928.
- <sup>5</sup> Si pensi, in questa direzione, anche agli articoli di Ungaretti e di Giuseppe Raimondi sull'arte francese; alle traduzioni dei lavori di Jean Cocteau come di Georges Seurat; all'attenzione verso l'opera di Paul Gauguin.
- <sup>6</sup> Di particolare rilievo la recensione all'edizione del 1930 (Longanesi 1930, 9-10: 10).
- <sup>7</sup> Per ricostruire la figura del Longanesi artista a tutto campo si è dovuto attendere la mostra tenuta a Palazzo Reale di Milano con un catalogo di circa trecento opere, fra dipinti e disegni (Appella, Longanesi, Vallora 1996).
- <sup>8</sup> Sulla rivista, fondata nel 1895, anno topico per le arti visive in Italia in quanto data d'istituzione della Biennale di Venezia (Bacci, Ferretti, Fileti Mazza 2009; Bacci, Fileti Mazza 2014).
- <sup>9</sup> Si noti il fatto che alcune copie dell'*Italiano* si conservano nel fondo "Valori Plastici" della Soprintendenza alla Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea di Roma.
- <sup>10</sup> Per l'attività di Aleardo Terzi, si veda Ruta, Parisi (2019).
- <sup>11</sup> L'analisi del periodico è stata effettuata sulle annate possedute dal Centro Studi Einaudi di Torino, che si ringrazia; si tratta, di fatto, delle copie appartenute al presidente della Repubblica Luigi Einaudi.
- <sup>12</sup> La pubblicità relativa al volume compare per la prima volta in *Il Borghese*, 7, 25 giugno 1950, p. 219.
- <sup>13</sup> Nomi che ritorneranno anche fra i riferimenti di un artista come Franz Borghese.
- <sup>14</sup> Questo indirizzo si riscontra, soprattutto, in prossimità o subito dopo le elezioni politiche italiane.
- <sup>15</sup> Le inserzioni compaiono regolarmente dall'annata 1952.
- <sup>16</sup> La stessa studiosa pubblicò, tre anni dopo, *Storiografia del Manierismo*, negli *Scritti di storia dell'arte in onore di Lionello Venturi*.
- <sup>17</sup> La sua figura (Roma, 1902-Pedrazzo, 1981), legata alle personalità di Umberto Barbaro, di Paolo Flores, Dino Terra e Vinicio Paladini, è stata oggetto di minime citazioni da parte della storiografia e manca ancora di studi monografici.

## Bibliografia

- ANDREOLI A., DE LEO F. (a cura di) (2006), *Leo Longanesi: la fabbrica del dissenso*, catalogo della mostra (Roma, Biblioteca Nazionale Centrale, 14 marzo-8 aprile 2006), Roma, De Luca Editori d'Arte.
- APPELLA G., LONGANESI P., VALLORA M. (1996), *Longanesi. Editore, scrittore, artista 1905-1957*, catalogo della mostra (Milano, Civico Museo d'Arte Contemporanea, 24 ottobre 1996-12 gennaio 1997), Milano, Longanesi.
- BACCI G., FERRETTI M., FILETI MAZZA M. (a cura di) (2009), *Emporium. Parole e figure tra il 1895 e il 1964*, incontro di studio (Pisa, Scuola Normale Superiore, 30 e 31 maggio 2007), Pisa, Ed. della Normale.
- BACCI G., FILETI MAZZA M. (a cura di) (2014), *Emporium II. Parole e figure tra il 1895 e il 1964*, Il incontro di studio (Pisa, Scuola Normale Superiore, 4 e 5 novembre 2011), Pisa, Ed. della Normale.
- BALDINI A. (2024), "Nostalgico disprezzo. 'Lo Specchio', 'Il Borghese' e l'Italia del boom", in BENADUSI L., GIUNTA C., PAPADIA E. (a cura di), *Effimero Novecento. Il costume degli italiani*, Bologna, Il Mulino, pp. 307-333.
- BARBIERI F., CERA A. (a cura di) (1996), *Achille Beltrame (1871-1945). La sapienza del comunicare: illustrare con la pittura*, catalogo della mostra (Arzignano, Sala Consiliare del Palazzo Municipale, 21 settembre-3 novembre 1996), Milano, Electa.
- BELPOLITI M. (a cura di) (2021), *Steinberg A-Z*, catalogo della mostra (Milano, Palazzo della Triennale, 5 ottobre 2021-13 marzo 2022), Milano, Electa.
- BELPOLITI M., GIMMELLI G., RICUPERATI G. (a cura di) (2021), *Saul Steinberg*, Macerata, Quodlibet.
- BIBOLLOTTI C., CALOTTI F. A. (a cura di) (2009), *L'arte satirica di Mino Maccari ne Il selvaggio (1924-1943)*, catalogo della mostra (Forte dei Marmi, Museo della Satira e della Caricatura, 4 aprile-14 giugno 2009), Forte dei Marmi, s.e.
- BOEMIA D. (2020), *I denti dell'arte. La letteratura entre-deux-guerres nell'italiano di Leo Longanesi*, Milano, Amos Edizioni.
- BOTTINELLI S., (2010), *"seleArte" (1952-1966): una finestra sul mondo. Ragghianti, Olivetti e la divulgazione dell'arte internazionale all'indomani del fascismo*, Lucca, Edizioni Fondazione Ragghianti Studi sull'Arte.
- BOZZI R. (a cura di) (2005), *Leo Longanesi da Bagnacavallo, 30 agosto 1905 e la pubblicità: gioco, mestiere, poesia*, catalogo della mostra (Bagnacavallo, Centro Culturale Le Cappuccine 2005), s.l., Comune di Bagnacavallo.
- BUSINI S. (2002), *La passione politica di Mino Maccari nelle pagine de "Il Selvaggio"*, Colle di Val d'Elsa, Grafiche Boccacci.
- CAPRESI D., CINELLI B. (a cura di) (1998), *Mino Maccari: l'avventura de "Il Selvaggio". Artisti da Colle a Roma 1924-1943*, catalogo della mostra (Colle di Val d'Elsa, Museo di San Pietro, 26 settembre 1998-7 gennaio 1999) Firenze, Maschietto & Musolino.
- DALL'OMBRA D. (a cura di) (2004), *Testori a Ivrea*, catalogo della mostra (Ivrea, Chiostro di San Bernardino, 6-10 ottobre 2004), Ciniello Balsamo, Silvana Editoriale.
- DE BERTI R., PIAZZONI I. (a cura di) (2009), *Forme e modelli del rotocalco italiano tra fascismo e guerra*, Milano, Cisalpino.
- DI ROSA V. (2024), "Lo spazio dell'arte nella prima serie di 'Tempo' (1939-1943)", in BOEMIA D., GIPPONI E., LOCATI S. (a cura di), *Immagini e testo nei periodici illustrati italiani degli anni trenta e quaranta*, Milano, Mimesis, pp. 129-144.
- GRANATA I. (2015), *L'"Omnibus" di Leo Longanesi. Politica e cultura (aprile 1937-gennaio 1939)*, Milano, FrancoAngeli.
- GRÖSZ G. (1948), *Un piccolo sì e un grande no*, Milano, Longanesi.
- LONGANESI L. (1930), "Notes (La Biennale di Venezia)", in *L'italiano*, 9-10, p. 10.
- 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*, Milano, Cisalpino, pp. 305-342.

- MANCEBO ROCA J. A. (2022), "Anton Giulio Bragaglia y la Casa d'Arte Bragaglia en Roma (1918-1930)", in *Boletín del Seminario de Estudios de Arte y Arqueología*, 88, pp. 345-370.
- MANZI R. (1950), "Ricordo di Steinberg", in *Pirelli. Rivista di informazione e di tecnica*, 2, p. 27.
- MINUTAGLIO S., BELARDO D. (2021), *Depero. Futurismo e pubblicità*, catalogo della mostra (Miami, 11HH Art Gallery in collaborazione con Galleria Matteotti di Torino, 27 febbraio-23 aprile 2021), Lecce, Youcanprint.
- MUGHINI G., SCUDIERO M. (a cura di) (1997), *Il manifesto pubblicitario italiano da Dudovich a Depero 1890-1940*, catalogo della mostra (Milano, Altri Musei a Porta Romana, 9 ottobre-21 dicembre 1997), Milano, Nuova Arti Grafiche Ricordi.
- PALLOTTINO P. (2014), "Le copertine di 'Emporium' dal Simbolismo al Secondo Futurismo", in BACCI G., FILETI MAZZA M. (a cura di), *Emporium II. Parole e figure tra il 1895 e il 1964*, incontro di studio (Pisa, Scuola Normale Superiore, 4 e 5 novembre 2011), Pisa, Ed. della Normale, pp. 293-322.
- ROMANI B., BARILLI C. (a cura di) (1976), *L'Italiano (1926-1942)*, Roma, Edizioni dell'Ateneo.
- RUTA A. M., PARISI F. (2019), *Aleardo Terzi. Un protagonista del Liberty. Pittura, grafica e pubblicità*, Cinisello Balsamo, Silvana Editoriale.
- SAVINIO A. (1941), *Leo Longanesi*, Milano, Ulrico Hoepli.
- ID. (1950), "La Musica negli ultimi 50 anni", in *Il Borghese*, 1, pp. 15-17.
- ID. (1950), "La Pittura negli ultimi 50 anni", in *Il Borghese*, 2, pp. 47-49.
- SCUDIERO M. (a cura di) (1989), *Depero futurista. Grafica & pubblicità*, catalogo della mostra (Bellinzona, Villa Antonini, 27 ottobre-17 dicembre 1989), Milano, Fabbri Editori.
- TEDESCHINI LALLI M. (2011), "Descent from Paradise. Saul Steinberg's Italian Years (1933-1941)", in *Quest. Issues in Contemporary Jewish History*, 2.
- TROISIO L. (a cura di) (1975), *Strapaese e Stracittà. Il Selvaggio - L'Italiano - '900'*, Treviso, Canova.
- TURRA G. (2019), "Viaggi in terza. Alberto Savinio corrispondente da Parigi per l'«Omnibus» di Leo Longanesi", in *Studi novecenteschi*, XLVI, 97, pp. 11-30.
- ID. (2023), "Il 'vitando' Leo Longanesi: cause (e pretesti) della chiusura di *Omnibus*", in MANGANARO A., TRAINA G., TRAMONTANA C. (a cura di), *Letteratura e Potere/Poteri*, atti del XXIV Congresso dell'ADI (Catania, 23-25 settembre 2021), Roma, Adi editore, pp. 2-10.
- WALDEMAR G. (1930), "Primauté Artistique de L'Italie", in *L'Italiano*, 14-15, pp. 4-5.
- WEDDIGEN T., LEVY E. (2015), *Principles of Art History: The Problem of the Development of Style in Early Modern Art*, Los Angeles, Getty Publications.

# Matite, sor(risi) e meschinità. La genesi di *Il Mondo* di Bartoli e Maccari (1949-1950)

EMANUELA MORGANTI

Università degli studi di Urbino Carlo Bo  
emanuela.morganti@uniurb.it

doi: <https://doi.org/10.62336/unibg.eac.35.558>

## Parole chiave

Il Mondo  
Amerigo Bartoli  
Mino Maccari  
Satira  
Caricatura

## Keywords

Il Mondo  
Amerigo Bartoli  
Mino Maccari  
Satire  
Caricature

## Abstract

Sin dal primo numero apparso nelle edicole il 19 febbraio 1949, il settimanale *Il Mondo* ha proposto al pubblico un nutrito corredo illustrato, composto da fotografie, riproduzioni di opere d'arte, immagini pubblicitarie e vignette satiriche. Il direttore Mario Pannunzio affida la realizzazione delle ultime a Amerigo Bartoli e Mino Maccari che, con le proprie creazioni, formano il gusto di lettori e di lettrici, pungendo con costanza l'attualità, spaziando dalla caricatura politica a quella di costume, dalla cronaca alle esposizioni artistiche. Il contributo proposto prende in esame il corpus di opere realizzate da Bartoli e Maccari e pubblicate su *Il Mondo* durante il biennio 1949-1950, con l'obiettivo di descrivere questa realtà, analizzare la genesi della successiva linea artistica-editoriale e di offrire una visione di studio che corre in parallelo con la storia politica e culturale italiana.

Since its first appearance on news-stands the 19th February 1949, the weekly *Il Mondo* proposed to the audience a large number of illustrations, photographs, art works reproduction, advertisings and satirical cartoons. Mario Pannunzio, the director, entrusted the last one project to Amerigo Bartoli and Mino Maccari, with their creations, shaped the taste of readers and readers alike, consistently puncturing current affairs, wandering from political to social caricature, from press news to art exhibitions. The article examines the rich body of works realized by Bartoli and Maccari and published on *Il Mondo* between 1949 and 1950, with the aim of describing this production, to analyse the next artistic-editorial genesis and to offer a point of view that runs parallel with the Italian political and cultural history.

**I**l *Mondo*. Settimanale di politica e letteratura appare il 19 febbraio 1949 nelle edicole italiane, dalle quali prende commiato l'8 marzo 1966 come *Il Mondo*. Settimanale politico economico e letterario, dopo meno di due decenni trascorsi come "esempio raro di dignità intellettuale, rigore morale, severo spirito d'indipendenza" (Gorresio 1966: 3), distinguendosi come uno dei capisaldi nella storia dei periodici italiani.

Il giornalista Mario Pannunzio (neo fuoriuscito dal partito liberale), fondatore e direttore della testata, le conferisce una certa autonomia e impegno civile, inserendo la linea editoriale nello spazio lasciato libero dai due blocchi usciti dalle elezioni del 1948: la Democrazia Cristiana e il Fronte Democratico Popolare (Ferrara 1992: 7). La rivista viene stampata in rotocalco, sedici pagine in bianco e nero animate da una varietà di redattori e collaboratori, in buona parte provenienti dall'esperienza longanesiana di *Omnibus* e dalla vivace élite intellettuale del secondo dopoguerra riunitasi nelle sale del Caffè Aragno.<sup>1</sup> Si propone un ricco corredo grafico composto soprattutto da fotografie, ma anche riproduzioni di opere d'arte, illustrazioni satiriche e inserzioni pubblicitarie. Le prime volevano essere per Pannunzio "un commento visivo di particolari aspetti della vita politica italiana e straniera e un ritratto del costume, degli atteggiamenti, delle tendenze della nostra società. [...] Un'istantanea della vita reale, vista con occhio penetrante e spregiudicato" (Autilio 1995: 43).

In un periodico che si avvale della fotografia come medium preferenziale, è dunque interessante rilevare la presenza non casuale e costante delle vignette satiriche di Amerigo Bartoli Natinguerra e Mino Maccari. I loro contributi sono puntuali, un appuntamento imprescindibile sin dai primi numeri; al pubblico di *Il Mondo* i due artisti propongono vignette di pungente attualità, spaziando dalla caricatura politica a quella di costume, dalla cronaca alle esposizioni artistiche, e già nel primo biennio di vita del settimanale edificano solide basi per la linea che seguirà. Le fotografie e gli articoli pubblicati dalla testata sono stati oggetto di studi e di approfondimenti; diversamente le immagini satiriche hanno ricevuto un'attenzione più sporadica e, pertanto, il presente contributo si presenta come un approccio preliminare alle opere realizzate dai due artisti per il periodico.<sup>2</sup>

### I segni confortevoli di Bartoli e Maccari

Poche settimane dopo l'esordio, *Il Mondo* pubblica l'articolo "L'arte di insultare" a firma di Angioletti, nel quale si denuncia "l'abitudine all'invettiva" sempre più diffusa sulla stampa nazionale e internazionale, dalla quale si distanziano come "segni confortevoli le vignette qui pubblicate dai nostri amici Maccari e Bartoli" (Angioletti 1949: 9). Nell'introdurre al pubblico i colleghi, Angioletti notifica di fatto anche ciò che li contraddistingue e soprattutto distingue dalle coeve tendenze satiriche: lo stile.

Mino Maccari e Amerigo Bartoli sono gli autori designati da Pannunzio alla realizzazione dell'apparato satirico; le vignette pubblicate nel biennio 1949-1950 non portano solo la loro firma, altre matite vi collaborano (a titolo d'esempio Alfredo Mezio) e appaiono le ripubblicazioni di contributi internazionali (su tutti *The New Yorker*) o le riproposizioni di note caricature dei decenni precedenti (in particolare da *Pasquino*, *Il Fischietto* e *Il Don Pirlone*). A differenza di colleghi, citazioni e riprese, ciò che rende unica l'esperienza di Bartoli e Maccari è la loro partecipazione in pianta stabile, dalla nascita alla chiusura.

Come ricordato da Barzini, Pannunzio si rivolse a Bartoli già per la realizzazione della testata, spiazzando così un autore che non era avvezzo a creazioni di questo tipo e condividendo quindi con lui un'idea piuttosto precisa di ciò che aveva in mente: "Fammi un trionfo di ruote dentate, capitelli, donne simboliche, come usavano sui giornali del secolo scorso" (Quaglieni 2020: 248). La richiesta del direttore di un'immagine autoreferenziale guardava in realtà anche a modelli più recenti (da *il becco giallo*, settimanale satirico di opposizione al fascismo, a *tutto*, rivista settimanale illustrata romana) e dalla fantasia dell'artista scaturisce una sorta di fregio di classica memoria che strizza l'occhio alla stampa periodica postrisorgimentale [Fig. 1]. Il globo terrestre al centro del logo funziona da spartiacque: a sinistra una mitologica figura mascolina stringe il caduceo affiancato da una grande tavolozza completa di pennelli e



Fig. 1 | BARTOLI A. (1949), s.t., testata de *Il Mondo*.

tamponi, mentre a destra un parallelo femminile regge una cornucopia fiancheggiata da una cetra. Un'allegoria delle arti che, precisa Russo, "nell'originale aveva colori un po' cupi sicché Ennio Flaiano lo aveva ritoccato con un po' di biacca perché per la stampa sarebbe risultato scuro" (Appella 1994: 33).

Sottoponendo *Il Mondo* a spoglio tra il 1949 e il 1950 è stato individuato un nutrito corpus di immagini opera dei due artisti; il materiale rintracciato è stato oggetto d'indagine quantitativa e iconografica, prediligendo in quest'ultimo caso i soggetti la cui frequenza risultava maggiore, al fine di identificare filoni tematici ai quali gli autori ritornano con maggiore costanza, informando e sensibilizzando così il pubblico intorno a contenuti specifici e ripetuti.

Dall'indagine condotta durante il primo biennio Bartoli e Maccari pubblicano un totale di 291 illustrazioni, di cui 117 a firma del primo e 174 del secondo, per una media che in apparenza parrebbe di almeno un'opera a settimana per entrambi, salvo una certa discrepanza: Bartoli è piuttosto puntuale nella consegna, mentre Maccari alterna assenze settimanali a presenze plurime.

Dopo alcune sperimentazioni, dal numero 20 viene assegnata a entrambi una collocazione determinata, a uso quasi esclusivo. Bartoli si occupa perlopiù della vignetta di costume della pagina 8, dedicata a cultura, arti e letteratura, comprese sotto il titolo ombrello de "La Vita Letteraria", nella quale propone caricature di artisti, attori, attrici, registi, scrittori e personalità dalle molteplici sfumature. Invece Maccari è dedito alla politica, con una vignetta in seconda, terza o ultima pagina per la quale, in quest'ultimo caso, crea sovente una piccola rubrica composta da più disegni accorpati da un titolo unificatore – "Culturame, di Mino Maccari", "Gli insonni, di Mino Maccari", "Un giorno a Gardone, disegni di Mino Maccari" (1949c; 1949d; 1949e).

La ripartizione dello spazio e la specifica collocazione, insieme alle tematiche e agli stili, concorrono alla strutturazione di opinioni e di giudizi da parte dei membri della redazione. Essi consideravano Bartoli "un pittore più corposo e 'colto' rispetto a Maccari", per la sua capacità di creare quella che Russo definisce "un'atmosfera quasi caravaggesca", mentre l'artista di Siena era ritenuto "un pittore facile e prigioniero del suo mondo caricaturale" (Appella 1994: 35-37). Oltre allo scarto stilistico che vede nel primo un segno più plastico e nel secondo uno più sec-

co, si tramanda dunque lo stereotipo storicizzato di una netta divisione tra arte alta e arte bassa; anche in un contesto vivace e alto come la redazione di *Il Mondo*, permane quindi una percezione stereotipata degli artisti, da una parte chi partiva dalla pittura murale e da cavalletto per operare nella caricatura e dall'altra chi intraprendeva il percorso in direzione opposta, dalla caricatura al cavalletto. Tale scarto veniva forse alimentato anche dalla vita di redazione e dal *modus operandi* di ciascuno. Maccari lavorava più spesso nei locali della sede, utilizzando tavolo e cavalletto posizionati in una delle stanze frequentate dagli altri collaboratori, apparendo così più coinvolto nella vivace quotidianità del settimanale, interpretando in un certo qual modo la parte del caricaturista già presente in ogni redazione satirica postrisorgimentale. Invece Bartoli si manteneva a distanza, allineandosi a una visione postromantica dell'artista come ricordato da Flaiano: "preparava la sua vignetta nel suo studio di pittore, che era nelle scuderie di Villa Borghese, [...] arrivava puntuale ogni mercoledì col suo disegno arrotolato e tenuto fermo da un elastico" (Appella 1994, 34; 271).<sup>3</sup>

Secondo alcune affettuose testimonianze interne alla redazione avvalorate anche da ironiche auto caricature, Bartoli poteva essere definito l'amico rivale di Maccari (Autilio 1995: 25). L'impressione di una bonaria competizione sarebbe potuta scaturire non solo dalle personalità, dagli atteggiamenti e dalle modalità operative, dalla collocazione tipografica e dallo scarto stilistico,<sup>4</sup> ma anche dalla divisione tematica degli argomenti affrontati. Tra il 1949 e il 1950,<sup>5</sup> i soggetti sondati dai due artisti possono essere infatti suddivisi in maniera quasi speculare, agevolando una disamina iconografica di seguito riportata.

#### Amerigo Bartoli, cogliere il lato sublime della banalità

"Me lo spiegava davanti, aspettava che ridessi, come un gioco. Aveva il dono di cogliere il lato sublime della banalità" (Flaiano 1972). Con queste parole Flaiano tentava di ricostruire l'atmosfera di scoperta dinnanzi allo svelamento dei prodotti usciti settimanalmente dall'immaginazione di Amerigo Bartoli.

Quando nel 1949 viene chiamato da Pannunzio, Bartoli ha già alle spalle numerose collaborazioni con la stampa periodica, tra cui *La Giberna*, *Pasquino*, *Il Pri-*



Fig. 2 | BARTOLI A. (1949), "Astrattista..cubista..surrealista..verista.. istintivista?. - No, semplicemente arrivista", in *Il Mondo*, I:1, p. 8.

mato artistico italiano, *Simpaticissima*, *Il Selvaggio*, *Index rerum virorumque prohibitorum*. *Breviario romano*, *Il Travaso*, *La Gazzetta del Popolo*, *Fuori sacco*, *L'Italiano*, *Omnibus* e *Quadrivio* (Pallottino 1988). Per *Il Mondo* Bartoli si occupa anzitutto di arte, indagando e bersagliando movimenti, tendenze e mode, denunciando le condizioni sociali di artisti e artiste, e smascherando le male abitudini del mercato e delle gallerie. Più che sugli aspetti generali, si punta su discipline specifiche (pittura, scultura, architettura e fotografia), delle quali si esplorano anche aspetti meno convenzionali, come perizie, restauri e falsi d'autore, abbandonandosi anche all'autoironia: "Se certi pittori sapessero disegnare vignette che fanno ridere le farebbero anche loro, invece sono soltanto capaci di impiastriare delle tele che fanno ridere" (Sofia 1949: 9). Questo primo filone si avvia sin dal numero d'esordio del 19 febbraio 1949 sul quale viene pubblicata una vignetta in cui ci si prende gioco dell'arrivismo dichiarato (in didascalia) da un giovane pittore a colloquio con un caricaturato Riccardo Bacchelli, comparandolo *de visu* al "camaleontismo e l'opportunismo di Pablo Picasso" più volte colpito dal critico sulle pagine della rivista (Nuovo 2009: 19; Bartoli 1949a) [Fig. 2]. L'artista spagnolo è il reale bersaglio; a lui rimandano le tele appese e accatastate, i cataloghi e le pubblicazioni disposte sulla scrivania, nonché la scultura nel primo piano destro, epigona caricaturale de *Cabeza de mujer* realizzata da Picasso nel 1937.<sup>6</sup> Allo stesso modo Bartoli si affianca alla tenace linea non figurativa e anti astratta che con-



Fig. 3 | BARTOLI A. (1949), "-..il bisnonno..il nonno.. E questo è papà", in *Il Mondo*, I:4, p. 8.

traddistingue gli approfondimenti di Mezio per *Il Mondo*, tratteggiando opere ed esponenti sia a livello nazionale che internazionale, talvolta indicati con grande puntualità, scimmiettandone soggetti e stili, e giungendo finanche a nominarli (1949b; 1949e) [Figg. 3-4].<sup>7</sup> Nelle sue creazioni dimostra la conoscenza della storia della satira italiana illustrata e vi attinge utilizzando espressioni grafiche ormai storicizzate, come nell'incontro tra un ricco mercante e uno squattrinato pittore forse in procinto di reinventarsi falsario (1949i) [Fig. 5]. Nel denunciare le frodi del mercato dell'arte, la vignetta richiama le figure dei borghesi pasciuti e dei macilenti proletari che popo-



Fig. 4 | BARTOLI A. (1949), "- Deve far parte degli aiuti del piano A.R.P.", in *Il Mondo*, I:9, p. 8.



Fig. 5 | BARTOLI A. (1949), "I mercanti", in *Il Mondo*, I:42, p. 8.

lavano le copertine della stampa socialista periodica italiana di inizio XX secolo, come nelle illustrazioni di Gabriele Galantara e di Giuseppe Scalarini su *l'Avanti!* e *l'Asino*.<sup>8</sup>

La letteratura è la seconda tematica alla quale Bartoli dedica un'attenzione costante, scandagliandola dalle vicende di scrittori, scrittrici e critici ai premi e ai riconoscimenti letterari (in costante aumento ma caratterizzati da inadeguatezza o totale mancanza di fondi), sino alle competenze di lettori e lettrici. "Molti che sanno scrivere non hanno niente da dire; a me, che ho tante cose da dire è difficile scrivere; ma si può imparare a scrivere, non si può imparare ad avere idee" (Sofia 1949: 9). Questa stessa mordacia con la



Fig. 6 | BARTOLI A. (1949), "MICHELANGELO: - Ma perché parli?", in *Il Mondo*, II:10, p. 8.

quale si esprimeva intorno a chi orbitava nell'ambito letterario, Bartoli la impiegava anche nelle didascalie delle vignette dedicate allo stesso tema, avvalendosi per sigillare i propri disegni attraverso caustiche battute che spesso però nascevano dalla fantasia altrui, sovente da quella di Flaiano.<sup>9</sup> Autori di prosa e poeti, del passato e del presente, nomi noti e aspiranti anonimi, tutti alla perenne ricerca dell'ispirazione e di buone idee, sostano a turno sulla sua graticola. A volte Bartoli si avvale di aneddoti ormai divenuti leggendari, come nel caso di un contrariato Alfieri immobilizzato alla poltrona da corde in occasione delle cerimonie per il bicentenario della nascita, o di Giovanni Papini che, dopo la recente uscita del suo *Vita di Michelangelo nella vita del suo tempo*, viene rimproverato dallo scultore in persona, parafrasando la celebre esclamazione rivolta al Mosè ora traslata in un "Ma perché parli?" (1949g; 1950c) [Fig. 6]. Talaltra si abbandona a fulminei giochi di parole figurati, come accade nella rappresentazione di Curzio Malaparte trasformato in un tappeto da salotto a seguito delle polemiche destate dal romanzo *La pelle*, uscito quello stesso anno (1950b). L'umorismo graffiante di Bartoli arriva sin dentro le biblioteche e le librerie; nel suo immaginario i luoghi preposti alla promozione e alla diffusione della lettura vengono frequentati da incompetenti aspiranti lettrici che ordinano i volumi sulla base delle sole dimensioni, considerandoli oggetti decorativi di arredamento [Fig. 7]. O, in alternativa, solcano le loro porte quegli intellettuali vittime della crisi editoriale, come quel personaggio che en-



Fig. 7 | BARTOLI A. (1949), "Case moderne", in *Il Mondo*, I:12, p. 8.



Fig. 8 | BARTOLI A. (1950), "LA CRISI EDITORIALE", in *Il Mondo*, II:6, p. 8.

tra ansioso in libreria per scoprire quante copie del suo libro non sono state vendute (1949h; 1950a) [Fig. 8]. Questa illustrazione pubblicata l'11 febbraio 1950 contiene anche un preciso rimando all'opera pittorica di Bartoli: il commesso filiforme che si sporge dal bancone per accogliere la richiesta ricalca infatti perfettamente la fisionomia di *L'impiegato* che, l'anno precedente, era stato il protagonista di un suo dipinto realizzato per l'industriale Giuseppe Verzocchi.<sup>10</sup> Dopo arte e letteratura, si rintracciano in numero inferiore esempi di satira dedicati rispettivamente al cinema, alla musica e all'istruzione (accademica e universitaria), che Bartoli lavora da più fronti seguendo una metodologia consolidata. Nel trattare della settima arte si spazia quindi tra i generi, il *modus operandi* dei registi, il divismo degli attori e delle attrici. Si sorride della noia e del disinteresse che alcune pellicole suscitano nel pubblico durante le proiezioni in sala, ci si burla del benessere e dell'abbondanza di certi produttori e ci si beffa del contemporaneo. Così il 2 febbraio 1949 a essere deriso è *Amleto*, la trasposizione dell'opera teatrale shakespeariana da poco passata nelle sale italiane, diretta, prodotta e interpretata dall'attore britannico Laurence Olivier, che si ritrova nella locandina in un intenso ritratto del principe di Danimarca (1949c) [Fig. 9]. Oppure, il 19 novembre 1950 è Alberto Moravia a cadere vittima di Bartoli, che non perde l'occasione per ironizzare sul nuovo interesse dello scrittore per il cinema, bersagliando questa passione anche attraverso la fisio-



Fig. 9 | BARTOLI A. (1949), "Vuol sapere se c'è posto? Ci può essere o ci può non essere!", in *Il Mondo*, I:7, p. 16.

gnomica di un volto prevaricato dalle grandi sopracciglia che ne restituivano un'idea intensa, crucciata e già predisposta a una traduzione in senso comico (1950e) [Fig. 10].

Infine, accade che venga assegnata a Bartoli la pagina del settimanale solitamente spettante a Mino Maccari e l'artista opta per tematiche di satira sociale e di costume, più prossime a quelle affrontate dal collega e dalle fotografie, forse per non disorientare le aspettative del pubblico e le convenzioni della testata. Ecco allora apparire personaggi impegnati in hobby e passatempi, intenti a godersi le vacanze e a trascorrere il tempo libero. "Passa i quattro quinti della sua giornata a viverci in mezzo, a guardarli, a ascoltarli tacendo; e l'altro quinto a rappresentarli come



Fig. 10 | BARTOLI A. (1950), "E adesso, mi faccia questo primo piano", in *Il Mondo*, Il:46, p. 8.

sono, come siamo, nelle nostre contraddizioni, incongruenze, villanie e balordaggini" (Montanelli 1957: s.p.). In queste ultime illustrazioni viene dedicato largo spazio al genere femminile, già *alter ego* del maschile in vignette di altro tenore (la moglie del poeta, dello scrittore e del pittore, la fidanzata dell'aspirante collezionista e del bandito, l'accompagnatrice a teatro, al giardino zoologico, alle esposizioni e alle città d'arte), o essa stessa personaggio agente di una collettività (la scrittrice, la congressista, la cliente), più di rado la donna è protagonista di immagini interamente a essa dedicate. Ciò accade proprio in corrispondenza della rappresentazione dei momenti di svago, trascorsi sempre a coppie o in gruppo, caratterizzando così i personaggi femminili di svagatezza e frivolezza, sorelle di quella superficialità che le contraddistingue nelle illustrazioni in cui si accompagnano agli uomini. Sono le donne a non accorgersi delle discariche a cielo aperto scelte come luogo di villeggiatura ("A Venezia è più bello, ma qui è più drammatico"), a non cogliere le allusioni dei mariti in prigione ("Ecco come è fatta mia moglie! Le chiedo una lima grossa e mi manda un limone"), a non sapere bluffare durante una partita a carte ("Smettila di fischiare la Marcia reale per far capire che hai il re") (1949i; 1949f; 1949d). Eppure, nonostante la mancanza di acume e una certa vacuità, è al genere femminile che Bartoli dedica una delle creazioni più drammatiche del primo biennio: il 22 aprile 1950 immortalava tre donne intorno a un tavolo, una di loro è intenta a leggere un giornale del quale è possibile intravedere i titoli "Strozza la moglie", "Spara alla fidanzata", "Fa a pezzi l'amante" (1950d) [Fig. 11]. Le intestazioni degli articoli rimandano alle



Fig. 11 | BARTOLI A. (1950), "L'abbiamo scampata bella..", in *Il Mondo*, Il:16, p. 8.

differenti età delle donne disegnate e la didascalia "L'abbiamo scambiata bella", permette a chi legge di riconoscere nelle tre figure una moglie, una fidanzata e un'amante, sublimando così la tragedia in farsa attraverso un'istantanea di grande satira.

Sulle pagine di *Il Mondo* Bartoli si serve di un disegno raffinato, di segni quasi solenni che compongono da una parte le deformazioni fisiognomiche e dall'altra dei fedeli ritratti nei quali era un eccellente maestro, testimonianze di una convivenza dell'animo caricaturista con quello pittorico, a livello personale e caratteriale ancor prima che professionale. "I suoi disegni erano lambiccati, allusivi, elaborati come quadri e riflettevano un suo umorismo sardonico che colpiva le ambizioni sbagliate o commentava la meschinità della vita" dichiarava Russo (Appella 1994: 33-37), mentre Dragone definiva la sua pittura "sinonimo di impegno [...] un disegno tutto reattivo, che si direbbe illuminato dal sorriso che riesce a suscitare in combinazione con l'inseguita didascalia" (Pegnaieff 1997: 10). Un segno pittorico elegante condito da "un'arguzia corrusca" (Pallottino 1988: 339), in grado di creare disegni "sicuri e pastosi, dal chiaroscuro violento" animati da un'ironia che secondo Longanesi "conserva un tono popolaresco" (Pegnaieff 1997: 14).

Bartoli appare a chi lo legge come un affabile dissacratore del (mal)costume, delle mode, della società e della vita che riesce nei propri intenti grazie a delle vignette che si contraddistinguono per uno strutturato impianto pittorico, nelle quali disegno e colore passeggiano a braccetto e contrassegnano di pari

importanza sia le linee compositive, strutturali e prospettiche che le variazioni di toni e i chiaroscuri. Alcuni anni prima dell'avvio dell'esperienza di *Il Mondo*, Soffici aveva già ravvisato lo spirito di Bartoli, spirito inteso sia come "senso di comicità" sia "nel senso più lato e profondo di vitalità artistica e più propriamente espressiva di verità umana e di carattere", in grado di sposare la scolastica tradizione tecnica con il movimento e la psicologia e di generare immagini di studiate spontaneità e immediatezza (Soffici 1986). Prendendo in prestito le parole dell'amico pittore e scrittore si può dunque concludere che "questi disegni d'origine, insomma, giornalistica e destinati a intonarsi all'estetica della rivista e del giornale, oltrepassano di tanto il loro primo scopo, esorbitando dal campo della caricatura e dell'illustrazione per entrare sicuramente in quello dell'arte vera e propria" (ibidem).

#### Mino Maccari, il critico delle eterne vanità

Alla data del 19 febbraio 1949 anche Mino Maccari è già una conoscenza di lungo corso dei periodici italiani, le sue creazioni sono apparse, tra gli altri, su *L'italiano*, *Il Frontespizio*, *Omnibus*, oltre ovviamente a *Il Selvaggio*.

Chiamato da Pannunzio nella redazione di *Il Mondo*, Maccari si occupa per il settimanale principalmente di politica, attualità, satira sociale e malcostume, in vignette pubblicate in seconda, terza e più spesso ultima pagina, quest'ultima condivisa con la fotografia.<sup>11</sup> Si dedica ai problemi della politica interna nazionale: dalla difficile ripresa economica post bellica alle agitazioni sindacali, dalle questioni economiche al re-taglio fascista, dai problemi dell'industria e dell'agricoltura a quelli della ricostruzione. Su questa è incentrata l'illustrazione pubblicata il 14 maggio 1949 [Fig. 12] nella quale le necessità evidenti degli edifici distrutti durante il secondo conflitto mondiale vengono subordinate all'ordine di altre priorità, vale a dire la vaneggiata riacquisizione delle colonie (1949a). I fabbricati sono spettri anonimi dei quali è impossibile determinare la destinazione d'uso, circondati da macerie in primo piano e dei quali non rimangono ormai che poche rovine: mattoni, tracce delle armature di acciaio del calcestruzzo, fantasmi di finestre. In primo piano si trovano tre figure che chiacchierano dei provvedimenti futuri, tracciate solo in apparente



Fig. 12 | MACCARI M. (1949), "A questo provvederemo quando avremo riavuto le colonie", in *Il Mondo*, l:13, p. 2.

contrasto con gli immobili, dato che l'artista decide di marcare gli individui con lo stesso tratteggio utilizzato per il resto della composizione, contrassegnando così tutte le parti della stessa inconsistenza, qui fisica lì morale.

A distanza di poche settimane Maccari punta l'obiettivo sulla riforma agraria *in fieri* proprio in quel 1949, che troverà attuazione nell'ottobre del 1950 grazie alla legge n. 841 e di nuovo confluisce nell'immagine



Fig. 13 | MACCARI M. (1949), "Non mi chiedere riforme agrarie! Tutt'al più posso far riformare tuo figlio alla leva militare", in *Il Mondo*, l:16, p. 16.

due differenti denunce (1949b) [Fig. 13]. Da una parte delinea la situazione precedente all'emanazione e all'entrata in vigore della norma che avrebbe regolato la produzione agricola, dall'altra palesa il malcostume dilagante tra la classe politica e i latifondisti. La prima è rappresentata dal contesto rurale e dalle quattro figure (in diverso livello di finezza progressivamente ridotta dal primo al secondo piano) impegnate nel lavoro dei campi, la seconda (politici e latifondisti) dall'individuo sulla sinistra. Come Bartoli, anche Maccari attinge alla contrapposizione figurata della grafica socialista di primo Novecento, impostando un confronto visivo antitetico tra il personaggio pasciuto elegantemente vestito (non secondario il dettaglio delle calzature) e il bracciante scalzo con i vestiti rammendati, l'uno con le inoperose mani in tasca, l'altro appoggiate solo momentaneamente sulla zappa da lavoro, due chiari segnali di una comunicazione

non verbale in grado di raggiungere il pubblico con grande puntualità.

Alla storia della satira italiana strizza l'occhio anche la meno didascalica "L'on. Togliatti ha tenuto a Torino una conferenza su Giolitti", legata al discorso pronunciato il 30 aprile 1950 dal Segretario generale del Partito Comunista Italiano presso il Teatro Carignano di Torino (Maccari 1950) [Fig. 14]. Privo di ogni tipo di contestualizzazione o di rimando alla capitale sabauda o alla sede dell'evento, il disegno si fonda ancora una volta su un'antitesi (fulcro assoluto della vignetta), non più legata alla corporatura come emblema di benessere e ricchezza, ma alle dimensioni come simbolo di caratura morale. I ritratti caricaturali dei due uomini politici sono impostati entrambi *de visu* su un rilevante fuori scala: l'ex Presidente del Consiglio è elevato a sagoma colossale con indosso l'immane finanziaria che molta fortuna aveva avuto presso i caricaturisti della prima metà del secolo (Aloi, Mola



Fig. 14 | MACCARI M. (1950), "L'on. Togliatti ha tenuto a Torino una conferenza su Giolitti", in *Il Mondo*, 11:19, p. 2.



Fig. 15 | MACCARI M. (1949), "Le sta facendo una corte..una cortina di ferro", in *Il Mondo*, 1:38, p. 16.

2003), mentre il deputato viene rimpicciolito sino a occupare un terzo dello spazio del suo contraltare. Un gigante e un nano che diventano significanti di per sé e, al contempo, in relazione al proprio contraltare, grafico e ideologico.

Un secondo filone di indagine affrontato da Maccari è costituito dalla situazione politica internazionale, sia del passato recente sia contemporanea, indagata attraverso focus di stringente contingenza (come la questione atomica) oppure ritornando con regolarità su alcune note personalità, Churchill e Stalin su tutte. Il Presidente del Consiglio dei ministri dell'URSS è per esempio protagonista dell'illustrazione "Le sta facendo una corte ... una cortina di ferro" pubblicata su *Il Mondo* il 5 novembre 1949, all'interno della quale il suo ritratto, seppure caricaturale, spicca all'interno del gruppo per essere l'unica rappresentazione realistica di una fisionomia (1949i) [Fig. 15]. La vignetta è pubblicata qualche settimana dopo la proclamazione della Repubblica Democratica Tedesca (7 ottobre 1949) ed è proprio la personificazione femminile della Germania (riconoscibile dalle lunghe trecce e dal *Pickelhaube*) a scambiarsi effusioni con il capo di governo sovietico, mentre alle loro spalle fingono indifferenza le personificazioni di Francia, Stati Uniti d'America e Regno Unito, identificabili dalle uniformi e dai capi di abbigliamento indossati. Dedicandosi con maggiore frequenza alla politica, sono dunque ravvisabili nello stile di Maccari diverse caratteristiche della satira illustrata ormai storicizzate a livello internazionale: dall'impostazione antitetica dei soggetti all'uso di figure retoriche, alle quali l'autore ricorre per imbastire dialoghi e confronti conclusi e validi di per sé anche se privi delle didascalie, eredi della grafica satirica otto-novecentesca che per sua natura era destinata a un universo in buona parte analfabeta o semi alfabetizzato.

Capita che l'artista mescoli nella stessa creazione passato e presente, riuscendo così a prendersi gioco di bersagli diversi grazie a un'unica iconografia. Emblematica in questo senso è l'immagine pubblicata su *Il Mondo* nell'estate del 1949 durante il soggiorno estivo di Winston Churchill presso il Grand Hotel di Gardone Riviera, promosso dal suo desiderio di dipingere alcuni suggestivi scorci della celebre località di villeggiatura (1949f) [Fig. 16]. Era nota la passione per la pittura dell'ex primo ministro britannico e i periodici ne diffusero numerose fotografie intento ad ar-



Fig. 16 | MACCARI M. (1949), "Accidenti! A questo non ci avevo mai pensato..", in *Il Mondo*, 1:26, p. 16.

meggiare con pennelli, colori, tavolozze e tele. È a una di queste istantanee che si ispira Maccari nell'immaginare un anacronistico incontro tra il politico pittore e Benito Mussolini. Il Duce in alta uniforme fascista osserva Churchill dipingere (quasi lo spia da dietro le spalle), meravigliandosi all'improvviso con sé stesso per non aver pensato alla sua promozione personale anche nelle vesti di pittore, un'ennesima possibile declinazione della propaganda per immagini che lo aveva visto, tra le altre cose, trebbiare il grano e caricare con un badile una carriola.

Di seguito alla situazione politica nazionale e internazionale, nelle vignette di Maccari si ritrovano tematiche di satira sociale, con particolare fortuna nel periodo estivo durante il quale l'artista si rivela, come notava Soldati, un "acuto indagatore del costume italiano, dei vizi vecchi e nuovi" (Autilio 1995: 3). Il soggetto prediletto dei mesi più caldi è il turismo balneare, che viene fotografato in un lasso di tempo in cui non è più solo un soggiorno appannaggio della classe borghese, ma non è ancora neppure il turismo organizzato; tra il 1949 e il 1950 è in atto quella trasformazione che porterà le spiagge a diventare il sogno agognato dalle masse. La vacanza al mare è ancora affare di pochi (borghesi, imprenditori, politici, intellettuali), di una porzione della società o "della nostra civiltà" come si autodefiniscono i protagonisti dell'illustrazione "Non mi parli di un'altra guerra, colonnello! Sarebbe la fine della nostra civiltà" pubblica-



Fig. 17 | MACCARI M. (1949), "Non mi parli di un'altra guerra, colonnello! Sarebbe la fine della nostra civiltà", in *Il Mondo*, 1:29, p. 16.

ta nel settembre del 1949 (1949g) [Fig. 17]. Ancora una volta l'immagine si fonda su una contrapposizione, che in questo caso non è figurata, ma costruita in appoggio alla didascalia, dove il termine "civiltà" viene messo in contrasto con la parola "guerra". I vocaboli generano nella mente di chi li legge delle rappresentazioni semantiche se non univoche quantomeno simili, e all'idea di "civiltà" difficilmente può corrispondere come significante qualcosa di affine a quello che Maccari disegna. Tutt'altro, la sovrapposizione di divertimenti e svaghi (coppie danzanti, postumi dell'alcool, pose provocanti, eccessi di vizi di vario genere) produce in chi li legge una chiara sensazione di decadenza morale.

Infine, quando a Maccari viene affidata la pagina letteraria di norma assegnata a Bartoli, l'artista si occupa di arte e letteratura. È interessante quindi notare che qualora siano chiamati a pubblicare sulle colonne destinate al collega, entrambi modifichino i propri soggetti in relazione allo spazio assegnato, operando una vera e propria sostituzione per non disturbare il pubblico ormai fidelizzato e non scombinare il *layout* del periodico, anch'esso standardizzato a una sorta di politica caricaturale tipografica. A questo scopo risponde per esempio l'illustrazione apparsa il 10 settembre 1949 sulla pagina ospitante la rubrica "La Vita Letteraria" [Fig. 18], nella quale, in uno studio di fantasia non troppo dissimile da quelli romani frequentati dallo stesso Maccari, vengono riuniti alcuni esponenti della pittura contemporanea (tra gli altri Renato Guttuso, Mario Mafai e Corrado Cagli) affratellati non solo da una vicinanza di poetiche ma anche nella sfortuna critica, evidenziata dalla didascalia "Coraggio ragazzi, sembra che il premio di pittura lo daranno



Fig. 18 | MACCARI M. (1949), "Coraggio ragazzi, sembra che il premio di pittura lo daranno a un pittore!", in *Il Mondo*, 1:30, p. 8.

a un pittore!" (1949h). Curioso anche come in quest'ultimo caso Maccari adegui non solo la tematica, ma anche la grafica, limando, addolcendo e modificando in parte il proprio stile.

Infatti, le vignette di Maccari sono figlie delle sue incisioni e linoleografie, con le quali condividono un segno grafico secco e studiate linee curve e rette; come ricordava Dragone per l'artista l'incisione era la fonte della pittura, arrivando a sostenere: "Leviamoci dal capo che si tratti di un'appendice, d'una distrazione... insomma di una manifestazione secondaria, se non peggiore della pittura. Al contrario ci troviamo alla sua fonte" (Autilio 1995: 11). Se la satira di Bartoli è legata a doppia mandata alla sua pittura, quella di Maccari lo è alla sua arte incisoria, dalla cui pratica nascono ritratti nervosi e contorti, segni netti e furenti, in grado secondo Spera di "graffiare questo o quel personaggio, irridere, con tratti sferzanti e canzoncine mordaci, questo o quel tratto di un costume sociale ancora troppo vassallo del conformismo" (ivi: 17), un conformismo sotto alcuni aspetti non solo d'opinione ma anche di stile, quello pittorico alla Bartoli al quale si allineava ancora buona parte degli illustratori satirici italiani allo scoccare della metà del XX secolo, e dal quale Maccari si distacca.

### I dioscuroi satirici del loro tempo

Nel 1934 Soffici inseriva Amerigo Bartoli e Mino Maccari "tra le forze autentiche dell'arte italiana", artisti di una schiera eletta, completi per capacità e valorosi tanto nella pittura quanto nel disegno (Soffici 1986).<sup>12</sup> Nel 1949 entrambi avevano alle spalle importanti esperienze nella stampa periodica, erano intellettuali riconosciuti e profondi conoscitori dell'universo culturale italiano del secondo dopoguerra. Anzitutto tra il 1937 e il 1939 tutti e due erano stati collaboratori di *Omnibus*, il moderno settimanale di attualità politica e letteraria diretto da Leo Longanesi, fautore di un rinnovamento tipografico e iconografico ripreso in seguito da una nutrita serie di periodici italiani, a rotocalco e non. Secondo Scalfari la storia di *Il Mondo* "non poteva essere raccontata se non si partiva da *Omnibus*" (Granata 2009: 144). Su *Omnibus* Pannunzio aveva curato la rubrica *Nuovi film* e ricoperto il ruolo di redattore capo,<sup>13</sup> dunque non stupisce che vi attinga come a un continuo bacino di novità, che recuperi l'innovativa formula del rotocalco, che si rivolga a Bartoli e Maccari nella pianificazione del nuovo settimanale che stava progettando (anche perché aveva acquisito da quello di Longanesi "il gusto e il senso delle immagini" [Mormorio 1990: 29]), e che affidi ai due artisti uno spazio che non sarà un'appendice illustrata in tono minore, bensì un approfondimento per immagini, autonomo e indipendente, non gregario ma collaterale alle fotografie. Le tematiche sondate da Bartoli e Maccari tra il 1949 e il 1950 appaiono per questo decisamente variegata e la caratteristica si manterrà costante per i diciotto anni a seguire. In un solo biennio i due costruiscono la comunicazione visiva della testata (in parallelo con i fotografi) e delineano la genesi illustrata di *Il Mondo*. Bartoli e Maccari spaziano dalla caricatura politica alla satira di costume, dall'attualità alle meschinità di un mondo nuovo eppure ancora uguale a sé stesso e le mettono a nudo attraverso segni confortevoli di matite e di pennelli. Attraverso le loro vignette pubblicate settimanalmente in contemporanea, anche dal punto di vista caricaturale *Il Mondo* si presenta come un prodotto editoriale differente dalla maggior parte dei periodici illustrati che l'hanno preceduto e che lo seguiranno. Infatti se le testate precedenti e successive si caratterizzano talvolta per una linea univoca (umoristica o satirica), molto più spesso in-

vece si contraddistinguono di una propria natura (politica, d'attualità, di costume, di approfondimento...). La creatura di Pannunzio può tener fede in toto al proprio sottotitolo *Settimanale politico economico e letterario*, perché tutti i contributi pubblicati convergono nella creazione di quell'identità caleidoscopica, evidente nella lettura degli articoli, delle fotografie e anche delle vignette. I lettori e le lettrici partecipano a un'azione artistica quasi stringendo un patto silenzioso, sorridono e ridono con Bartoli e Maccari e insieme plasmano il gusto che, sin dagli esordi, sarà uno dei segni distintivi di *Il Mondo*.

## Note

<sup>1</sup> Si ricorda il dipinto Amerigo Bartoli, *Gli amici al caffè*, 1930, olio su tela, Roma, Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea.

<sup>2</sup> La collaborazione di Bartoli e Maccari è stata più volte menzionata all'interno di pubblicazioni dedicate al settimanale, ma ne manca allo stato attuale lo studio corale, mentre la schedatura integrale è consultabile in <https://caricatura.sns.it/mondo.php>. Il presente contributo si origina dall'intervento *La genesi de Il Mondo di Bartoli e Maccari (1949-1950)* presentato in occasione del convegno *I periodici illustrati nell'Italia del secondo dopoguerra. Testo e immagine tra arte, cinema e letteratura*, Università IULM, 30 novembre - 1 dicembre 2023.

<sup>3</sup> Anche Massari ricorda "i vignettisti, Maccari e Bartoli, col disegno già messo su carta o con un'idea in testa, da esporre, da discutere e quindi illustrare" (Massari 1990: 16).

<sup>4</sup> Ajello, fornendo l'elenco dei collaboratori di Longanesi a *Omnibus* introduce la differenza di stile: "Mino Maccari, il sottile Bartoli e il caustico Novello vi pubblicavano vignette" (Ajello 1976: 185).

<sup>5</sup> Alcuni soggetti, soprattutto in seguito, godranno di una fortuna trasversale nell'opera di entrambi, ad esempio la tematica anticlericale oggetto di un recente studio (Morachioli 2015: 42-47).

<sup>6</sup> Pablo Picasso, *Cabeza de mujer*, 1937, cemento, Antibes, Musée Picasso.

<sup>7</sup> Qualche anno più tardi Bartoli dichiarerà apertamente la sua posizione in un'intervista apparsa proprio sul settimanale (Visentini 1958: 13).

<sup>8</sup> I debiti con la storia della satira sono già stati evidenziati dal collega Mezio che riscontrava in Bartoli "un umorismo meno rigido di quello di Forain, ma con un tipo di disegno che ha nella vignetta di Forain la sua partenza" (Mezio 1952: 12).

<sup>9</sup> "Sono vent'anni che conosco Bartoli e, in tutti i giornali dove ci siamo incontrati, l'ho sempre visto alle prese col problema della battuta. [...] è il grosso grattacapo di Bartoli" (ibidem). Tuttavia sosteneva Montanelli a proposito delle vignette dell'artista "guardatevi dall'ipnosi della battuta umoristica. Essa non è che il condimento. La bistecca è quella che sta sopra" (Montanelli 1957: s.p.).

<sup>10</sup> Amerigo Bartoli Natinguerra, *L'impiegato*, 1949, olio su tela, Forlì, Collezione Verzocchi.

<sup>11</sup> "L'ultima pagina è occupata interamente da due fotografie e dalle splendide vignette di Mino Maccari. Fotografia e pittura, come una sola arte: giornalismo fotografico, e giornalismo scritto, un unico giornalismo" (Massari 1990: 17).

<sup>12</sup> Soffici e Maccari furono legati da una lunga e sincera amicizia testimoniata dall'intenso epistolario (Carlini 1990).

<sup>13</sup> In continuità e in omaggio a *Omnibus*, Pannunzio ne recupera in parte anche il sottotitolo *Settimanale di attualità politica e letteratura*.

## Bibliografia

- AJELLO N. (1976), *Il settimanale di attualità*, in Id., MURIALDI P., TRANFAGLIA N., ISNENGI M., ECO U., VIOLI P., LILLI L., GHIRELLI A., GENOVESI G., DE MAURO T., GRANDINETTI M., *Storia della stampa italiana. Volume V. La stampa italiana del neocapitalismo*, Editori Laterza, Bari, pp. 173-249.
- ID. (1977), *Longanesi: nel segno della disobbedienza*, in *La Repubblica*, 11:222, pp. 12-13.
- ALOI D., MELLANA C. (2010), *Umoristi in Piemonte. Dizionario di autori e riviste per sorridere e graffiare dal 1848 a oggi*, Il Pennino, Torino.
- ALOI D., MOLA A. A. (2003), *Giovanni Giolitti nella satira politica. La nascita dell'Italia odierna*, Il Pennino, Torino.
- ALOI D., MORETTI P. (2011), *Padri e zii della patria*, Il Pennino, Torino.
- ANGIOLETTI G. B. (1949), "L'arte di insultare", in *Il Mondo*, 11:16, p. 3.
- APPELLA G. (1994) (a cura di), *Amerigo Bartoli Terni 1890 - Roma 1971*, Electa, Milano.
- APPELLA G., TRUCCHI L. (1993) (a cura di), *Mino Maccari 1898-1989*, De Luca, Roma.
- AUTILIO C. (1995), *Un Mondo di Maccari. Mostra delle vignette di Mino Maccari su "Il Mondo" di Mario Pannunzio, 1949-1966*, Biblioteca Nazionale Universitaria, Torino.
- BARTOLI A. (1949a), "- Astrattista..cubista..surrealista..verista.. istintivista?. -No, semplicemente arrivista", in *Il Mondo*, 1:1, p. 8.
- ID. (1949b), "-...il bisnonno..il nonno.. E questo è papà", in *Il Mondo*, 1:4, p. 8.
- ID. (1949c), "Vuol sapere se c'è posto? Ci può essere o ci può non essere!", in *Il Mondo*, 1:7, p. 16.
- ID. (1949d), "Domenica", in *Il Mondo*, 1:7, p. 16.
- ID. (1949e), "- Deve far parte degli aiuti del piano A.R.P.", in *Il Mondo*, 1:9, p. 8.
- ID. (1949f), "Giustizia", in *Il Mondo*, 1:10, p. 16.
- ID. (1949g), "Celebrazioni alferiane", in *Il Mondo*, 1:11, p. 8.
- ID. (1949h), "Case moderne", in *Il Mondo*, 1:12, p. 8.
- ID. (1949i), "Il senso della vita", in *Il Mondo*, 1:24, p. 16.
- ID. (1949j), "I mercanti", in *Il Mondo*, 1:42, p. 8.
- ID. (1950a), "LA CRISI EDITORIALE", in *Il Mondo*, 11:6, p. 8.
- ID. (1950b), "Che ne dici di questa pelle di Malaparte?", in *Il Mondo*, 11:8, p. 8.
- ID. (1950c), "MICHELANGELO: - Ma perché parli?", in *Il Mondo*, 11:10, p. 8.
- ID. (1950d), "...L'abbiamo scampata bella..", in *Il Mondo*, 11:16, p. 8.
- ID. (1950e), "E adesso, mi faccia questo primo piano", in *Il Mondo*, 11:46, p. 8.
- BELLONZI F. (1984, 1986), "Amerigo Bartoli - Un maestro in ombra", in *Amerigo Bartoli Natinguerra*, Edizioni d'arte Galleria F. Russo, Roma, s. p.
- BIAGI E. (1978), *Mino Maccari*, in Id., *Dicono di lei. Le interviste che avreste voluto fare voi*, Biblioteca Universale Rizzoli, Milano, pp. 165-170.
- BOEMIA D., GIPPONI E., LOCATI S. (2024), *Immagine e testo nei periodici illustrati italiani degli anni trenta e quaranta*, Mimesis Edizioni, Milano - Udine, 2024.
- BOLZINI F. (1993), *Mino Maccari. Un selvaggio nel paese dei bugiardi*, Nuova ERI, Torino.
- CARLINI M. (1990), *Amici al caffè. Il mondo di Amerigo Bartoli attraverso la sua corrispondenza, 1924-1970*, Edizioni di storia e letteratura, Roma.
- CUTRUPI M. (2005), *Il mondo e la fotografia. Il fondo Pannunzio*, Nuova Arnica, Roma.
- DE BERTI R., PIAZZONI I. (2009) (a cura di), *Forme e modelli del rotocalco italiano tra fascismo e guerra*, Cisalpino, Milano.
- ERNST J., VON HOFF D., SCHEIDING O. (2022) (a cura di), *Periodical Studies Today. Multidisciplinary Analyses*, Brill, Leiden, Boston.
- FERRARA L. (1992), *Da Pannunzio al Centro «Pannunzio»*, Ufficio

- grafica & stampa Città di Torino, Torino.
- FLAIANO E. (1972), "Presentazione", in *Amerigo Bartoli. 100 disegni dal 1950 al 1965*, Galleria Incontro d'Arte, Roma, s. p.
- FRISONI E. (2007), *Mino Maccari. L'età selvaggia, la necessità della satira*, S.E.A., Roma.
- GNISCI R. (1984), *Mino Maccari 1925-1984. Incisioni, disegni, acquerelli, dipinti*, Franco Valente, Roma.
- GORRESIO V. (1966), "Il Mondo' cessa le pubblicazioni dopo una civile battaglia di 15 anni", in *La Stampa*, C:51, p. 3.
- GRANATA I. (2009), "Tra politica e attualità. L' "Omnibus" di Leo Longanesi (Aprile 1937 - Gennaio 1939)", in DE BERTI R., PIAZZONI I. (a cura di), *Forme e modelli del rotocalco italiano tra fascismo e guerra*, Cisalpino, Milano, pp. 123-210.
- GRANATA I. (2016), *L' "Omnibus" di Leo Longanesi. Politica e cultura (aprile 1937-gennaio 1939)*, Franco Angeli, Milano.
- MACCARI M. (1949a), "A questo provvederemo quando avremo riavuto le colonie", in *Il Mondo*, I:13, p. 2.
- ID. (1949b), "Non mi chiedere riforme agrarie! Tutt'al più posso far riformare tuo figlio alla leva militare", in *Il Mondo*, I:16, p. 16.
- ID. (1949c), "Culturame", in *Il Mondo*, I:18, p. 16.
- ID. (1949d), "Gli insonni", in *Il Mondo*, I:22, p. 16.
- ID. (1949e), "Un giorno a Gardone", in *Il Mondo*, I:26, p. 16.
- ID. (1949f), "Accidenti! A questo non ci avevo mai pensato..", in *Il Mondo*, I:26, p. 16.
- ID. (1949g), "Non mi parli di un'altra guerra, colonnello! Sarebbe la fine della nostra civiltà", in *Il Mondo*, I:29, p. 16.
- ID. (1949h), "Coraggio ragazzi, sembra che il premio di pittura lo daranno a un pittore!", in *Il Mondo*, I:30, p. 8.
- ID. (1949i), "Le sta facendo una corte..una cortina di ferro", in *Il Mondo*, I:38, p. 16.
- ID. (1950), "L'on. Togliatti ha tenuto a Torino una conferenza su Giolitti", in *Il Mondo*, II:19, p. 2.
- ID. (1993), *Con irriverenza parlando*, Il Mulino, Bologna.
- MASSARI G. (1990), "Le fotografie e i fotografi del 'Mondo', in *Il Mondo dei fotografi 1951-1966*, Biblioteca nazionale centrale Firenze - Comune di Prato, Prato, pp.16-17.
- MEZIO A. (1952), "Oggi come oggi", in *Il Mondo*, IV: 24, p. 12.
- MONTANELLI I. (1957), "Prefazione", in *Bartoli. Italiani in casa ecc. ecc. 109 disegni*, Arnoldo Mondadori Editore, Milano - Verona, s.p.
- MORACHIOLI S. (2015), "La satira anticlericale di Bartoli e Maccari su 'Il Mondo'", in *Grafica d'arte. Rivista di storia dell'incisione antica e moderna e storia del disegno*, XXVI:104, pp. 42-47.
- MORMORIO (1990), "Da Longanesi a Benedetti a Pannunzio", in *Il Mondo dei fotografi 1951-1966*, Biblioteca nazionale centrale Firenze - Comune di Prato, Prato, pp. 28-31.
- NUOVO L. (2009), *La pagina d'arte de "Il Mondo" di Mario Pannunzio (1949-1966)*, tesi di dottorato in Scienze umanistiche indirizzo Storico e storico-artistico, Università degli Studi di Trieste.
- PALLOTTINO P. (1988), *Storia dell'illustrazione italiana. Libri e periodici a figura dal XV al XX secolo*, Zanichelli, Bologna.
- PEGNAIEFF M. (1997), *Un mondo di Bartoli. Mostra delle vignette di Amerigo Bartoli su "Il Mondo" di Mario Pannunzio, (1949-1966)*, Biblioteca nazionale universitaria di Torino, Torino.
- QUAGLIENI P. F. (2020), "Il Mondo", in Id. (a cura di), *Mario Pannunzio. La civiltà liberale*, Golem Edizioni, Torino, pp. 247-278.
- SCALFARI E. (1986), *La sera andavamo in via Veneto. Storia di un gruppo dal "Mondo" alla "Repubblica"*, Arnoldo Mondadori Editore.
- SOFFICI A. (1986), "Aprile 1934 - da 'La Gazzetta del Popolo'", in *Amerigo Bartoli Natinguerra*, Edizioni d'arte Galleria F. Russo, Roma, s.p.
- SOFIA C. (1949), "Bartoli il pigro", in *Il Mondo*, I:14, p. 9.
- SPADOLINI G. (1983), *La stagione del "Mondo"*, Longanesi, Milano.
- TEMPESTI F. (1990), "Le favolose fotografie", in *Il Mondo dei fotografi 1951-1966*, Biblioteca nazionale centrale Firenze - Comune di Prato, Prato, pp. 37-39.
- TOGLIATTI P. (1950), *Discorso su Giolitti*, Rinascita, Roma.
- TROMBADORI A. (1972), "Presentazione", in *Amerigo Bartoli. 100 disegni dal 1950 al 1965*, Galleria Incontro d'Arte, Roma, s.p.
- VARNEDOE K., GOPNIK A. (1990), *High & low. Modern art and popular culture*, The Museum of modern art, New York.
- VISENTINI G. (1958), "Gli italiani di Bartoli", in *Il Mondo*, X:43, p. 13.

# Illustrazione e documentazione vs mostre e musei: una proposta per *Emporium*, cantiere aperto

CATERINA PAPARELLO

Università Ca' Foscari di Venezia  
caterina.paparello@unive.it

doi: <https://doi.org/10.62336/unibg.eac.35.570>

## Parole chiave

Museologia  
Museo sociale  
Documentazione di mostre e musei  
Illustrazione  
Restauro

## Keywords

Museum Studies  
Museum for the Societies  
Museum and Exhibition's documentation  
Illustration  
Restoration

## Abstract

Venuta alla luce negli anni della fioritura Liberty, divenendo-manifesto di divulgazione, la rivista *Emporium* ha fatto del binomio illustrazione-parola una delle proprie cifre distintive. Riconoscendo "spessissimo più utile il vedere una figura ben fatta, che non leggere un lungo capitolo", la "riproducibilità tecnica" dell'opera d'arte veniva assunta quale medium privilegiato di comunicazione visiva, altresì didattica e didascalica, di contenuti artistici, di museografia e di dibattito critico. Sulla scorta degli importanti studi su *Emporium*, il contributo intende indagare, per gli anni dal 1945 al 1957, il rinnovato taglio della rivista intorno ai musei, mostre di ricognizione o restituzione e mostre monografiche, quali esempi di un dibattito sulla nuova dimensione di museo che, apertosi fra le due guerre, trovò compiuto campo di applicazione nella stagione della museografia italiana e internazionale del secondo Novecento.

Coming into being during the Art Nouveau flowering years and becoming its popularizing manifesto, the magazine *Emporium* made the illustration-word combination one of its distinctive features. Recognizing very often more useful to see a well-done figure than to read a long chapter, the "technical reproducibility" of the work of art was assumed as the privileged medium of visual communication, also didactic and didascalical, of artistic content, museography and critical debate. On the basis of the important studies on *Emporium*, the contribution aims to investigate, for the years 1945 to 1957, the renewed cut of the magazine around museums, restitution exhibitions and monographic exhibitions, as examples of an international debate on the new dimension of museum that, opened between the two wars, found accomplished field of application in the season of Italian and international museography of the second half of the twentieth century.

### L'Emporio delle illustrazioni documentali

Recenti studi sul periodico hanno dimostrato come *Emporium* abbia rappresentato “innanzitutto un sistema di immagini”, nel quale l’illustrazione ha dato forma al testo, secondo un rapporto, che è funzione e natura, imprescindibile tra parole e figure, in un contesto semiotico lotmaniano (Bacci, Ferretti, Fileti Mazza 2009; Ferretti 2009: VII-XXXVIII; Bacci, Fileti Mazza 2014; Burini 2019: 11-18). Nato sull’impronta delle Esposizioni internazionali, su cui i primi numeri furono forgiati, “l’emporio” ideato da Arcangelo Ghisleri (Benini 1975 e 1979; Caldara 2010; Mangini 1989; 2009) e fondato con Paolo Gaffuri – primo direttore dell’Istituto Italiano d’Arti Grafiche (Mangini 1985a: 11-74; 1985b) – assumeva un titolo-manifesto, finanche troppo connotato verso il “mercantile” e il “materiale” (Ferretti 2009: XXVI), piuttosto che immediato ri-



Fig. 1 | Copertina *Emporium*, X: 59, novembre 1899.

mando alle diverse peculiarità del periodico, tagliato su modelli internazionali, *exemplum* di divulgazione dell’arte industriale, quanto di pienezza di impiego del mezzo meccanico cromo-tipo-litografico [Fig. 1]. Fin dall’avvio le riproduzioni fotografiche furono adottate secondo un duplice binario: esse assumevano funzione di immagini-documento – “illustrazioni documentali” per citare le parole di Ghisleri –, ma con carattere quanto più possibile inedito e originale, in ogni caso non facilmente riscontrabile in altre riviste (Ghisleri 1920: 25). Ciò chiarisce l’iniziale limitato impiego della produzione dei ‘fotografi editori’, per via del carattere internazionale delle loro produzioni, dei canali di diffusione e di vendita (di parziale differente opinione: Tomassini 2014). Tale processo di dilatazione dell’uso delle immagini aveva preso avvio con fini commerciali – quasi a sostituire la produzione artistica da *Grand e Petit Tour* – per affermarsi come *medium* di conoscenza del patrimonio, ad uso, in special modo, del cosiddetto ‘mestiere del conoscitore’ (Bacchi, Benati, Natale 2021; Camporeale, De Marchi 2024). Introducendo l’apporto di fotografi-amatori (Levi 2009), secondo una direttrice critica rivolta ai centri minori e strettamente connessa alla *Italia artistica* di Corrado Ricci (Emiliani, Domini 2005), il periodico seppe riconoscere “più utile il vedere una figura ben fatta, che non leggere un lungo capitolo” (Lucchetti 1985: 77).

Questo contributo, senza tralasciare antefatti utili alla comprensione dei macrofenomeni sul rapporto tra mostre, musei e illustrazione di documentazione, intende indagare nel lasso temporale 1943-1957 il taglio del periodico, progressivamente virato da una funzione generalista verso una connotazione eminentemente storico-artistica e museografica, riservando un affondo al dibattito sulla nuova dimensione di museo che, apertosi fra le due guerre, trovava compiuto campo di applicazione nella museografia internazionale e italiana del secondo Novecento, ivi comprendendo la stagione di mostre monografiche e di ricognizione regionale (Cimoli 2007). Il campo di ricerca dichiara un debito verso Massimo Ferretti, secondo cui “quel grande capitolo, progettuale e civile, delle mostre italiane del dopoguerra, trova in ‘Emporium’ una ricca fonte, per chi voglia rifarne la storia” (Ferretti 2009: XXIV), nell’intento di dare seguito all’incitamento dello studioso e di rendere l’indagine su *Emporium* un cantiere aperto.<sup>1</sup>

### Emporium e le arti industriali: il caso Garzolini tra documentazione e statalizzazione

Come era già accaduto per la *Geografia per tutti* (Benini 1975; 1979), l'*Emporium* di Ghisleri diede forma visiva a una comunicazione indirizzata all'utenza *de la fin du siècle*, pressoché assimilabile ai visitatori che avevano animato le Esposizioni universali, industriali e di arte applicata, seguendo un modello divulgativo, educativo e di intrattenimento (Paparello 2019), affatto influenzato dal viaggio a Chicago compiuto da Ghisleri in occasione dell'Esposizione Universale del 1893 (Mangini 2009). Sull'esempio estero, a partire dall'unificazione e fino agli inizi del Novecento, anche l'Italia si innervò di mostre nazionali [Fig. 2] (Haskell 2001; Haskell 2008: 135-146; Levi 2020: 33-48) e regionali (Prete, Penserini 2020), diffuse quali espressioni della costituzione e della costruzione di un'iden-

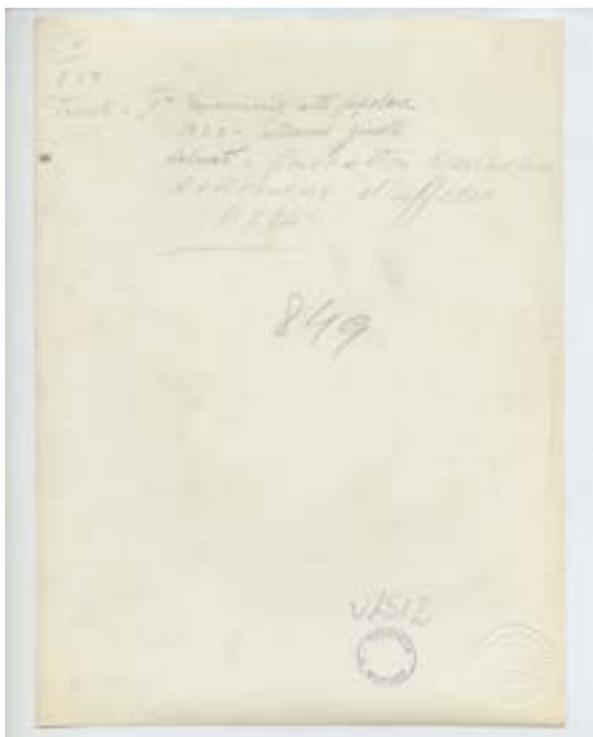


Fig. 2 | Mostra dei Fratelli Lanza di Torino, in Ferrero F., *Esposizione Nazionale di Torino. III. Le industrie estrattive e chimiche*.

tità comune, come momento di apertura verso i territori (Serra 1911: 79). Tale funzione educativa fu spesso rafforzata dall'istituzione di Scuole di arte e mestieri e di Musei di arte industriale e applicata, i quali, per le loro finalità di insegnamento, da tempo avvertite in ambito europeo, furono minati nel funzionamento dalla più tradizionale concezione di museo della critica idealista (Dragoni, Paparello 2020). Nel contesto della "tormentata regione artificiale" (Visentin 2020: 153-183) del Friuli e della Venezia Giulia la costruzione di un'identità comune favorì differenti categorie critiche, pienamente rispondenti al clima del primo *Emporium*: in tal caso, canale di informazione illustrata e di documentazione della dimensione educativa delle arti decorative e applicate. Sollecitata dalla Prima Mostra d'arte popolare italiana (Anonimo 1922; sul dibattito internazionale anche Ducci 2006: 341-377), la conservazione degli oggetti d'arte e d'artigianato 'si fece' Museo a Trieste, per opera di Eugenio Garzolini (Trieste, dicembre 1873 - agosto 1952), esponente di una nobile famiglia proveniente da Enemonzo, in Carnia (Lorenzini 2017: 104-106; Collezione Garzolini 1986: 5-6). Garzolini raccolse esemplari di chiavi di ferro, serrature, lucchetti, maniglie per mobili (Collezione Garzolini 1986: 163), mortai, maioliche (Ivi: 9-11; Novak 1982), orologi (Collezione Garzolini 1986: 225-226), arredi sacri (Ivi: 113-115, 117), fino a statuette in legno (Ivi: 175-176), miniature (Ivi: 205-206) e dipinti di pittori triestini dell'Ottocento (Murgia 2021)



Fig. 3 | Collezione di gioielli dalmati, raccolta Garzolini, Archivio Fototeca A. Morassi, Dipartimento di Filosofia e Beni Culturali, Università Ca' Foscari di Venezia, serie Miscellanea, unità 2, "Venezia Giulia", unità ex V IX, inv. V 2512.



**Fig. 4** | Mostra d'arte popolare italiana, Trieste 1922, documentazione di Antonio Morassi, Archivio Fototeca A. Morassi, Dipartimento di Filosofia e Beni Culturali, Università Ca' Foscari di Venezia, serie Miscellanea, unità 2, "Venezia Giulia", unità ex V IX, inv. V 2512 (verso).

[Figg. 3-4]. Animato da un sentimento patriottico e dall'intento di restituire una storiografia artistica ed etnografica, egli, 'amatore' positivista, costruiva una *collectio* di oggetti rappresentanti un passato da tradurre in educazione e guida per uno sviluppo industriale radicato nella tradizione, un passato da non smarrire con l'introduzione acritica di modelli esogeni. L'articolo apparso su *Emporium* nel 1934 (Torossi 1934) offre una ampia descrizione iconografica della raccolta, allestita a mo' di Museo e aperta al pubblico, altresì animata da una piena ricezione internazionale, documentata dalla presenza dei principali conoscitori, accorsi per la visita. Nel 1940, nella sezione "Cronache e commenti" della rivista bergamasca, un articolo di Odo Samengo (1940) diede conto dell'acquisizione statale di una parte della raccolta, intercorsa l'anno precedente per interessamento del Ministro dell'Educazione Nazionale Giuseppe Bottai, in una differente ottica di esaltazione delle glorie nazionali. L'accessio-



**Fig. 5** | Pettini da cavallo, raccolta Garzolini Archivio Fototeca A. Morassi, Dipartimento di Filosofia e Beni Culturali, Università Ca' Foscari di Venezia, serie Miscellanea, unità 2, "Venezia Giulia", unità ex V IX, inv. V 2532.

ne era stata promossa sull'impulso di un gruppo di intellettuali, tra cui Bruno Molajoli (Garzolini 1948) e lo storico dell'arte goriziano Antonio Morassi (Veratelli 2017; Agazzi 2019; Parri, Zavatta 2019), che più di altri aveva saputo documentare i beni e rappresentarne la complessità [Figg. 5-6].<sup>2</sup> Dinamiche di dispersione interessarono la collezione di dipinti, disegni, *ex libris*, dati all'incanto dagli eredi, unitamente alla vendita della villa di famiglia (Murgia 2021), già deputata a sede del Museo nazionale delle arti applicate (si veda l'informativa su *Emporium*, Samengo 1940).

Quanto pubblicato su *Emporium* costituisce una fondamentale risorsa per l'indagine dell'allestimento ordinato dal collezionista, per lo studio dei caratteri della raccolta che precedettero l'accessione statale e, più latamente, quale testimonianza illustrata di una delle più fortunate e significative esperienze critiche che hanno valicato il principio estetizzante "dell'arte



**Fig. 6** | Madonna di Loreto, scultura in legno, Archivio Fototeca A. Morassi, Dipartimento di Filosofia e Beni Culturali, Università Ca' Foscari di Venezia, serie Miscellanea, unità 2, "Venezia Giulia", unità ex V IX, inv. V2521.

per l'arte" (Sciolla 2016: 27-49). Da *Emporium* emerge chiaro il problema – non assolto dopo il disallestimento bellico delle raccolte e il riallestimento assai tardivo (Novak 1982; Pavan 1999; Cassanelli, Fabiani, Scopas Sommer 2021; Murgia 2021)<sup>3</sup> – “più che semisecolare [...] di avere anche noi collezioni d'arte applicata come quelle possedute dal *Kaiser Friedrich Museum* di Berlino, dal *South Kensington* di Londra, dal *Museo di Cluny* e dal *Museo di arti decorative* di Parigi, dal *Museo artistico industriale* di Vienna [...] per addestrare gli artieri al raffinamento delle loro qualità professionali e artistiche” (Samengo 1940: 197). Non casualmente presentato al convegno internazionale per le arti figurative del 1948 a Palazzo Strozzi di Firenze, sezione “Museografia, mostre”, il caso Garzolini veniva nuovamente letto come museo-didattico, dal portato educativo (Marini 1940; Garzolini 1948), riconoscendo nuovamente nel museo la sede della for-



**Fig. 7** | Autoritratto di Albrecht Dürer, in Fries P., *Cronache estere. La mostra dureriana di Norimberga*.

mazione, dell'affinamento dei criteri e dei modi “con cui un'arte si applica a una determinata industria” (Boito 1892: 3).

### 1938-1942: antefatti all'ultimo *Emporium*

Nel corso degli anni Venti prese avvio una stagione di grandi rassegne; il fenomeno, anche in questo caso di carattere internazionale – si pensi alla monografica su Dürer di Norimberga del 1928 [Fig. 7] – assunse una duplice chiave interpretativa: le “mostre italiane in Italia”, in prevalenza monografiche, e le “mostre italiane all'estero” – come l'esempio della “mostra di arte italiana” tenuta a Burlington House nel 1930 [Figg. 8-9] – aventi i tratti della diplomazia artistica e della propaganda. Nel contesto nazionale caratterizzato dal pieno clima fascista, le mostre temporanee degli anni Trenta divennero, ancor più, veicoli di esal-



Fig. 8 | Domenico Ghirlandaio, "Ritratto di Giovanna Tornabuoni", in Morassi A., *La mostra d'arte italiana a Londra*.



Fig. 9 | Morassi A., *La mostra d'arte italiana a Londra*.

tazione di una pretesa continuità di valori, dall'antico all'epopea di regime [Fig. 10] (Cecchini 2013: 85-89; Toffanello 2017; Salvagnini 2000).

In sinergia con le altre testate coeve, a principiarsi da *Bollettino d'Arte*, poi *Le Arti*, anche *Emporium* si interessò alle note esposizioni, fra le quali le fiorentine, con articoli rispettivamente vergati da Mario Salmi (1937) per la "Mostra giottesca", da Arturo Jahn Rusconi (1939) per la "Mostra medicea", e da Attilio Podestà (1940) per quella sul "Cinquecento toscano". Si tratta di contributi che, insieme all'analisi e all'aggiornamento storico-artistico, riservano un ampio spazio al commento illustrato, in cui protagonisti assolute furono le opere d'arte in mostra, escludendo qualsiasi riferimento alle scelte allestitriche. Sotto tale lente i corredi illustrati, seppur significativi, appaiono per lo più assimilabili a immagini di repertorio, in gran

parte ascrivibili ad Alinari e Brogi e in misura minore ad Anderson (Tomassini 2014; 2019), a segnare un cambio di orientamento editoriale che, avendo smarrito la matrice originaria, fatica a recuperare una dimensione illustrativa identitaria e riconoscibile.

Negli stessi anni il periodico ebbe la caratteristica di essere un contenitore inerte ed accolse sia contributi razional-nazionalistici, sia testi di critica non allineata. Nella stessa stagione è ravvisabile in *Emporium* una continuità tardo-positivista che, pur avendo accompagnato la rivista dalla nascita, si manifestava in un "tono [...] particolarmente basso e ozioso" (Pellegrini 2009: 524). Data la necessità di mantenere i propri tratti di rivista di alta cultura, dal carattere informativo aggiornato, la complessità dei palinsesti necessitava di un maggiore rigore critico e metodologico (Pellegrini 2009), sul modello evolutivo

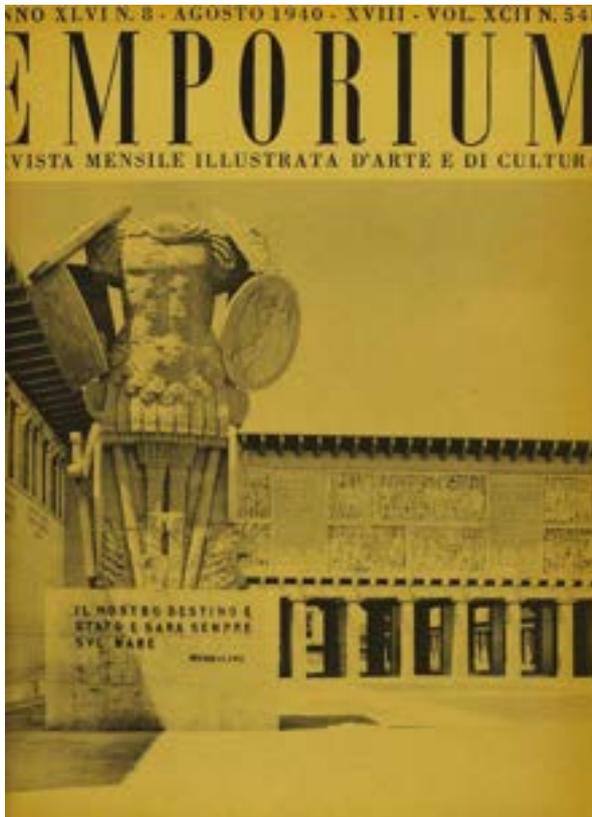


Fig. 10 | Copertina *Emporium*, XCII: 548, agosto 1940.

di *La Casa bella* in *Casabella*, anticipando *Commentari* (Sciolla 2016) e *seleArte* (Bottinelli 2009; 2010; Negrini 2010; 2011; 2013). Tali tratti sono riconoscibili nella progettualità di Carlo Ludovico Ragghianti, chiamato alla direzione del periodico fra il 1941 e il 1942. Secondo la linea programmatica dello studioso il periodico avrebbe dovuto assolvere a “un compito di informazione [...]”, ancorato su due macrotemi, di cultura e arte, tuttavia scevro da specializzazioni di settore, che male si sarebbero adattate all’abituale carattere editoriale e all’uscita mensile, altresì riconoscibile per “[...] attualità e vivezza di problemi e di esigenze” (Pellegrini 2009: 524). Come già messo in luce da Emanuele Pellegrini (2009: 526) la scelta dell’Istituto italiano di Arti Grafiche verso un direttore dichiaratamente antifascista fu coraggiosa espressione di una marcata esigenza di rinnovamento. Un rinnovamento, di fatto, impedito dall’arresto per co-

spirazione di Ragghianti, avvenuto nei primi mesi del 1942. Apertosi alla sua ultima stagione dal 1943, *Emporium* perse i caratteri di comunicazione culturale ampia e multiforme per assumere il taglio di rivista disciplinare illustrata di ambito storico-artistico, tuttavia “rivista accademica non fu mai, neanche quando vi pubblicavano esponenti della Scuola Storica” (Ferretti 2009: VIII).

#### 1943-1957: “si vede quello che prima non si vedeva; si impara a vedere meglio”

Dal 1943 all’ultimo numero (1964), la direzione del periodico fu assunta da Attilio Podestà (Olcese Spingardi 2000; Bottinelli 2009), già fervido collaboratore della rivista bergamasca e giornalista presso differenti testate, fra cui *Il Secolo XIX*, ove fu curatore della rubrica “La specola delle arti”, terza pagina a cadenza settimanale. Sotto la sua direzione *Emporium* assunse tratti di aggiornamento grafico, con un gusto più marcato per il particolare fotografico; seguendo solo in parte la linea tracciata da Ragghianti, il taglio critico di *Emporium* fu progressivamente orientato verso il dato figurativo (Pellegrini 2009: 538-540). Causa gli eventi bellici e la progressiva avanzata verso Nord delle Linee Augusta e Gotica, il 1944 e il 1945 furono anni di netta riduzione delle uscite e di pronunciata diminuzione della consistenza di pagine. Come osservato da Massimo Ferretti (2009: XXIV), l’articolo di Anna Tositti Pallucchini (Zorz 2022) sulla mostra dei “Cinque secoli di pittura veneta” (Pallucchini A. 1945; Pallucchini R. 1945) diede avvio a una lunga e articolata stagione di documentazione delle rassegne post-belliche, rubricate dal periodico in termini di riappropriazione necessaria del patrimonio artistico, a lungo interdetto per via delle attività di protezione antiaerea. L’esposizione, allestita a Venezia alle Procuratie Nuove, nei locali del Museo Correr, si presentava come “un convegno di opere [...] in gran parte forzatamente casuale” (Pallucchini A. 1945: 3).

In luogo di un apparato illustrativo degli interni, *Emporium* ripiegava su un’appendice testuale di descrizione degli intenti e degli accorgimenti museografici:

La Mostra dei Cinque Secoli di Pittura Veneta [...] è una grandiosa rassegna di 96 artisti, con un complesso di più di 200 opere (192 numeri di catalogo) [...]. La sua storia è piuttosto



**Fig. 11** | Giambattista Tiepolo, particolare della *S. Tecla che libera Este dalla peste*, in Pallucchini A., *La Mostra dei cinque secoli di pittura veneziana*.

interessante, legata com'è agli avvenimenti politici di questi ultimi mesi. La notte tra il 27 e il 28 aprile il popolo veneziano insorgeva contro l'oppressore: l'energico intervento del Cardinale Patriarca evitava che la marina germanica puntasse i cannoni sulla città. [...] Dopo appena una settimana, la nuova giunta popolare, presieduta dal Sindaco Giovanni Ponti, decideva di organizzare una grande mostra dei salvati dipinti affinché, oltre a tutte le considerazioni di utilità culturale, rimanesse un segno duraturo e ammonitore [...]. E in due mesi appena, l'ordinatore Rodolfo Pallucchini, con l'aiuto [...] in particolare del Sovrintendente Vittorio Moschini, che si prodigò per curare il trasporto delle opere nella sede, e il restauro di parecchie di esse, allestì la grande Mostra. Le trentasei sale del Museo Correr furono ridipinte; o le pareti furono ricoperte di morbidi velluti, per accogliere i capolavori, distribuiti con ordine cronologico, quanto almeno

lo permetteva la capienza di certe sale, o di certi passaggi apposta creati. E quasi tutte hanno trovato la illuminazione adatta, e la vicinanza che potesse accentuarne il carattere (Pallucchini A. 1945: 20; Longhi 1952).

Un'analisi più puntuale consente di "tracciare" nel testo lo sguardo del visitatore, aperto all'osservazione di opere del territorio, coprendo un ampio arco temporale e un ricco numero di artisti e scuole pittoriche, sì che le illustrazioni furono orientate al particolare, fungendo da educazione per lo sguardo non esperto, abituandolo a vedere per comprendere, al gusto per il dettaglio pittorico e fotografico [Fig. 11], secondo un valore educativo più volte richiamato (Zampetti 1956: 6-7).

Coerentemente con le idee avanzate al convegno di Firenze del 1948, le esposizioni di ricognizione regionale post-belliche assunsero un ruolo conoscitivo fondamentale per la redazione di regesti, cataloghi e strumenti scientifici e ampi corredi fotografici, atti, tra l'altro, a testimoniare quanto era stato messo in salvo dalla guerra, che si andava restaurando, in attesa del riallestimento dei "musei in parte sinistrati e 'pro tempore' inservibili" (Longhi 1951; 1959: 9). L'illustrazione e la grafica fotografica entravano, al contempo, a pieno titolo negli allestimenti espositivi. Per usare le parole di Roberto Longhi (1962: 13-14):

in una mostra che voglia essere anche insegnativa, bene sarebbe valersi delle 'trasparenze a colori' [...]. Il pubblico vi apprenderebbe qualcosa di preciso sulle comuni vicende delle opere fabbricate in più pezzi e che a pezzi poi si disgiunsero e vagarono, spesso perdendo i contrassegni esterni della loro connessione di origine; vi apprenderebbe, anche, a seguire con rispetto il percorso della buona filologia stilistica [...] risultato di conoscenze esatte sulla base di ciò che io ho proposto di chiamare l'unità dell'opera (citato anche in De Marchi 2021: 10).

Gli anni del dopoguerra furono globalmente centrati sulla necessità di orientare le forze verso l'educazione della popolazione, impoverita culturalmente a causa delle difficili condizioni imposte dal recente conflitto. In tal senso, mossa anche da motivazioni di gusto, dal 1946 al 1964 *Emporium* rinnovò nuovamente la propria comunicazione illustrativa, allargando lo sguardo anche alle cronache del contesto extra-occidentale. Il cambiamento riguardò lo spazio dedicato ai conte-



**Fig. 12** | I saloni napoleonici di Brera dopo i bombardamenti del 1943, in Podestà A., *La riapertura di Brera*.

nuti di settore, che non diminuì, quanto fu affiancato da nuove narrazioni (Bottinelli 2009), includendo anche notizie passate in radio, strumento di ampia diffusione, cui la stessa rivista si accostò per raggiungere un pubblico potenziale (Dragoni 2024).

*Emporium* divenne, al contempo, uno spazio in cui l'uso dell'immagine acquisì un differente taglio, largamente esteso all'aggiornamento architettonico e museografico. Un esempio è riferibile al commento della mostra su Giovanni Bellini del 1949, nuovamente indetta sotto la direzione di Rodolfo Pallucchini nell'appartamento dei Dogi in Palazzo Ducale (Lorenzetti 1949; Pallucchini, Mariacher 1949). L'evento è compiutamente documentabile grazie alle illustrazioni di corredo all'articolo di Attilio Podestà (1949). Per l'occasione l'allestimento fu affidato a Carlo Scarpa (Beltrami, Forster, Marini 2000: 110-119), nel segno della moderna e longeva stagione avviatasi con il riordino



**Fig. 13** | Venezia, Museo Correr, sale dei costumi di Stato, in Mariacher G., *Il riordino del Museo Correr di Venezia*.

delle Gallerie dell'Accademia di Venezia nel 1946.

*Emporium* allargò lo sguardo dei lettori sulla ricostruzione postbellica dei musei [Figg. 12-13], a documentare la necessità delle istituzioni museali di rispondere alle distruzioni provocate dalla guerra con moderni criteri di ordinamento, doppi percorsi, selezioni ragionate, affiancate a gabinetti di studio. Tali criteri muovevano dall'esigenza – anch'essa da tempo avvertita – di favorire percorsi di visita più agevoli e una minore *Museum Fatigue*, così da rendere il museo italiano “nella limpida redazione attuale [...] un agile testo di consultazione e studio” (Arslan 1949: 70-73; Musei e gallerie 1953). In una *Museographie* (Varallo, Della Piana, Failla 2020a; 2020b) di rinnovata spinta educativa, fatta finalmente museo, a voler affermare, “si vede quello che prima non si vedeva; si impara a vedere meglio” [Fig. 14] (Arslan 1949: 70-73).



Fig. 14 Sale del museo civico di Vicenza, in Arslan E., *La sistemazione del Museo di Vicenza*.

In una rivista, che di fatto non poteva ambire a competere con *Casabella* e si differenziava da *sele-Arte* fin dal formato, stupisce l'attenzione riservata al dato monumentale e all'illustrazione della monumentalità, allorquando, con rinnovati mezzi, essa affrontava una musealizzazione nuova e non meno difficile (Curzi 2022).

Precedentemente allestita in tempi in cui "le discipline museografiche potevano dirsi solo agli inizi" (Carli 1950: 106), la Galleria Nazionale delle Marche appariva su *Emporium* fin dalla direzione di Luigi Serra (1922: 163-177), presentando i canoni del museo di ambientazione, a "non creare una Galleria nel senso consueto, ma per quanto consentiva la natura e il numero delle opere, un appartamento nobilmente animato" [Fig. 15] (Ivi: 177; Dragoni, Paparello 2020).



Fig. 15 Galleria Nazionale delle Marche, Sala dell'Ariosto, allestimento di Luigi Serra, data dell'immagine 1925 circa, Archivio fotografico Direzione regionale Musei Marche.

"Abbandonata ogni idea di stentato e falso arredamento" (Rotondi 1946: 99-112), la Galleria Nazionale delle Marche, fra i primissimi esempi di riapertura post-bellica, appariva nuovamente su *Emporium* secondo un modello museografico razionalista, integralmente indirizzato a restituire agli appartamenti ducali l'unità compositiva originaria. Gli interventi di Pasquale Rotondi, nel segno già tracciato a Urbino da Guglielmo Pacchioni, furono connotati dall'assoluto rispetto del significato spaziale degli ambienti [Fig. 16]. Poiché, come già ammonito da Giulio Carlo Argan (1938: 16), e non a caso su *Casabella Costruzioni*, "l'errore sta appunto nell'associare quel principio del conservare, che è scrupolo di verità, all'atto del ristabilire, che implica l'intenzione del falso".

La riapertura del Museo Nazionale di Pisa (Giusti 2023) costituì un modello di riferimento per via della rigorosa opera di adeguamento funzionale dei locali dell'ex convento di San Matteo: gli ambienti ex-claustrali, già adibiti a carcere, furono ricondotti a trenta sale espositive dipanate in due piani, in circolarità di percorso intorno al chiostro. Nelle pagine di *Emporium*, Enzo Carli (1950) offrì uno spaccato di alta informazione; esteso alla storia delle collezioni, l'articolo presentava ai lettori problemi di strettissima attualità, quali l'accessione statale delle collezioni già civiche, i cambi di sedi, il dialogo con la tutela monumentale, e le opportunità educative. Come spesso avveniva, il nuovo allestimento, in tale caso da riferirsi all'adeguamento architettonico di Piero Sanpaolesi,



**Fig. 16** Urbino, Palazzo Ducale, in Rotondi P., *Il Palazzo Ducale di Urbino e la Galleria Nazionale delle Marche*.

era stato anticipato dalla mostra dell’antica scultura pisana nel 1946 (Sanpaolesi 1946) [Fig. 17]. Le raccolte già civiche, unite alle sculture provenienti dall’Opera del Duomo, dal Battistero e da altre località, trovarono dunque sotto la direzione di Giovanni Paccaognini “una degnissima sede, in tutto rispondente alle esigenze della museografia” (Carli 1950: 106). A voler spingersi oltre, nei gangli più europei della disciplina, Enzo Carli incitava il lettore in favore della ri-musealizzazione del complesso francescano cittadino, ove immaginava un istituendo museo della scultura pisana, eminentemente didattico:

Con la sua Gipsoteca specializzata, potrebbe essere tra le prime città d’Italia a fare, nel campo della museografia e della didattica artistica, quello che già hanno fatto con le loro organiche raccolte di riproduzioni d’opere d’arte (plastici di monumenti, calchi di sculture, copie d’affreschi etc.) per



**Fig. 17** Prima sala del nuovo museo nazionale di S. Matteo a Pisa, Carli E., *Il nuovo Museo Nazionale di Pisa*.

esempio l’Inghilterra e la Francia (Carli 1950: 110-112).

**L’aggiornamento internazionale: spunti di ricerca su Emporium**

Nella sua ultima stagione *Emporium* seppe riprendere in chiave aggiornata utilissimi “resoconti dall’estero”, concludendo così nel segno della stessa impronta internazionale che ne aveva connotato l’avvio. I rimandi più puntuali sono individuabili negli spazi editoriali dedicati al concorso dell’arte francese alle Biennali (Massagli 2014), in adesione al progetto di scambio culturale tra Italia e Francia messo in atto tra il 1928 e il 1942 nelle otto edizioni della manifestazione curate dallo scultore Antonio Maraini (De Sabbata 2006). Dal 1945 *Emporium* avviava la corrispondenza con New York per riferire sugli aggiornamenti intrapresi da musei e centri culturali del contesto americano.

Il confronto con le innovazioni statunitensi in campo museografico aveva colpito numerosi critici italiani in occasione della mostra del 1940 "Italian Masters" ospitata al Museum of Modern Art: ne è esempio la riflessione di Cesare Brandi sull'opportunità di trarre dall'esperienza le premesse per la 'Sala delle Mostre' dell'Istituto Centrale del Restauro (Bertolini, Porfiri 2013).

L'attenzione alla museografia sociale internazionale si presentò orientata dallo sguardo attento di Attilio Podestà sui concorsi architettonici indetti ONU, segnatamente banditi per iniziativa del MoMa di New York a partire dal 1946 di intesa con le principali, talune nascenti, riviste di architettura illustrata, coordinate dal periodico *Progressive Architecture*, organo ufficiale dell'istituzione museale. Principiando dal

primo concorso relativo alla progettazione della sede ufficiale dell'Organizzazione delle Nazioni Unite, le considerazioni offerte da Podestà ai lettori di *Emporium* furono volte alla spazialità degli istituti culturali in senso maggiormente lato, proponendo – "dal solo punto di vista valido" – l'integrale superamento del Museo-Tempio, "fuori da ogni retorica monumentale e da ogni estetica del contenuto", architetture in misura umana per una museologia sociale, "avversa alle enfatiche architetture per semidei" (Podestà 1946: 194-195). Il medesimo sguardo "sul museo nuovo" è rintracciabile nelle pagine di Roberto Vighi (1947: 95-96) nei resoconti da São Paulo sull'istituzione, l'allestimento e il funzionamento del *Museo de Arte*: "più strettamente aderente alle esigenze del tempo e alla formazione educativa dell'uomo comune. Un museo



**Fig. 18** Museo de Arte de Sao Paulo, Storia elementare dell'Arte, Pannello didattico, in B.Z., *Cronache. Sao Paulo. L'esperienza didattica del "Museo de Arte"*.



**Fig. 19** New York, Museum of Modern Art, progetto di casa, M. Breuer, in R.F.C., *Il Museum of Modern Art di New York*.

[...] scuola continua, autentica, operante". Il cui allestimento didattico era stato progettato per "rompere l'isolamento nel quale è sempre lasciata un'opera d'arte sulle pareti di un museo" [Fig. 18], prevedendo spazi adibiti all'aggiornamento professionale degli operatori e a programmi educativi, da estendersi a un piano pluriennale di esposizioni circolanti, per una museografia fatta città e territorio (si veda anche Z.B. 1949: 178-179; Santoro 1997: 20-32).

La fitta corrispondenza con gli USA proseguiva dunque con il MoMA fatto immagine e "museo fuori dal museo" (Anonimo 1951): al binomio parole e figure veniva nuovamente affidato il commento-bilancio sui vent'anni dalla costruzione della moderna architettura, testimoniando per mezzo di illustrazioni il modello di una casa per una famiglia media di modeste condizioni, commissionato dal museo nel 1949 all'architetto Marcel Breuer [Fig. 19]. Il progetto aveva le intenzioni di dimostrare quanto il "museo sociale" potesse essere uno spazio di approfondimento, condivisione e sviluppo, culturale e collettivo, per rispondere alle rinnovate esigenze dei cittadini. Nello stesso inserto, la funzione sociale del museo veniva fatta immagine per via della sala con la *Guernica* di Picasso, a ricordare la storia dell'opera che fu qui conservata per undici anni, corredata da un'iscrizione "al popolo spagnolo", indicante la proprietà collettiva e i valori universali. Il contributo "Venticinque anni di vita del Museum of Modern Art di New York", scritto da Benjamin Storey (1955), ripercorreva la storia del museo come catalizzatore per la formazione del gusto americano, ricorrendo a mostre, corsi, programmazioni di film e documentari.

Furono altresì dedicate pagine all'apertura delle nuove sale del Metropolitan Museum of Art, all'aggiornamento degli spazi espositivi, alla revisione e al rinnovamento museografico che aveva interessato le diciassette gallerie dedicate alla scultura e alle arti 'minori' del Medioevo e del Rinascimento (Anonimo 1955). Di pari passo con l'indagine sulle scelte di allestimento, la rivista si adoperò anche a riferire sull'attenzione della museologia americana verso la didattica, tema che in Italia era stato discusso, con poco successo, al Convegno di Museologia di Perugia del 1955 (Atti 1955; Dragoni 2017). La rivista presentava dunque, quasi a voler dimostrarne l'utilità, "Come si guarda un quadro" (Anonimo 1959), una mostra dedicata ai ragazzi, pensata per un pubblico dai 7 ai 12



Fig. 20 W. Gropius, Harvard Graduate Center (1950), in S. P., *Una mostra viaggiante dell'architettura americana del dopoguerra*.

anni, organizzata in una speciale sezione giovanile del MET. I lettori venivano informati sui criteri di selezione delle opere, sui presidi di visita, sull'introduzione di materiali audiovisivi atti a favorire l'educazione ai temi del colore e della luce.

Ponte ideale tra l'Italia e l'America, la rivista rivolse particolare attenzione alla "Mostra itinerante sull'architettura americana del dopoguerra", visitabile a Roma e in altre città italiane (Anonimo 1956). Le pagine di *Emporium* riprodusero e numerosi ingrandimenti fotografici riferiti a quarantatré edifici costruiti tra il '44 e il '52 [Fig. 20]. La rassegna si inseriva nel vivace dibattito italiano sul rapporto tra nuovo e antico, anche dal punto di vista urbanistico e ambientale: come già aveva sostenuto Bruno Zevi in occa-

sione del I convegno nazionale per la ricostruzione edilizia a Milano nel 1945 (Cristallini 2006), l'architettura americana, così come la museologia di stampo anglosassone, potevano rappresentare un modello culturale di riferimento, risultato ultimo di una contaminazione culturale e frutto delle esperienze di uomini di ascendenza occidentale, poi divenuti cittadini americani, della modernità. Fin dall'istituzione, Arcangelo Ghisleri aveva eletto *Emporium* a specchio della modernità, una modernità frammista a "idealità civili" e alla "prosperità sociale", affidata al "coraggio che occorreva [...] per decidere, preparare e attuare la pubblicazione, per ogni mese d'un fascicolo di 80 pagine, scrupolosamente e riccamente illustrate, e con illustrazioni che non fossero di fantasia o di maniera" (Ghisleri 1920: 14).

## Note

<sup>1</sup> *Emporium: analisi integrata delle illustrazioni e dei contenuti* è un progetto di indicizzazione, classificazione sistematica e digitalizzazione dei volumi della rivista bergamasca, realizzato dal Laboratorio delle Arti Visive della Normale, sotto la direzione di Massimo Ferretti, che qui si ringrazia. L'attuale piattaforma di ricerca si articola in quattro categorie: "Banca Dati della fototeca e degli articoli"; "La Rivista online"; "Banca Dati della Pubblicità"; "Le copertine". Il lavoro è stato curato da Miriam Filetti Mazza, affiancata per il progetto informatico da Andrea Ficini e Chiara Mannari, con la collaborazione di Giorgio Bacci, Chiara Berti Mantellassi, Davide Da Pieve, Paola Dalle Piagge, Elena Franchi, Erika Martinelli, Laura Montesanti, Martina Nastasi, Rosamaria Scappatura, Irene Solaro, Roberto Viale; cfr. Filetti Mazza 2009. Si riferisce che l'attuale Laboratorio di documentazione storico-artistica della Normale - DOCStAr - ha intrapreso una ponderosa fase di implementazione del progetto, indirizzata a incrementare le chiavi di ricerca, anche di carattere testuale. Si ringrazia Flavio Fergonzi, attuale direttore del DOCStAr, per gli aggiornamenti offerti a questo studio e l'integrale gruppo di lavoro per il prossimo arricchimento degli strumenti di ricerca.

<sup>2</sup> Le immagini dell'Archivio e fototeca Antonio Morassi sono state fornite per gentile concessione del Dipartimento di Filosofia e Beni Culturali di Ca' Foscari, Venezia. Si ringraziano Michela Agazzi, Giovanni Maria Fara, Barbara Lunazzi e Giulio Zavatta.

<sup>3</sup> A partire dal 1930 ulteriori duemila frammenti di ceramica furono acquistati e annessi ai Civici musei di storia ed arte; altri pezzi furono donati da Garzolini a istituti culturali, quali il caso dei più di duemila oggetti di carattere teatrale che nel 1938 egli affidò al museo del Teatro Verdi di Trieste - oggi civico museo teatrale Carlo Schmidl. Una parte residuale della collezione fu ceduta allo Stato in una seconda accessione, intercorsa dopo la conclusione del secondo conflitto mondiale; ricoverata per le attività di protezione antiaerea, la raccolta statalizzata restò in casse presso il Castello di Miramare a Trieste, per essere dunque catalogata e riallestita al pubblico solo a distanza di moltissimi anni.

## Bibliografia

- AGAZZI M. (2019), "Archivi di storici dell'arte all'Università Ca' Foscari: specificità e differenze, interventi per la valorizzazione e la conservazione", in LORENZINI C. (a cura di), *Rodolfo Pallucchini: storie, archivi, prospettive critiche*, Forum, Udine, pp. 393-406.
- ATTI (1955), *Atti del Convegno di Museologia*, (Perugia, 18-20 marzo 1955), Colombo, Perugia.
- ANONIMO (1922), *Catalogo della mostra d'arte popolare italiana*, prefazione di BERLAM A., Tipografia Moderna M. Susmel & C., Trieste.
- ANONIMO (1951), "Note e commenti: Il Museum of Modern Art di New York", in *Emporium*, LVII:1, pp. 30-33.
- ANONIMO (1955), "New York: nuove sale al Metropolitan Museum", in *Emporium*, LXI:1, pp. 36-39.
- ANONIMO (1956), "Una mostra viaggiante dell'architettura americana del dopoguerra", in *Emporium*, LXII:4, pp. 168-171.
- ANONIMO (1959), "New York: una mostra dedicate ai ragazzi", in *Emporium*, LXV:4, p. 184.
- ARGAN G. C. (1938), "L'ordinamento della Galleria e del Museo della Ceramica di Pesaro", in *Casabella Costruzioni*, X:128, pp. 16-17.
- ID. (2009), *Promozione delle arti, critica delle forme, tutela delle opere. Scritti militanti e rari (1930-1942)*, in GAMBA C. (a cura di), Christian Marinotti Edizioni, Milano, pp. 226-230.
- ARSLAN E. (1949), "La sistemazione del museo di Vicenza", in *Emporium*, LV:2, pp. 70-73.
- BACCHI A., BENATI D., NATALE M. (a cura di) (2021), *Il mestiere del conoscitore. Federico Zeri*, Fondazione Federico Zeri, Università di Bologna-Silvana editoriale, Bologna-Cinisello Balsamo.
- BACCI G., FERRETTI M., FILETTI MAZZA M. (a cura di) (2009), *Emporium. Parole e figure tra il 1895 e il 1964*, Edizioni della Normale, Pisa.
- BACCI G., FILETTI MAZZA M. (a cura di) (2014), *Emporium II. Parole e figure tra il 1895 e il 1964*, Edizioni della Normale, Pisa.
- BELTRAMI G., FORSTER K. W., MARINI P. (2000), *Carlo Scarpa. Mostre e Musei 1944-1976. Case e Paesaggi 1972-1978*, Electa, Milano.
- BENINI A. (1975), *Vita e tempi di Arcangelo Ghislerri (1855-1938) con appendice bibliografica*, Lacaia, Manduria.
- ID. (a cura di) (1979), *I periodici Ghisleriani*, Istituto Italiano Arti grafiche, Bergamo.
- BERTOLINI D., PORFIRI R. (2013), "'Una esposizione di carattere eccezionalissimo'. 1940: Italian Masters al Museum of Modern Art di New York", in CATALANO M. I. (a cura di), *Snodi di critica. Musei, mostre, restauro e diagnostica artistica in Italia 1930-1940*, Gangemi, Roma, pp. 287-327.
- BOITO C. (1892), "Lettera agli editori", in *Arte italiana. Decorativa e industriale*, II:1, pp. 3-4.
- BOTTINELLI S. (2009), "La divulgazione della storia dell'arte in Italia dal secondo dopoguerra agli anni Sessanta. L'ultimo «Emporium» (1946-1964)", in BACCI G., FILETTI MAZZA M. (a cura di), *Emporium II. Parole e figure tra il 1895 e il 1964*, Edizioni della Normale, Pisa, pp. 555-587.
- ID. (2010), *SeleArte (1952-1966) una finestra sul mondo. Ragghianti, Olivetti e la divulgazione dell'arte internazionale all'indomani del Fascismo*, Fondazione Ragghianti studi sull'arte, Lucca.
- BURINI S. (2019), "Introduzione. Jurij Lotman e le arti: l'originalità come forma di coraggio", in BERTELÉ M., BIANCO A., CAVALLARO A. (a cura di), *Le Muse fanno il girotondo: Jurij Lotman e le arti*, Ca' Foscari-Digital Publishing, Venezia, pp. 11-21.
- CALDARA C. (2010), "La nascita di *Emporium* nelle carte dell'archivio Gaffuri della Biblioteca Civica A. Mai", in *Atti dell'Ateneo di Scienze, Lettere ed Arti di Bergamo*, Sestante edizioni, Ranica (BG), pp. 521-542.
- CAMPORALE E., DE MARCHI A. (a cura di) (2024), *Il mestiere del conoscitore. Bernard Berenson, Herbert Horne, Roger Fry*, Fondazione Zeri, Bologna.

- CARLI E. (1950), "Il nuovo Museo Nazionale di Pisa", in *Emporium*, LVI:3, pp. 99-112.
- CASSANELLI R., FABIANI R., BUCCO G., SCOPAS SOMMER R. (a cura di) (2021), *La protezione dei monumenti e delle opere d'arte in Friuli e Venezia Giulia nella Seconda guerra mondiale*, Ministero della Cultura, Roma.
- CECCHINI S. (2013), "Musei e mostre d'arte negli anni trenta: l'Italia e la cooperazione intellettuale", in CATALANO M. I. (a cura di), *Sno-di di critica. Musei, mostre, restauro e diagnostica artistica in Italia 1930-1940*, Gangemi, Roma, pp. 57-105.
- CIMOLI A. C. (2007), *Musei effimeri. Allestimenti di mostre in Italia 1949-1963*, Il saggiaatore, Milano.
- COLLEZIONE GARZOLINI (1986), *La Collezione Garzolini a Trieste. Primo catalogo. Ceramica, arredi sacri, ferri battuti, scultura lignea, miniatura, orologeria*, LINT, Trieste.
- CRISTALLINI E. (2006), "Carlo Ludovico Ragghianti, Bruno Zevi e il dibattito sulla tutela del patrimonio artistico negli anni della ricostruzione (1945-1960)", in ANDALORO M. (a cura di), *La teoria del restauro nel Novecento da Riegl a Brandi. Atti del convegno internazionale (Viterbo, 12-15 novembre 2003)*, pp. 117-128.
- CURZI V. (a cura di) (2022), *Musei italiani del dopoguerra (1945-1977). Ricognizioni storiche e prospettive future*, Skirà, Milano.
- DE MARCHI A. (2021), "Filologia ricostruttiva. La sfida scientifica e divulgativa di Federico Zeri verso il 1960, fra storiografia italiana e anglosassone", in BACCHI A., BENATI D., NATALE M. (a cura di), *Il mestiere del conoscitore. Federico Zeri*, Fondazione Federico Zeri, Università di Bologna-Silvana editoriale, Bologna-Cinisello Balsamo, pp. 45-81.
- DE SABBATA M. (2006), *Tra diplomazia e arte: le Biennali di Antonio Maraini (1928-1942)*, Forum, Udine.
- DRAGONI P. (2017), "Storia dell'arte e museo: il confronto internazionale nel convegno di museologia del 1955 a Perugia", in *Critica d'arte e tutela in Italia. Figure e protagonisti nel secondo dopoguerra. Atti del Convegno del 10 anniversario della Società italiana di storia della critica d'arte* (Perugia, 17-19 novembre 2015), Aguaplano, Passignano sul Trasimeno, pp. 453-465.
- ID. (2024), "La radiofonia al servizio dei musei tra gli anni Venti e Novanta del Novecento", in DRAGONI P., DAL MASO C. (a cura di), *L'arte che parla. Radio e podcast per la valorizzazione dei beni culturali*, Edipuglia, Bari, pp. 31-41.
- DRAGONI P., PAPARELLO C. (2020), "Guglielmo Pacchioni a Pesaro: l'allestimento come atto critico" in VARALLO F., DELLAPIANA E., FAILLA M. B. (a cura di), *Museographie. Musei in Europa negli anni tra le due guerre. La conferenza di Madrid del 1934. Un dibattito internazionale*, Sagep, Genova, pp. 137-156.
- DUCCI A. (2006), "Henri Focillon, l'arte popolare e le scienze sociali", in *Annali di critica d'arte*, 2, pp. 341-377.
- EMILIANI A., DOMINI D. (a cura di) (2005), *Corrado Ricci: storico dell'arte tra esperienza e progetto, atti del convegno di studi (Ravenna, 27-28 ottobre 2001)*, Longo, Ravenna.
- FERRETTI M. (2009), Un "archivio di cognizioni visive", in BACCI G., FERRETTI M., FILETI MAZZA M. (a cura di), *Emporium II. Parole e figure tra il 1895 e il 1964*, Pisa, Scuola Normale Superiore, pp. VII-XXXVII.
- FILETI MAZZA M. (2009), "'Emporium' esplorato: una banca dati tra testo e immagini", in BACCI G., FILETI MAZZA M. (a cura di), *Emporium II. Parole e figure tra il 1895 e il 1964*, Edizioni della Normale, Pisa, pp. 1-18.
- GARZOLINI E. (1948), "Il Museo 'Garzolini' di Trieste", in *Atti del primo Convegno internazionale per le arti figurative* (Firenze, Palazzo Strozzi, 20-26 giugno 1948), Edizioni U, Firenze, pp. 189-191 <http://www.ragghianticollobi.it/2019/04/il-1948-dei-critici-darte-il-convegno.html> 16.12.2024.
- GHISLERI A. (1920), "Nel XXV Natale dell'Emporium", in *Emporium*, LI:301, pp. 13-27.
- GIUSTI F. (2023), "Il San Matteo di Pisa: un 'modello' tra i musei italiani", in *Opus Incertum*, 9, pp. 134-145.
- HASKELL F. (2001), *Antichi maestri in tournée: le esposizioni d'arte e il loro significato*, a cura di MONTANARI T., Edizioni della Normale Superiore, Pisa.
- ID. (2008), *La nascita delle mostre. I dipinti degli antichi maestri e l'origine delle esposizioni d'arte*, Skirà, Milano.
- LEVI D. (2009), "Memoria ed immagine del territorio fra testimonianze artistiche e bellezze naturali", in BACCI G., FERRETTI M., FILETI MAZZA M. (a cura di), *Emporium II. Parole e figure tra il 1895 e il 1964*, Pisa, Scuola Normale Superiore, pp. 235-270.
- ID. (2020), "'A chequered history'. Francis Haskell e la storia delle Esposizioni", in PRETE C., PENSERINI E. (a cura di), *L'Italia delle mostre. 1861-1945*, Accademia Raffaello, Urbino, pp. 33-48.
- LONGHI R. (1951), "Bilancio di Mostre nel dopoguerra", in *Paragone*, 23:2, pp. 68-73.
- ID. (1952), *Viatico per cinque secoli di pittura veneziana (1945)*, Sansoni, Firenze.
- ID. (1959), "Vicenda delle Mostre d'Arte antica", in *L'approdo letterario*, ottobre-dicembre, 8, pp. 3-22.
- ID. (1962), "Crivelli e Mantegna: due mostre interferenti e la cultura artistica nel 1961", in *Paragone. Arte*, 145, pp. 7-21.
- LORENZETTI G. (1949), "Guida alla Mostra del Bellini", in *Vernice*, 33-34, pp. 22-29.
- LORENZINI C. (2017), "La famiglia Garzolini di Enemonzo: l'ascesa di un gruppo", in VISENTIN M. (a cura di), *Tre nomi per un palazzo: Polcenigo, Garzolini, Toppo Wassermann*, Forum, Udine, pp. 101-111.
- LUCCHETTI D. (1985), "L'immagine stampata. Nuove tecniche e applicazioni", in *Editoria e impegno civile: rincontro tra Arcangelo Ghisleri e Paolo Gaffuri*, Pierluigi Lubrina Editore, Bergamo, pp. 77-84.
- MANGINI G. (1985a), *Editoria e impegno civile: rincontro tra Arcangelo Ghisleri e Paolo Gaffuri*, Pierluigi Lubrina Editore, Bergamo, pp. 11-74.
- ID. (1985b), "L'Istituto Italiano d'Arti Grafiche 1873-1915", in MIRAN-DOLA G. (a cura di), «*Emporium*» e *L'Istituto Italiano d'Arti Grafiche 1895-1915*, Nuovo Istituto Italiano d'Arti Grafiche, Bergamo, pp. 39-80.
- ID. (a cura di) (1989), *Arcangelo Ghisleri. Mente e carattere (1938-1988), atti del convegno (Bergamo, 28-29 ottobre 1988)*, Bergamo, Lubrina.
- ID. (2009), "Alle origini di *Emporium*. Il viaggio di A. Ghisleri all'Esposizione Universale di Chicago del 1893", in BACCI G., FERRETTI M., FILETI MAZZA M. (a cura di), *Emporium II. Parole e figure tra il 1895 e il 1964*, Pisa, Scuola Normale Superiore, pp. 39-94.
- MARINI R. (1940), "Il museo Garzolini proprietà nazionale", in *La Porta Orientale. Rivista mensile di studi giuliani e dalmati*, X:8, pp. 247-253.
- MASSAGLI G. (2014), "Emporium e l'arte francese tra anni Trenta e dopoguerra", in BACCI G., FILETI MAZZA M. (a cura di), *Emporium II. Parole e figure tra il 1895 e il 1964*, Edizioni della Normale, Pisa, pp. 531-553.
- MUSEI E GALLERIE 1953, Ministero della Pubblica Istruzione, Direzione generale delle Antichità e Belle Arti (a cura di 1953), *Musei e gallerie d'arte in Italia. 1945-1953*, Libreria dello Stato, Roma.
- MURGIA E. (2021), "Pitture dimenticate: Tre 'Quadretti' della Collezione Garzolini presso il Museo d'antichità J. J. Winckelmann di Trieste", in *Rivista di Archeologia*, 44, pp. 75-85.
- NEGRINI M. (2010), "'SeleArte' (1952-1966) e l'attitudine didattica di Carlo L. Ragghianti", in *Luk*, 16:21, pp. 224-234.
- ID. (2013), "Per una educazione estetica del lettore comune: l'esperienza di 'Selearte'", in NEZZO M., TOMASELLA G. (a cura di), *Sotto la superficie visibile. Scritti in onore di Franco Bernabei*, Canova Edizioni, Treviso, pp. 291-300.
- ID. (a cura di) (2010), *Percorsi della conoscenza artistica. "Selearte" di Carlo Ludovico Ragghianti (1952-1966)*, Canova Edizioni,

- Treviso.
- NOVAK V. (1982), "Ceramica rinascimentale dalla Collezione Garzolini presso i Civici musei di storia ed arte", in *Atti dei Civici musei di storia ed arte*, 13:11, pp. 45-73.
- OLCESE SPINGARDI C. (2000), "Attilio Podestà critico militante: pluri-disciplinarietà ed europeismo de 'La Specola delle Arti'", in *Studi di storia delle arti*, 1997/1999(2000), pp. 257-266.
- PALLUCCHINI A. (1945), "La Mostra dei cinque secoli della pittura veneta", in *Emporium*, LI:7-8, pp. 3-20.
- PALLUCCHINI R. (a cura di) (1945), *Cinque secoli di pittura veneta. Catalogo della mostra*, Procuratie Nuove, Venezia.
- PALLUCCHINI R., MARIACHER G. (a cura di) (1949), *Giovanni Bellini. Catalogo illustrato della Mostra (Palazzo Ducale, Venezia, 12 giugno-5 ottobre 1949)*, Alfieri, Venezia.
- PAVAN G. (1999), "Ricordo della Collezione Garzolini", in *Archeografo Triestino*, LIX:1, pp. 395-405.
- PAPARELLO C. (2019), "'Milano si diverte...! Il 'Museo Piceno' all'Esposizione Marchigiana del 1914 e l'allestimento ricostruttivo di Innocenzo Dall'Osso", in DRAGONI P., CERQUETTI M. (a cura di), *L'archeologia pubblica prima e dopo l'archeologia pubblica. Il capitale culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage*, Supplementi 09, pp. 125-157.
- PELLEGRINI E. (2009), *Carlo Ludovico Ragghianti, 'Emporium', il 1942*, in BACCI G., FERRETTI M., FILETI MAZZA M. (a cura di), *Emporium II. Parole e figure tra il 1895 e il 1964*, Pisa, Scuola Normale Superiore, pp. 521-553.
- PODESTÀ A. (1940), "La mostra del Cinquecento Toscano (con 22 illustrazioni)", in *Emporium*, XLVI:6, pp. 265-274.
- ID. (1946), "Un concorso internazionale per la sede dell'O.N.U.", in *Emporium*, CIII:616, pp. 194-195.
- ID. (1949), "La mostra del Giambellino", in *Emporium*, LV:5, pp. 195-210.
- PRETE C., PENSERINI E. (a cura di) (2020), *L'Italia delle mostre. 1861-1945*, Accademia Raffaello, Urbino.
- ROTONDI P. (1946), "Il Palazzo Ducale di Urbino e la Galleria Nazionale delle Marche", in *Emporium*, LII:9, pp. 99-112.
- RUSCONI J. A. (1939), "La Mostra medicea a Firenze", in *Emporium*, XLV:7, pp. 3-16.
- SALMI M. (1937), "La Mostra giottesca (con 22 illustr.)", in *Emporium*, XLIII:7, pp. 349-364.
- SALVAGNINI S. (2000), *Il sistema delle arti in Italia, 1919-1943*, Minerva, Bologna.
- SAMENGO O. (1940), "Trieste: Artigianato di venti secoli in un nuovo Museo dello Stato", in *Emporium*, XLVI:4, pp. 196-197.
- SANPAOLESINI P. (1946), *Mostra della scultura pisana del Trecento*, Tip. V. Lischi e Figli, Pisa.
- SANTORO J. L. (1997), "'L'arte del caso'. Pietro Maria Bardi: i cinquant'anni del Museo d'Arte di San Paolo. Assis Chateaubriand, tra museografia e antiquariato", in *Gazzetta Antiquaria*, 32, pp. 20-32.
- SCIOLLA G. C. (2016), "'Commentari' 1950-1960. Una scheda", in *Annali di critica d'arte*, XII, pp. 255-284.
- SERRA L. (1911), "Merletti aquilani", in *Emporium*, XXXIV:199, pp. 75-79.
- ID. (1922), "Il Palazzo Ducale e la Galleria Nazionale di Urbino", in *Emporium*, LV:327, pp. 163-177.
- STOREY B. (1955), "Venticinque anni di vita del Museum of Modern Art di New York", in *Emporium*, LXI:10, pp. 147-156.
- TOFFANELLO M. (a cura di) (2017), *All'origine delle grandi mostre in Italia (1933-1940). Storia dell'arte e storiografia tra divulgazione di massa e propaganda*, Il Rio arte, Mantova.
- TOMASSINI L. (2014), "I fotografi editori italiani (Alinari, Anderson, Brogi) ed «Emporium»", in BACCI G., FILETI MAZZA M. (a cura di), *Emporium II. Parole e figure tra il 1895 e il 1964*, Edizioni della Normale, Pisa, pp. 59-84.
- ID. (2019), "Il patrimonio fotografico Alinari: excursus storico e questioni attuali", in *Rivista di studi di fotografia*, 10, pp. 100-120.
- TOROSSI E. (1934), "Cronache triestine. Una singolare raccolta d'arte antica italiana: il museo Garzolini", in *Emporium*, XL:3, pp. 187-190.
- VALLE PARRI S., ZAVATTA G. (2019), *Il catalogo della collezione Züst di Antonio Morassi (1957)*, Salvioni, Bellinzona.
- VARALLO F., DELLAPIANA E., FAILLA M. B. (2020a), *Museographie: architecture et aménagement des musées d'art*, Sagep, Genova.
- ID. (2020b), *Museographie: musei in Europa negli anni tra le due guerre*, Sagep, Genova.
- VERATELLI F. (2016), "Antonio Morassi life and method in the mirror of his Photo Archive. Rethinking Art Historical Photographic Collections. The making of italian fototeche", in *Predella*, 39/40, pp. 51-61.
- VIGHI R. (1947), "Rio de Janeiro: un nuovo Museo a San Paolo", in *Emporium*, CVI:633-634, pp. 95-96.
- VISENTIN M. (2020), "Sulle esposizioni di arte antica in Friuli e nella Venezia Giulia. Una rassegna", in PRETE C., PENSERINI E. (a cura di), *L'Italia delle mostre. 1861-1945*, Accademia Raffaello, Urbino, pp. 153-183.
- ZAMPETTI P. (1956), "Pubblico, Musei e Mostre", in *Bollettino dei Musei Civici Veneziani*, nn. 1-4, pp. 3-7.
- Z. B. (1949), "Sao Paulo: l'esperienza didattica del 'Museo de arte'", in *Emporium*, CX:658, pp. 178-179.
- ZORZ M. (2022), "Anna Tositti Pallucchini, una studiosa da riscoprire", in CARRARA E., DRAGONI P. (a cura di), *Le donne storiche dell'arte tra tutela, ricerca e valorizzazione*, numero monografico de *Il Capitale Culturale. Studies on the value of cultural heritage*, Supplementi 13, pp. 441-447.

# Civiltà delle macchine: “Come farà l’uomo per non essere disumanizzato dalla macchina [...] per renderla moralmente arma di progresso?”

CARLOTTA SYLOS CALÒ

Università degli studi di Roma Tor Vergata  
carlotta.sylos.calo@uniroma2.it

doi: <https://doi.org/10.62336/unibg.eac.35.564>

## Parole chiave

Dopoguerra  
Modernità  
Cultura politecnica  
Arti  
Industria

## Keywords

Post-War  
Modernity  
Polytechnic Culture  
Arts  
Industry

## Abstract

In questo contributo si analizza il primo numero di *Civiltà delle macchine*, una rivista aziendale che inizia le sue pubblicazioni nel 1953 e che, pur con risorse limitate, si presenta come un periodico di respiro internazionale, caratterizzato da una visione politecnica. La rivista si distingue per il suo approccio multidisciplinare, rivolgendosi a un pubblico variegato e incarnando una cultura industriale e tecnologica in grado di coniugare tecnica e cultura. La direzione di Leonardo Sinisgalli ha consentito a *Civiltà delle macchine* di proporsi come un modello di modernità italiana unica nel suo genere.

This contribution focuses on the first issue of *Civiltà delle macchine*, a corporate magazine launched in 1953, which, despite limited resources, presents itself as a publication with an international scope, characterised by a polytechnic vision. The magazine stands out for its multidisciplinary approach, targeting a wide-ranging audience and embodying a culture of industry and technology that merges technical and cultural aspects. Under Leonardo Sinisgalli's direction, *Civiltà delle macchine* emerged as a unique pattern or prototype of Italian modernity.

## 1. *Civiltà delle macchine*: introduzione e contesto

Nel 1953, Giuseppe Luraghi, direttore generale di Finmeccanica, la società finanziaria dell'IRI (Istituto per la Ricostruzione Industriale), incarica l'ingegnere Leonardo Sinisgalli di creare una rivista incentrata sul dialogo tra cultura umanistica e tecnico-scientifica (Luraghi 2015: 113-114). La rivista, intitolata *Civiltà delle macchine*, viene pubblicata da Edindustria e stampata presso l'Industria Libreria Tipografica Editrice (ILTE) di Torino con cadenza bimestrale. La direzione, dal gennaio del 1953 all'aprile del 1958, è dello stesso Sinisgalli, gli anni sono quelli della ricostruzione e della ripresa italiana che preludono al cosiddetto miracolo economico e le pagine della rivista ne costituiscono una perfetta incarnazione.

In questo contributo mi concentrerò sul primo numero del periodico con l'obiettivo di riflettere sul modello culturale proposto da una pubblicazione che, nonostante le limitate risorse in termini di personale e mezzi – con un unico redattore, il fratello di Sinisgalli, Vincenzo, già collaboratore delle riviste *Comunità*, *Domus*, *Pirelli* (Imbriani 2012),<sup>1</sup> due segretarie e un fattorino – si presenta fin da subito come un periodico di ampio respiro tematico, esteticamente curato e con una proiezione internazionale. La scelta di concentrare l'analisi esclusivamente sul primo numero, oltre a esigenze di spazio, risponde alla necessità di interrogare il momento fondativo dell'impresa editoriale, nel quale si delineano con maggiore chiarezza la visione culturale, le strategie discorsive e l'identità progettuale della rivista, consentendomi un'analisi ravvicinata e metodologicamente circoscritta.

Già dal primo numero del gennaio del 1953, *Civiltà delle macchine* rivela l'intento della direzione editoriale di incarnare una visione autenticamente politecnica: un sapere integrato che ricompone la frattura tra scienze e umanesimo, promuovendo un dialogo fecondo tra conoscenze tecniche, artistiche e sociali. Intesa come strumento di lavoro condiviso, aperto a una pluralità di voci, la cultura politecnica<sup>2</sup> rappresenta la risposta a una civiltà industriale che richiede unità e collaborazione tra discipline, rivolgendosi non solo agli specialisti del settore o agli addetti ai lavori, ma a un pubblico ampio e composito, proveniente da ambiti diversi. La rivista si configura subito come un modello straordinario di pubblicazione multidisciplinare e, come attestano numerosi studi,<sup>3</sup> tale risultato

è reso possibile dalla direzione di Leonardo Sinisgalli, da sempre convinto sostenitore della necessità di un innesto profondo tra cultura umanistica e sapere tecnico. L'obiettivo di questo contributo è quindi analizzare, attraverso il primo fascicolo della rivista, le forme e le strategie messe in atto per valorizzare non solo la rilevanza e lo spirito della produzione tecnologica, ma anche il fascino della cultura industriale, capace di delineare – già in apertura – una definizione di cultura politecnica sorprendentemente attuale e un'idea di modernità italiana più umana e consapevole rispetto a quella proposta dalla coeva letteratura d'industria, al centro di alcuni dibattiti dell'epoca per l'inadeguatezza dei suoi modi narrativi alla nuova realtà circostante (Vittorini 1961: 20).

Prima di procedere all'analisi del primo numero della rivista, appare opportuno delineare il contesto culturale e intellettuale in cui il progetto di Sinisgalli prende forma, al fine di coglierne più compiutamente lo spirito originario. In un'intervista rilasciata a Ferdinando Camon nel 1965, Sinisgalli rievoca in questi termini il sentimento che lo animava all'epoca:

L'inverno del 1953, a Roma in un Ufficio di Piazza del Popolo, [...] misi a fuoco il progetto di 'Civiltà delle macchine' [...] la cultura dell'Occidente era rimasta incredibilmente arretrata e scettica nei confronti della tecnica, dell'ingegneria. [...] lo volevo sfondare le porte dei laboratori, delle specole, delle celle. Mi ero convinto che c'è una simbiosi tra intelletto e istinto, tra ragione e passione, tra reale e immaginario. Ch'era urgente tentare una commistione, un innesto, anche a costo di sacrificare la purezza (Camon 1982: 76).

Sinisgalli, di formazione ingegnere elettronico, si era dedicato alla letteratura già dagli anni Trenta. Nel suo primo periodo milanese (1932-1940) aveva coltivato importanti amicizie con intellettuali e artisti come Persico, Pagano, Nizzoli, Terragni, Veronesi e Ponti, frequentando anche lo studio Boggeri, la Galleria del Milione, gli artisti vicini alla rivista *Casabella*. Sempre a Milano con *Ritratti di macchine* e *Quaderno di geometria* (Sinisgalli 1936; 1937), aveva compiuto il suo primo esperimento di innesto di cultura umanistica su quella scientifica. Nel 1937 era entrato nel mondo dell'industria lavorando per Società del Linoleum come organizzatore di convegni e collaboratore della rivista, qui aveva incrociato Giuseppe Luraghi che, dopo la guerra lo avrebbe chiamato, prima come di-

rettore artistico di *Pirelli*<sup>4</sup> nel 1948, poi a Roma a Finmeccanica.

Gli anni Cinquanta sono appena iniziati, il dibattito tra promotori dell'astrazione e quelli della figurazione, come i quesiti sul rapporto tra artisti, intellettuali e politica, sono nel pieno del loro sviluppo.<sup>5</sup> Sinisgalli è conscio del valore etico-politico del suo ruolo di intellettuale-comunicatore e, con *Civiltà delle macchine*, intende ricordare a un pubblico vasto Archimede, Leonardo, Cardano, Galilei, Newton, Einstein, e unire al loro lo sguardo degli artisti e dei letterati e mostrare che l'uomo può evitare di essere disumanizzato dalla macchina, trasformandola invece in uno strumento di progresso (Lupo, Lacorazza 2008: 5-6).

## 2. La copertina del primo numero e le prime pagine come dichiarazione d'intenti

Per la copertina del primo numero della rivista, pubblicato nel gennaio del 1953, Sinisgalli sceglie la riproduzione di alcuni disegni dal *Codice sul volo degli uccelli* di Leonardo Da Vinci, ripresi dalla raccolta del 1936 di Raffaele Giacomelli (Lupo 2011: 235). Leonardo è certamente già un importante riferimento, non solo nel rapporto tra cultura umanistica e scientifica, ma anche apprezzato nella sua vena poetica, avvalorata proprio da alcuni studi degli anni Trenta che certamente Sinisgalli conosce (Lupo 2011: 230-240). È lui stesso a ricordare l'incontro con alcuni scritti di Leonardo in un articolo pubblicato su *Pirelli* in occasione del V centenario dalla nascita dell'artista-scienziato.<sup>6</sup> Scrive:

Tutti hanno un'idea della pagina di Leonardo: non è quella di uno scrittore, poeta o storico, e neppure soltanto quella di un fisico, di un geometra, di un ingegnere. Ci sono schizzi, disegni, figure geometriche, croquis (come li chiamava Le Corbusier) frammisti o intercalati o commentati dalla scrittura. Fascinosa scrittura, senza punti, senza accenti, senza virgole. [...]. Ecco un maestro che non volle discepoli, un maestro solitario che guardò molto lontano, e scrisse per noi lettori difficili incontentabili disordinati, lettori di 400 anni dopo (Sinisgalli 1952a: 30).

Proprio la forma dei croquis appare nella prima copertina di *Civiltà delle macchine*, dove gli schizzi sul volo sono impaginati come fogli di appunti. Questi disegni sono legati a un ricordo personale di Sinisgalli,

che risale alla sua visita all'Esposizione dell'Aeronautica italiana,<sup>7</sup> compiuta insieme a Le Corbusier, quando l'architetto rimase profondamente impressionato proprio da quegli schizzi.<sup>8</sup> Ancora, sempre Leonardo, era citato nel suo *Furor Mathematicus*:

Questo sarebbe l'ermetismo di Leonardo: un continuo cumolo di ombra e nel segno e nelle parole. Il suo metodo è davvero così vicino a una "poetica", il suo orgoglio, come quello dei poeti grandi, una continua insoddisfazione. Mai come oggi, che le macchine fanno tanto rumore, della sua attenzione noi possiamo immaginare la tesa vigilanza: Leonardo fu un uomo a cui ogni conoscenza costava fatica, un uomo che ha ridotto al minimo lo spreco della sua pena (Sinisgalli 1950: 41-43).

Inoltre, Leonardo, come sottolinea Sinisgalli nella chiusura dell'articolo appena citato su *Pirelli*, il sesto dedicato all'artista scienziato da quella rivista, viene considerato per la sua generazione uno dei maestri elettivi, celebrato in numerose occasioni tra cui, negli anni di nascita di *Civiltà delle macchine*, la prima mostra del gruppo Origine a lui dedicata a Roma nel 1952 e l'inaugurazione del nuovo Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo Da Vinci a Milano, il 15 febbraio 1953.

Ecco, dunque, che il titolo della rivista, associata alle immagini di Leonardo montate con estetica moderna chiarisce già l'identità della testata che si pone in continuità e sviluppa quelli che erano stati alcuni degli aspetti centrali della concezione della rivista *Pirelli*.<sup>9</sup>

Scorrendo le prime pagine, dopo la copertina interna, firmata da Riccardo Manzi, già collaboratore di *Pirelli* dalla fine degli anni Quaranta, due pagine sono dedicate al sommario, la prima a quello italiano, la seconda alla traduzione in inglese, francese e spagnolo, chiarendo la vocazione internazionale e l'ampiezza dei contenuti che spaziano senza divisioni tematiche dall'industria, all'elettronica, dal design all'arte antica e contemporanea. I testi sono tutti giustificati, il carattere Bodoni viene impiegato con rigore nelle sue diverse varianti – maiuscola, minuscola, tondo e corsivo –, la composizione chiara e tutte queste scelte tipografiche contribuiscono, in modo decisivo, all'identità visiva della rivista.<sup>10</sup>

Nel quadro della costruzione di un'identità culturale fortemente interdisciplinare, un ruolo strategico

è affidato ai titoli degli articoli, che si rivelano sin dal primo impatto strumenti di notevole efficacia comunicativa. Tale efficacia sembra rispondere a una logica editoriale perfettamente coerente con la missione del periodico: saldare, ibridare, fondere arte, scienza e industria in un unico immaginario culturale (“Calder scultore ingegnoso”, “La Reggia di Portici si meccanizza”). Questo uso creativo e consapevole del paratesto riflette pienamente l’obiettivo della rivista: rivolgersi a un pubblico eterogeneo e offrire, ancor prima della lettura degli articoli, il senso dell’incontro tra mondi solo apparentemente distanti (Lacorazza 2005: 89-93).

A chiarire la linea editoriale della rivista la “Lettera” di Giuseppe Ungaretti, la prima di una serie di lettere-editoriali incentrate sul rapporto tra arte e tecnica e di volta in volta affidate per lo più a intellettuali. Ungaretti era già stato chiamato da Sinisgalli a collaborare occasionalmente con *Pirelli* (Ungaretti 1949; 1953a), i due si conoscevano e stimavano da tempo, e Sinisgalli aveva nominato per primo Ungaretti tra i collaboratori umanisti che avevano determinato per quella rivista un distacco dal genere, grazie al bilanciamento tra tecnica e cultura, concretezza e divulgazione, bilanciamento che in *Civiltà delle macchine* si conferma e rafforza (Sinisgalli 1952c: 8).

Inoltre, Ungaretti, già dagli anni Trenta, ad esempio dalle pagine della rivista *La Fiera letteraria*, aveva manifestato l’auspicio di una poesia aperta all’arte, all’architettura e alle scienze (Ungaretti 1932: 3), ed era stato – come nota Simona Campus ricordando Luciano Anceschi – di ispirazione sulle scelte stilistiche delle riviste aziendali per la sua poesia basata sull’uso dell’analogia. Questa caratteristica, secondo Anceschi, connette Ungaretti a Baudelaire, Valéry e ai surrealisti, evidenziando un continuum culturale e un’eredità di approccio, non limitata alla poesia, ma allargata ad ambiti apparentemente distanti, come la pubblicità, le didascalie, i media radiofonici e cinematografici, e persino la prosa quotidiana, dimostrando la permeabilità tra letteratura e comunicazione di massa (Campus 2013: 126-128).

Lo scritto di Ungaretti inizia rispondendo ipoteticamente a un quesito di Sinisgalli che racchiude il senso della neonata rivista: “Mi chiedi – si legge – quali riflessioni mi vengono suggerite dal progresso moderno, irrefrenabile, della macchina? È implicita in esso un’ispirazione poetica?”. La risposta è sviluppata

in due colonne di testo: la macchina è il risultato di una catena millenaria di sforzi coordinati; quindi, certamente in essa si attuano “prodigi di metrica”. Molte cose, nella macchine, “hanno cessato d’essere slanci della fantasia e del sentimento, sogni, simboli della sconfinata libertà della poesia” per diventare “strumenti foggiate dall’uomo”, tuttavia, avverte Ungaretti, in essa c’è un pericolo e così conclude domandando: “Come farà l’uomo per non essere disumanizzato dalla macchina, per dominarla, per renderla moralmente arma di progresso?” (Ungaretti 1953b: 7). Bene, sembra che la risposta di Sinisgalli sia la rivista stessa: nome, copertine, contenuti, scelte tipografiche, effettivamente già su *Pirelli* aveva dichiarato:

La Scienza e la Tecnica ci offrono ogni giorno nuovi ideogrammi, nuovi simboli, ai quali non possiamo rimanere estranei o indifferenti, senza il rischio di una mummificazione o di una fossilizzazione totale della nostra coscienza e della nostra vita. [...] Scienza e Poesia non possono camminare su strade divergenti. I Poeti non devono aver sospetto di contaminazione. Lucrezio, Dante e Goethe attinsero abbondantemente alla cultura scientifica e filosofica dei loro tempi senza intorbidare la loro vena. Piero della Francesca, Leonardo e Dürer, Cardano e Della Porta e Galilei hanno sempre beneficiato di una simbiosi fruttuosissima tra la logica e la fantasia (Sinisgalli 1951: 54-55).

### 3. Tecnica, umanesimo e modernità: la costruzione di un immaginario nel primo numero di *Civiltà delle macchine*

La sequenza dei contributi, organizzata non in rubriche ma in libera successione, si apre con un articolo di Pasquale Saraceno sull’industria meccanica italiana. Sin dal sottotitolo il pezzo assume un tono informativo e rassicurante: “Lo Stato sta compiendo uno sforzo notevole per superare la crisi ancora presente in alcuni settori della nostra industria meccanica. Ne conosciamo la diagnosi e stiamo approntando la cura” (Saraceno 1953: 8-11). Segue un articolo tradotto dalla rivista *Flight* dal titolo quasi futurista, “Alla velocità del sole”, che racconta la doppia traversata dell’Atlantico compiuta dall’aeroplano English Electric Canberra. Le pagine sono arricchite da fotografie in bianco e nero che esaltano la bellezza formale di industrie e aeroplani, riprendendo uno stile già caratteristico

della direzione di Sinisgalli ai tempi della rivista *Pirelli* (Anonimo 1953: 12-14).

Nelle pagine successive, immagini degli interni e dei giardini della Reggia di Portici, sede del centro di meccanica agricola, accompagnano l'intervento dello scrittore Raoul Maria De Angelis. Questi scorci, in contrasto con le moderne linee fotografiche delle prime pagine, intendono tuttavia sottolineare, anche attraverso il tono dell'articolo, il valore di una tradizione virtuosa, già proiettata verso la modernità, che si affianca al progresso e alla modernità del tempo presente (De Angelis 1953: 15-17).

I contributi successivi trattano temi come la Centrale di El Nihuil, costruita da Ansaldo San Giorgio per il governo argentino, la storia dei viaggi oceanici più rapidi tra il 1818 e il 1952, e l'Istituto Nazionale delle Applicazioni sul Calcolo. Un filo conduttore unisce questi articoli: il progresso tecnologico, il suo impatto su società ed economia globali e i toni della narrazione. Attraverso una prosa puntuale ed evocativa, si mette infatti in evidenza come innovazione e scienza abbiano trasformato settori fondamentali quali l'energia, i trasporti e le applicazioni scientifiche cosicché il progresso tecnologico emerge come una potente forza di trasformazione sociale ed economica a servizio dell'uomo.

Segue un contributo che inaugura un modello destinato a diventare ricorrente nei numeri successivi della rivista: lo sguardo di uno scrittore e di un artista su un luogo. In questa prima occasione, Giorgio Caproni e Renzo Vespignani visitano i cantieri dell'Ansaldo a Sestri Ponente. Caproni, livornese di nascita ma genovese d'adozione, città in cui visse dal 1922 e a cui rimase profondamente legato, racconta il contrasto tra le aspettative di un ambiente industriale ordinato e l'effettiva realtà del cantiere, caotica e affascinante. Nel corso della visita, egli riflette sulla complessità e sulla bellezza delle strutture e delle operazioni del cantiere, l'equivalente moderno – così gli paiono – di una cattedrale, un simbolo di ingegno umano e di grandezza operosa. “Che scorno! – scrive – ma potevo io supporre che un cantiere comincia dal cielo?” – e poi più avanti in una descrizione ricca di suoni:

Scintille belle come stelle [...]; crepitii e mitragliamenti (dei martelli elettrici); slogolii (delle mole); autentici piani e lamenti (dei trapani); sospiri e soffi ciclopici (dei saldatori): tale

è la sinfonia offerta all'occhio e all'orecchio, e al cuore, in un crescendo a mano a mano che i nostri passi procedono (Caproni 1953: 28-29).

La visita culmina con l'osservazione della costruzione della turbonave Andrea Doria, un'esperienza che colpisce profondamente Caproni per la precisione e la grandiosità del processo. Alla fine del suo viaggio, lo scrittore torna a Roma, sopraffatto dall'intensità di ciò che ha visto e, in un gesto simbolico, abbandona il vocabolario che aveva portato con sé, un atto che rappresenta la resa definitiva ai pregiudizi che lo avevano accompagnato in viaggio, ma anche segna la superiorità dell'esperienza sulla teoria. Alle parole di Caproni si accompagnano i disegni e i pastelli di Vespignani che raccontano il cantiere con straordinaria intensità: la turbonave, i piloni, le carrucole, le gru. Gli uomini quasi non compaiono, se non in un'unica occasione e in dimensioni ridottissime. Il paesaggio industriale è ridefinito: è uno spazio dominato dall'acciaio e dalle macchine, un cantiere che sembra vivere, crescere e muoversi in totale autonomia. In questa rappresentazione, l'artista non si limita a documentare, ma dà voce a un luogo trasformato dalla potenza tecnologica, evocando un mondo in cui il progresso sembra avere una volontà propria. Vespignani all'epoca è già noto per la sua capacità di catturare con intensità drammatica il paesaggio urbano e industriale del dopoguerra in una sorta di realismo esistenziale, sembra insieme critico e compartecipe della modernità e ben interpreta una narrazione orientata a parlare di fabbrica, ma ancora in bilico tra realtà naturale e industriale, che si affaccia appena alla capacità di cogliere e integrare le dinamiche e le istanze di appropriazione e trasformazione della realtà, che un approccio già maturo alla modernità vorrebbe, come auspicherà alcuni anni dopo Elio Vittorini per la letteratura (Vittorini 1961).

Il profilo culturale di *Civiltà delle macchine* si delinea dunque con particolare chiarezza attraverso questa “missione sul campo”, che unisce un racconto sensibile a una riflessione approfondita sul cambiamento radicale imposto dall'industria alla società. L'attenzione all'impatto delle tecnologie sulla vita umana e sulle dinamiche sociali, tratto distintivo che rende la rivista un riferimento imprescindibile per la comprensione del mondo contemporaneo, acquista ulteriore spessore nel contributo successivo firmato

da Giulio Carlo Argan. Il titolo pone una domanda cruciale, che sarà al centro del dibattito culturale italiano: "A chi spetta il comando?" (Argan 1953a). Le macchine, così come le cose o le immagini, ci comandano o le comandiamo? Le comanderemo o ci comanderanno? Argan affronta il tema confrontando le idee di Siegfried Giedion e Lewis Mumford, esplorando la meccanizzazione non come semplice causa o effetto di un'elaborazione del mondo e dello spazio-tempo, ma come una manifestazione concreta e intrinseca della vita moderna. La meccanizzazione, rileva lo studioso, fa parte di una nuova concezione del mondo, di un senso vivo del reale e dovrebbe diventare funzione sociale. Argan, nel suo contributo, condivide e sviluppa l'auspicio di Mumford: che sia l'uomo a prendere il comando. L'idea dell'uomo moderno delineata da Argan trova una naturale corrispondenza nella concezione del design come servizio alla società, derivata dai suoi studi sul Bauhaus (Argan 1949; 1953b; 1954).

Nella scuola fondata da Walter Gropius, il design non era semplicemente una disciplina estetica, ma un mezzo per migliorare la qualità della vita attraverso la sintesi di arte, tecnica e funzione. Il Bauhaus perseguiva l'obiettivo di formare un individuo consapevole, capace di intervenire attivamente nel mondo circostante, progettando oggetti e ambienti che rispondessero ai bisogni collettivi e favorissero una società più equa e funzionale. Analogamente, l'uomo moderno descritto da Argan non è uno strumento passivo della meccanizzazione, ma un protagonista consapevole del progresso. Questa figura di uomo, "spoglio di ogni principio di autorità" e consapevole della sua capacità creativa, appoggia un'estetica capace di integrare le esigenze pratiche con una visione sociale e culturale più ampia, tale da contribuire a ridefinire la realtà, costruendo un panorama armonioso e funzionale per la società. In questa prospettiva, l'approccio al design proposto da Argan si configura come uno strumento di emancipazione e di trasformazione culturale, dove tecnologia e creatività convergono per restituire all'uomo il controllo sul proprio destino e sull'ambiente, promuovendo una visione del mondo in cui arte, tecnica e umanità si intrecciano in un equilibrio dinamico.

L'articolo è illustrato da opere che testimoniano la relazione tra estetica e funzionalità: un modello in bronzo di un gabbiano in volo realizzato da Marey, un grafico del 1885 sul movimento di una gamba, e una

serie di sedie significative, tra cui una sedia da barbiere brevettata negli Stati Uniti nel 1873, una sedia pieghevole progettata da Wilson nel 1871 e una sedia in metallo di Mies Van Der Rohe del 1923. L'argomentazione di Argan, unita alle immagini, si concentra su come architetti e designer del passato abbiano affrontato e superato il conflitto tra bellezza e razionalità, considerandoli termini complementari piuttosto che alternativi. Il messaggio appare chiaro: l'arte, con il suo carattere creativo, pone l'istanza fondamentale di una società che non è vittima della produttività meccanica, ma protagonista attiva e consapevole, capace di ritrovare l'integrità e l'unità del proprio essere attraverso i processi tecnologici. Inoltre, il pensiero di Siegfried Giedion e Lewis Mumford, così come sviluppato da Argan, trova un'interessante corrispondenza nelle pagine successive, dedicate a Marcello Nizzoli, segnalando ancora la coerenza della direzione editoriale.

L'articolo è firmato da Vincenzo Lacorazza (pseudonimo abituale di Vincenzo Sinisgalli).<sup>11</sup> Nizzoli, noto per il suo lavoro con Olivetti e per progetti come la macchina da scrivere Lexikon 80 e Lettera 22, rappresenta l'applicazione pratica delle teorie che mirano a un rapporto equilibrato tra tecnologia, funzionalità e umanesimo. Seguendo l'idea di un'interrelazione virtuosa tra architettura, tecnologia e vita quotidiana, Nizzoli concepisce il design non solo come estetica, ma come strumento per migliorare la vita delle persone. I suoi prodotti non sono semplicemente oggetti tecnologici, ma manifestazioni culturali che dialogano con il contesto sociale in cui sono inseriti. Ancora, degna di attenzione, è la riflessione sullo standard: l'arte consiste nel progetto, nell'idea, non nell'esecuzione. Scrive Lacorazza/Sinisgalli: "l'edilizia è una tecnica l'architettura è un'arte" (Lacorazza 1953: 38). L'articolo è illustrato da fotografie e disegni di oggetti di Nizzoli che mostrano l'essenza del suo talento nel coniugare funzionalità e creatività. Quello di Nizzoli è un esempio concreto del controllo umano sulla macchina. Le sue creazioni riflettono l'idea di una tecnologia che non domina l'uomo ma è progettata per essere al servizio della sua quotidianità, incarnando l'equilibrio tra forma, funzione e umanità che anche Argan auspicava.

Segue un articolo firmato stavolta da Leonardo Sinisgalli: "Calder scultore ingegnoso". L'artista è stato appena premiato alla XXVI Biennale veneziana e il

suo lavoro si caratterizza per forme leggere e delicate, con cui coniuga la poesia della leggerezza a una perfetta applicazione delle leggi fisiche che interessano Sinisgalli. L'artista, con le sue sculture mobili, riesce a materializzare le tre dimensioni dello spazio, traducendo concetti filosofici di Leibniz come "ordine delle coesistenze" e "ordine delle successioni". Le opere di Alexander Calder, composte da sistemi di masse leggere collegate da bacchette, fili o snodi, danno vita a forme sospese e in movimento che incarnano una poetica dell'equilibrio instabile, del caso, del movimento, del gioco con punti interessanti di contatto con *Le Macchine Inutili* di Munari (Munari 1937). Queste sculture – definite *mobiles* – appaiono come collage tridimensionali, in cui ogni elemento contribuisce a un insieme armonico mai statico. Il movimento reale, introdotto come componente essenziale, trasforma ogni opera in un organismo vivo, capace di rispondere all'ambiente e di esprimere una forma inedita di spazialità poetica e dinamica. Così scrive Sinisgalli:

Le sculture di Calder, nate da una suggestione di calcolo, di equilibrio, di ritmo, di danza, stanno a mezza strada tra l'universo delle figure e quello degli ordini, tra senso e intelletto [...] – e prosegue – il giocattolo è una corruzione del modello, del prototipo, è una caricatura della verità. Le sculture di Calder sono anche un poco caricaturali (Sinisgalli 1953: 39-40).

Quindi Sinisgalli trova questi lavori ambigui, più simili agli ideogrammi di Mondrian che alle costellazioni, ma certamente è colpito dalla scelta di "materiale di officina" che fa di Calder il meno convenzionale degli scultori moderni.

I contributi seguenti, impossibile analizzarli tutti in questa sede, confermano la postura della rivista: la modernità non è rottura ma evoluzione e l'integrazione tra arte, scienza e industria ne costituiscono il nutrimento ideale. Cito solo alcuni degli altri articoli del primo numero: uno di Franco Vegliani dedicato ai mestieri, vecchi e nuovi, con un affresco delle giornate lavorative corredato da fotografie che ritraggono i lavoratori nei loro ambienti quotidiani (1953: 55-56); uno, curioso, specie per la scelta delle immagini di corredo, di Umberto De Franciscis sull'uso delle macchine domestiche a Roma, risultato, si dichiara, di un'inchiesta giornalistica, dove, tra le fotografie che

mostrano politici e intellettuali nelle loro abitazioni, spicca un ritratto di Cesare Zavattini in cima a una sedia, con la moglie che gli porge una lampadina e la didascalia: "Elettricista. Per cambiare una lampadina lo scrittore ha bisogno di un assistente, però è uno di quegli uomini che nella loro dinamica vita hanno bisogno di farsi la barba col rasoio elettrico" (De Franciscis 1953: 60). Ancora, un articolo di Vittorio Somenzi intitolato "Leonardo restituito", a proposito delle ricerche di Pierre Duhem su Leonardo Da Vinci scienziato, che si lega idealmente alla scelta della copertina, e l'approfondimento, non firmato, sull'opera dello scultore Consagra realizzata come insegna Finmeccanica per la Fiera di Milano, e descritta come un piccolo monumento alla modernità industriale (1953: 66-69).

Alla fine del fascicolo due rubriche che diventeranno fisse arricchiscono la rivista: "Biblioteca", che recensisce libri di interesse scientifico e umanistico, e "Semaforo", che spazia dalla poesia all'arte, includendo interviste, notizie e segnalazioni culturali.<sup>12</sup> Tutti i contenuti di questo primo numero, dunque, confermano l'approccio interdisciplinare e l'intento formativo, sottolineando come la meccanica e l'industria possano essere motori di crescita, non solo economica, ma culturale e sociale. La varietà dei temi trattati riflette un'epoca di fervore creativo e ricostruzione, dove il progresso tecnologico era visto come uno strumento per creare un futuro più armonioso e consapevole. A completare questo quadro le immagini: abbiamo accennato alle fotografie di corredo ai testi, ma un ruolo importante è svolto anche dalle inserzioni pubblicitarie.

#### 4. "Pubblicità esemplare": buoni auspici per la cultura visiva di un'Italia che cambia

Il linguaggio pubblicitario, secondo Sinisgalli, è per eccellenza analogico, capace di creare collegamenti inaspettati tra scienza, cultura e industria attraverso la contaminazione di parole e immagini. Dichiara a questo proposito: "Une image vaut mille paroles" ripete un proverbio cinese che ancora sta scritto dietro alla mia scrivania" (Sinisgalli 1955: 49). E non stupisce quindi che nella rivista il visivo sia utilizzatissimo, d'altronde quello delle allegorie e dei paragoni, anche in ambito comunicativo e pubblicitario, è per Sinisgalli un metodo di lavoro. Così aveva scritto a proposito di

pubblicità sulla rivista *Pirelli*: “Come vedete siamo nel clima del metodo leonardesco, delle giornate favolose che permisero a Leonardo Da Vinci, guardando intensamente la libellula e il nibbio, di spiccare il grande volo” (Sinisgalli 1952b: 19). E l’approccio alla pubblicità, già emerso negli anni a *Pirelli*, si conferma avanzatissimo anche in *Civiltà delle macchine*, coerente a quello nei confronti della modernità e della tecnica: la pubblicità non deve rinunciare alla sua funzione di affermazione, ma deve qualificarsi, acquisendo una ragione d’esistere che vada oltre il semplice scopo commerciale e la renda affine alle opere d’arte, coinvolgendo l’uomo, stimolandone immaginazione e senso estetico.

D’altronde la rivista era nata nel pieno sviluppo degli studi pubblicitari e delle scuole della pubblicità grafica italiana, scuole che portavano il nome di grandi aziende come RAI, Olivetti, Pirelli, e era anzitutto una rivista di pubblicità industriale, destinata a promuovere le trasformazioni dell’industria italiana e dei suoi prodotti, così, pur mantenendo un forte carattere tecnico, artistico e letterario, Sinisgalli non trascurava mai la sua missione basilare, riuscendo a integrare armoniosamente la pubblicità agli altri contenuti, scegliendo sempre inserzioni innovative, con una grafica all’avanguardia e slogan incisivi che meriterebbero un discorso a parte. In questo scritto mi limiterò invece a una riflessione sulla scelta di Sinisgalli di affidare, nel primo numero della rivista, un contributo sulla pubblicità ad Antonio Boggeri. Fondatore dello Studio Boggeri a Milano nel 1933, egli era un pioniere nella fusione tra arte e grafica pubblicitaria e un patrocinatore dello stile moderno che aveva marcato la rottura con la tradizione cartellonistica. Il suo Studio offriva un’impostazione innovativa ai clienti industriali italiani: un gruppo di professionisti capaci di gestire la pubblicità, dall’ideazione alla produzione. Alla data del suo intervento su *Civiltà delle macchine* aveva lavorato con alcuni dei più importanti marchi italiani e internazionali, come Olivetti e Pirelli – marchi ricorrenti nella storia di Sinisgalli – contribuendo a definire una nuova estetica visiva che poneva in primo piano la chiarezza comunicativa e un rigoroso rispetto per il design formale.

In “Pubblicità esemplare”, Boggeri pone in rilievo l’importanza fondamentale dell’immagine nella comunicazione pubblicitaria, sottolineando come la qualità grafica e visiva costituisca un elemento im-

prescindibile per garantirne l’efficacia. Egli paragona il ruolo dell’estetica nella pubblicità a quello dell’architettura nell’ambito dell’edilizia, sostenendo che una campagna promozionale non possa prescindere da una solida dimensione formale. Richiamando esempi emblematici come quelli dell’ENIT (Ente Nazionale per il Turismo), Boggeri mette in luce come la propaganda italiana – in particolare quella turistica – si fondi largamente su strumenti visivi quali opuscoli, riviste e manifesti, i quali richiedono un’attenta cura estetica, senso del gusto e qualità formale per risultare realmente persuasivi.

La riflessione di Boggeri si configura come un invito a superare la separazione tra decorazione e funzione, integrando aspetti tecnici e pratici con una sensibilità artistica capace di trasformare l’annuncio pubblicitario in un prodotto culturale complesso, specchio del fermento creativo del proprio tempo (Boggeri 1953:48). Al contempo, tale prospettiva offre oggi un’opportunità per una riflessione retrospettiva a proposito del processo di trasformazione che il settore pubblicitario stava vivendo in quegli anni: un passaggio decisivo verso una concezione integrata della comunicazione aziendale, orientata al marketing e alla costruzione di un servizio completo, fondato su un’organizzazione articolata in reparti specializzati – tra cui ricerca, grafica, fotografia, comunicazione e pubbliche relazioni – e su una concezione parascientifica della pubblicità (Falabrino 2007).

In un periodo in cui il panorama italiano era ancora impegnato a delineare una vera e propria cultura del design, Boggeri si afferma come promotore di un approccio professionale che riconosce nella grafica un linguaggio autonomo, in grado di dialogare con la cultura contemporanea. Con queste parole lo descriveva Sinisgalli su *Linea grafica*:

[...] ha fatto da manager e da catalizzatore, ha ispirato, ha sollecitato [...]. I suoi pupilli hanno gusti e inclinazioni diverse, hanno diversa coltura e sensibilità, sono pesi piuma e pesi massimi, Boggeri, a volta a volta, ne ha capito il genio e ne ha sviluppato le capacità personali. [...] La coerenza del lavoro di Boggeri, della sua regia, sta appunto nell’aver sempre consentito al gusto delle forme d’avanguardia, nell’aver salvato con una forte educazione intellettuale la sua eleganza (Sinisgalli 1952d: 67).

L’approccio di Boggeri, dunque, non si limitava all’in-

tegrazione tra innovazione tecnica e ricerca estetica: era piuttosto una sintesi intelligentissima tra forma e contenuto, sperimentazione e funzione, modernità e tradizione. La sua costante attenzione alla “visualizzazione della propaganda” risponde a una più ampia tensione culturale – ben rappresentata anche nelle pagine delle riviste dell’epoca – tra esigenze comunicative e aspirazioni culturali, sfumando i confini tra arte e comunicazione visiva. In tal senso, la sua opera si iscrive pienamente nelle dinamiche dell’Italia del dopoguerra, contribuendo alla costruzione di una nuova identità visiva e culturale, capace di interpretare e riflettere le trasformazioni profonde della società, del mercato e del gusto.

## 5. Conclusioni

Nel secondo dopoguerra, gli intellettuali italiani affrontano il tema della modernità in un contesto di ricostruzione e accelerata industrializzazione. Riviste come *Il Ponte*, *Nuovi argomenti* e *Il Politecnico* si configurano come luoghi cruciali di dibattito, riconoscendo all’intellettuale un ruolo attivo nella trasformazione della società. In questa cornice, la modernità tecnologica non è percepita come neutrale, ma come un processo da interrogare criticamente per preservare i valori umani fondamentali. Le riviste aziendali italiane con direttori e redattori che sono intellettuali ‘integrati’, professionisti eteronomi con competenze specialistiche e padronanza metodologica, si inseriscono in tale scenario, assumendo una funzione duplice: da un lato strumenti di promozione legati al contesto produttivo, dall’altro spazi di dialogo tra cultura umanistica e sapere tecnico-scientifico.

*Civiltà delle macchine*, sin dal suo primo numero, si distingue come piattaforma editoriale innovativa, capace di coniugare tecnologia, arte e cultura umanistica con una precisa vocazione comunicativa. L’approccio di Leonardo Sinisgalli, che la guida fino al 1958, riflette una concezione integrata della modernità, in cui il progresso tecnologico è indissociabile da una riflessione sull’impatto sociale, culturale ed estetico delle innovazioni. Il titolo stesso della rivista – *Civiltà delle macchine* – suggerisce la possibilità di una sintesi tra scienza, tecnica e industria, purché iscritte in un orizzonte culturale umanistico. Un orizzonte che le scelte editoriali confermano, sollecitando una riflessione critica sul ruolo della tecnolo-

gia nella società e comunicando ‘le macchine’ come strumenti al servizio della creatività e del bene comune, a condizione che il loro utilizzo sia guidato da consapevolezza etica e sensibilità estetica. In questo contesto, coerente allo sviluppo di una cultura industriale emergente, pronta a integrare valori umanistici nella quotidianità produttiva, il periodico si distingue anche per la sua capacità di avvicinare lettori non specializzati, offrendo un panorama articolato e aggiornato su temi di attualità tecnica, scientifica e artistica, in costante relazione – armonica o dissonante ma aperta –<sup>13</sup> con l’impresa e i suoi ambiti operativi. Quando Renato Giani, nel 1958, pubblica proprio su *Civiltà delle macchine* un articolo di ricognizione della stampa aziendale italiana scrive:

Oggi diffusa come è, anche se non quanto si potrebbe desiderare, la stampa aziendale, non diversamente da altri fenomeni di costume che trovano soluzione proprio in una pubblicitaria (i fumetti fotografici o disegnati, i cartoons, la fantascienza, il culturalismo, i romanzi polizieschi, lo sport come spettacolo, eccetera), rappresenta una vivissima e dinamica immagine della contemporaneità (1958: 36).

E prosegue definendo *Civiltà delle macchine* una lezione per tutti (Giani 1958:36). Si può dunque concludere questo esame del primo numero di *Civiltà delle macchine* riconoscendovi un progetto editoriale di notevole coerenza formale e intellettuale, in cui scelte grafiche, tipografiche e redazionali concorrono sinergicamente alla definizione di un modello originale di comunicazione culturale coerente all’intento programmatico di Sinisgalli che la voleva laboratorio di modernità umanistica. In questa prospettiva si inserisce con particolare efficacia la metafora sinisgalliana dell’innesto (Camon 1982: 76), utilizzata per descrivere il rapporto tra cultura scientifica e cultura umanistica. È proprio su questa immagine, di chiara matrice biologica, che intendo concludere il presente contributo e aprire a ulteriori riflessioni. L’innesto, infatti, non implica una sintesi armonica o una fusione simmetrica dei saperi, bensì un processo dinamico in cui un dominio conoscitivo si innesta sull’altro per rinnovarlo, generando tensione, asimmetria e talvolta una gerarchia transitoria. Nel caso di *Civiltà delle macchine*, è la riflessione umanistica a essere chiamata a esercitare un’incidenza sul mondo tecnico-industriale, attribuendogli profondità storica, valenza simboli-

ca e risonanza etica. Tale configurazione rispecchia le specificità del contesto italiano degli anni Cinquanta, in cui la grande industria, ancora in una fase pionieristica di ricostruzione e sviluppo, si propone come vettore di modernità e innovazione, e molti intellettuali vedono in essa un terreno fertile per mediare tra produzione industriale e società civile (Bertacchini 1980). Ma il risultato di questo innesto, osservato oggi con il necessario distacco critico, rivela una configurazione particolare: *Civiltà delle macchine*, pur collocandosi al crocevia tra cultura umanistica e tecnica, privilegia una rappresentazione simbolica del rapporto tra uomo e macchina. L'umanesimo che emerge dalle pagine della rivista è orientato a una mediazione estetica e metaforica più che verso un'elaborazione critica delle trasformazioni epistemologiche e sociali in atto. Ne sono indizio, ad esempio, la preferenza per le tavole grafiche rispetto alla fotografia o il rapporto solo marginale con le avanguardie artistiche contemporanee. Questo approccio riflette una certa distanza dalle istanze più radicali di innovazione, che, invece, trovavano espressione in movimenti come il MAC. Quest'ultimo promuoveva un'estetica antinaturalistica e autonoma, in contrasto con le poetiche neorealiste dominanti, auspicando una rinnovata sinergia tra arte e tecnica, in cui l'artista, giunto "all'origine delle forme e agli accordi puri di colore" (Munari 1950), potesse contribuire alla progettazione di oggetti quotidiani, fondendo valore estetico e funzione pratica.

In conclusione, l'immagine dell'innesto aiuta a leggere *Civiltà delle macchine* come un'esperienza culturale di importanza straordinaria che però, più che integrare pienamente arte e tecnica in termini funzionali, ha voluto inscrivere entro una visione simbolica e umanistica della modernità, rivelando insieme le potenzialità e i limiti di un umanesimo industriale ancora in cerca di una propria forma compiuta.

## Note

<sup>1</sup> Il nipote di Leonardo e Vincenzo Sinisgalli dedica a quest'ultimo un interessantissimo approfondimento in Lacorazza 2005: 97-99.

<sup>2</sup> Quando ci si riferisce alla cultura politecnica, il collegamento alla rivista diretta da Elio Vittorini, e più in generale alla storia della cultura italiana del secondo dopoguerra è immediato. Nell'editoriale di apertura del numero 2 delle riviste si legge: "Politecnico" vuole indicare l'interesse che noi abbiamo [...] per tutte le tecniche, sottintendendo che sia tecnica ogni attività culturale (della poesia stessa e delle arti oltre che della politica, delle scienze e degli studi sociali) quando si presenti come ricerca della verità e non come predicazione di una verità" (Vittorini 1945b: 2).

<sup>3</sup> Vale la pena citare tra gli altri: Campus 2013; Lupo 2011; Lacorazza 2005.

<sup>4</sup> Fondata nel 1948 e diretta fino al 1953 da Sinisgalli, *Pirelli. Rivista d'informazione e tecnica* si distingueva nel panorama editoriale del dopoguerra per l'attenzione a una cultura viva - letteratura, cinema, scienze, tecnologia - capace di intrecciarsi con la quotidianità dell'impresa e della società in trasformazione. A differenza di altre riviste aziendali come *Comunità*, essa aveva subito adottato il formato del rotocalco mensile, l'impostazione grafica, modernissima, alternava fotografie d'autore, illustrazioni e soluzioni tipografiche dinamiche, coerentemente all'intento divulgativo e al carattere moderno della cultura industriale promossa. Attualmente la rivista è consultabile on line: <https://www.fondazionepirelli.org/archivio-storico/pubblicazioni-e-riviste/IT-PIRELLI-BIB0001-0021289> [ultimo accesso 16 maggio 2025].

<sup>5</sup> In Italia il dibattito sul ruolo dell'intellettuale era quanto mai acceso, così aveva scritto Vittorini nell'editoriale di apertura de *Il Politecnico*: "Io mi rivolgo a tutti gli intellettuali che hanno conosciuto il fascismo. Non ai marxisti soltanto, ma anche agli idealisti, anche ai cattolici, anche ai mistici. Vi sono ragioni dell'idealismo o del cattolicesimo che si oppongono alla trasformazione della cultura in una cultura capace di lottare contro la fame e le sofferenze? Occuparsi del pane è ancora occuparsi dell'anima. Mentre non volere che occuparsi dell'anima lasciando a Cesare, di occuparsi come gli fa comodo del pane e del lavoro, è limitarsi ad avere una funzione intellettuale, e dar modo a Cesare, (o a Donegani, a Pirelli, a Valletta) di avere una funzione di dominio sull'anima dell'uomo" (Vittorini 1945a:1).

<sup>6</sup> "Ero allievo del Politecnico a Roma, in San Pietro in Vincoli, quando mi capitò casualmente di trovare su una bancarella, era il 1928, il libro del Solmi e la prima edizione della Fumagalli [...]" (Sinisgalli 1952a: 30).

<sup>7</sup> Per un interessante approfondimento sulla mostra si veda Lanzarini 2016: 739-786.

<sup>8</sup> Sinisgalli 1934: 3; sull'incontro si sofferma anche Campus 2013: 40-44.

<sup>9</sup> *Pirelli* nasce con l'intento dichiarato di superare i limiti della comunicazione tecnico-commerciale, aprendosi a contributi scientifici, sociali, culturali e artistici per restituire una visione complessa e umanistica del mondo produttivo. L'obiettivo è integrare voci interne ed esterne all'azienda, per "lievitare la materia con [...] arte, sensibilità e fantasia" e collocare ogni contributo alla civiltà meccanizzata "nei più alti valori culturali e sociali della vita" (Pirelli 1948: 3).

<sup>10</sup> Bodoni è un carattere con grazie moderne, riconoscibile per

l'alto contrasto tra linee spesse e sottili e la marcata verticalità dei tratti. La versione maiuscola esprime solidità e autorità formale ed è usata per i titoli, mentre la minuscola tonda si distingue per la chiarezza e la sobrietà della composizione. Il corsivo, utilizzato nella rubrica "Lettere", pur mantenendo l'impianto razionale del disegno, introduce una variazione ritmica più leggera, utile a distinguere lo spazio più dialogico dei testi. L'insieme trasmette un'estetica di precisione e misura, perfettamente coerente con l'idea per cui forma e contenuto procedono all'unisono. Per chi scrive l'approfondimento degli aspetti tipografici nell'ambito dei *periodical studies* è stato di grande interesse, per approfondimenti si rimanda a Tschichold 2022.

<sup>11</sup> A riguardo è possibile consultare l'indice dei collaboratori della rivista nel periodo che va dal 1953 al n. 1 del 1957 in Scheiwiller (1988: 522).

<sup>12</sup> Lo spazio disponibile non permette l'analisi delle segnalazioni pubblicate in queste due rubriche, anch'esse coerenti al progetto editoriale. Mi limiterò qui solo a due esempi: nella "Biblioteca" si cita, tra altri, il volume di Adriano Olivetti, *Società, Stato, Comunità. Per una economia politica comunitaria*, edito dalle edizioni di Comunità nel 1952, e "Semaforo Rosso" dove si fa riferimento all'inaugurazione de *La Città Radiosa* il 15 ottobre del 1952 a Marsiglia.

<sup>13</sup> In questo testo, concentrandomi sul primo numero del periodico non mi è stato possibile far rientrare un ragionamento sulle opinioni più controverse rispetto alla fabbrica, ad esempio quella di Franco Fortini (1953: 62-63).

## Bibliografia

- ANONIMO (1953), "Alla velocità del sole", in *Civiltà delle macchine*, I:1, gennaio-febbraio, pp. 12-14.
- ARGAN G. C. (1949), "Arte artigianato e industria", in *Comunità*, III:5, settembre-ottobre, pp. 60-62.
- ID. (1953a), "A chi spetta il comando?", in *Civiltà delle macchine*, I:1, gennaio-febbraio, pp. 31-32.
- ID. (1953b), "Tecnica e arte", in *Tecnica e didattica*, V:1, pp. 2-7.
- ID. (1954), "Gropius e la metodologia", in *Civiltà delle macchine*, II:2, marzo, pp. 40-42.
- BERTACCHINI R. (1980), "L'intellettuale integrato e tecnologo nel periodo del miracolo economico", in ID., *Le riviste del Novecento. Introduzione e guida allo studio dei periodici italiani. Storia, ideologia e cultura*, Firenze, Le Monnier, pp. 216-217.
- BISCHI G.I. (2014), "Arte, scienza e industria nelle riviste di Sinisgalli e Luraghi", in *ArteScienza*, 1-2, pp. 53-70.
- BOGGERI A. (1953), "Pubblicità esemplare", in *Civiltà delle macchine*, I:1, gennaio-febbraio, p. 48.
- CAMON F. (1982), *Il mestiere di poeta*, Milano, Garzanti.
- CAMPUS S. (2013), *Sul paragone delle arti nella rivista "Civiltà delle Macchine". La direzione di Leonardo Sinisgalli (1953-1958)*, tesi di dottorato, Ciclo XXVI, a.a. 2012-2013, Università degli Studi di Cagliari.
- CAPRONI G. (1953), "Un poeta e un pittore in visita ai cantieri dell'Ansaldo", in *Civiltà delle macchine*, I:1, gennaio-febbraio, pp. 27-30.
- COLOMBO D. (2013), "Le riviste aziendali. La realtà milanese e 'Civiltà delle Macchine'", in LANDI P. (a cura di), *Fare impresa con la cultura. Milano nel secondo dopoguerra (1945-1960)*, Clueb, Bologna, pp. 259-286.
- CREPAX N. (2013), "La giustificazione culturale dell'industria di massa. Giuseppe Luraghi, manager, letterato", in LANDI P. (a cura di), *Fare impresa con la cultura*, cit., pp. 219-230.
- DE ANGELIS R. M. (1953), "La Reggia di Portici si meccanizza", in *Civil-*

- tà delle macchine*, I:1, gennaio-febbraio, pp. 15-17.
- DE FRANCISCIS U. (1953), "La Massaia automatica", in *Civiltà delle macchine*, I:1, gennaio-febbraio, pp. 60-61.
- FALABRINO G. L. (2007), *Storia della pubblicità in Italia dal 1945 ad oggi*, Carocci, Roma 2007.
- FORTINI F. (1953), "La vecchiaia difficile", in *Civiltà delle macchine*, I:2, pp. 62-63.
- GIANI R. (1958), "La carta dell'amicizia", in *Civiltà delle macchine*, VI:1, pp. 36-40.
- IMBRIANI M. T. (2012), "Vincenzo e Giorgia compagni di strada", in MARTELLI S., VITELLI F. (a cura di), *Il guscio della chiocciola. Studi su Leonardo Sinisgalli*, volume II, Edisud Salerno, Forum Italicum Publishing Stony Brook, pp. 357-364.
- LACORAZZA V. (1953), "Nizzoli e la forma standard", in *Civiltà delle macchine*, I:1, gennaio-febbraio, pp. 36-38.
- LACORAZZA G. (2005), *Meccanima: Civiltà delle macchine negli anni di Leonardo Sinisgalli, 1953-1958*, Consiglio regionale della Basilicata, Potenza.
- LACORAZZA G., LUPO G. (a cura di) (2008), *L'anima meccanica: le visite in fabbrica in "Civiltà delle macchine" (1953-1957)*, Avagliano, Roma.
- LANZARINI O. (2016), "Arte al servizio di un'idea. Il ruolo dell'Esposizione dell'Aeronautica italiana (1934) nel dialogo tra arte, architettura, politica e pubblico", in CECCHINI S., DRAGONI P. (a cura di), *Musei e mostre tra le due guerre*, Il Capitale culturale Studies on the Value of Cultural Heritage, 14, pp. 739-786.
- LUPO G. (2011), *Sinisgalli e la cultura utopica degli anni Trenta*, Vita e Pensiero, Milano.
- LURAGHI G. (2015), *Sinisgalli e l'industria*, in RUSSO B. (a cura di), *Leonardo Sinisgalli: un geniaccio tutto fare tra poesia e scienza*, atti del Convegno di studi Matera-Montemurro 14-15-16 maggio, 1982, Lavello, Osanna, pp. 113-114.
- MUNARI B. (1937), "Le macchine inutili", in *La Lettura*, 7, s.p.
- ID. (1950), "Arte e industria", in *AZ*, II:4, Milano, aprile-maggio, s.p.
- PIERPAOLO A. (2005), *Il ménage a quattro. Scienza, filosofia, tecnica nella letteratura italiana del Novecento*, Le Monnier, Grassano (FI).
- PIRELLI A. (1948), "Questa nostra rivista", in *Pirelli. Rivista di informazione e tecnica*, I:1, novembre, p.3.
- ROSSI P. (2014), "Ricordando Luraghi", in LANDI P. (a cura di), *Fare impresa con la cultura*, cit., pp. 231-236.
- SARACENO (1953), "L'industria meccanica italiana", in *Civiltà delle macchine*, I:1, gennaio-febbraio, pp. 7-11.
- SCHEIWILLER V. (1988), *Civiltà delle Macchine. Antologia di una rivista 1953-1957*, Scheiwiller/Finmeccanica, Milano.
- SINISGALLI L. (1934), "Giornata con Le Corbusier", in *L'Italia letteraria*, X, p. 27.
- ID. (1936), *Quaderno di geometria*, testo di Leonardo Sinisgalli; tavole di Luigi Veronesi, Grafa, Milano.
- ID. (1937), *Ritratti di macchine*, Edizioni di via Letizia, Milano.
- ID. (1950), *Furor mathematicus*, Mondadori, Milano.
- ID. (1951), "Natura, calcolo e fantasia", in *Pirelli. Rivista d'informazione e tecnica*, IV:3, pp. 54-55.
- ID. (1952a), "La mano mancina", in *Pirelli. Rivista d'informazione e tecnica*, V:2, pp. 30-31.
- ID. (1952b), "Bassorilievi sui pneumatici", in *Pirelli. Rivista d'informazione e tecnica*, IV:4, pp. 18-19.
- ID. (1952c), "Leonardo Sinisgalli, 1948-1952", in *Pirelli. Rivista d'informazione e tecnica*, V:6, pp. 8-9.
- ID. (1952d), "Boggeri regista grafico" in *Linea grafica*, 3-4, marzo-aprile, pp. 67-68.
- ID. (1955), "Le metafore invecchiano", in *Civiltà delle macchine*, III:4, aprile, pp. 49-51.
- SINISGALLI V. (1953), "Calder scultore ingegnoso", in *Civiltà delle macchine*, I:1, gennaio-febbraio, pp. 39-40.
- SOMENZI V. (1953), "Leonardo restituito", in *Civiltà delle macchine*, I:1, gennaio-febbraio, pp. 66-69.
- TESSARI R. (1973), *Il mito della macchina: letteratura e industria nel primo Novecento italiano*, Mursia, Milano.
- TSCHICHOLD J. (2002), *La forma del libro*, Ronzani, Vicenza.
- UNGARETTI G. (1932), "Umanità di Ungaretti", in *La Fiera letteraria*, 41, p. 43.
- ID. (1949), "Vecchio Brasile", in *Olivetti*, 1, pp. 14-15.
- ID. (1953a), "Semantica", in *Olivetti*, 1, p. 42.
- ID. (1953b), "Lettera", in *Civiltà delle macchine*, I:1, gennaio-febbraio, p. 7.
- VEGLIANI F. (1953), "Mestieri vecchi e nuovi", in *Civiltà delle macchine*, I:1, gennaio-febbraio, pp. 55-56.
- VITTORINI E. (1945a), "Una nuova cultura", in *Il Politecnico*, I:1, 29 settembre, p. 1.
- ID. (1945b) "Il Politecnico", in *Il Politecnico*, I:2, 6 ottobre, p. 2.
- ID. (1961), "Industria e letteratura", in *Il Menabò*, 4, Einaudi, Torino, pp. 13-20.

# Stile industria e “Una produzione di qualità e di stile”.

## La cultura del design in Italia attraverso la fotografia industriale

RAISSA D'UFFIZI

Sapienza Università di Roma  
raissa.duffizi@uniroma1.it

doi: <https://doi.org/10.62336/unibg.eac.35.559>

### Parole chiave

Stile industria  
Fotografia industriale  
Design italiano  
Comunicazione visiva  
Rivista di progetto

### Keywords

Stile industria  
Industrial photography  
Italian design  
Visual communication  
Design magazine

### Abstract

Il 28 agosto 1954 a Milano viene inaugurata la X Triennale. Nello stesso anno, a giugno, esce il primo numero di *Stile industria*, la prima rivista italiana dedicata interamente al disegno industriale. La rivista, svolgendo un ruolo cruciale nella promozione culturale del design in Italia, si propone di comprendere e valorizzare il ruolo del design industriale nella società, celebrando l'attività progettuale del designer, che assume un'importanza nuova e determinante. Gli articoli presenti nella rivista, scritti da esperti del settore, oltre a critici, artisti, grafici e studiosi, offrono approfondimenti dettagliati sulle diverse forme che il design può assumere. Attraverso le immagini, *Stile industria* documenta “una produzione di qualità e di stile”, con l'impiego della fotografia industriale che accompagna nozioni tecniche in modo preciso, didascalico e immersivo. Il contributo analizza il rapporto tra immagine e testo all'interno dei quarantuno numeri di *Stile industria*, identificando le strategie visive e i codici ricorrenti che hanno contribuito alla costruzione dell'immaginario sul design italiano e alla nascita del Made in Italy.

On 28 August 1954, the 10th Triennale was inaugurated in Milan. In the same year, the first issue of *Stile industria*, the first Italian magazine dedicated entirely to the industrial design, was published in June. The magazine, playing a crucial role in the cultural promotion of design in Italy, aims to understand and enhance the role of industrial design in society, celebrating the designer's activity, which takes on a new and decisive importance. The articles in the magazine, written by experts in the field, as well as critics, artists, graphic designers and scholars, offer detailed insights into the different forms that design can take. Through images, *Stile industria* documents “a production of quality and style”, with the use of industrial photography accompanying technical notions in a precise, didactic and immersive manner, with a lively and illustrated layout. The contribution analyses the relationship between image and text within the forty-one issues of *Stile industria*, identifying the visual strategies and recurring codes that have contributed to the construction of the imagery of Italian design and the birth of Made in Italy.

### La nascita di *Stile industria* e dello stile industriale

Il 1954 rappresenta un anno cruciale per il disegno industriale in Italia. Il 28 agosto si inaugura a Milano la X Triennale, viene istituito il premio Compasso d'Oro e, nello stesso anno, nel mese di giugno, viene pubblicato il primo numero di *Stile industria*, la prima rivista italiana interamente dedicata al disegno industriale. La rivista riveste un ruolo fondamentale nella promozione culturale del design in Italia, trattando una vasta gamma di temi e problematiche attraverso il binomio arte-produzione, contribuendo così a diffondere la conoscenza di questa nuova disciplina a partire dai primi anni Cinquanta (Frateili 1989: 72). L'arco temporale in cui *Stile industria* è attiva, si afferma e conclude la sua pubblicazione (1954-1964) coincide con il periodo del cosiddetto boom economico in Italia, una fase di straordinaria crescita industriale e trasformazione sociale. L'Italia del dopoguerra, uscita da un periodo di ricostruzione, si avvia verso una modernizzazione accelerata, caratterizzata da un'espansione senza precedenti del settore manifatturiero e da un aumento significativo dei consumi. In questo scenario, il design industriale assume un ruolo chiave nel ridefinire l'identità produttiva del Paese, promuovendo una nuova estetica degli oggetti di uso quotidiano, in sintonia con le esigenze di una società in rapida evoluzione; in un clima ascendente, diversi eventi significativi determinano la nascita graduale del Made in Italy: nel 1953 viene inaugurata presso La Rinascente di Milano la mostra *L'estetica del prodotto* curata e allestita da Carlo Pagani insieme a Bruno Munari e Alberto Rosselli, anticipando l'istituzione del premio del Compasso d'Oro nell'anno successivo (1954). *L'estetica del prodotto* fu il "primo passo di una propaganda e campagna per valorizzare e segnalare al pubblico i migliori esempi di disegno industriale" (Ceriani 1953: 9), evento che anticipa tre eventi significativi che saranno allestiti presso il Circolo della Stampa di Milano nel 1954, 1955 e 1956 con l'esposizione dei prodotti selezionati per ciascuna edizione del premio "La Rinascente Compasso d'Oro". La X Triennale di Milano del 1954 ospita la prima mostra Internazionale dedicata all'Industrial Design, momento che attesta il design come disciplina autonoma e strategica all'interno del panorama culturale e produttivo internazionale e concepito come strumento per democratizzare la qualità estetica e funzionale degli oggetti quotidiani.

È in questo contesto che *Stile industria* si afferma come un punto di riferimento culturale, documentando e analizzando le trasformazioni del design italiano e il ruolo centrale che questo assume nell'affermazione internazionale della sua immagine. La rivista non solo testimonia l'evoluzione del disegno industriale, ma contribuisce attivamente alla diffusione di una nuova sensibilità progettuale, facendo da ponte tra progettisti, imprese e pubblico. Negli anni del boom economico, la società italiana passa da un modello di consumo basato su beni essenziali a uno orientato verso prodotti che migliorano il comfort, il benessere e la qualità della vita quotidiana, come elettrodomestici, automobili e articoli per il tempo libero: il design diventa uno strumento strategico per l'industria. A conferma della sua vocazione culturale e del ruolo attivo nel dibattito progettuale dell'epoca, è significativo il sottotitolo della rivista *Disegno industriale industrial design, grafica graphic art, imballaggio package*,<sup>1</sup> che ne chiarisce sin da subito l'ambito di interesse e le intenzioni programmatiche, anticipando i macro-temi della rivista. Il periodico si propone al pubblico come un "importante punto di riferimento per informazioni costanti, accurate e precise, sia dal punto di vista estetico che tecnico, offrendo resoconti storico-critici di grande valore e ospitando contributi teorici, dibattiti e bibliografie selezionate" (Grassi, Pansera 1980: 33). *Stile industria* viene fondata e diretta da Alberto Rosselli, figura di riferimento nell'organizzazione teorica e pratica del design in Italia; la rivista ha avuto un ruolo decisivo nella definizione di un quadro critico e concettuale capace di guidare la nascente cultura del design nel paese (Bosoni 2022: 400-401).

Come sottolinea Paolo Fossati nel volume *Il design in Italia 1945-1972*, il contributo di Rosselli si articola su tre fronti principali: il rapporto tra tecnico-designer e industria, le problematiche tra committenza e produzione, e infine la costruzione di una rete tra critici, studiosi e storici. Quest'ultima dimensione mira a delineare un pensiero evolutivo del design, in grado di nutrirsi di problemi e contraddizioni per dare forma a modelli progettuali dinamici (Fossati 1972: 128-129). Il ciclo editoriale di *Stile industria* si compone di quarantuno numeri – editi fino alla cessazione della rivista, avvenuta nel febbraio 1963<sup>2</sup> – nata con l'obiettivo di documentare l'evoluzione del disegno industriale, e da considerarsi come una continuazione di Do-

*mus* (Pansera 1993: 151), storica rivista di architettura diretta da Gio Ponti, con il quale Rosselli è stato legato non solo da un rapporto professionale, ma anche familiare.<sup>3</sup> Già nel 1949, Gio Ponti affida ad Alberto Rosselli la direzione della rubrica "Disegno per l'industria",<sup>4</sup> dimostrando la sua attenzione verso il design, e riconoscendone l'importanza come strumento per valorizzare la qualità formale e funzionale degli oggetti. Secondo questa visione, l'aspetto estetico di un prodotto industriale riflette il livello di ricerca tecnica e di maturità produttiva raggiunto dall'industria (Rosselli 1949a; 1949b) e la crescente attenzione al disegno industriale contribuisce quindi a ridefinire i paradigmi progettuali, introducendo una nuova centralità dell'estetica. Il prodotto non è più concepito esclusivamente in termini funzionali o economici, ma viene riconfigurato come oggetto dotato di forma, stile e qualità visiva, elementi fino ad allora marginali nel contesto produttivo (Rosselli 1954: 1). Il primo saggio critico proposto da Alberto Rosselli nel primo numero di *Stile industria* (giugno 1954) è "Disegno: fattore di qualità";<sup>5</sup> l'articolo è un manifesto programmatico che denuncia come la componente economica e quella produttiva non siano più sufficienti a determinare "il valore e la qualità di un prodotto industriale" ma che sia il disegno l'essenza del progetto. *Stile industria* si sviluppa dunque come un palcoscenico narrativo per documentare, discutere e presentare "La linea e la comodità di una nuova vettura, la bella e giusta forma di un ferro da stiro, la intelligente e nuova risoluzione della maniglia di un frigorifero, la disposizione ed il colore della tastiera di una macchina da scrivere" (Rosselli 1954: 1). *Stile industria* ha compreso e valorizzato anche il ruolo del disegno industriale nella società post-bellica, celebrando l'attività progettuale del designer, come nuova figura professionale. I saggi pubblicati nella rivista offrono approfondimenti dettagliati sulle diverse espressioni del design: dalle carrozzerie agli elettrodomestici, dagli oggetti casalinghi agli imballaggi, nell'ottica di realizzare un programma sistematico volto alla diffusione e alla valorizzazione del design industriale, che comprende la documentazione, l'analisi e lo studio approfondito delle sue molteplici dimensioni, dal disegno tecnico e progettuale fino agli aspetti comunicativi quali la pubblicità, l'arte grafica, l'imballaggio e la presentazione dei prodotti. La scrittura dei saggi esplora "ogni aspetto operativo di un progetto: la linea, i materiali, il processo produttivo,

che vengono analizzati non solo sotto il profilo estetico, ma anche economico" (Dellapiana, Siekiera 2015: 19). Nelle pagine della rivista si distingue un tono prevalentemente documentativo, espresso tramite un linguaggio tecnico e teorico chiaro: "La varietà testuale e lo stile composito [...] completavano una struttura verbale e figurativa che corrispondeva a tutte le fasi del disegno industriale, determinate dalla loro consequenzialità: l'ideazione, il progetto-modello, la produzione, l'esposizione in vetrina per la vendita" (Siekiera 2018: 1014). Il periodico ha semplificato il dialogo tra progettisti, industria e pubblico, divenendo un mediatore chiave in un periodo di rapida industrializzazione e incremento dei consumi. Le riviste di progetto, infatti, si sono affermate come strumenti privilegiati per promuovere e diffondere i nuovi prodotti dell'industria italiana, assumendo un ruolo centrale nel cosiddetto "caso italiano" (Pansera 1984: 17); sono state descritte come "portavoce del dibattito in corso, divulgatrici delle produzioni e delle nuove esperienze che si stavano proponendo" (Pansera 1993: 19). Al contempo, hanno rappresentato piattaforme ideali per orientare il dibattito culturale sull'abitare e sul vivere moderno, fornendo informazioni e stimolando discussioni di grande rilievo per l'epoca (Fossati 1973: 37). Accanto all'azione informativa, queste pubblicazioni miravano anche a formare il gusto del pubblico e a specializzare i professionisti del settore (Grassi, Pansera 1980: 21).

### Il progetto grafico di *Stile industria*

*Stile industria* si inserisce nel panorama grafico italiano come un progetto editoriale innovativo, che coniuga rigore progettuale e sperimentazione visiva. La rivista nasce in un periodo di trasformazione per la grafica del paese, segnando una netta rottura con le tradizioni precedenti e orientandosi verso un linguaggio più razionale e funzionale, in linea con i principi della modernità. Questo sviluppo si collega direttamente al rinnovamento introdotto negli anni Trenta dallo Studio Boggeri, che ha anticipato un approccio metodologico alla progettazione grafica basato sull'integrazione di tipografia, fotografia e illustrazione, diventato poi centrale nel dopoguerra. Negli anni Cinquanta, con l'espansione dell'industrial design, la grafica italiana si confronta con esperienze internazionali, sviluppando un linguaggio visivo capace di

tradurre i valori di modernità e innovazione. Riviste come *Industrial Design*, fondata negli Stati Uniti nel 1954 da Edgar Kaufmann Jr., e *Interiors+Industrial Design* diventano modelli fondamentali per *Stile industria*. Queste pubblicazioni si distinguono per un impianto grafico razionale e ordinato, portavoce di un intento culturale: ogni elemento, dalla scelta tipografica al rapporto tra testi e immagini, contribuisce a costruire una narrazione coerente e moderna del design. Nomi come Albe Steiner (*Interiors+Industrial Design*, febbraio 1948), Bruno Munari (*Interiors+Industrial Design*, agosto 1955), Aldo Giurgola (*Interiors+Industrial Design*, aprile 1956) e Costantino Nivola (*Industrial Design*, luglio 1948) vengono invitati a collaborare con queste testate, apportando il proprio linguaggio progettuale e contribuendo così a definire l'identità visiva di ciascuna, dimostrando l'apertura del panorama editoriale internazionale al contributo italiano e alla qualità distintiva della grafica degli anni Cinquanta. Con il secondo dopoguerra, la grafica italiana è caratterizzata da un linguaggio visivo sobrio e rigoroso, in sintonia con la modernizzazione industriale del paese. Si consolidano nuovi metodi progettuali, che vedono un uso sistematico della griglia tipografica, della razionalizzazione degli spazi e della fotografia come strumento analitico ed espressivo. Questo approccio, che sintetizza influenze della Bauhaus, del costruttivismo sovietico, della tipografia svizzera e della comunicazione americana, viene reinterpretato con una sensibilità tutta italiana, che unisce rigore e creatività poetica. In questo contesto, la grafica non è più decorazione, ma parte integrante del progetto: veicola l'identità delle aziende, traduce i valori dell'innovazione industriale e contribuisce alla costruzione di un immaginario moderno e condiviso. Come progetto editoriale, dal punto di vista grafico, la rivista *Stile industria* adotta un impianto visivo coerente con questa nuova cultura progettuale, con un layout modulare che integra immagini, schizzi tecnici e testi, e una grafica editoriale raffinata. La rivista diventa così un laboratorio visivo dove la grafica italiana esprime appieno il proprio potenziale critico, culturale e comunicativo. Dal punto di vista stilistico, *Stile industria* si ispira anche alla Scuola Svizzera, che negli stessi anni rivoluziona la comunicazione visiva. Influenzata da maestri come Max Huber e Josef Müller-Brockmann, la sua grafica si caratterizza per la sua semplicità e chiarezza. Grafici italiani come Gio-

vanni Pintori, Pino Tovaglia e Giulio Confalonieri contribuiscono a definire l'identità visiva della rivista, attraverso copertine che riflettono l'equilibrio tra razionalità progettuale e sperimentazione creativa. I quarantuno numeri di *Stile industria* sono stati pubblicati con un formato pari a 24,5x32,5 cm, dimensioni considerevoli rispetto agli standard del periodo per le riviste di settore; ciò conferisce alla rivista un forte impatto visivo, valorizzando sia il prodotto cartaceo sia il progetto editoriale. Le copertine rivestono un ruolo centrale nel progetto grafico, ciascuna affidata a un autore diverso.<sup>6</sup> Tra queste spiccano quelle realizzate dai grafici Michele Provinciali (dieci copertine), Pino Tovaglia (quattro copertine), Giulio Confalonieri (tre copertine) e Ilio Nigri (tre copertine). Albe Steiner, Giovanni Pintori, Franco Grignani e Max Huber realizzano invece due copertine a testa. Le copertine di *Stile industria* sorprendono per la loro originalità, ognuna con soggetti variegati; dalle maniglie in alluminio anodizzato di Feal Milano (numero 10, febbraio 1957), ai pannelli della Mostra del Disegno Industriale alla XI Triennale di Milano (numero 13, agosto 1957), fino alla poltrona Lucania di Arflex progettata da Giancarlo De Carlo (numero 16, aprile 1958). In alcuni casi, il rimando visivo della copertina è particolarmente chiaro e strettamente connesso ai contenuti trattati nel numero; sebbene la copertina rappresenti già in generale i temi interni, talvolta la relazione con il contenuto risulta più diretta e significativa, come quella del numero 7 (giugno 1956), dedicato all'estetica delle materie plastiche, in cui piccoli granuli di plastica colorati invadono la pagina, o come nel numero 9 (dicembre 1956), in cui sono presenti gli oggetti premiati con il Compasso d'Oro 1956 [Fig. 1], entrambi curati da Michele Provinciali. Lo stile cambia di volta in volta, impiegando occasionalmente solo l'elemento fotografico bianco e nero, come quelle realizzate da Provinciali per il numero 5 (settembre 1955) e per il numero 9 (dicembre 1956); altre volte prevale un linguaggio illustrato, come per la copertina del numero 22 (maggio 1959), progettata da Giovanni Pintori, o quella del numero 33 (agosto 1961) di Pino Tovaglia; o in alcuni esempi si riscontra l'impiego simultaneo dell'elemento fotografico e di un linguaggio illustrato come per il numero 2 (ottobre 1954), progettata da Bruno Munari, il numero 14 (ottobre 1957), di Giulio Confalonieri e Ilio Negri, e per il numero 15 (febbraio 1958), ideata da Pino Tovaglia. All'interno l'elemento



Fig. 1 | Copertina numero 9 (dicembre 1956) di *Stile industria* (giugno 1956) con gli oggetti premiati con il Compasso d'Oro 1956. Progetto grafico di Michele Provinciali.

comunicativo per eccellenza sono le fotografie dei prodotti, in bianco e nero, o a colori per quelle più rilevanti; infatti, il focus puntuale e accurato su alcune fotografie colorate conferisce un ritmo visivo molto frizzante all'impaginato, volto a enfatizzare i contenuti. A potenziare questo aspetto, ci sono pagine stampate su carta colorata (a pagina intera o in un ritaglio rettangolare) in tonalità di pastello (celeste, giallo, rosa e rosso). Queste pagine colorate sono adottate per differenziare alcune tematiche o informazioni, come i comunicati sulla Triennale, i premi del Compasso d'Oro, le mostre dell'ADI (Associazione per il Disegno Industriale), i concorsi e gli allestimenti. A corredo delle immagini, ci sono illustrazioni, schizzi e disegni tecnici dei prodotti che permettono di visualizzare i progetti attraverso un linguaggio specialistico, inteso come un codice visivo che comunica informazioni di natura tecnica rivolto principalmente al



Fig. 2 | Prodotti disegnati da Roberto Menghi per Smalterie Meridionali, Casalnuovo di Napoli - Milano, "Documenti della produzione", in *Stile industria*, 7, giugno 1956, pp. 24-25.

progettista. Infatti, l'approccio comunicativo, che si avvale di diversi tipi di supporti visivi, permette una comprensione articolata e multilivello del prodotto, evidenziandone non solo le qualità estetiche e formali, ma anche gli aspetti tecnici e produttivi. Questo metodo offre quindi una visione completa e integrata, adatta sia a un pubblico specialistico sia a lettori più generali [Fig. 2]. Per quanto concerne infine l'impaginazione, questa si sviluppa attraverso una griglia mista, variabile da una, due, o tre colonne; non è visibile un registro di posizionamento troppo preciso per le immagini, che si distribuiscono nella maggior parte dei casi nella griglia, anche se non mancano inserimenti e ridimensionamenti più liberi e immersivi. Come evidenziato da Carlo Vinti in *Gli anni dello stile industriale 1948-1965*, a partire dagli anni Cinquanta le riviste di progetto iniziano a veicolare un'idea di "stile industriale" funzionale a rendere più accettabile la crescente presenza dell'industria nel paese. L'industria, infatti, "aveva bisogno di uno stile" per legittimarsi agli occhi del pubblico (2007: 12). In questo contesto, i grafici svolgono un ruolo chiave, operando in un'area vicina a quella dell'industrial design e contribuendo a costruire un linguaggio visivo riconoscibile per l'industria (ivi: 69). Proprio in linea con questa tendenza, nel corso della sua pubblicazione, la rivista adotta un linguaggio visivo sempre più sofisticato, con una cura crescente per la composizione grafica e l'uso della fotografia: uno sviluppo che riflette non solo l'evoluzione del design industriale, ma anche la progressiva maturazione della grafica italiana, desti-

nata negli anni Sessanta a diventare un punto di riferimento internazionale, culminando nell'affermazione del Made in Italy.

### La fotografia industriale e *Stile industria*: un nuovo linguaggio per il design italiano

La fotografia industriale ha giocato un ruolo cruciale nella diffusione dei nuovi prodotti del design italiani attraverso le riviste di settore. È una presenza costante nella comunicazione del prodotto, utilizzata sia per illustrare articoli e saggi editoriali, rubriche e rassegne, sia come elemento chiave negli annunci pubblicitari. Durante il boom economico, l'esigenza di presentare e promuovere i prodotti per la casa si è strettamente legata all'evoluzione della fotografia industriale. La trasformazione della realtà del paese ha introdotto "nuove funzioni e nuove estetiche anche per la fotografia", mentre l'industria del mobile ha richiesto agli studi fotografici di enfatizzare, attraverso la pubblicità e le pubblicazioni specializzate, "quella dimensione mitica dell'oggetto di arredamento" (Lucas, Agliani 2004: 22-23). In questo scenario "la fabbricazione delle immagini fotografiche costituisce un nuovo linguaggio visivo e con esso le nuove ricerche di comunicazione per l'industria" (Carlotti 2000: 100), ridefinendo il rapporto tra prodotto, immagine e consumo, e aprendo nuove possibilità espressive per rappresentare il prodotto e i suoi valori. Negli anni Cinquanta, la fotografia non ha ancora raggiunto una piena specializzazione nel campo del design industriale.<sup>7</sup> Tuttavia, come sottolineato da Maddalena Dalla Mura, "quando si delinea una 'linea italiana', la fotografia di prodotto non viene specificatamente problematizzata, ma è piuttosto praticata, all'intersezione di differenti esigenze di comunicazione e promozione" (2018: 443). È in questo periodo, infatti, che emerge una metodologia di rappresentazione del prodotto, riscontrabile prima in *Domus* e poi in *Stile industria*. L'approccio fotografico adottato da queste due riviste si basa sulla sintesi e sulla rappresentazione figurativa oggettiva del soggetto industriale. Come ha infatti osservato Andrea Branzi: "la qualità dell'immagine fotografica di un oggetto diventa non solo il mezzo principale per venderlo, ma anche per integrarlo nella storia e nella società. [...] La fotografia, dunque, estende il ciclo industriale: parte dal progetto, continua con la realizzazione e anticipa la ven-

dita" (2002: 26-27). La fotografia industriale è stata quindi lo strumento privilegiato per rappresentare la modernità del prodotto industriale, offrendo una rappresentazione oggettiva, capace di evidenziare tutte le caratteristiche estetiche, tecnologiche e materiali del prodotto in serie. Dunque, la fotografia di design, intesa come disciplina al confine tra arte, industria e comunicazione visiva, rappresenta un patrimonio di assoluto interesse per tracciare l'evoluzione visiva del design italiano nelle riviste di progetto. Attraverso

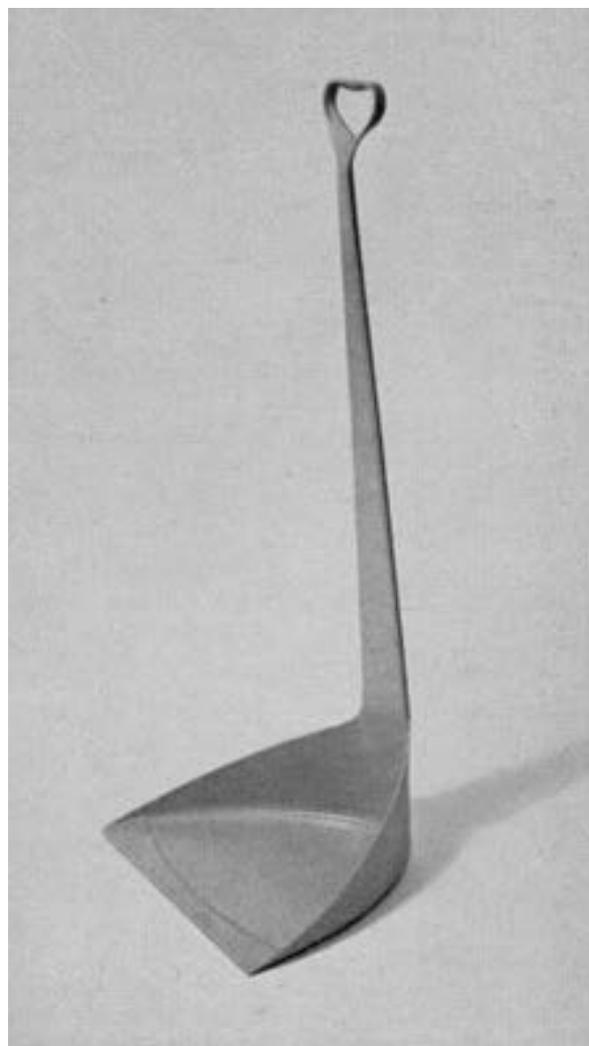


Fig. 3 | Portaimmondizia con manico in polistirolo prodotto da Kartell e disegnato da Gino Colombini, in *Stile industria*, 19, ottobre 1958, p. 33.



**Fig. 4** | Sedia "Superleggera" disegnata da Gio Ponti per Cassina, in *Stile industria*, 14, ottobre 1957, p. 7.

modalità e strategie di comunicazione differenti, essa testimonia la trasformazione del linguaggio del prodotto industriale italiano, contribuendo a plasmare l'immaginario collettivo. Infatti, le immagini fotografiche di design, con le loro risonanze, allusioni e imitazioni, non solo preservano la valenza estetica delle icone del design, ma favoriscono anche il progressivo radicarsi del Made in Italy nella società di massa (Maggi 2013: 54). La nascita di *Stile industria* rappresenta quindi un momento determinante nell'evoluzione della fotografia del prodotto industriale. Non solo essa offre uno spazio dedicato alla pratica fotografica, ma definisce anche un metodo innovativo per la sua rappresentazione visiva, che diventerà un punto di riferimento per le riviste di design successive. All'interno della rivista, il prodotto viene frequentemente isolato, ambientato in uno scenario neutro o scontornato su uno sfondo che occupa l'intera pagina, estraniato dal contesto domestico. In alcuni casi, la fotografia restringe ulteriormente il campo visivo,



**Fig. 5** | "Rassegna della produzione italiana", in *Stile industria*, 4, aprile 1955, p. 21.

arrivando a nascondere ogni riferimento allo spazio circostante. Questo approccio, che giunge a maturazione soprattutto negli anni Sessanta, celebra l'oggetto come una vera e propria scultura industriale, utilizzando luci, ombre e contrasti cromatici per esaltarne la bellezza estetica e la purezza formale [Figg. 3-4]. Questa modalità di rappresentazione prende il nome di *Still life* e diventa la principale tecnica fotografica per la documentazione dei prodotti industriali. Gli scatti pubblicati si caratterizzano comunque per una notevole varietà tipologica, a seconda delle diverse intenzioni editoriali. Da un lato, l'oggetto può essere fotografato in una composizione scontornata, ottenuta attraverso un processo di post-produzione, dove il prodotto sembra galleggiare su uno sfondo bianco, privo di ogni contesto spaziale. Dall'altro, l'oggetto può essere presentato su uno sfondo neutro e asettico, senza alcun riferimento ambientale che lo

contestualizzi. In alcuni casi, viene inserito un accenno di contestualizzazione, come una pavimentazione o dettagli minimi di strutture, ma sempre con discrezione, in modo che il focus resti fermo sul prodotto stesso [Fig. 5].

### L'evoluzione dello *Still life* nella fotografia di design industriale

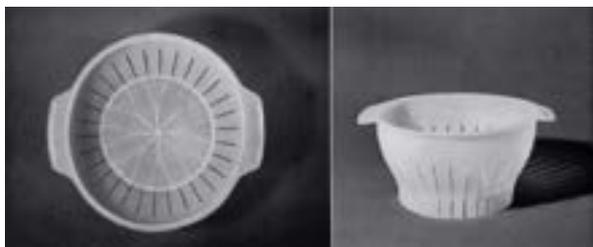
Come evidenziato da Raimonda Riccini nei suoi studi sulla fotografia industriale, *Stile industria* si configura come un progetto di comunicazione volto a promuovere uno "stile industriale" attraverso l'uso tipologico e morfologico dell'immagine fotografica, adottando impaginazioni "seriali" tipiche del modernismo (2020: 118). In questo contesto, lo *Still life* emerge come uno degli strumenti più innovativi per la rappresentazione visiva del prodotto industriale. Questo genere fotografico, simile alla "natura morta" nell'arte, si concentra sulla ripresa di oggetti inanimati. Mentre la natura morta in pittura ritrae soggetti come fiori o frutta, nella fotografia di design l'attenzione si sposta su artefatti industriali prodotti in serie. Qui, non solo la costruzione dello scenario è fondamentale, ma lo è soprattutto la gestione della luce e delle ombre proiettate sull'oggetto. La composizione deve esaltare le caratteristiche distintive del prodotto, mettendo in risalto gli aspetti estetici, formali e materiali per valorizzarne la bellezza, soprattutto quando destinato all'ambiente domestico. L'origine di questa tecnica nel design industriale si rintraccia negli approcci fotografici di Moholy-Nagy e nelle sperimentazioni dello Studio Boggeri, che cercavano di riprodurre un "oggetto formalmente perfetto" (Baroni, Vitta 2003: 139). All'interno dello Studio Boggeri, infatti, si sviluppò un uso innovativo della fotografia pubblicitaria, caratterizzato da fotomontaggi, collage e prospettive audaci, ispirato alle avanguardie costruttiviste e alla fotografia del Bauhaus. Lontano da ogni intento decorativo, questo approccio mirava a sfruttare la capacità del mezzo fotografico di restituire dettagli invisibili all'occhio umano, anticipando una visione moderna e funzionale del linguaggio visivo (Chiappini 2012). In Italia, lo *Still life* inizia a configurarsi come strumento di comunicazione per il design industriale a partire dagli anni Cinquanta, quando Gio Ponti lo introduce con sistematicità sulle pagine di *Domus*, in particolare per rappresentare arredi in serie. Sebbe-

ne già negli anni Trenta *Domus* pubblicasse fotografie *Still life* provenienti dalla Germania, si trattava per lo più di contributi esterni. Solo nel secondo dopoguerra questa modalità visiva viene adottata in modo consapevole e continuativo all'interno del progetto editoriale italiano, in relazione diretta al design industriale. I fotografi italiani che collaborano con *Domus*, come Giorgio Casali, si ispirano al nuovo approccio fotografico sviluppato dai colleghi tedeschi degli anni Trenta, in particolare al lavoro di Hein Gorny, esponente del movimento della *Neue Sachlichkeit* (Nuova Oggettività), che rappresenta uno dei riferimenti più moderni e pionieristici nell'ambito della fotografia. Le fotografie industriali e pubblicitarie di Gorny, caratterizzate da una composizione rigorosa, luce analitica e un'attenta valorizzazione formale dell'oggetto, anticipano un'estetica razionale e funzionale destinata a influenzare lo *Still life* moderno, trasformando la fotografia di prodotto in una disciplina visiva autonoma e sofisticata (Hein 2015).

### Il linguaggio delle immagini: *Stile industria* e la rappresentazione del prodotto

I primi *Still life* pubblicati su *Domus* negli anni Cinquanta ritraggono oggetti come sedute, tavoli, lampade, elettrodomestici e piccoli casalinghi, spesso disposti in modo insolito. Queste immagini documentano una fase primitiva nella rappresentazione industriale del prodotto. In quel periodo, la fotografia di design in Italia era agli esordi e si concentrava soprattutto sugli aspetti tecnici del prodotto, senza ricorrere a ornamenti o artifici stilistici. Gli scatti non venivano realizzati in studi professionali, ma in abitazioni, dove il prodotto veniva isolato pur mantenendo alcuni dettagli spaziali, come pavimenti e pareti, con l'obiettivo di minimizzare la caratterizzazione dell'ambiente. Tuttavia, è con *Stile industria* che si sviluppa una fotografia italiana specializzata nel design. La rivista riproduce gli artefatti industriali con un approccio descrittivo e analitico, utilizzando lo *Still life* per rappresentare "una concezione tipologica del prodotto" e "una visione oggettiva" dello stesso (Desole 2015: 162). La documentazione fotografica dello stile industriale appare soprattutto nelle rassegne dedicate alla produzione, con impaginazioni costruite su immagini di *Still life*, progettate per mostrare la varietà della nuova produzione industriale [Fig. 6].





**Fig. 7** | Scolapasta KS 1036 disegnato da Gino Colombini per Kartell, in *Stile industria*, 31, marzo 1961, p. 16.

del prodotto, che non è più solo un oggetto funzionale, ma una vera e propria opera d'arte visiva, capace di coniugare praticità, bellezza e modernità [Fig. 7].

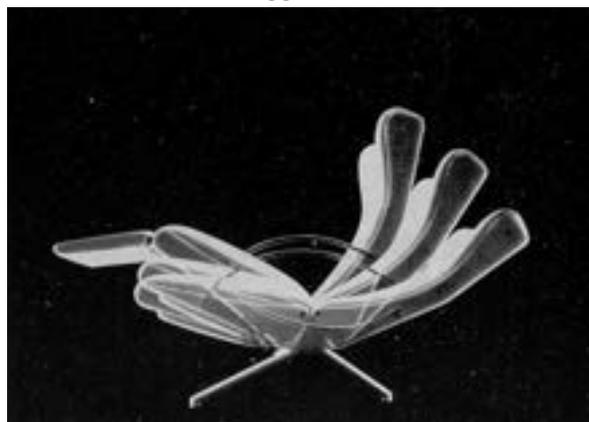
#### L'approccio visivo e metodologico di *Stile industria*: tra estetica, funzione e progetto

In linea con quanto teorizzato da studiosi come Vilém Flusser o Roland Barthes, la fotografia tecnica e funzionale pubblicata da *Stile industria* non si limita a rappresentare l'oggetto, ma costruisce un discorso visivo che ne svela le implicazioni culturali, simboliche e operative. La vasta quantità di materiale documentativo pubblicata su *Stile industria* ha permesso di identificare alcune specificità visive ricorrenti nell'approccio fotografico. Oltre al tradizionale *Still life* classico e frontale, o con viste multiple [Fig. 8], si osserva una particolare attenzione alla rappresentazione della manualità, che evidenzia l'interazione tra prodotto e utente. Molte immagini mostrano gli oggetti mentre vengono utilizzati: la connessione tra



**Fig. 8** | Cucchiaino in plastica disegnato da Achille e Pier Giacomo Castiglioni per Kraft, in *Stile industria*, 40, dicembre 1962, p. 33.

prodotto e utente si esprime attraverso l'apparizione delle mani, che assumono un ruolo centrale nella percezione tattile. Le mani esplorano gli oggetti: li toccano, li accarezzano delicatamente, li manipolano e interagiscono con essi, rivelando spesso funzionalità inaspettate e forme non convenzionali. Di conseguenza, forma e funzione di un prodotto risultano strettamente legate alla gestualità umana, ricreata e valorizzata attraverso la comunicazione fotografica. Un altro approccio ricorrente nelle fotografie riguarda la rappresentazione del movimento, utile a trasmettere specifiche caratteristiche funzionali dell'oggetto. Un esempio significativo è l'esplosione della caffettiera in acciaio inossidabile prodotta da Lagostina, in cui sono mostrate tutte le sue componenti interne. Inoltre, la visione esplosa dell'oggetto, oltre a soddisfare un'esigenza analitica, assume anche una funzione pedagogica: introduce una cultura del progetto fondata sulla trasparenza e sull'intelligibilità della forma. Il design non viene così percepito come un'arte elitaria, ma come un processo accessibile e razionale, coerente con l'etica modernista del "design per tutti". Allo stesso modo, la poltrona reclinabile P40 progettata da Osvaldo Borsani per Tecno [Fig. 9] o il secchio quadrato con coperchio apribile disegnato da Gino Colombini per Kartell-Samco mettono in evidenza, attraverso la fotografia, dettagli tecnici e dinamici. Queste variabili fotografiche sottolineano anche una tendenza significativa: rappresentare il prodotto smontato, rivelandone lo scheletro industriale. Questo approccio consente di comprendere non solo la struttura interna dell'oggetto, ma anche il modo in

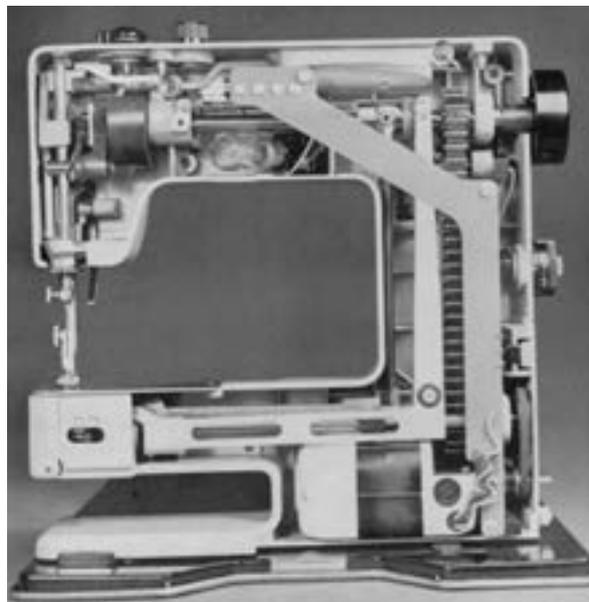


**Fig. 9** | Poltrona P40 progettata da Osvaldo Borsani per Tecno, in *Stile industria*, 16, aprile 1958, p. 11.



**Fig. 10** | Orologio elettrico Secticon C prodotto da Le Porte-Echappement Universal SA, La Chaux-de-Fonds e disegnato da Angelo Mangiarotti, in *Stile industria*, 41, febbraio 1963, p. 23.

cui i singoli componenti interagiscono per generare la funzionalità complessiva. Attraverso questa scomposizione visiva, emergono dettagli tecnici spesso invisibili a un'osservazione superficiale, evidenziando l'importanza della progettazione e della composizione del prodotto [Figg. 10-11]. L'analisi del prodotto smontato invita così lo spettatore a riflettere sull'essenza del design industriale, che va oltre l'estetica per abbracciare una complessa relazione tra forma, funzione e tecnologia. In questo contesto, il prodotto smontato non è soltanto un oggetto da osservare, ma diventa anche un potente strumento didattico, capace di educare e ispirare una comprensione più profonda del prodotto. Inoltre, una caratteristica distintiva della rivista *Stile industria* è la capacità di affiancare al materiale fotografico disegni tecnici e schizzi progettuali, che accompagnano il testo offrendo un supporto visivo essenziale alla comprensione del prodotto. Questi elementi grafici non sono meri accessori, ma strumenti analitici che svelano la struttura progettuale degli oggetti, evidenziando dettagli costruttivi, proporzioni, materiali e soluzioni tecniche adottate. Il disegno tecnico, con il suo linguaggio rigoroso e codificato, permette di cogliere aspetti funzionali e produttivi che il semplice testo o la fotografia non riescono a comunicare con altrettanta precisione [Figg. 12-13]. Mentre la fotografia documenta l'oggetto nel suo stato finito o durante l'uso, il disegno tecnico ne esplicita la logica costruttiva, offrendo una rappresentazione astratta e universale. In questo



**Fig. 11** | Macchina da cucire portatile modello 44 disegnata da Angelo Mangiarotti per Salmoiraghi, in *Stile industria*, 23, luglio 1959, p. 17.

senso, si potrebbe affermare che fotografia e disegno agiscono su due piani complementari: uno descrittivo-narrativo, l'altro analitico-sistemico. Allo stesso modo, lo schizzo, più immediato e spontaneo, restituisce il processo creativo, offrendo uno sguardo sul pensiero progettuale e sull'evoluzione delle idee [Fig. 14]. Questa sinergia tra testo, disegno e immagine rispecchia l'approccio sistematico della rivista, volto a esplorare il design italiano non solo come prodotto finito, ma anche come espressione di una metodologia e di una cultura progettuale che valorizza tanto l'estetica quanto la funzione. Questo utilizzo combinato di testo, disegno tecnico e schizzo permette ai lettori di accedere a un livello di analisi più profondo, ideale per comprendere il design non solo come oggetto visibile, ma come risultato di un complesso processo progettuale. Gli articoli di *Stile industria* affrontano infatti la progettazione con un linguaggio tecnico-specialistico, in grado di dialogare, come già affermato, sia con il pubblico degli addetti ai lavori, quali architetti e designer, sia con un pubblico colto e interessato alla cultura del progetto. La presenza del disegno tecnico non si limita a descrivere i prodotti, ma li contestualizza nel panorama produttivo dell'epoca, evidenziando la relazione tra forma, funzione e

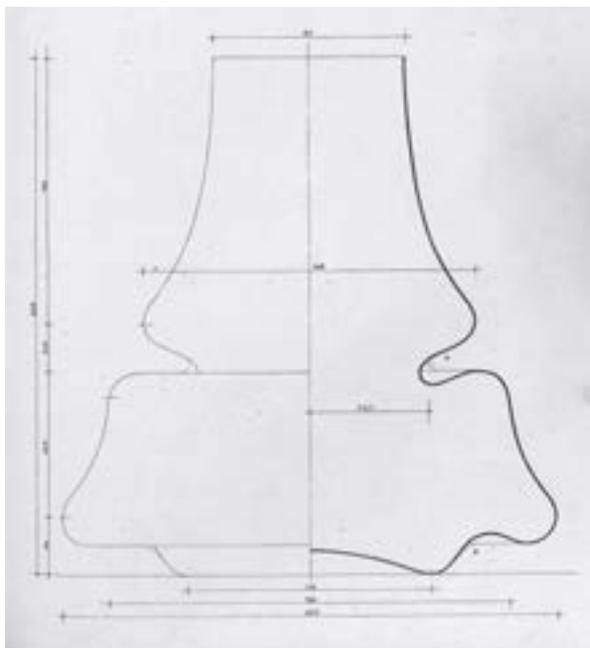


Fig. 12 | Vaso in vetro disegnato da Sergio Asti e realizzato da Salviati, in *Stile industria*, 41, febbraio 1963, p. 27.

tecniche di realizzazione. In questo modo, la rivista contribuisce a formare una consapevolezza critica attorno al design industriale, sottolineando l'importanza di ogni componente progettuale, dalla scelta dei materiali all'ergonomia, fino ai processi di produzione in serie. Questa integrazione di linguaggi visivi e scritti non solo arricchisce la narrazione del progetto, ma posiziona *Stile industria* come un punto di riferimento nel dibattito sul design italiano del dopoguerra, capace di raccontare una nuova stagione del fare industriale in cui estetica, funzionalità e innovazione tecnica si intrecciano profondamente. In definitiva, *Stile industria* non si limita a divulgare il design industriale italiano, ma ne costruisce un vero e proprio linguaggio critico, in grado di restituire la complessità del progetto moderno legato all'evoluzione contemporanea. L'integrazione tra testo, immagine e disegno diventa così un manifesto editoriale che testimonia una visione olistica del design, inteso come disciplina capace di coniugare visione estetica, precisione tecnica e cultura del progetto.

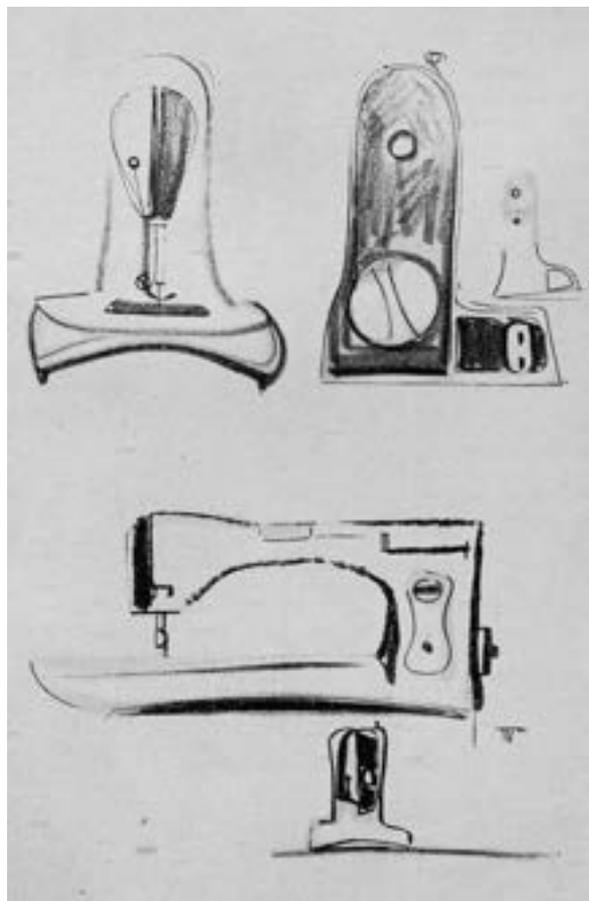


Fig. 13 | Macchina per cucire Mirella progettata da Marcello Nizzoli per Necchi, in *Stile industria*, 14, ottobre 1957, p. 17.

### Conclusioni

Come evidenziato in precedenza, la rivista *Stile industria* ha svolto un ruolo pionieristico e imprescindibile nella definizione e promozione del design industriale in Italia a partire dagli anni Cinquanta, contribuendo in modo determinante a plasmare una cultura del progetto che ancora oggi rappresenta un punto di riferimento per la storia del design. Con un approccio progettuale articolato, capace di coniugare estetica, tecnica e comunicazione, il periodico non solo ha documentato le innovazioni della progettazione industriale, ma ha anche contribuito a definirne linguaggi e metodologie, creando un ponte tra designer, industria e pubblico. La sua influenza si è diffusa prima a

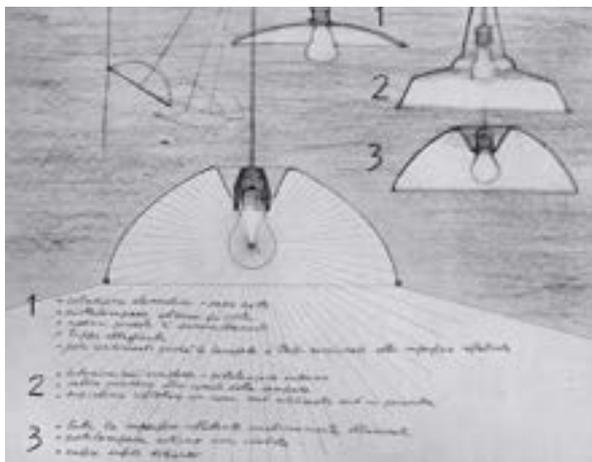


Fig. 14 | Schizzo della lampada a sospensione Relemme progettata per Flos da Achille e Pier Giacomo Castiglioni, in *Stile industria*, 41, febbraio 1963, p. 30.

livello nazionale, contribuendo alla definizione dell'identità del design italiano, e successivamente a livello internazionale, gettando le basi per l'affermazione del Made in Italy come sinonimo di qualità, eleganza e funzionalità. *Stile industria* ha anticipato tendenze, delineato standard e introdotto tecniche comunicative innovative, come lo *Still life* fotografico, che hanno contribuito a consacrare l'oggetto industriale come opera d'arte e simbolo della modernità. La chiusura della rivista nel 1963 segna la fine di un capitolo fondamentale nella storia del design italiano, ma il suo lascito rimane attuale. In questo contesto, l'analisi di *Stile industria* evidenzia l'importanza del periodico nell'ambito dell'editoria italiana del dopoguerra e del boom economico, mostrando come, attraverso un approccio stilisticamente distintivo, abbia contribuito alla modernizzazione dell'industria editoriale. La centralità dell'immagine, il linguaggio visivo innovativo e l'uso della fotografia sono stati elementi fondamentali che hanno caratterizzato l'identità di *Stile industria*, creando un dialogo tra forma e contenuto che lo ha reso un punto di riferimento nel panorama della stampa industriale e culturale. Il periodico ha risposto alle nuove esigenze comunicative del periodo post-bellico, rappresentando il dinamismo del processo di ricostruzione e, al contempo, proponendo una riflessione sull'evoluzione dell'industria e delle sue implicazioni culturali. La scelta di presentare l'industria non solo in termini tecnici e produttivi, ma anche come fenome-

no estetico e culturale, ha fatto di *Stile industria* una voce unica nel contesto editoriale del design dell'epoca. La sua capacità di unire contenuti tecnici a una narrazione visiva sofisticata rispecchia la tensione tra tradizione e innovazione che ha caratterizzato il periodo della ricostruzione. La sinergia tra immagini e testi ha trasformato il periodico in un veicolo di comunicazione complesso e multidimensionale, non solo informando, ma anche costruendo una visione culturale e sociale dell'industria stessa. In definitiva, l'analisi di *Stile industria* conferma il ruolo cruciale di questo periodico nel definire nuove pratiche editoriali e stilistiche, documentando al contempo i profondi cambiamenti sociali, culturali ed economici dell'Italia del dopoguerra. La sua rilevanza si manifesta non solo nella capacità di raccontare la trasformazione industriale, ma anche nell'influenza esercitata sull'evoluzione dell'editoria attraverso la pubblicazione di disparate riviste di progetto dedicate al design tra gli anni Sessanta e Settanta che hanno contribuito alla creazione dell'immagine del design italiano.

## Note

<sup>1</sup> Il sottotitolo rimane invariato fino al numero 7 (febbraio 1956) quando si arricchisce del sottotitolo *Forma e stile nella produzione* per poi diventare *Stile industria. Rivista internazionale di disegno industriale* dal numero 26-27 (maggio 1960), quando l'attività del progetto editoriale è ben consolidata.

<sup>2</sup> Inizialmente la rivista è trimestrale, mentre a partire dal numero 8 (ottobre 1956) diventa bimestrale, con l'obiettivo di ampliare ulteriormente la propria diffusione e rispondere alle nuove esigenze determinate dalla crescente affermazione dell'industrial design in Italia (*Stile industria*, numero 8, ottobre 1956).

<sup>3</sup> Alberto Rosselli sposa Giovanna Ponti, figlia di Gio Ponti.

<sup>4</sup> Alberto Rosselli cura la rubrica "Disegno per l'industria per cinque anni, dal 1949 al 1954.

<sup>5</sup> Tra i saggi critici scritti da Alberto Rosselli e pubblicati su *Stile industria* volti ad approfondire il dibattito sul disegno industriale in Italia si citano: "Per il disegno industriale in Italia" (numero 5, settembre 1955), "Disegno come ricerca" (numero 11, aprile 1957), "La responsabilità del disegno" (numero 14, ottobre 1957), "I limiti del disegno industriale" (numero 16, aprile 1958) e "Perché disegno italiano" (numero 20, gennaio 1959).

<sup>6</sup> A titolo informativo si riportano qui di seguito gli autori delle copertine di tutti i numeri: 1, 21 / Albe Steiner. 2 / Bruno Munari. 3, 22 / Giovanni Pintori. 4 / Keld Helmer-Petersen e Giorgio Casali. 5, 8, 9, 10, 11, 12, 17, 40, 41 / Michele Provinciali. 6, 23 / Franco Grignani. 7 / Davide Clari e Michele Provinciali. 13, 14, 25 / Giulio Confalonieri e Ilio Negri. 15, 16, 30, 33 / Pino Tovaglia. 18, 28 / Max Huber. 19 / Giorgio Host-Ivessich. 20 / Tonino Boschirolì. 24, 37 / Roberto Sambonet. 26-27, 29 / non indicato. 31 / Ennio Lucini. 32, 35, 36 / Enzo Mari. 34 / Italo Zannier. 38 / Bob Noorda. 39 / Heinz Weibl.

<sup>7</sup> Nel 1959 si tengono due eventi significativi dedicati alla fotografia: la *Mostra fotografica della fotografia italiana d'oggi* e il primo Convegno Nazionale di Fotografia a Sesto San Giovanni. Entrambi avevano l'obiettivo di documentare e analizzare lo stato della fotografia italiana alla fine del decennio.

## Bibliografia

- BARONI D., VITTA M. (2003), *Storia del design grafico*, Longanesi, Milano.
- BILL M. (1954), "Forma, funzione, bellezza", in *Stile industria*, 1, giugno, pp. 2-3.
- BOSONI, G. (2022), "La ricerca dell'essenza delle cose al servizio di tutti", in ROSSELLI P. (a cura di), *Alberto Rosselli. Architettura, design e "Stile industria"*, Quodlibet, Macerata, pp. 399-454.
- BRANZI A. (2002), "L'oggetto fotografato", in ZANFI C. (a cura di), *Fotografia e design: l'immagine Alessi*, Silvana editore, Cinisello Balsamo, pp. 26-27.
- CARLOTTI A. (2000), "Foto-Grafica", in CARLOTTI A. (a cura di), *Fotografia e fotografi a Milano dall'Ottocento ad oggi*, Abitare Segesta - AIM Associazione Interessi Metropolitan, Milano, pp. 100-104.
- CERIANI, A. (1953), "Mostra dell'Estetica nel Prodotto", in *Cronache. La Rinascenza Upim. Rassegna di vita e lavoro dei grandi mazzini*, 4, pp. 9-11.
- CHIAPPINI C. (2012), "Antonio Boggeri. Considerazioni su un protagonista della grafica italiana", in *Ricerche di S/Confine. Oggetti e pratiche artistico / culturali*, 1, pp. 138-148.
- DALLA MURA M. (2018), "Immagini e immaginario: un percorso tra fotografia e riviste", in ALESSI C., DALLA MURA M., DE GIORGI M., PASCA V., RICCINI R. (a cura di), *Triennale Design Museum. Storia. Il design italiano*, Electa - Triennale Design Museum, Milano, pp. 432-449.
- DELLAPIANA E., SIEKIERA A. (2015), "Come scrivono i designer: note di letture comparate per una linguistica disciplinare", in *AIS/Design Journal. Storia e Ricerche*, 6, pp. 14-39.
- DESOLE A. P. (2015), *La fotografia industriale in Italia 1933-1965*, Editrice Quinlan, San Severino Marche.
- FOSSEATI P. (1972), *Il design in Italia 1945-1972*, Einaudi, Torino.
- ID. (1973), *Il design*, Tattilo Editrice, Roma.
- FRATELLI E. (1989), *Continuità e trasformazione. Una storia del design italiano, 1928-1988*, Alberto Greco Editore, Milano.
- GRASSI A., PANSERA A. (1980), *Atlante del design italiano 1940/1980*, Fabbri, Milano.
- HEIN G. (2015), *New Objectivity and Industry*, Collection Regard, Berlin.
- LUCAS U., AGLIANI T. (2004), "La fotografia del miracolo economico", in LUCAS U. (a cura di), *Storia d'Italia. Annali 20. L'immagine fotografica 1945-2000*, Einaudi, Torino, pp. 22-29.
- MAGGI A. (2013), "Il sogno italiano: Giorgio Casali, Domus e la fotografia di design", in MAGGI A., ZANNIER I. (a cura di), *Giorgio Casali. Photographer / Domus 1951-1983*, Silvana Editoriale, Milano, pp. 50-61.
- PANSERA A. (1984), "La storia di un percorso", in ILIPRANDI G., MARRANGONI A., ORIGONI F., PANSERA A. (a cura di), *Visual design. 50 anni di produzione in Italia*, Idealibri, Milano, pp. 15-24.
- ID. (1993), *Storia del disegno industriale italiano*, Laterza, Roma.
- RICCINI R. (2020), "Fotografia e design. Un rapporto non ancillare", in *AIS/Design Journal. Storia e Ricerche*, 14:7, pp. 117-123.
- ROSSELLI A. (1949a), "Disegno per l'industria", in *Domus*, 236, maggio, pp. 40-41.
- ID. (1949b), "Disegno per l'industria", in *Domus*, 238, settembre, pp. 40-41.
- ID. (1954), "Disegno: fattore di qualità", in *Stile industria*, 1, giugno, p. 1.
- SIEKIERA A. (2018), "'Stile industria'. Il design e la scrittura tecnica italiana negli anni Cinquanta del Novecento", in BIFFI M., CIALDINI F., SETTI R. (a cura di), *Acciò che 'l nostro dire sia ben chiaro. Scritti per Nicoletta Maraschio*, Accademia della Crusca, Firenze, pp. 1013-1021.
- VINTI C. (2007), *Gli anni dello stile industriale 1948-1965*, Marsilio Editori-IUAV, Venezia.

# Il mutamento dell'arte realista attraverso l'analisi delle prime due serie de *Il Contemporaneo. Settimanale di cultura* (1954-1957)

LIVIA GAROMERSINI

Fondazione Ambron Castiglioni  
livia.garomersini@gmail.com

doi: <https://doi.org/10.62336/unibg.eac.35.557>

## Parole chiave

Realismo italiano  
Il Contemporaneo  
Partito Comunista Italiano (PCI)  
Studi periodici  
Cultura visuale

## Keywords

Italian Realism  
Il Contemporaneo  
Italian Communist Party (PCI)  
Periodical Studies  
Visual Culture Studies

## Abstract

*Il Contemporaneo*, nato nel 1954, per finire poi declassato a supplemento di *Rinascita* nel 1965, merita oggi, in quanto principale rivista culturale del PCI, un'analisi approfondita. Se da un lato questa testata era espressione della sezione culturale, dall'altra rappresentava anche un primo tentativo di apertura verso posizioni non strettamente di partito, compreso un pubblico più ampio di quello meramente comunista, ed è proprio per questo che la si ritiene imprescindibile per affrontare un'indagine consapevole degli anni della destalinizzazione. È soprattutto attraverso l'analisi delle immagini e delle illustrazioni pubblicatevi nelle sue prime due serie, a partire da quelle appositamente realizzate da Renzo Vespignani per la prima pagina, che in questa sede si tenterà di delineare il mutamento della poetica realista dall'impianto nazional-popolare, prevalentemente rurale, dei primi anni Cinquanta verso una connotazione sempre più urbana ed esistenziale, anche grazie ad un confronto con le altre testate di partito (da *Rinascita*, a *Vie Nuove* a *Il Calendario del popolo*), dove invece tutto ciò si verificherà molto più lentamente.

Founded in 1954 and later downgraded to a supplement of *Rinascita* in 1965, *Il Contemporaneo* deserves thorough analysis as the primary cultural magazine of the Italian Communist Party (PCI). While it served as a mouthpiece for the party's cultural sector, it also marked an early attempt to engage with perspectives beyond strict party lines, reaching a broader audience than just communists. This makes it essential for a conscientious examination of the destalinization years. This study will particularly focus on analyzing the images and illustrations published in its first two series, notably those created by Renzo Vespignani for the front page. Through this lens, we aim to trace the evolution of realist poetics from the national-popular, predominantly rural context of the early 1950s, to an increasingly urban and existential character. This will be contrasted with other party publications (*Rinascita*, *Vie Nuove*, *Il Calendario del Popolo*), where such transitions occurred much more slowly.

Nella ricostruzione dei rapporti spesso conflittuali instaurati tra il Partito Comunista Italiano e il mondo dell'arte a partire dal secondo dopoguerra, da tempo ormai le riviste si sono affermate come uno strumento di indagine fondamentale. Ed è proprio in tale contesto che si inserisce questo tentativo di analisi tutta visiva delle prime due serie di una delle principali riviste culturali del PCI: *Il Contemporaneo*. *Settimanale di cultura*, edito a Roma tra il 1954 e il 1957 (Garomersini 2022: 93-105). Infatti, è soprattutto attraverso l'analisi delle immagini e delle illustrazioni pubblicate nel periodo in esame, che in questa sede si tenterà di delineare il mutamento della poetica realista dall'impianto nazional-popolare, prevalentemente rurale, dei primi anni Cinquanta verso una connotazione sempre più urbana ed esistenziale, anche grazie ad un confronto con le altre testate di partito, dove invece tutto ciò si è verificato molto più lentamente.

Tuttavia, per comprendere appieno l'evoluzione di queste nuove sensibilità, nonché l'instaurarsi di nuovi equilibri e rapporti di forza, è prima necessario ricostruire fin dalle radici il contesto storico da cui prende vita una pubblicazione come *Il Contemporaneo*.

Come ben noto, con la fine della Seconda Guerra Mondiale e la caduta del regime fascista, la larga partecipazione alla Resistenza da parte di artisti e intellettuali aveva risvegliato all'interno del mondo culturale italiano un forte senso di dovere morale e civile, su cui il Partito Comunista Italiano fece forte leva per attrarre a sé una larga fetta dell'*intelligenza* nazionale. In questo panorama la stampa di partito ha giocato fin da subito un ruolo fondamentale: infatti, è nel 1944 che nasce la testata più ortodossa del PCI, organo principale di diffusione della dottrina marxista-leninista in Italia, *La Rinascita*, diretta dallo stesso Palmiro Togliatti, ed è il quotidiano *l'Unità* a promuovere la prima mostra della Roma liberata, *Arte contro la barbarie*, dove erano esposte opere che documentavano le atrocità dell'occupazione nazifascista nella Capitale, con particolare riferimento al massacro delle Fosse Ardeatine.

Da quel momento in poi, affidarsi ai giornali di partito per promuovere le arti figurative divenne una pratica consueta. E così, nel corso degli anni si intensificarono le rassegne promosse dal PCI, insieme a tutta una serie di esposizioni curate dai critici di partito, che ne garantivano la visibilità e il successo attraverso

recensioni pubblicate sulle stesse riviste comuniste. Ne derivò un vero e proprio circuito alternativo di promozione e distribuzione artistica, strutturato attorno a spazi espositivi allineati e reti di collezionismo ideologicamente orientate, che diventò uno strumento potente per fidelizzare gli artisti al PCI e veicolare le sue operazioni di propaganda (Caramel 2013: 30; Perin 2020: 69-100).

Tuttavia, se nell'immediato dopoguerra lo strascico dello spirito resistenziale e l'entusiasmo per la ricostruzione della Nazione contribuirono a mantenere coeso anche il mondo culturale e le varie forze artistiche antifasciste sparse per il paese furono momentaneamente assorbite dal Fronte Nuovo delle Arti, già a partire dalla fine del decennio il Fronte entra in crisi e la scena artistica italiana si va polarizzando. Nel 1948, infatti, a seguito dell'inizio della Guerra Fredda e con la conseguente nascita del Kominform, anche il PCI istituì la propria commissione culturale, posta sotto il controllo di Emilio Sereni, sostenitore delle tesi zdanoviane. Dopodiché il celebre diktat togliattiano contro gli "scarabocchi" (Roderigo di Castiglia 1948: 424) avanguardistici, apparso su *Rinascita* a seguito della bolognese *Prima mostra nazionale d'arte contemporanea*,<sup>1</sup> fece il resto, rendendo così inequivocabile l'infiltrazione sempre più forte nel dibattito artistico-culturale da parte del partito e i suoi tentativi di controllo sul lavoro di artisti e intellettuali.

Come l'ardore della discussione finisse spesso con lo sfociare nella scarsa qualità critica, e talvolta anche in quella artistica dei vari epigoni, è descritto efficacemente, a distanza di decenni, dalle parole di Antonio Del Guercio (che pure a suo tempo prese parte alla disputa), riportate da Nello Ajello nel suo *Intellettuali e PCI*:

Non seppero o non poterono né gli uni né gli altri trascendere le dure circostanze politiche del momento per guardare un po' più lontano e più avanti. In questo i migliori esponenti delle due parti fecero un torto a sé stessi: il tono della contesa non si innalzò infatti al livello delle più felici riuscite artistiche che ci furono nei due campi, ma si appiattì in una qualità mediana (Ajello 1979: 251).

Fra le testate esemplificative del clima sopra descritto da Del Guercio, figura sicuramente *Realismo*. Pubblicazione autosufficiente, edita a Milano a partire dal 1952, diretta da Raffaele De Grada e vista di buon

occhio dal partito, *Realismo* ha segnato il tentativo più organico fatto dal movimento realista italiano di enucleare dentro la storia dell'arte nazionale un filone di arte realistica che, partendo dal Rinascimento, giungesse sino alla contemporaneità (Misler 1973: 282). Particolare rilievo andò ovviamente ad assumere non solo la celebrazione di certa arte francese, che individuava in Gustave Courbet il suo caposcuola, ma anche la rivalutazione dell'Ottocento nostrano, senza dimenticare l'importante contributo apportato dalla rivista alla declinazione del realismo italiano in quella chiave nazional-popolare, oltre che meridionalista, derivante da una certa interpretazione del pensiero gramsciano.<sup>2</sup>

Tuttavia, le cose iniziano a smuoversi già a partire dal 1953, quando, con la morte del dittatore sovietico, ha lentamente inizio il processo di destalinizzazione che vede l'intensificarsi di quella politica delle alleanze che da sempre contraddistingue il PCI. Sul piano artistico, tale dinamica trova espressione nell'organizzazione della grande mostra di Picasso, fortemente voluta dai comunisti e momento culminante della consacrazione dell'artista in Italia (Misler 1973: 219-233).

Infatti, fin dal 1953 tra artisti e critici comunisti si fa strada il bisogno di apportare un'evoluzione qualitativa alla causa realista. Come tale questione emerge lentamente fin dal 1953, al termine della fase "acuta" della lotta per il realismo, lo testimonia anche un dattiloscritto di quel periodo, dove è riportato il verbale di una riunione indetta presso il Centro studi di arti figurative di Milano, all'epoca organo collaterale proprio alla rivista *Realismo*. Qui, infatti, si legge che: "[...] passata la prima stagione in cui i pittori e i critici realisti hanno sentito il bisogno di creare un movimento, e di crearlo a ogni costo [...] è cominciata una stagione più matura in cui, accanto alla quantità, si pone come esigenza irrimediabile, la qualità".<sup>3</sup>

D'altronde non è un caso se proprio l'anno seguente si verifica un cambiamento importante nella strategia editoriale del PCI con la nascita di una nuova rivista: *Il Contemporaneo*. È la stessa *Realismo*, nel suo editoriale apparso sull'ultimo numero del 1954, ad accogliere il successo del "confratello" *Il Contemporaneo* (Anonimo 1954b), riconoscendo che "Se c'è un pericolo oggi consiste nell'aver rischiato, con la nostra vivace polemica contro l'accademia del cosmopolitismo, di tollerare una sorta di formalismo reali-



Fig. 1 | *Il Contemporaneo*, Renzo Vespignani, I:1, 27 marzo 1954, p. 1.

sta" (*ibidem*).

Diretto da Carlo Salinari, Antonello Trombadori e Romano Bilenchi, che però abbandona l'incarico dopo soli sei mesi, il primo numero del *Contemporaneo*. *Settimanale di cultura* vede la luce il 27 marzo 1954. Fin dalla sua fondazione, la rivista si propone come un tentativo di apertura verso diverse aree intellettuali, con l'intento di superare la rigidità dogmatica che caratterizzava la togliattiana *Rinascita* (1944-1991). Nonostante questa ambizione, *Il Contemporaneo* ha finito spesso per piegarsi alle direttive del partito, chiudendosi entro i confini ideologici definiti dalla commissione culturale. Questo progetto editoriale rappresenta così uno specchio delle contraddizioni di una stagione segnata da profonde fratture politiche e culturali, oscillando costantemente tra tensioni innovative e adesioni all'ortodossia partitica.

Nato agli albori del “disgelo”, per poi concludersi pochi mesi dopo la morte di Togliatti, il nuovo giornale, dichiaratosi pronto a rivolgersi “alla poesia ovunque essa si trovi, in qualunque corrente essa si diluisca o si muova” (Anonimo 1954a), si legge nel suo editoriale, attraverso la promozione di inchieste e dibattiti di attualità politica e culturale,<sup>4</sup> dava voce agli intellettuali comunisti e alla loro autocritica, cominciata ben prima del 1956, come visto.

In questa fase di transizione, *Il Contemporaneo* si afferma come una presenza incisiva nel panorama intellettuale nazionale, pur non essendo esente da critiche, tanto fuori quanto dentro il PCI. Una giovane Carla Lonzi, ad esempio, ne ha definito “illeggibile la critica d’arte” (Iamurri 2016: 31),<sup>5</sup> mentre Paolo Spriano, figura di rilievo nella redazione, lo ha descritto con ironia come un “fratellino minore gracilino” de *Il Mon-*

*do* (Spriano 1986: 179). Del resto, le difficoltà finanziarie hanno rappresentato un problema costante, influenzando profondamente l’evoluzione della rivista nel passaggio tra una serie e l’altra, con cambiamenti spesso dettati dall’esigenza di renderla più accattivante per il pubblico, ma bisogna ammettere che almeno dal punto di vista grafico ci è sempre riuscita.

Fin dal numero di lancio [Fig. 1], la prima pagina ospita un disegno di Renzo Vespignani, che con il suo tratto pungente e deciso riesce a centrare la questione del momento, quando virando in direzione satirica, intento a ridicolizzare la classe politica, la Chiesa, talvolta anche lo stesso sistema dell’arte [Fig. 2], quando concedendo maggiore spazio alla sua vena drammatica e ponendo al centro della scena il tema della Pace, della censura, del divario salariale o dei soprusi perpetrati dall’Occidente colonialista [Fig. 3].



Fig. 2 | *Il Contemporaneo*, Renzo Vespignani, Il:19, 7 maggio 1955, p. 1.



Fig. 3 | *Il Contemporaneo*, Renzo Vespignani, Il:41, 15 ottobre 1955, p. 1.



Fig. 4 | *Il Contemporaneo*, Renzo Vespignani, Il:4, 22 gennaio 1955, p. 12.

Lungi dal rivestire una funzione meramente ornamentale, i disegni di Vespignani si configurano come veri e propri dispositivi ideologici, capaci di orientare la lettura politica e simbolica dell'intero fascicolo, anche grazie alle incisive didascalie che spesso li accompagnano e ne amplificano la forza comunicativa. Sebbene risultino spesso in dialogo con l'articolo di apertura, non è raro che i temi affrontati nel disegno di prima pagina si colleghino invece ad altre notizie, anche marginali, disseminate nel corpo della rivista. È proprio nella libertà di scegliere il soggetto da trattare che si manifesta l'autonomia dell'artista, il quale individua personalmente di volta in volta il nodo tematico da porre al centro, senza sottostare alle direttive redazionali. In questo senso, le immagini di Vespignani non si limitano ad aprire il numero, ma ne anticipano e condizionano il tono generale, contribuendo in modo

determinante alla costruzione di un'identità visiva e politica immediatamente riconoscibile, perfettamente integrata nella cornice culturale del giornale, ma mai subalterna ad essa.

Una diversa modalità di relazione tra testo e immagine si riscontra invece nelle illustrazioni che accompagnano i racconti pubblicati all'interno dei vari fascicoli. In questo contesto, Vespignani abbandona i toni corrosivi della prima pagina per concentrarsi su ambientazioni intime e popolari, spesso ispirate alla sua poetica delle periferie urbane, intrisa di tensione esistenziale [Fig. 4]. È una pratica condivisa anche da altri artisti attivi nella rivista, da Marcello Muccini a Giuseppe Zigaina, fino a figure meno note come Spartaco Zianna. Pur con sensibilità diverse, le loro immagini rientrano tutte nello spettro del realismo figurativo dell'epoca, contribuendo alla costruzione di un immaginario visivo coerente con l'orientamento del *Contemporaneo*.

A partire da questo nucleo, si sviluppa una costellazione più ampia di nomi che ricorrono fra le pagine del giornale, in parte attraverso opere autografe, sempre a corredo dei vari racconti editi a puntate sulla testata, ma più semplicemente anche tramite riproduzioni che accompagnano gli articoli dedicati alle loro mostre. È il caso di Ernesto Treccani, Carlo Levi, Ugo Attardi, Alberto Ziveri, Anna Salvatore, Armando De Stefano, Saro Mirabella, Alberto Sughi, fino al campione per eccellenza di quel mondo, Renato Guttuso. Accanto a queste presenze contemporanee, la rivista recupera anche opere realizzate in anni precedenti da maestri come Ottone Rosai, Mario Mafai o Antonietta Raphaël. E proprio le riproduzioni di dipinti e sculture al centro delle recensioni pubblicate vanno ad occupare sempre più spazio all'interno della rivista, rispecchiando i gusti espressi dai critici nel delineare una genealogia figurativa perfettamente intuibile dai nomi fin qui elencati, cui si aggiungono importanti riferimenti internazionali: a partire dal mito di Pablo Picasso, ma anche di Fernand Léger, Paul Cézanne, i vari esponenti dell'espressionismo tedesco (George Grosz in testa), fino a Ben Shahn e ai muralisti messicani (Rivera, Orozco e Siqueiros), senza dimenticare certi autori dell'Ottocento francese, tra cui spiccano Courbet, Daumier, Delacroix e Géricault.

In sintesi, si tratta della tradizione del realismo italiano di quegli anni riportata su carta, dove però si inizia progressivamente a registrare uno sposta-



Fig. 5 | *Il Contemporaneo*, Marcello Muccini, Il:17, 23 aprile 1955, p. 7

mento iconografico dalle scene dell'Italia rurale, che avevano connotato la prima metà degli anni Cinquanta, verso un panorama maggiormente caratterizzato da un immaginario urbano, più aderente alla realtà di un paese in pieno boom economico. Le periferie, gli interni modesti, i paesaggi industriali e i ritratti di un'umanità proletaria colta in momenti di intimità o nel tempo libero, tra caffè, osterie, sale da gioco e spiagge affollate [Fig. 5] diventano i nuovi soggetti privilegiati. Un mutamento che riflette non solo il cambiamento della società italiana, ma anche una precisa volontà editoriale.

Del resto, che la rivista mirasse ad un'evoluzione estetica in questi termini è evidente anche dalle richieste avanzate dai direttori ad Albe Steiner per la progettazione grafica della testata. In particolare, è Salinari che in una lettera del 27 agosto 1956 scrive



Fig. 6 | *Città aperta*, Renzo Vespignani, I:1, 25 maggio 1957, p. 1.

a Steiner: "Vorremmo, inoltre, una veste moderna e settentrionale, intitolata alla civiltà industriale più che all'idillio pastorale".<sup>6</sup> Non a caso, la lettura del *Contemporaneo* rivela evidenti affinità con un'altra rivista coeva, *Città Aperta*, rispetto alla quale appare come una proposta in parte sovrapponibile (Quattrocchi 2018: 46-62).<sup>7</sup> Fondata a Roma nel 1957 da un ristretto gruppo dei firmatari del *Manifesto dei 101* (Ajello 1979: 403-406), questa anomala rivista non dipendeva direttamente dal PCI e la redazione era composta in larga parte da comunisti che avevano collaborato o collaboravano alla stampa di partito,<sup>8</sup> inclusi proprio alcuni di quegli stessi artisti che pubblicavano su *Il Contemporaneo* e che vede in particolare Vespignani fra i membri più attivi [Fig. 6]. Qui, il pittore dà libero sfogo non solo al suo segno più corrosivo, tramite il quale propone una rappresentazione tanto spietata quanto dettagliata della società, sul cui immaginario gioca fortissima l'influenza esercitata dalle archi-

tetture della città contemporanea, ma anche al suo pensiero, che a quelle date resta invece inespresso, o forse sarebbe meglio dire censurato, sulla stampa ufficiale del partito. Anche gli altri due artisti in redazione, Ugo Attardi e Marcello Muccini, si muovono nella stessa direzione, mostrando una marcata evoluzione in senso esistenziale, con opere dove l'individuo si ritrova annichilito fra la massa informe della metropoli, nei cui luoghi di svago non sembra rinvenire alcun piacere.

Oltre a quelli dei fondatori, sulla testata si rintracciano anche i nomi di altri pittori che forniscono un loro tributo tramite disegni o fornendo riproduzioni delle loro opere: tra questi in particolare Alberto Sughì e Franco Francese, qui anche in veste di autore di diverse riflessioni dal notevole spessore critico, a partire dall'articolo dall'emblematico titolo "Le unità perdute" (Francese 1958: 31). Un testo denso di intuizioni originali, in cui Francese denuncia l'impasse di

un realismo irrigidito in formule ideologiche precostituite, auspicando invece una ricerca libera, senza subordinazioni partitiche né opposizioni semplificatorie tra figurativo e non figurativo.

In ogni caso, sono tutti nomi già registrati fra le pagine del *Contemporaneo*, sebbene non passi certo inosservata la presenza dei milanesi Bepi Romagnoni, Giuseppe Banchieri, Mino Ceretti e Gianfranco Ferroni, all'epoca tra i massimi esponenti del "Realismo esistenziale" [Fig. 7], a conferma di una piega, anche visiva, che mirava ad una trasposizione diversa del presente e in parte già proiettata verso quella visione a metà fra introspettiva e sociale che avrebbe caratterizzato la poetica de "Il Pro e il Contro", gruppo assemblato nei primi anni Sessanta da molti di questi stessi artisti.

Come l'ha definita efficacemente Nello Ajello, "Frutto di un audace equilibrio tra ortodossia apparente e sostanziale dissenso" (Ajello 1979: 439-440), l'esperienza tanto breve quanto significativa di *Città aperta* ha rappresentato un'eccezione su tutti i fronti. Non a caso, non mancarono i tentativi del PCI di esercitare un controllo su questa testata, anche per scongiurare il rischio che un nuovo giornale potesse porsi come concorrenziale nei confronti del partitico *Il Contemporaneo*. Basti pensare che nel marzo 1957, a due mesi dell'uscita del primo numero di *Città aperta*, il dirigente della commissione culturale, Mario Alicata, era già in contatto con la nascente redazione per proporre di convogliare i propri interventi all'interno della cornice ufficiale del *Contemporaneo* (Ajello 1979: 439). Una simile apertura, solo in apparenza inclusiva, rispondeva in realtà a una duplice strategia: da un lato, rafforzare l'immagine del *Contemporaneo* come luogo di confronto avanzato e pluralista; dall'altro, neutralizzare sul nascere un'esperienza editoriale autonoma, esercitando un controllo più diretto sui contenuti attraverso un contenitore ideologicamente allineato e sottoposto alla supervisione della commissione culturale. Il compromesso fu tuttavia respinto dal nucleo fondatore di *Città aperta*, che, pur presentando diverse affinità sul piano estetico e nell'impostazione editoriale con *Il Contemporaneo*, si ispirava invece al modello critico e indipendente de *Il Politecnico* di Elio Vittorini, come testimoniano i ricorrenti attacchi alla linea politica del PCI e alle sue persistenti posizioni filosovietiche (Ajello 1979: 439).

Nel frattempo, *Il Contemporaneo*, passato alla



Fig. 7 | *Città aperta*, Bepi Romagnoni, 1:3, 25 giugno 1957, p. 1.



Fig. 8 | *Il Contemporaneo*, Renato Guttuso, serie II, IV:1, 18 maggio 1957, p. 1.

seconda serie<sup>9</sup> nel maggio 1957 [Fig. 8], si connota per una grafica decisamente più accattivante grazie all'intervento di Albe Steiner, che in alcuni elementi riprende, guarda caso, proprio quella del *Politecnico*. A caratterizzare questa nuova impostazione concorrono diversi accorgimenti, a partire dall'introduzione del colore nella testata – rosso o verde a fascicoli alterni –, fino al carattere tipografico utilizzato e all'impaginazione del testo su più colonne, tra le quali sono spesso inserite fotografie o riproduzioni di disegni e opere d'arte in piccolo formato, pensate per stabilire un nesso coerente e dialogico con i contenuti testuali della pagina (Zanantoni 2013: 301-307) [Fig. 9]. Il tutto conferisce al foglio un aspetto estremamente movimentato, dove, in parallelo a quanto si stava verificando su *Città Aperta*, non mancano i primi riferimenti ai giovani realisti esistenziali meneghini, a ulteriore conferma che ciò che era invisibile al partito non risiedeva tanto – o forse sarebbe meglio dire non



Fig. 9 | *Il Contemporaneo*, serie II, IV:11, 27 luglio 1957, p. 3.

solo – nel linguaggio pittorico sviluppato dai vari Vespignani, Attardi e Francese, ma piuttosto nelle loro riflessioni teoriche in materia di realismo, che ponevano sotto attacco la politica culturale del PCI in anni difficili come quelli del post '56.

Questa volontà di avvicinamento all'estetica di *Città aperta* è ribadita anche dallo speciale all'interno del fascicolo del 6 luglio 1957 de *Il Contemporaneo* (De Micheli 1957), dedicato a Franco Francese e scritto da Mario De Micheli, critico fino ad allora presente solo sporadicamente tra le pagine della rivista e da sempre considerato il "più cosmopolita" (Misler 1973: 91) tra i suoi colleghi di partito. Proprio a lui viene affidato il compito di presentare uno degli artisti di punta della testata rivale, nonché tra i più impegnati nella configurazione di un realismo sempre più vicino alle inclinazioni esistenziali indagate dai giovani milanesi; anche questi, è bene ricordarlo, vengono appoggiati



Fig. 10 | *Le correnti dell'arte negli anni Venti*, in *Il Contemporaneo*, serie II, IV:25, 9 novembre 1957, pp. 6-7.

da De Micheli fin dai loro esordi. Non a caso, nell'archivio del critico è presente anche una lettera dove lo stesso Vespignani, nel tentativo di trascinare nel progetto anche altre personalità non perfettamente allineate ma ben inserite negli organismi di partito, chiede a De Micheli di contribuire a *Città aperta* proprio perché non voleva che la rivista diventasse "l'organo privato e ufficiale di soli due o tre pittori".<sup>10</sup> In un'altra lettera è lo stesso Francese a parlare della rivista con l'amico e provare a spronarlo a contribuire insieme alla nuova serie "a patto però di inserire una posizione autonoma, milanese" nel giornale.<sup>11</sup>

Quindi risulta ancor più chiaro quanto, alla fine, la differenza più profonda tra *Il Contemporaneo* e *Città aperta* risiedesse proprio nei contenuti, ben più grafici e complessi in quest'ultima. E così, sulla rivista di Salinari e Trombadori, l'innovazione dal punto di vista grafico continua a stridere con i testi, spesso attenuati proprio per mano degli stessi direttori.

Un esempio emblematico è rappresentato dal fascicolo interamente dedicato al quarantesimo anniversario della Rivoluzione d'Ottobre. Questo numero si distingue per l'innovazione visiva e il valore documentario, incluse due pagine interamente dedicate a "Le correnti dell'arte negli anni Venti" attraverso materiali inediti forniti dalle "organizzazioni culturali sovietiche" [Fig. 10].<sup>12</sup> Vi compaiono testi di Majakovskij, Kamenskij e Barliuk, manifesti del Proletkult, e perfino un estratto sul suprematismo tratto dal catalogo della decima esposizione di Stato del 1919. Il tutto è incorniciato da una grafica in stile costruttivista curata da Albe Steiner, arricchita da fotografie e dise-

gni dell'epoca. Eppure, nonostante questa ricchezza visiva e documentaria, il commento scritto da Antonello Trombadori finisce tristemente per smorzare la portata rivoluzionaria. Infatti, il direttore insiste sulle "contraddizioni" degli astrattisti e liquidava il contributo dell'arte astratta con toni becchi, affermando che "d'una 'liberazione' così gratuita non sapeva che farcene noi che lottiamo per una società nuova nell'epoca del satellite artificiale" (Trombadori 1957: 6-7).

Del resto, i forti limiti cui era soggetta la critica di partito non erano nuovi ai lettori de *Il Contemporaneo*. Tra gli esempi più eloquenti figura il caso del giudizio sull'opera di Mondrian, che nel 1956 Antonio Del Guercio liquidava come un'esperienza artistica conclusa, segnata da una "freddezza compositiva" (Del Guercio 1956: 11) che lo rendeva incapace di interagire con la vita reale. La riduzione dell'astrattismo a sterile formalismo rappresentava una costante nella critica militante di area comunista, dove l'arte moderna, anche nelle sue manifestazioni più utopiche, veniva spesso recepita come espressione borghese e disimpegnata, distante dai valori dell'umanesimo socialista.

In alternativa, veniva adottata una maldestra strategia di recupero selettivo, volta a legittimare alcuni grandi maestri del Novecento europeo, reinterpretandoli entro coordinate figurative accettabili e funzionali alla linea culturale del partito. Così se nel 1954 Paolo Ricci attribuiva a Matisse il merito di avere "restaurato, a suo modo, certe leggi della classicità francese" (Ricci 1954: 8) e ne celebrava la "profonda solidità morale" (*ibidem*), distinguendolo nettamente dall'inquietudine del formalismo "barbarico" (*ibidem*) avanguardista, ancora nel 1958 Micacchi e Guttuso cercavano di inquadrare l'opera di Modigliani in chiave realista, attraverso due testi in cui l'artista veniva celebrato più per il suo interesse verso la figura umana in opposizione all'astrazione formalista, piuttosto che per l'originalità della sua ricerca artistica (Guttuso 1958a: 13-16; 1958b: 17-20; Micacchi 1958: 3-12).

Infatti, nemmeno con il passaggio alla terza ed ultima serie nel 1958, con la rinnovata cadenza mensile, si riuscì a raggiungere un miglioramento effettivo. Al contrario, questa transizione coincise con una significativa riduzione degli approfondimenti politici, delle inchieste sul mondo del lavoro e delle analisi sociali, elementi che avevano in precedenza rappresentato il

tratto distintivo della rivista. E così la nuova impostazione si concentrava principalmente sui temi culturali, che però risentivano inevitabilmente della limitatezza di prospettiva tipica della critica di partito.

Non a caso, durante una riunione della commissione culturale dell'ottobre 1958, Rossana Rossanda osservava con lucidità le contraddizioni della nuova linea editoriale, riscontrando: "Sulle copertine - realizzate da Albe Steiner - fatte delle cose interessanti, ma nel contenuto vi è dello scadimento".<sup>13</sup> E ancora nel 1962, perfino Togliatti, "accanto a numeri buoni",<sup>14</sup> riscontrava nella rivista il difetto di aver spesso "manifestato tendenze, rivelatesi poi velleitarie, ad abbracciare temi che non riusciva a trattare correttamente o anche solo esaurientemente".<sup>15</sup>

Così, anche in questa nuova fase, *Il Contemporaneo* continua a portarsi dietro le contraddizioni che avevano segnato la sua storia. Da un lato, le ambizioni grafiche e culturali della rivista ne facevano un esempio di innovazione nel panorama editoriale comunista; dall'altro, i limiti imposti dalla critica di partito ne frenavano il pieno potenziale, costringendo spesso i contenuti entro i confini ideologici del PCI. Eppure, è proprio in questa tensione irrisolta che iniziarono a emergere segnali di un graduale cambiamento, destinato a manifestarsi più chiaramente nel corso degli anni Sessanta, grazie all'ingresso di nuove voci e prospettive all'interno della redazione.

Non è questa la sede per sviluppare un'analisi approfondita della critica d'arte, ma è innegabile che, in quel periodo, si registrò una significativa estensione degli orizzonti interpretativi della rivista, grazie ad un passaggio di consegne nella scrittura degli articoli di arte attraverso una transizione da Antonello Trombadori ad autori come Antonio Del Guercio, Duilio Morosini e Dario Micacchi, i quali con il tempo furono in grado di adottare sensibilità critiche più articolate e in alcuni casi più ricettive rispetto alla complessità dei nuovi sviluppi in campo artistico. Tuttavia, l'accorato invito al confronto, ribadito sia nel programma editoriale che nel corso degli importanti convegni organizzati dal PCI nel 1959 presso l'Istituto Gramsci,<sup>16</sup> si scontrava con un persistente allineamento ideologico. Questo appiattimento su un coro di voci sostanzialmente unanime continuava a limitare l'effettiva apertura intellettuale che la rivista prometteva di perseguire.

Nonostante queste contraddizioni, *Il Contempo-*

*aneo* riuscì comunque a intercettare e interpretare le trasformazioni culturali e politiche in atto, mostrando una capacità di sperimentazione e rinnovamento che lo pose in netto anticipo rispetto alle altre testate della linea ufficiale comunista. Questa attitudine, pur nelle sue complessità e nei suoi limiti, fece della rivista un laboratorio intellettuale e soprattutto grafico capace di prefigurare molti dei processi che avrebbero caratterizzato il decennio successivo.

Più restia ai cambiamenti, infatti, è sempre stata *Rinascita*, che, fino al passaggio a settimanale nel 1962, mantiene sostanzialmente immutata l'impostazione elaborata da Paolo Ricci nel 1945, improntata su una linea essenziale e simbolicamente connotata dall'uso del colore rosso nella fascia del titolo. Ben prima del *Contemporaneo*, questa rivista si è distinta come "uno degli spazi ufficiali in cui pubblicare le opere e i disegni degli esponenti del realismo italiano" (Barili 2015: 194).

Tuttavia, *Rinascita* mensile si connota per una seria impostazione teorica, dove è il testo scritto a prevalere e quindi non vi si riscontra la stessa vivacità nell'impaginazione che caratterizzava una pubblicazione come *Il Contemporaneo*. Allo stesso modo, si mantiene più a lungo ancorata ad un repertorio iconografico tradizionale, ancora maggiormente legato alla presentazione di un mondo popolare e contadino. E perciò si continua a riproporre tutto un repertorio ripescato direttamente dai primi anni Cinquanta per quanto riguarda gli artisti italiani, mentre le rappresentanze straniere, che vanno dai soliti espressionisti tedeschi a Picasso, è riprodotta all'interno di quella operazione di continuo martellamento ideologico su determinati modelli di riferimento alla base della politica artistica comunista e che è ben esemplificata dalle copertine.

È a partire dal 1957 che viene introdotto l'uso delle copertine, tutte rigorosamente a sfondo bianco, su cui si stagliano fotografie in bianco e nero di lavoratori, paesaggi rurali, eventi al centro della cronaca politica, ma non solo. Difatti, abbondano dipinti e disegni dei numi tutelari del realismo figurativo italiano, e così Picasso, Rivera, Dejneka, ma pure Rosai, Scipione, oltre a Guttuso, Calabria e Cagli si avvicendano in copertina, alternati a Van Gogh [Fig. 11], Delacroix [Fig. 12], Caravaggio, Leonardo da Vinci, i fratelli Lorenzetti, quand'anche da stampe popolari d'epoca raffiguranti Garibaldi e le sue imprese. Un arco figu-

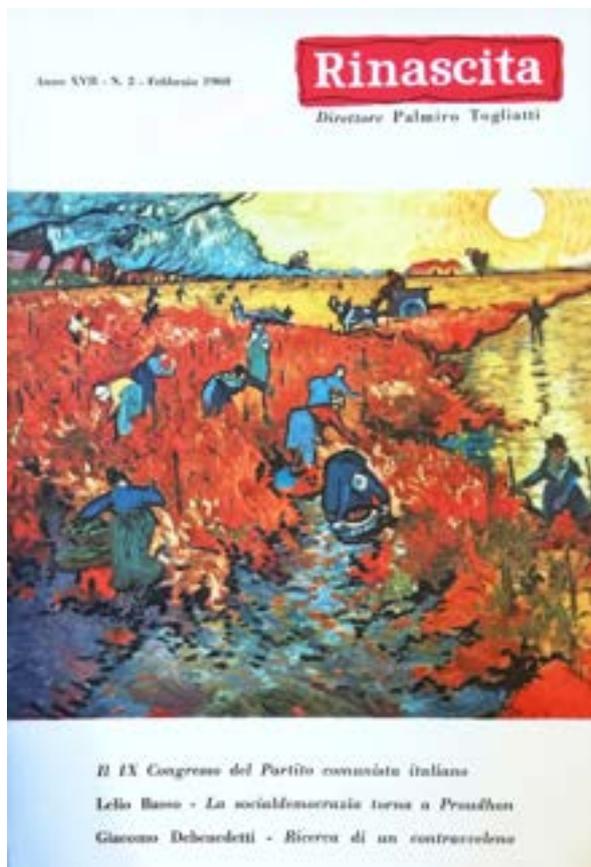


Fig. 11 | *Rinascita*, XVII:2, febbraio 1960.

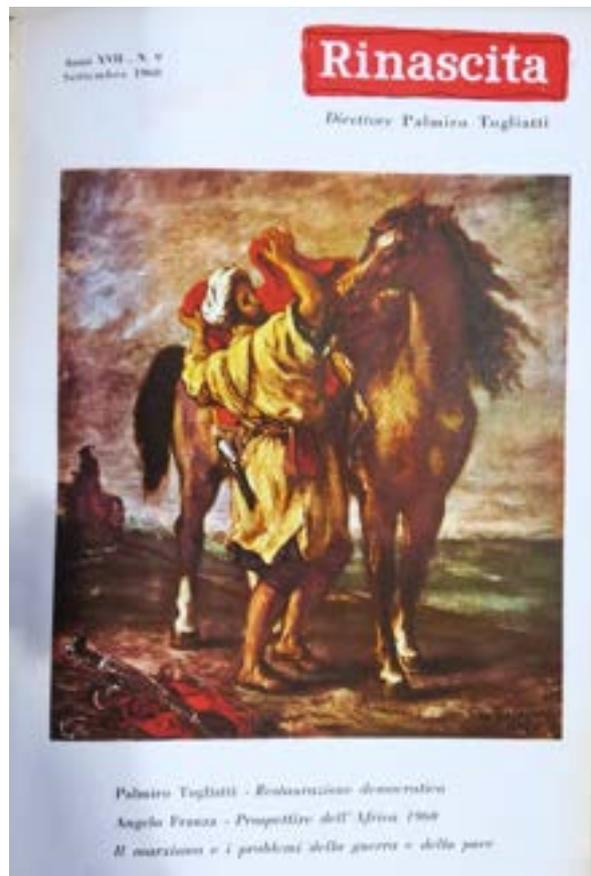


Fig. 12 | *Rinascita*, XVII:9, settembre 1960.

rativo che parte dalle radici del realismo italiano fino alle sue propaggini e anche quando le immagini inserite all'interno del volume non sono ricollegabili ad uno specifico articolo, queste non risultano mai fuori luogo, ma vanno sempre a rinsaldare nell'immaginario del lettore un determinato canone figurativo.

Basti ricordare il numero speciale di novembre-dicembre 1958, incentrato sul *Crepuscolo del colonialismo*, dove in copertina è riprodotta *La conquista del Messico* di Diego Rivera (in quadricromia), mentre l'intero fascicolo è disseminato dai potenti disegni di Charles White e le caricature d'epoca di Giuseppe Scarlini, sebbene all'interno del testo non vi sia alcun approfondimento su questi artisti. Lo stesso si verifica per i fascicoli di settembre e ottobre 1959, quando l'occasione della pubblicazione di studi e

disegni preparatori ai dipinti *La Guerra* e *La Pace* di Pablo Picasso "è stata offerta dalla ricorrenza del ventesimo anniversario dello scoppio della II guerra mondiale (settembre 1939)" (Anonimo 1959c), come si legge brevemente nel sommario della rivista.

Molto differente è l'impostazione che connota una pubblicazione come *Vie Nuove*, a partire dalle copertine, che negli anni Cinquanta tendenzialmente ritraggono dive del cinema e "stelline" della TV, per poi, dalla metà dei Sessanta, lasciare sempre più spazio anche all'attualità. *Vie Nuove* ha assimilato in tutto e per tutto l'imprinting tipico del rotocalco, dove anche gli artisti sono recepiti all'interno dello star system divistico e infatti a comparire più di una volta in copertina è il personaggio Picasso.

Al di là delle copertine, *Vie Nuove* è un giornale



Fig. 13 | *Vie Nuove*, Alberto Sughì, XV:31, 30 luglio 1960.



Fig. 14 | *Vie Nuove*, itina Maselli, XVI:9, 4 aprile 1961..

prevalentemente basato sul largo impiego dell’immagine fotografica ed è sull’utilizzo di questo mezzo che organizza anche la narrazione delle varie occasioni espositive presentate. Nonostante ciò, nemmeno qui mancano raffigurazioni poste a corredo dei racconti pubblicati, così, tra il 1956 e il 1958, le più numerose sono quelle di stampo meramente illustrativo, rasente il kitsch, realizzate da Simbari e Leo Guida, mentre è solo più tardi, dal 1959 al 1961, che si scorgono lavori di Alberto Sughì [Fig. 13], Vittorio Cavicchioni, Claudio Astrologo e Titina Maselli [Fig. 14].<sup>17</sup>

Esule da collaborazioni dirette con gli artisti è invece *Il Calendario del popolo*, dove le riproduzioni di opere d’arte spaziano dal Medioevo al Novecento su qualche copertina sparsa nel corso degli anni, ma soprattutto all’interno di una rubrica come “Tappe della civiltà artistica”, senza però andare ad intaccare le altre pagine, come magari avveniva su testate quali *Il Contemporaneo* o *Rinascita* [Fig. 15]. Il decalogo dei riferimenti figurativi riportati è il medesimo osservato sulle altre pubblicazioni del partito, con l’unica differenza che qui le immagini più attinenti alla contemporaneità vengono pubblicate prevalentemente in relazione alla trattazione delle Biennali veneziane e in ogni caso, che si tratti di opere più o meno distanti nel tempo, lo spazio loro assegnato è delimitato ad incorniciare l’articolo in questione, non andando ad arricchire con la loro presenza il resto del fascicolo.

In conclusione, anche grazie a quest’ultima panoramica, è possibile notare quanto *Il Contemporaneo* abbia comunque costituito una spinta innovativa all’interno della stampa ufficiale del Partito Comunista Italiano di quegli anni, nonostante tutti i difetti

messi in luce nel corso di questa analisi. La rivista, infatti, si configura non solo come una testimonianza del ruolo culturale assunto dal PCI, ma anche come una lente preziosa per leggere il mutamento del realismo artistico e la sua progressiva ridefinizione nel



Fig. 14 | *Il Calendario del popolo*, XII:140, maggio 1956.

contesto di un'Italia in cambiamento. Riscoprire e analizzare questa testata significa dunque restituire alla storia un tassello cruciale del dialogo tra arte, politica e società in uno dei momenti più complessi del Novecento italiano.

## Note

<sup>1</sup> L'esposizione, aperta dal 17 ottobre al 5 novembre al Palazzo Re Enzo di Bologna, era stata organizzata dall'Alleanza per la Difesa della Cultura, creata in quell'anno nell'ambito del Fronte Democratico Popolare. Tra gli artisti esposti, accanto ad alcuni dei componenti del Fronte Nuovo delle Arti come Renato Birolli, Antonio Corpora, Renato Guttuso, Ennio Moriotti, Armando Pizzinato, Giuseppe Santomaso, Emilio Vedova, erano presenti altri nomi di primo piano quali Afro, Corrado Cagli, Bruno Cassinari, Alfredo Chighine, Franco Francese, Pompilio Mandelli, Piero Martina, Gino Meloni, Giovanni Omiccioli, Cesare Peverelli, Ampelio Tettamanti, Ernesto Treccani, Mirko, Vittorio Tavernari.

<sup>2</sup> Si ricorda che nel 1947 Einaudi pubblica la prima edizione di *Lettere dal carcere*; nel 1950 è la volta di *Letteratura e vita nazionale*; mentre nel 1951 sono proprio gli Editori Riuniti a pubblicare *La Questione meridionale* di Gramsci.

<sup>3</sup> *Centro studi - riunione del 5/1/1953*, verbale, 35 cc., in Archivio Mario De Micheli, Università degli studi di Bergamo.

<sup>4</sup> Si ricorda la lunga inchiesta che Marco Cesarini e Fabrizio Onofri promossero sul tema *Dieci anni di cultura in Italia* tra le pagine del *Contemporaneo* nell'estate del 1955; mentre il *Dibattito sulla cultura marxista* si svolse tra marzo e giugno 1956.

<sup>5</sup> Carla Lonzi tratta l'argomento in una lettera inviata da Firenze il 19 febbraio 1956 a Marisa Volpi e conservata presso l'Archivio Marisa Volpi di Roma.

<sup>6</sup> Lettera di Carlo Salinari ad Albe Steiner, Roma, 27 agosto 1956, Archivio Albe e Lica Steiner, Politecnico di Milano (AALS), *Il Contemporaneo*, fasc. 3, b. 11.

<sup>7</sup> Il primo numero esce il 25 maggio 1957, mentre l'ultimo è il numero 9-10, giugno-luglio 1958. Per un approfondimento si rimanda a Quattrocchi (2018).

<sup>8</sup> Il direttore era Tommaso Chiaretti, allora critico cinematografico su *l'Unità*, mentre il resto della redazione era costituito dai pittori Ugo Attardi, Renzo Vespignani e Marcello Muccini, i letterati Dario Puccini e Mario Socrate, il latinista Luca Canali, l'architetto Piero Moroni, il cineasta Elio Petri e l'industriale Gian Fabrizio Sacripante in veste di finanziatore.

<sup>9</sup> La seconda serie de *Il Contemporaneo* fu avviata nel maggio 1957 su impulso della Segreteria del PCI, che incaricò Giancarlo Pajetta e Mario Alicata di elaborare un rinnovamento radicale della rivista, alla luce delle difficoltà economiche e della crisi politica seguita ai fatti d'Ungheria. Infatti, il settimanale rivestiva un ruolo centrale nella politica culturale del partito e Alicata, all'epoca responsabile della commissione culturale, era estremamente preoccupato per una sua possibile chiusura. Il rilancio si accompagnò non solo ad un ripensamento dal punto di vista grafico, ma anche ad un notevole ridimensionamento delle spese, con una previsione di deficit dimezzata rispetto alla gestione precedente (da 30 a 15 milioni). Dal punto di vista editoriale, pur confermando l'impegno per una letteratura e un'arte realiste, la rivista mirava ad aprirsi maggiormente a collaborazioni con intellettuali non comunisti (aspetto in cui, nei fatti, rimase sempre molto limitato) e ad ampliare ulteriormente il proprio orizzonte tematico, includendo sempre di più questioni come scuola, urbanistica, analfabetismo e arretratezza culturale di massa, senza tralasciare anche una maggiore attenzione verso la situazione culturale nei paesi socialisti. Tutti questi aspetti sono stati desunti dai seguenti verbali del partito, conservati nell'Archivio del PCI presso la

Fondazione Gramsci di Roma: "Partito, Archivio Mosca", 1956, "Segreteria", mf 126, verbale della riunione del 13 novembre 1956; "Partito, Archivio Mosca", 1957, "Segreteria", mf. 130, riunione 2 aprile, con allegata una lettera di Mario Alicata alla segreteria del PCI, 12 marzo 1957. Alla riunione del 27 maggio 1957 Salinari e Trombadori presentano il progetto per la nuova impostazione de *Il Contemporaneo*, in "Partito, Archivio Mosca", 1957, "Segreteria", mf. 129.

<sup>10</sup> s. d. ma su carta intestata di *Città aperta*, Renzo Vespignani a Mario De Micheli, in Archivio Mario De Micheli, Università degli Studi di Bergamo.

<sup>11</sup> Franco Francese a Mario De Micheli, Novara, 19 luglio 1957, in Archivio Mario De Micheli, Università degli Studi di Bergamo.

<sup>12</sup> Nell'ultima pagina del fascicolo si legge: "Hanno collaborato con la redazione del *Contemporaneo* alla ricerca, alla scelta e all'elaborazione del materiale pubblicato in questo numero Vittorio Strada, P. Zveteremich; A. M. Ripellino; G. Kraiski; Rino Dal Sasso e Giuseppe Messina. Ringraziamo le organizzazioni culturali sovietiche per i testi e le illustrazioni che ci hanno fornito. La impaginazione è curata da Albe Steiner" (Anonimo 1957).

<sup>13</sup> Dal verbale della riunione della commissione culturale del 25-26 ottobre 1958, in Archivio del Partito Comunista Italiano, Fondazione Gramsci Onlus, Roma, *Commissione culturale 1958*.

<sup>14</sup> P. Togliatti, *Osservazioni*, Patrimonio dell'Archivio Storico del Senato della Repubblica (da ora ASSR), Archivio Palmiro Togliatti (da ora APT), Fondi Federati - Fondazione Gramsci (da ora FFFG), s. 5 Corrispondenza politica, b. 19, <https://patrimonio.archivio.senato.it/inventario/scheda/palmiro-togliatti/IT-AFS-069-001006/1962> (ultimo accesso gennaio 2025). Il documento manoscritto di cinque pagine è intitolato *Osservazioni* e non è datato, ma risale al 1962 perché al suo interno si fa riferimento al X Congresso del partito, svoltosi nel dicembre 1962. Su questa datazione si è già espressa anche Albertina Vittoria (2014: 303). Cfr. anche Garomersini (2022: 102).

<sup>15</sup> *Ibidem*.

<sup>16</sup> I verbali dei convegni sono riportati interamente su *Il Contemporaneo* (Anonimo 1959a; Anonimo 1959b).

<sup>17</sup> Racconto di Arthur Miller accompagnato da dipinti di Ben Shahn, in *Vie Nuove*, XV:1, 2 gennaio 1959, pp. 23-30; racconto di Renato Nicolai con illustrazioni di Alberto Sughì, in *Vie Nuove*, XV:31, 30 luglio 1960, pp. 22-27; racconto di Renato Nicolai con disegni di Vittorio Cavicchioni, in *Vie Nuove*, XV:34, 27 agosto 1960, pp. 18-23; racconto di Jurij Kazakov illustrato da Titina Maselli, in *Vie Nuove*, XV:39, 1 ottobre 1960, pp. 30-33; racconto di Kostantin Simonov, disegni di Claudio Astrologo, in *Vie Nuove*, XVI:51, 28 dicembre 1961, pp. 28-29.

## Bibliografia

- AJELLO N. (1979), *Intellettuali e Pci 1944-1958*, Laterza, Roma-Bari.
- ANONIMO (1954a), "Cultura e vita morale", in *Il Contemporaneo*, 1, 27 marzo, p. 4.
- ID. (1954b), "Editoriale", in *Realismo-Continuità*, 25-26, novembre-dicembre, p. 1.
- ID. (1957), s. t., in *Il Contemporaneo*, 25, 9 novembre, p. 12.
- ID. (1959a), "'Problemi del realismo in Italia'. Resoconto sommario del dibattito svoltosi in Roma presso l'Istituto Gramsci dal 3 al 5 gennaio 1959", in *Il Contemporaneo*, 11, febbraio-marzo, pp. 3-59.
- ID. (1959b), "'Avanguardia e decadentismo'. Resoconto del dibattito tenutosi a Roma presso lo Istituto Gramsci, il 5-6 luglio 1959", in *Il Contemporaneo*, 18-19, ottobre-novembre, pp. 3-106.
- ID. (1959c), "Sommario", in *Rinascita*, XVI:9, settembre.
- BARILI E. (2015), "'Rinascita' 1944-1956: racconto per immagini nella costruzione di un nuovo sistema culturale nel dopoguerra", in STRUKELJ V., ZANELLA F., BIGNOTTI I. (a cura di), *Guardando all'URSS: realismo socialista in Italia dal mito al mercato*, Mantova, Fruttiere di Palazzo Te, 30 maggio-4 ottobre (catalogo della mostra), Skira, Milano, pp. 193-200.
- CAMEL L. (2013), *Arte in Italia 1945-1969*, Vita e Pensiero, Milano.
- CORTENOVA G. (1990) (a cura di), *Picasso in Italia*, Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea di Verona, 7 giugno-9 settembre 1990 (catalogo della mostra), Mazzotta, Milano.
- DE MICHELI M. (1957), "Franco Francese", in *Il Contemporaneo*, IV:3 (supplemento), 6 luglio, pp. I-IV.
- DEL GUERCIO A. (1956), "Mondrian e De Stijl", in *Il Contemporaneo*, III:50, 22 dicembre, p. 11.
- DI CASTIGLIA R. [Palmiro Togliatti] (1948), "Segnalazioni", in *Rinascita*, V:11, novembre, p. 424.
- FRANCESE F. (1958), "Le unità perdute", in *Città aperta*, II:6, marzo, p. 31.
- GAROMERSINI L. (2022), "Il Contemporaneo: l'arte attraverso gli occhi del Partito Comunista Italiano (1954-1964)", in DANTINI M., PELLEGRINI E. (a cura di), "Arte e comunismo in Italia", *Predella journal of visual arts*, 52, ETS, Pisa, pp. 93-105.
- GUTTUSO R. (1958a), "Appunti su Modigliani", in *Il Contemporaneo*, V:9, dicembre, pp. 13-16.
- ID. (1958b), "La Mostra Modi a Palazzo Reale", in *Il Contemporaneo*, V:9, dicembre, pp. 17-20.
- IAMURRI L. (2016), *Un margine che sfugge. Carla Lonzi e l'arte in Italia 1955-1970*, Quodlibet, Roma.
- MANTURA B., MATTIROLO A., VILLARI A. (1998) (a cura di), *Picasso 1937-1953 gli anni dell'apogeo in Italia*, Galleria Nazionale d'Arte Moderna, Roma 12 dicembre 1998-15 marzo 1999 (catalogo della mostra), Allemandi, Torino.
- MICACCHI D. (1958), "La piccola avventura di Amedeo Modigliani", in *Il Contemporaneo*, V:9, dicembre, pp. 3-12.
- MISLER N. (1973), *La via italiana al realismo. La politica culturale artistica del P.C.I. dal 1944 al 1956*, Mazzotta, Milano.
- PERIN C. (2020), *Guttuso e il realismo in Italia (1944-1954)*, Silvana, Cinisello Balsamo.
- QUATTROCCHI L. (2018), "Il realismo del dissenso. Arte, marxismo e Pci nelle pagine di *Città aperta* (1957-1958)", in *Prospettiva*, 172, pp. 46-62.
- RICCI P. (1954), "Henri Matisse", in *Il Contemporaneo*, I:33, 13 novembre, p. 8.
- SPRIANO P. (1986), *Le passioni di un decennio (1946-1956)*, Garzanti, Milano.
- TROMBADORI A. (1957), "Le correnti dell'arte negli anni Venti", in *Il Contemporaneo*, IV:25, 9 novembre, pp. 6-7.
- VITTORIA A. (2014), *Togliatti e gli intellettuali. La politica culturale dei comunisti italiani (1944-1964)*, Carocci, Roma.
- ZANANTONI M. (2013), *Albe Steiner: cambiare il libro per cambiare il mondo. Dalla Repubblica dell'Ossola alle Edizioni Feltrinelli*, Edizioni Unicopli, Milano.

# “Mi ha scritta e mi basta”.

## Noi donne e il reportage d’autrice

EMMA DE PASQUALE

Università Roma Tre  
emma.depasquale@uniroma3.it

doi: <https://doi.org/10.62336/unibg.eac.35.560>

### Parole chiave

Noi donne  
Letteratura e giornalismo  
Stampa femminile  
Reportage  
Unione Donne Italiane

### Keywords

Noi donne  
Literature and Journalism  
Women's Press  
Reportage  
Unione Donne Italiane

### Abstract

La collaborazione tra le autrici del Novecento e *Noi donne* rappresenta un'interessante lente d'indagine sulle dinamiche culturali che portano le scrittrici ad "accostarsi con determinazione nuova al giornalismo" (Ghilardi 2004: 165) nel secondo dopoguerra. In questi anni, il periodico dell'Unione Donne Italiane offre molto spazio ai reportage d'autrice, in cui si sperimenta un originale stile "anfibia" (Chemello-Zaccaro, 2011: 11) e si instaura un rapporto polivalente tra testo e fotografie: le immagini che corredano gli articoli – per lo più soggetti femminili e in linea con le battaglie politiche intraprese dall'UDI – restituiscono infatti un nuovo sguardo sulla realtà socioculturale dell'Italia repubblicana. Analizzando i reportage d'autrice pubblicati sulla rivista tra il 1945 e il 1956 – firmati, tra le altre, da Ortese, Lussu, Cialente e Masino – il saggio indaga il rapporto tra testo e immagini come riflesso della storia di *Noi donne*, periodico capace, ancora oggi, di coniugare l'obiettivo politico con alcune formule efficaci della stampa periodica di consumo.

The collaboration between 20th century women authors and *Noi donne* represents an interesting lens through which to investigate the cultural dynamics that led women writers to “approach journalism with new determination” (Ghilardi 2004: 165) after the Second World War. In these years, the periodical of the Unione Donne Italiane offered a lot of space to women writers' reportages, in which an original 'amphibious' style was experimented (Chemello-Zaccaro, 2011: 11) and a polyvalent relationship was established between text and photographs: the images accompanying the articles – mostly portraying female subjects and in line with the political battles undertaken by the UDI – in fact provide a new look at the socio-cultural reality of republican Italy. Analysing the author's reportages published in the magazine between 1945 and 1956 – signed, among others, by Ortese, Lussu, Cialente and Masino – the essay investigates the relationship between text and images as a reflection of the history of *Noi donne*, a periodical still capable, even today, of combining the political objective with some effective formulas of the consumerist periodical press.

### Noi donne: il periodico per tutte

L'esperienza di *Noi donne* ha le sue radici oltralpe: il primo numero viene infatti pubblicato a Parigi nel 1937, come espressione del movimento delle donne antifasciste emigrate in Francia (Rodano 1978). Approdata in Italia tra il '43 e il '44, la rivista diventa espressione dei Gruppi di Difesa della Donna (GDD), organizzazione femminile impegnata nella lotta al nazifascismo, che ha dato un fondamentale apporto organizzativo e militare alla Resistenza. Il primo numero non clandestino di *Noi donne* viene dato alle stampe sotto la direzione di Laura Bracco (Aurelia del Vecchio) e Nadia Spano nella Napoli appena liberata del luglio 1944, cui seguirà il trasferimento della redazione a Roma, presso la tipografia antifascista Mengarelli.

Gli anni d'avvio di questa complessa avventura editoriale sono ricordati nella ristampa del '78 dei primi numeri, curata da Marisa Rodano, che racconta di un'organizzazione redazionale piuttosto caotica, improvvisata, "affettuosa e burrascosa ad un tempo" (1978: s.p.). Le indicazioni editoriali di Mengarelli dovevano fare i conti con le esigenze politiche e l'inesperienza giornalistica delle collaboratrici della rivista, fermamente convinte "di fare un giornale femminile e illustrato per giunta", ma sorprese loro stesse che quel "campionario di caratteri tipografici e di stili [...] riuscisse a vedere la luce" (ibidem).

[...] se la periodicità era a dir poco fantasiosa, non meno lo era la veste grafica: numeri stampati in azzurro, altri in nero, altri in color seppia, maldestri tentativi di introdurre un secondo colore (rosso o verde), frequentissimi cambiamenti nei caratteri della testata, fotografie quasi indecifrabili. Variava sempre tutto: la qualità della carta, il formato, il numero delle pagine (ibidem).

Nonostante le soluzioni editoriali improvvisate, *Noi donne* fissa sulla pagina, fin dal primo numero napoletano, un obiettivo di pubblico ben preciso:

Questo giornale, che sarà il vostro giornale, si indirizza con uguale interesse all'operaia e alla contadina, alla studentessa o alla sartina, alla donna o alla ragazza di casa. A tutte, esso chiede suggerimenti e notizie; a tutte, esso offre la possibilità di discutere i problemi che, in quanto donne, più particolarmente ci interessano (Anonimo 1944: 2).

Maggior uniformità grafica e stabilità editoriale sono raggiunte dopo la Liberazione dell'Italia dal nazifascismo, quando la rivista viene rifondata come organo a stampa dell'Unione donne italiane, associazione femminile del Pci. Aderendo all'agenda dell'Udi, *Noi donne* in questi anni si dedica particolarmente alla difesa della pace internazionale e alla lotta per la conquista dei diritti delle donne, tanto nella dimensione sociale e lavorativa quanto nella sfera privata (Michetti 1994: 76; Gabrielli 2005). Sarà proprio "la sua veste ibrida, a metà strada tra organo politico e rotocalco" a favorire "la diffusione di messaggi piani ma efficaci accompagnati da ritratti o immagini che rendevano maggiormente concreto e veritiero il contenuto" (Gabrielli 2016: 72).

Individuato da Anna Garofalo come unico settimanale rivolto alle donne del dopoguerra "che parli ad esse un linguaggio serio e le tenga informate su tutti i loro interessi di cittadine e di lavoratrici" (1956: 96-97), il periodico riesce in questi anni a instaurare un proficuo – e a volte contraddittorio – dialogo tra informazione politica e modelli della stampa femminile di massa, mitigando la sua veste militante con l'introduzione di rubriche tradizionali. Come evidenzia Lucia Cardone, "la formula editoriale ideata e perseguita da *Noi donne* si situa su una ambigua terra di confine, una sorta di strana faglia dove il rotocalco, emblema della frivolezza e per eccellenza della stampa senza preoccupazioni, si incontra con la politica, con l'impegno ideologico" (2009: 43). Tuttavia, mantenendo la sua impronta prettamente politica, il periodico fatica a conquistare il pubblico di massa e gli scoraggianti dati di vendita del 1945 sono il segno inequivocabile di un problema di comunicazione (Casalini 2005: 172). Sul numero 25 dell'ottobre 1946, si indice un referendum per ottenere un riscontro diretto su quali argomenti le lettrici avrebbero voluto trovare tra le pagine della rivista:

Un racconto a puntate? Una o due novelle d'amore? Una pagina per il cinema? Critica letteraria antica o moderna? Interviste con le personalità più notevoli in campo politico? L'arte della cucina? I consigli del medico? Una pagina per i bambini? Il responso grafologico? Articoli educativi? Documentazione di altri paesi? (Anonimo 1946: 3).

Ne deriva un immediato cambio di rotta: se già nei



**Fig. 1** | Copertina del primo numero non clandestino di *Noi donne* (1944). Su gentile concessione dell'Archivio storico NOIDONNE [www.noidonnearchiviostorico.org](http://www.noidonnearchiviostorico.org).



**Fig. 2** | Copertina del numero speciale di *Noi donne* dell'8 marzo 1960. Su gentile concessione dell'Archivio storico NOIDONNE [www.noidonnearchiviostorico.org](http://www.noidonnearchiviostorico.org).

numeri della clandestinità e del '44-'45 si coniugava l'impegno antifascista a "commoventi tentativi di introdurre delle rubriche classiche" (Rodano 1978: s.p.), a partire dal '46, sotto la direzione di Dina Rinaldi, la rivista dedica sempre più spazio alle rubriche di moda, cucina e cinema, alle pagine di narrativa breve e di romanzi a puntate. Le nuove scelte redazionali ripagano e, infatti, nel 1949 *Noi donne* raggiunge la tiratura di 150.000 (Spano 1949: 5), eguagliando così *Vie nuove*, l'altro periodico di partito (Casalini 2005). Se da una parte è inevitabile che il messaggio politico risulti depotenziato da pubblicità, fotoromanzi e consigli di moda e cucina, dall'altra la scelta ragionata di scendere a compromessi con la realtà sociale e le dinamiche di consumo, attraverso le direzioni di Dina Rinaldi dal '46 al '49, di Maria Antonietta Macciocchi dal '50 al '56, di Giuliana Dal Pozzo dal '56 al '62, porta

a centuplicare la tiratura della rivista, passando dalle 5.000 copie del primo numero, al picco delle 700.000 dello speciale dell'8 marzo 1960 [Figg. 1-2]. Il risultato è quello di una formula editoriale originale, che si staglia nel panorama della stampa femminile del secondo dopoguerra, riuscendo, anche grazie al rapporto immagine-testo (Pieracci 2001; Cardone 2007; 2009; Ferrarini, Gavioli, Gilli 2018), a "rispondere in modo adeguato alle esigenze di informazione e svago delle masse di nuovi alfabetizzati che la crescente scolarizzazione portava alla ribalta" (Lombardo, Pignatelli 1985: 93) e assumendo un ruolo attivo nell'edificazione di nuovi immaginari politici.

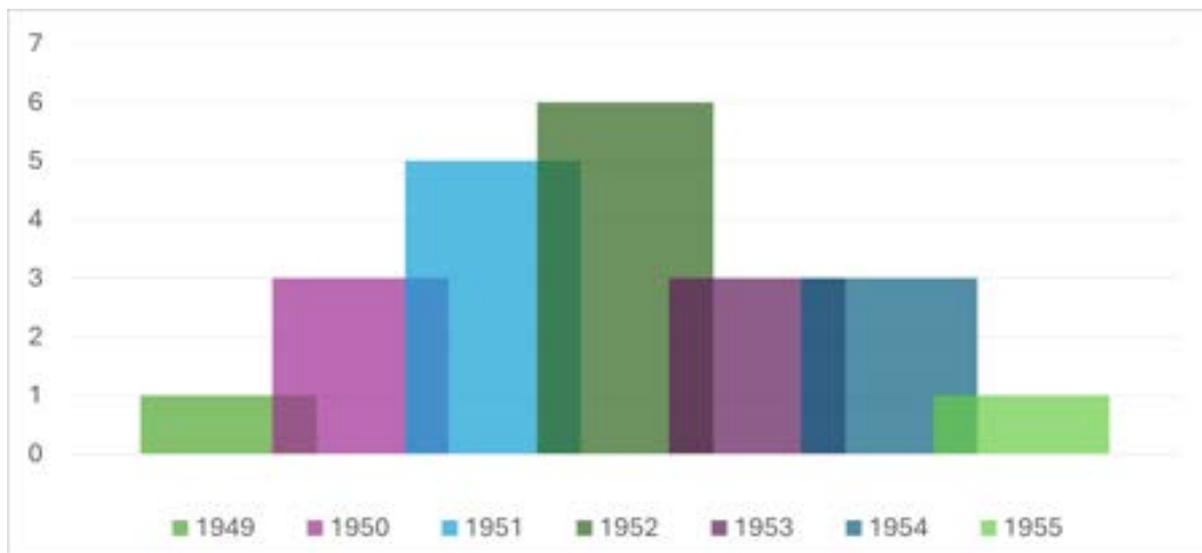


Fig. 3 | Scansione cronologica dei reportage d'autrice dall'Italia su *Noi donne* (1949-1955).

### Tra letteratura e giornalismo. Le scrittrici su *Noi donne*

Numerosi studi portati avanti dall'inizio del Nuovo Millennio (De Nicola, Zannoni 2001; Franchini, Soldani 2004; Chemello, Zaccaro 2011; Babini 2018; Di Nicola 2020) evidenziano quanto l'analisi delle diverse declinazioni dell'impegno intellettuale – il giornalismo, il cinema, la radio, la mediazione culturale – costituisca una lente d'indagine caleidoscopica sulle dinamiche storiche, sociali e culturali degli anni della ricostruzione. Protagoniste delle testate quotidiane e periodiche nazionali, le autrici del dopoguerra fanno i conti con "una pagina capace di prendere finalmente le distanze dalla letteratura per accostarsi con determinazione nuova al giornalismo", sottraendosi "allo spazio claustrofobico e notturno" in cui è stata per secoli confinata la scrittura delle donne e cominciando "a guardare altrove" (Ghilardi 2004: 165).

Di pari passo con l'aumento delle vendite e con la conquista di autorità e riconoscimento nel panorama editoriale, sono sempre più numerose ed efficaci le collaborazioni letterarie che *Noi donne* riesce a instaurare con le intellettuali nel primo decennio repubblicano. Con *Tempo*, *Epoca*, *Mercurio* e molte altre, la rivista offre alle autrici uno spazio in cui

sperimentare uno stile "anfibo" (Chemello, Zaccaro 2011: 11) e oscillare tra diversi ruoli, generi, tematiche: Joyce Lussu, Fausta Terni Cialente, Renata Viganò, Paola Masino, Anna Maria Ortese, Sibilla Aleramo, Alba de Céspedes, Natalia Ginzburg, Elsa Morante (Fortini 2019: 158) pubblicano i propri racconti e romanzi a puntate sul periodico, spesso corredati da illustrazioni; sono coinvolte nelle tavole rotonde sulle questioni più spinose del dibattito pubblico, come il diritto di voto, la bomba atomica, il diritto all'aborto, il divorzio; sono incaricate di curare articoli d'opinione, rubriche di corrispondenza ("Fermo posta" di Renata Viganò) e rubriche di recensioni letterarie ("Libri per voi" di Fausta Cialente); soprattutto, è affidato loro il ruolo di mediare tra il vasto pubblico di lettrici e le battaglie intraprese dall'Udi.

Anna Maria Ortese, Fausta Cialente e Paola Masino con una prosa acuta dipingono le tabacchine al duro lavoro, le ragazze e le vecchie malate di sifilide perché violentate dagli eserciti alleati, le operaie succubi delle molestie dei padroni. Le operaie delle Officine Reggiane, le braccianti del ferrarese, le raccogliatrici di olive diventano con *Noi donne* delle protagoniste (Michetti 1994: 86).

Vestono talvolta i panni di inviate speciali all'este-

ro, che sia per intervistare modelli di grandi artiste e lavoratrici dell'Est, come, ad esempio, Paola Masino in Ungheria (1952a: 16-17), per inviare reportage dai congressi internazionali a cui partecipa l'Udi, Fausta Cialente a Varsavia nel 1950 (1950b: 3) o nuovamente Masino, sotto copertura, a Vienna nel 1952 (1952b: 17) o per portare a termine inchieste sulla condizione femminile in paesi esteri, come Cialente, questa volta in Inghilterra, nel 1950 (1950a: 11) o Joyce Lussu in Cecoslovacchia nel 1951 (1951: 11).

La scansione cronologica delle inchieste firmate da scrittrici in qualità di inviate speciali, *reporter* o corrispondenti da tutto il Paese, pubblicate su *Noi donne* nel primo decennio dell'Italia repubblicana, mette in luce che i reportage di viaggio sul territorio nazionale coprono l'arco dal 1949 al 1955, disegnando una precisa parabola che ha il suo vertice nel biennio 1951-1952 [Fig. 3]. Se questo picco nella prima metà degli anni Cinquanta si iscrive in una più generale tensione della stampa verso il reportage con obiettivo di denuncia, nel caso di *Noi donne* si lega anche a un preciso momento della storia editoriale della rivista: il progressivo aumento delle vendite registrato a partire dal '46 consente infatti di riorganizzare il periodico anche dal punto di vista redazionale, dell'impaginazione e della grafica: aumenta il numero di pagine e viene dato progressivamente più spazio alle illustrazioni e alle fotografie, a maggior ragione dopo il passaggio definitivo al colore, avvenuto nel 1952.

Inoltre, l'analisi chiarisce anche la correlazione tra l'aumento delle collaborazioni letterarie nelle inchieste di punta della rivista e il più ampio coinvolgimento delle scrittrici nell'attività politica dell'associazione: al di là di un effettivo tesseramento o meno tra le fila dell'Udi e del Pci, dal volume *Udi: laboratorio di politica delle donne* (Michetti, Repetto, Viviani 1985) emerge che, se già dal II Congresso dell'Udi (Milano, 1947) erano state elette nel Consiglio nazionale scrittrici quali Paola Masino, Alba de Céspedes, Gianna Manzini, Sibilla Aleramo e Natalia Ginzburg, all'altezza del 1953, i nomi della letteratura eletti dall'Udi all'interno del nuovo organismo del Consiglio nazionale delle Donne sono proprio quelli delle scrittrici che nel primo decennio repubblicano hanno veicolato il loro impegno giornalistico sulle grandi inchieste di *Noi donne*. Ci si riferisce in particolare a Fausta Cialente, Joyce Lussu, Paola Masino, Renata Viganò e – pur meno coinvolta sul fronte politico – Anna Maria Ortese.

Viaggiando dalla Puglia al Friuli Venezia Giulia, dalla Sardegna al basso Lazio, le scrittrici ibridano i moduli del reportage di viaggio, dell'inchiesta e del racconto letterario in esperimenti nuovi, di confine, accomunati da una particolare attenzione alla condizione delle donne italiane, soprattutto delle lavoratrici, ma eterogenei nei diversi esiti della ricerca di una voce giornalistica riconoscibile. Ne emerge un panorama vario, le cui differenti manifestazioni condividono l'adesione consapevole delle intellettuali ai processi di rappresentazione, veicolati dalle parole e dalle immagini e, anzi, resi ancor più penetranti proprio dal potere seduttivo dell'elemento visuale.

Come anticipato, protagoniste del racconto scritto, così come delle testimonianze fotografiche, sono, quasi sempre, le donne: le scelte editoriali mirano a una rappresentazione realistica della realtà sociale italiana e lasciano spazio alle parole e ai volti di chi, più di altri, sta scontando le disastrose conseguenze della guerra e però, allo stesso tempo, tramite il lavoro e l'emancipazione economico-politica, ha tra le mani gli strumenti per costruire l'Italia del futuro.

### I reportage d'autrice tra testo e immagini: Cialente, Lussu, Masino, Ortese

Una delle firme d'autrice che più ricorre su *Noi donne* è, come già evidenziato, quella di Fausta Cialente. Tra le tante collaborazioni dell'autrice, in questi anni si trovano racconti, recensioni, pezzi di costume, d'opinione, di critica letteraria e inchieste da diverse regioni italiane. Nei panni di inviata speciale, Cialente realizza infatti reportage fotografici – da Firenze (Terni Cialente 1953b) e da Lamporecchio (Terni Cialente 1955) –, servizi dalle aule di Tribunale – in occasione del processo alle donne scioperanti di San Severo (Terni Cialente 1952a) e del processo a Pia Bellentani, autrice del celebre "delitto dell'ermellino" e protagonista della cronaca nera dell'epoca (Terni Cialente 1952b) – e pagine in cui l'opposizione dialettica tra sfruttatori-sfruttate e classe dirigente-classe operaia è affidata a una narrazione più distesa, in cui la letterarietà delle descrizioni paesaggistiche contrasta con la denuncia delle dinamiche di abuso e il rilancio della lotta delle lavoratrici. Questo aspetto emerge soprattutto nelle inchieste tra le retaie di San Benedetto del Tronto (Terni Cialente 1951), le mondine dell'Italia settentrionale (Terni Cialente 1953a), le



Sulle soglie di ogni casa, lavorano le vecchie, le giovani spose, qualche bambina. Gli « armatori » che comprano le loro reti, su ogni chilo di rete guadagnano 700 lire.

Fig. 4 | . Fotografia pubblicata in Terni Cialente 1951: 5. Su gentile concessione dell'Archivio storico NOIDONNE [www.noidonnearchivioistorico.org](http://www.noidonnearchivioistorico.org).

mezzadre di Arezzo (Terni Cialente 1954a) e le conserviere di Napoli (Terni Cialente 1954c), nelle quali il ritmo si fonda sull'alternanza tra commento autoriale e testimonianza diretta:

San Benedetto del Tronto ha una spiaggia bellissima, di rena vellutata, color ocra, che si accende al sole e sembra impastata di luce. Al suo limitare si stende, per un buon tratto, la celebre pineta, e lungo la costiera civettano le lussuose palazzine destinate alle vacanze dei villeggianti di lusso. [...] C'è il sole per le strade, oggi, e le donne sono venute sulle soglie, siedono su bassi sgabelli, hanno davanti la seggiola impagliata su cui sta ammucchiata una grossa rete e fanno

andare la spola. Sono le retaie, le celebri retaie di San Benedetto. [...] Si potrebbe credere ch'è un privilegio vivere a San Benedetto, sul limitare marino di una delle più belle e fertili regioni d'Italia, le Marche, a tessere le reti che gli uomini andranno poi a gettare nel mare fitto di pesci... Ma rovesciamo la medaglia: strade povere, case scrostate e misere, bambini scalzi, donne dall'aria affaticata, poveramente vestite. Lavorano da sette a otto ore al giorno, oltre le faccende di casa, la sera hanno braccia e spalle indolenzite e la schiena rotta. Hanno guadagnato che cosa? Centocinquanta, duecento lire al giorno (Terni Cialente 1951: 5).

O ancora, un'altra interessante testimonianza è rappresentata dal servizio di Cialente sulle nuove installazioni delle lavanderie a Niguarda e a Prato, in cui racconta l'impatto sociale della lavatrice come "strumento di lotta democratica che contribuisce all'emancipazione della donna" (Terni Cialente 1954b: 8).

Se nelle inchieste sul lavoro femminile in Italia le fotografie incorniciano il testo e rendono alle lettrici un'istantanea di quanto descritto da Cialente [Fig. 4], come anticipato, l'autrice sperimenta su *Noi donne* anche la formula del reportage più prettamente fotografico, in cui, al di là dei brevi testi di corredo, sono le immagini a tessere il filo narrativo.

Nel 1955 è inviata speciale a Lamporecchio, un "paese italiano che odia la guerra": accompagnata dal fotografo Mario Garrubba – è questo uno dei pochi casi in cui la rivista specifica la paternità delle immagini pubblicate nei reportage d'autrice – intervista donne e uomini del paese e ne raccoglie le testimonianze. Prende forma una galleria di ritratti di uomini e donne, affiancati da una breve memoria personale sugli anni della guerra, che Cialente compone come "specchio della tragedia e della passione vissute dall'Italia": "Lamporecchio è come l'Italia", chiosa nell'introduzione al servizio (Terni Cialente 1955: 2).

Soggetti in primo piano o a figura intera, fotografati in posa o in espressioni spontanee, intenti a condividere la propria storia con Cialente, come Cèlide Tamburini, la prima intervistata, di cui è pubblicato uno scatto "rubato" che la ritrae a occhi chiusi, mentre ricorda, gesticolando, il marito assassinato dalle SS [Fig. 5]: il *click* dell'otturatore interrompe però il flusso della testimonianza, che si conclude, infatti, sulle parole: "Le fotografie non mi garbano, no. Se non mi fotografate è meglio" (Terni Cialente 1955: 2). A differenza del servizio "Sull'Arno d'argento..." (Ter-



Fig. 5 | "L'Italia a Lamporecchio" (Terni Cialente 1955: 2). Su gentile concessione dell'Archivio storico NOIDONNE [www.noidonnearchivistorico.org](http://www.noidonnearchivistorico.org).

ni Cialente 1953a), in cui la scrittrice accompagna le lettrici alla scoperta della quotidianità fiorentina sul fiume con didascalie brevi, ma dal taglio narrativo, la voce autoriale nel reportage da Lamporecchio ha solo un ruolo introduttivo, per poi mimetizzarsi del tutto dietro i volti e le dichiarazioni degli intervistati: a contare non è qui la parola diretta di Cialente, ma lo sguardo testimoniale dell'autrice – già nota al pubblico di *Noi donne* – come garanzia di autorevolezza, veridicità e affidabilità del servizio.

Joyce Lussu, durante i suoi viaggi in Sardegna negli anni Cinquanta, invia diversi pezzi alla rivista, innestando sulla "dura scorza pastorale" dell'isola la sua "intelligenza e sensibilità moderna" (Brigaglia 2018). Nelle parole di Lussu, pubblicate su *Noi donne* tra 1950 e 1951, riecheggiano le stesse immagini presenti anche nei racconti sulla Sardegna scritti nel secondo dopoguerra, successivamente raccolti in *L'olivastro e l'innesto* (Lussu 1982):

Chi non ha visto una di queste donne lacere, sudate e polverose, decrepite anzitempo, spaccare il duro granito sardo con un martello rudimentale, il viso e gli occhi indifesi, accovacciate sull'orlo della strada – non conosce la piena misura della miseria e della brutale ingiustizia della nostra società (Lussu 1950: 7).

Così Lussu, nel reportage "Donne spaccapietre", descrive uno dei tanti lavori che sono costrette ad accettare "le mogli dei poveri": il realismo del racconto, che indugia sulle condizioni abitative, sull'emergenza alimentare e sulla subordinazione lavorativa femminile, si coniuga però all'attivismo politico e la possibilità di superare secoli di "rassegnazione" si concretizza nella promozione del I Congresso delle donne sarde, previsto per il mese successivo. Pur essenziali, le scelte iconografiche adottate per la pubblicazione di "Donne spaccapietre" riassumono in sé i diversi punti focali del servizio: l'unica fotografia che correda il pezzo vede al centro una donna anziana e affaticata, seduta a terra, con la schiena poggiata su un tronco d'albero, la cui postura di riposo è enfatizzata da un'inquadratura frontale, scattata a pochi centimetri dal terreno, orientata leggermente verso l'alto, tanto da riprendere in primo piano, ma fuori fuoco, alcune delle erbacce e delle pietre che circondano il soggetto. Accostato all'immagine, in alto, il titolo del reportage è reso in un carattere tipografico che enfatizza il contenuto del servizio: dalla trama rocciosa dei caratteri, si staglia l'illustrazione di una pianta di fico d'India, simbolo di resistenza e perseveranza, a indicare la tempra delle donne sarde, la risolutezza a non arrendersi e a lottare per i propri diritti come nuovi agenti politici del Paese.

Una simile compenetrazione tra reportage e azione politica si riscontra anche nell'articolo di Paola Masino<sup>1</sup> "Di qui è passato il lupo", uscito nell'ottobre 1941: un servizio sulle donne del Cassinate vittime degli stupri di guerra compiuti nel '44 dal Corp Expeditionnaire Français (Cef), dopo la vittoria degli Alleati nella battaglia di Cassino (Cionci 2017). Sette anni dopo, Masino è inviata a Cassino per raccogliere la testimonianza delle sopravvissute: nel reportage l'autrice dimostra una grande padronanza del quadro legislativo, inserendosi nel dibattito parlamentare sui risarcimenti alle vittime. La narrazione di Masino precorre di oltre quarant'anni il riconoscimento della violenza sessuale come un reato contro la persona e

non lesivo dell'onore familiare – avvenuto solo con la legge n. 66 del 1996 – e decostruisce l'ordine morale del Codice Rocco dedicando una riflessione all'"accorata devozione mista a rispetto" (Masino 1951: 9) con cui i parenti supportano le donne senza ricadere nella logica del disonore. È interessante evidenziare la capacità della penna masiniana di stabilire un canale empatico con il pubblico, veicolato da un linguaggio crudo, diretto e coinvolgente, che tuttavia insiste sul rispetto della volontà delle intervistate di non trasformare la violenza sui loro corpi in "un episodio scabroso atto soltanto a soddisfare la morbosa curiosità di chi la guerra l'ha seguita, affondato in poltrona, attraverso i bollettini della radio o del giornale" (ibidem). Questo aspetto, come già evidenziato nei reportage precedenti, si riflette anche nella scelta fotografica di corredo all'articolo, che, in una delle quattro foto selezionate, tutte con soggetto femminile, mostra Paola Masino che "ascolta" dalla voce diretta delle donne del cassinate il racconto della violenza.

L'insistenza su dati, cifre e numeri di legge genera, nel servizio masiniano così come negli altri reportage campionati, una commistione suggestiva tra obiettività giornalistica e soggettività dell'esperienza: il racconto delle contraddizioni dell'Italia del dopoguerra è costantemente mediato da descrizioni emotivamente partecipate e dall'espressione di valutazioni e giudizi assolutamente personali, che tuttavia assumono un valore didascalico e universale – in linea con l'ambizione politica e il proposito educativo della rivista – grazie all'autorità intellettuale delle scrittrici coinvolte. Tra i tanti casi rappresentativi di questa tendenza, si menziona solamente l'interessante esperimento di reportage polifonico "Cinque donne sul Delta", pubblicato sul n. 5 del 1951, in cui l'inviata di *Noi donne* Dina Berti, le giornaliste Giulia Massari e Flora Volpini e le scrittrici Paola Masino e Anna Maria Ortese visitano i territori alluvionati del Delta Polesine, offrendo cinque diverse prospettive su un'Emilia Romagna in ginocchio nel fango. Testimoni oculari della repressione di uno sciopero a Lagosanto da parte delle forze ordinarie, Masino commenta:

Io avevo male alle tempie. Mi passavo, monotona, una mano sulla testa: i capelli mi si alzavano e annodavano sul capo, mi battevano sulla fronte. Intorno a noi non c'era vento; dentro me uno sconsolato furore che mi scoteva tutta. Flora disse: – Ti si vede la morte in faccia (Masino et al. 1951: 9).



Fig. 6 | Fotografia pubblicata in "Terra dimenticata" (Ortese 1951c: 7). Su gentile concessione dell'Archivio storico NOIDONNE [www.noidonnearchiviostorico.org](http://www.noidonnearchiviostorico.org).

Uno sconvolgimento che Ortese riassume nel senso di colpa di essere nate, nonostante tutto, nel privilegio e di aver confinato le giovani vittime dell'alluvione nel "deserto di fango della nostra indifferenza – mentre noi scrivevamo dei libri o passeggiavamo in viali magnifici, o entravamo in sale ben riscaldate" (ibidem).

A firma di Ortese sono due dei reportage più efficaci pubblicati su *Noi donne*, usciti entrambi nel 1951, a due settimane di distanza l'uno dall'altro, e successivamente raccolti in *La lente scura*. Salita su un treno da Napoli, l'autrice, con il fotografo che l'accompagna lungo l'itinerario in Puglia, visita in un primo momento il territorio leccese per raccontare le condizioni in cui versano le lavoratrici della filiera più redditizia della zona, quella del tabacco, per poi fermarsi nel Gargano: dalle considerazioni registrate sul taccuino nasceranno "Nel dominio del tabacco" (Ortese 1951a) e "Terra dimenticata" (Ortese 1951b).

La dettagliata descrizione della bellezza naturale di "un paese stregato" rivela man mano, in un procedimento di contrasto ossimorico, la desolante condizione in cui vive la popolazione del luogo (Ortese 1951b: 5). Come sottolinea Luca Clerici nell'introduzione a *La lente scura*, "la prospettiva della Ortese è insieme umanamente partecipe e cosmicamente estranea" (2004: 464): su un profilo paesaggistico tutto giocato sulle gradazioni di luce, sui contrasti tra il chiarore del tramonto sul mare e l'oscurità delle case scavate nella roccia in cui vive la popolazione di Peschici, sui colori – primariamente il bianco, l'azzur-



Fig. 7 | Fotografia di Maria di Mele (Ortese 1951c: 7). Su gentile concessione dell'Archivio storico NOIDONNE [www.noidonnearchivistorico.org](http://www.noidonnearchivistorico.org).

ro e il nero -, si staglia la rassegnazione di personaggi senza speranza, guardati "attraverso la lente dell'angoscia" e con "smarrita pietà" (ivi: 465) e raccontati attraverso la cifra dell'espressionismo immaginario (Clerici 2001; Giannone 2016) [Fig. 6].

Proprio una delle bambine incontrate nel Gargano sembra tessere il filo rosso che lega i reportage d'autrice su *Noi donne*: una produzione dai confini elastici, che lascia spazio a diverse sperimentazioni, ma racchiusa sotto l'obiettivo comune della denuncia sociale. Ortese trasfigura infatti questo messaggio nella figura di Maria Di Mele: "poco più grande di un gatto" ma con "intere generazioni di pirati [che] fremevano in lei", spazientita dalla presenza di due estranei curiosi in paese, segue la scrittrice e il fotografo pretendendo con impazienza di essere fissata in un'immagine, fino a che Ortese non le chiede di ripeterle il suo nome, così da poterlo appuntare sul taccuino [Fig. 7]:

Riudivamo dalla strada, sempre più accesa e insistente, la voce di Maria di Mele, che implorava e comandava una fotografia. [...] pregai il fotografo di accontentarla. Essa cominciò a saltargli incontro, con l'inquietudine di un lupo, allarmata e orgogliosa insieme. Per calmarla, mentre il fotografo andava innestando una lampadina, le chiesi di ripetermi il suo nome e cognome, e mi accinsi a scriverlo in un taccuino. Non ho mai visto un cambiamento più repentino e straordinario in una fisionomia. [...] cominciò a gridare: «mi ha scritta e mi basta, mi ha scritta e mi basta, mi ha scritta e mi basta!». Il fotografo aveva scattato qualche fotografia, ma essa era già corsa via. La ritrovammo più tardi nella macchina, seduta accanto alla guida, con gli occhietti buoni, ma fieri e felici come quelli di una signora. [...] Fu forza farla scendere a terra. Ma non ci odiava più, pensava. L'avevamo *scritta*, legata a qualche cosa, a qualcuno: oltre tutto quel mare, oltre le isole dei coatti, oltre i boschi e le pietraie di questa terra, qualcuno aveva chiamato il suo nome, a cui la sua infanzia era cara, le aveva fatto intravedere l'approdo a una civiltà, un giorno, una vita (Ortese 1951b: 7).

Sfogliare le pagine di *Noi donne*, ora disponibili nell'Archivio storico online, consente dunque di avere accesso a un "prisma vitale e ineludibile per comprendere le modificazioni dell'Italia, dell'Europa e del mondo contemporaneo dalla seconda metà del Novecento fino ai giorni nostri" (Fortini 2019: 153).

Nella costruzione di un nuovo immaginario del dopoguerra, i reportage d'autrice su *Noi donne* - tra educazione politica e dinamiche di consumo - rendono Maria di Mele, le tabacchine leccesi, le donne del cassinate, le retaie marchigiane protagoniste della Storia: la scelta di corredare le parole delle tante scrittrici che collaborano al periodico di immagini e soluzioni grafiche volte a guidare le lettrici attraverso i punti focali dei servizi e a enfatizzarne il contenuto, cristallizza i messaggi politici di *Noi donne* "in riferimenti simbolici capaci di un'ampia circolazione" e, allo stesso tempo, dando non solo una voce ma anche un volto alle tante realtà femminili dell'Italia del dopoguerra, "richiama con vigore alla relazione tra accesso alla memoria, alla rappresentazione e alla dignità di rappresentare, oltre che alla relazione tra identità individuale e collettiva" (Gabrielli 2016: 72-73).

## Note

\* L'Archivio documentale e fotografico di *Noi donne* è conservato presso Archivia - Archivi, Biblioteche, Centri di documentazione delle donne di Roma. Si segnala il progetto del Dipartimento di Studi Umanistici dell'Università Roma Tre *Noi donne dalla carta al web*, coordinato dalla Prof.ssa Laura Fortini e dalla Dott.ssa Monica L'Erario, che ha interessato la digitalizzazione dei numeri degli anni Cinquanta dell'Archivio storico della rivista (Fortini 2019). L'accesso alle risorse digitali (<https://www.noidonnearchivistorico.org/archivio-storico.php>) consente di ottenere una visione d'insieme della storia del periodico e di contestualizzare l'apporto delle autrici del Novecento in qualità di *reporter* di viaggio su *Noi donne* all'interno delle dinamiche storico-culturali ed editoriali del secondo dopoguerra. Ringrazio la dir. Tiziana Bartolini e Costanza Fanelli, responsabile dell'Archivio storico digitale, per aver consentito la pubblicazione delle immagini allegare al presente saggio.

<sup>1</sup> Sulla collaborazione tra Paola Masino e *Noi donne*, si rimanda a de Pasquale (2022).

## Bibliografia

- ANONIMO (1944), "Il nostro compito", in *Noi donne*, 1, luglio, p. 2 (<https://www.noidonnearchivistorico.org/scheda-rivista.php?pubblicazione=000029>).
- EAD. (1946), "Referendum UDI. Come volete la vostra rivista? Questionario", in *Noi donne*, 25, 1° ottobre, p. 3.
- BABINI V. P. (2018), *Parole armate. Le grandi scrittrici del Novecento italiano tra Resistenza ed emancipazione*, Baldini&Castoldi, Milano.
- BETTI E., MAGRINELLI M. (2018), "Genere, fotografia e storia negli archivi del secondo Novecento: il fondo fotografico dell'Unione donne italiane (Udi) di Bologna", in *Clionet. Per un senso del tempo e dei luoghi*, 2, pp. 107-122 (<https://rivista.clionet.it/sito/wp-content/uploads/2018/07/GENERE-FOTOGRAFIA-E-STORIA-NEGLI.pdf>).
- BRIGAGLIA M. (2018), *Le radici e l'innesto*, in LUSSU J., *L'olivastro e l'innesto. L'incontro con l'uomo, la sua isola antica e la sua gente*, Edizioni Della Torre (1° ed. 1982).
- CARDONE L. (2007), "Il cinema su Noi donne: spettatrici, militanti ed educazione politica nell'Italia del dopoguerra", in *Comunicazioni sociali*, 2, pp. 300-309.
- EAD. (2009), «*Noi donne*» e il cinema. *Dalle illusioni a Zavattini (1944-1954)*, Edizioni ETS, Pisa.
- CASALINI M. (2005), *Le donne della sinistra: 1944-1948*, Carocci, Roma.
- CIONCI A. (2017), "La verità nascosta delle "marocchine", saccheggi e stupri delle truppe francesi in mezza Italia", in *La Stampa*, 16 marzo (<https://www.lastampa.it/cultura/2017/03/16/news/la-verita-nascosta-delle-marocchine-saccheggi-e-stupri-delle-truppe-francesi-in-mezza-italia-1.34636405/>).
- CHEMELLO A., ZACCARO V. (2011), *Scrittrici-giornaliste/Giornaliste-scrittrici*, Atti del Convegno, Università degli Studi Aldo Moro, Bari.
- CLERICI L. (2001), "L'espressionismo immaginario Anna Maria Ortese reporter", in DE NICOLA F. e ZANNONI P. A. (a cura di), *Scrittrici, giornaliste. Da Matilde Serao a Susanna Tamaro*, Marsilio, Venezia, pp. 27-36.
- ID. (2002), "In treno", in Id., *Apparizione e visione. Vita e opere di Anna Maria Ortese*, Mondadori, Milano, pp. 178-221.
- ID. (2004), "Una inaffidabile viaggiatrice visionaria", in ORTESE A., *La lente scura*, Adelphi, Milano, pp. 455-465.
- COLOMBO F. (1998), *La cultura sottile. Media e industria culturale in Italia dall'ottocento agli anni novanta*, Bompiani, Milano.
- DE NICOLA F., ZANNONI P. A. (a cura di) (2001), *Scrittrici, giornaliste: da Matilde Serao a Susanna Tamaro*, Marsilio, Venezia.
- DE PASQUALE E. (2022), "La disgrazia di accorgermi di tutto: Paola Masino scrittrice-giornalista per *Noi donne*", in *Scaffale aperto*, 13, pp. 121-146.
- DI NICOLA L. (a cura di) (2020), *Protagoniste alle origini della Repubblica*, Carocci, Roma.
- FERRARINI M., GABIOLI M., GILLI V. (2018), "Parliamo di Noi (donne)", in *IBC*, XXVI, 1 (<http://rivista.ibr.regione.emilia-romagna.it/xw-201801/xw-201801-a0021>).
- FORTINI L. (2019), "*Noi donne* dalla carta al web. Il progetto di digitalizzazione dell'Archivio storico della rivista *Noi donne* del Dipartimento di Studi Umanistici dell'Università Roma Tre", in *Scaffale aperto*, 10, pp. 153-158.
- FRANCHINI S., SOLDANI S. (a cura di) (2004), *Donne e giornalismo. Percorsi e presenze di una storia di genere*, Franco Angeli, Milano.
- GABRIELLI P. (2005), *La pace e la mimosa. L'Unione donne italiane e la costruzione politica della memoria (1944-1955)*, Donzelli, Roma.
- EAD. (2016), "L'Unione donne italiane. L'identità, la memoria, le memorie", IN TOLA V. (a cura di), *Fare storia, custodire memoria*.

- 1945-2015. *I primi settant'anni dell'UDI*, Ediesse, Roma, pp. 65-74.
- GAROFALO A. (1956), *L'italiana in Italia*, Laterza, Bari.
- GHILARDI M. (2004), *Tempo di svolte. Scrittrici e giornali in Italia dagli anni Trenta agli anni Cinquanta*, in FRANCHINI S., SOLDANI S. (a cura di), *Donne e giornalismo*, cit., p. 165.
- GIANNONE A. L. (2016), ««Respiro dell'Adriatico»: i reportage dalla Puglia di Anna Maria Ortese» in ID., *Sentieri nascosti. Studi sulla letteratura italiana dell'Otto-Novecento*, Milella, Lecce.
- GOBETTI A., CALAMANDREI C., BASSINO M. *ET ALII* (a cura di) (1952), *Le donne e la cultura*, Noi donne, Roma.
- LOMBARDO M., PIGNATEL F. (1985), *La stampa periodica in Italia. Mezzo secolo di riviste illustrate*, Editori Riuniti, Roma.
- LUSSU J. (1950), "Donne spaccapietre", in *Noi donne*, 6, p. 7 (<https://www.noidonnearchivistorico.org/scheda-rivista.php?pubblicazione=000332>).
- EAD. (1951), "Cecoslovacchia felice", in *Noi donne*, 3, p. 11.
- EAD. (1952), "Gairo scivola a valle", in *Noi donne*, 3, p. 7 (<https://www.noidonnearchivistorico.org/scheda-rivista.php?pubblicazione=000469>).
- EAD. (1952), "Mimose sui quattro mori", in *Noi donne*, 12, p. 5 (<https://www.noidonnearchivistorico.org/scheda-rivista.php?pubblicazione=000477>).
- EAD. (1982), *L'olivastra e l'innesto*, Edizioni Della Torre, Cagliari.
- MANETTI B. (a cura di) (2016), *Paola Masino*, Fondazione Arnaldo e Alberto Mondadori, Milano.
- MASINO P., ORTESE A., GAROFALO A., VOLPINI F., MASSARI G. (1951), "Cinque donne sul Delta... Così vi parlano", in *Noi donne*, 5, pp. 8-9 (<https://www.noidonnearchivistorico.org/scheda-rivista.php?pubblicazione=000418>).
- MASINO P. (1951), "Di qui è passato il lupo", in *Noi donne*, 41, pp. 8-9 (<https://www.noidonnearchivistorico.org/scheda-rivista.php?pubblicazione=000454>).
- EAD. (1952a), "I prodigi di Margit", in *Noi donne*, 46, pp. 16-17. (<https://www.noidonnearchivistorico.org/scheda-rivista.php?pubblicazione=000508>)
- [EAD.] (1952b), "Una diga contro la guerra", in *Noi donne*, 51, p. 17. (<https://www.noidonnearchivistorico.org/scheda-rivista.php?pubblicazione=000513>)
- MICHETTI M., REPETTO M., VIVIANI L. (1985), *Udi: laboratorio di politica delle donne*, Cooperativa libera stampa, Roma.
- MICHETTI M. (1994), *Cara UDI: l'UDI e Noi donne compiono 50 anni: segni, parole, volti*, Edizioni del Girasole, Ravenna.
- ORTESE A. (1951a), "Nel dominio del tabacco", *Noi donne*, 41, pp. 4-5 (<https://www.noidonnearchivistorico.org/scheda-rivista.php?pubblicazione=000454>).
- EAD. (1951b), "Terra dimenticata", *Noi donne*, 43, pp. 5-7 (<https://www.noidonnearchivistorico.org/scheda-rivista.php?pubblicazione=000456>).
- PIERACCI R. (2001), "Progetti, immagini, modelli. La stampa dell'UDI e del CIF tra affinità e differenze", in GABRIELLI P. (a cura di), *Vivere da protagoniste. Donne tra politica, cultura e controllo sociale*, Carocci, Roma, pp. 131-157.
- RODANO M. (1978), "Introduzione", in *Noi donne 1944-1945. Ristampa*, Editrice Cooperativa Libera Stampa, Roma, s.p.
- RUBINI F. (2019), *Fausta Cialente. La memoria e il romanzo*, Fondazione Arnaldo e Alberto Mondadori, Milano.
- SPANO N. (1949), "5 anni fa", in *Noi donne*, 30, p. 5 (<https://www.noidonnearchivistorico.org/scheda-rivista.php?pubblicazione=000177>).
- TERNI CIALENTE F. (1949), "Le Assise meridionali. Il grande giorno delle donne di Matera", in *Noi donne*, 49, p. 5 (<https://www.noidonnearchivistorico.org/scheda-rivista.php?pubblicazione=000263>).
- EAD. (1950a), "Vita spicciola delle inglesi", in *Noi donne*, 31, p. 11. (<https://www.noidonnearchivistorico.org/scheda-rivista.php?pubblicazione=000350>).
- EAD. (1950b), "Varsavia libera tribuna di un Congresso di Popoli", in *Noi donne*, 47, p. 3. (<https://www.noidonnearchivistorico.org/scheda-rivista.php?pubblicazione=000363>).
- EAD. (1951), "Faceva la rete anche la nonna", in *Noi donne*, 9, p. 5 (<https://www.noidonnearchivistorico.org/scheda-rivista.php?pubblicazione=000422>).
- EAD. (1952a), "La congiura del silenzio", in *Noi donne*, 4, pp. 4-5 (<https://www.noidonnearchivistorico.org/scheda-rivista.php?pubblicazione=000468>).
- EAD. (1952b), "Ultimo atto del processo Bellentani. Svelato un mondo di vergogna e di vizio", in *Noi donne*, 12, pp. 6-7 (<https://www.noidonnearchivistorico.org/scheda-rivista.php?pubblicazione=000477>).
- EAD. (1953a), "Se fossi una rondinella. Viaggio in risaia", in *Noi donne*, 25, p. 8 (<https://www.noidonnearchivistorico.org/scheda-rivista.php?pubblicazione=002322>).
- EAD. (1953b), "Sull'Arno d'argento", in *Noi donne*, 30, pp. 6-7 (<https://www.noidonnearchivistorico.org/scheda-rivista.php?pubblicazione=000573>).
- EAD. (1954a), "A lume di candela. Inchiesta sulla maternità fra le mezzadre", in *Noi donne*, 5, pp. 6-7 (<https://www.noidonnearchivistorico.org/scheda-rivista.php?pubblicazione=000624>).
- EAD. (1954b), "La 'regina della casa' non va più al lavatoio", in *Noi donne*, 31, p. 8 (<https://www.noidonnearchivistorico.org/scheda-rivista.php?pubblicazione=002362>).
- EAD. (1954c), "Le amare fatiche delle conserviere", in *Noi donne*, 36, pp. 16-17 (<https://www.noidonnearchivistorico.org/scheda-rivista.php?pubblicazione=002367>).
- EAD. (1955), "L'Italia a Lamporecchio Viaggio di Fausta Terni Cialente in un paese italiano che odia la guerra", in *Noi donne*, 13, pp. 2-5. Fotografie di Mario Garrubba (<https://www.noidonnearchivistorico.org/scheda-rivista.php?pubblicazione=000688>).
- TOLA V. (2016), *Fare storia, custodire memoria. 1945-2015 I primi settant'anni dell'UDI.*, Roma, Ediesse, 2016.
- UNIONE DONNE ITALIANE (1953), *La donna italiana costruisce il suo avvenire: Atti del Congresso della Donna Italiana*, STEB, Bologna.

# Alle radici del fotoromanzo: il rosa a fumetti di *Grand Hôtel*

GIULIANO CENATI

Università Telematica Pegaso  
giuliano.cenati@unipegaso.it

doi: <https://doi.org/10.62336/unibg.eac.35.555>

## Parole chiave

Pubblico femminile  
Grand Hôtel  
Romanzo rosa a fumetti  
Transmedialità verbovisiva  
Fotoromanzo

## Keywords

Female Readership  
Grand Hôtel  
Comics Romance Novel  
Verbovisual Transmediality  
Fotoromanzo

## Abstract

Il settimanale *Grand Hôtel*, pubblicato a Milano dai fratelli Del Duca a partire dal 29 giugno 1946, è noto per essere la testata di punta del fotoromanzo italiano. Il terreno di coltura del fotoromanzo viene predisposto da generi misti coadiuvanti, tra cui il romanzo rosa disegnato. Proprio in *Grand Hôtel*, tra il 1946 e il 1970, il romanzo rosa disegnato procede a una appropriazione del racconto e dell'immaginario cinematografici, ricodificandoli attraverso le risorse formali ed espressive del fumetto. Si tratta di un'invenzione verbovisiva che rappresenta una delle manifestazioni più strabilianti della ricostruzione italiana, nella quale mostrano di convergere l'ingegnosità imprenditoriale, la spregiudicatezza artistica e l'inclinazione pedagogica a integrare nell'orizzonte della vita nazionale un ampio settore della cittadinanza. Per la prima volta, in maniera così univoca e massiccia, un fumetto è destinato a giovani donne adulte, di origine sia popolare sia borghese. Il presente articolo traccia il profilo della serie di romanzi a fumetti che si intreccia, sulle pagine della rivista, alla serie dei fotoromanzi: ne emerge la specificità dell'apporto fumettistico al nuovo prodotto editoriale e alla nuova formula di narrazione mista.

The magazine *Grand Hôtel*, published in Milan by the Del Duca brothers beginning June 29, 1946, is known to be the flagship publication of Italian "fotoromanzo". The breeding ground for the "fotoromanzo" is set up by adjuvant mixed genres, including the drawn romance novel. Precisely in *Grand Hôtel*, between 1946 and 1970, the drawn romance novel proceeds to an appropriation of cinematic narrative and imagery, recoding them through the formal and expressive resources of comics. It is a verbovisual invention that represents one of the most astounding manifestations of Italian reconstruction, in which entrepreneurial ingenuity, unprejudiced artistry and the pedagogical inclination to integrate a wide sector of the citizenry into the horizon of national life show to converge. For the first time, in such an unambiguous and massive way, comics are targeting young adult women from both working-class and middle-class backgrounds. This article outlines the series of graphic novels that intertwines, on the pages of the magazine, with the series of "fotoromanzi": the specificity of the comics' contribution to the new editorial product and to the new formula of mixed narration emerges.

“anche per questa via le ragazze vanno verso la democrazia.”

Marisa Musu, *Vie Nuove*, 18 maggio 1947

I romanzo rosa a fumetti, pubblicato in larga prevalenza sulle pagine del settimanale *Grand Hôtel* dal 1946 al 1970, costituisce uno dei fenomeni più misconosciuti di un ambito della produzione e del costume culturali, quelli fumettistici, che di per sé non hanno mai goduto, se non in tempi assai prossimi, di pieno accreditamento presso i ceti colti. A dispetto del precoce e cospicuo successo, o anche in ragione di esso, sul romanzo rosa a fumetti convergono durante il Novecento due interdetti estetici, propensi a rafforzarsi a vicenda: l'interdetto nei confronti del fumetto e l'interdetto nei confronti del genere rosa. Sino a epoca assai recente (Baetens 2018) la specificità fumettistica del romanzo rosa del dopoguerra appare del tutto trascurabile anche agli occhi di molti tra gli addetti ai lavori, che ne ammettono l'assimilazione pressoché completa nel bacino del fotoromanzo, maturata sin dalle origini del fenomeno (Bravo 2003; Turzio 2019; Bonifazio 2020).

A dispetto della vicinanza genetica e delle fitte interazioni tra i due codici verbosivi, quello fotoromanzesco e quello fumettistico (Curreri, Delville, Palumbo 2021), conviene provare a riconoscere e soffermarsi sul carattere peculiare del romanzo rosa a fumetti. Si tratta, sin dall'origine, della reinvenzione a fumetti, a puntate, in chiave femminile, del cinema melodrammatico coevo e di poco antecedente, condotta sulle pagine di *Grand Hôtel* per mano di virtuosi della mezzatinta quali Walter Molino, Giulio Bertolotti e Aldo Torchio, intenti a una resa grafica così minuziosa del modellato fisionomico e del luminismo ambientale che non ha precedenti nelle convenzioni espressive del fumetto. Lo schema ricorrente della narrazione prevede che una protagonista giovanile intraprenda una trafila piuttosto movimentata, sormontando ostacoli di connotazione sia sociale sia morale, al fine di perseguire il proprio sogno d'amore e riscattare al contempo la propria dignità personale. La natura fumettistica di questa forma storica del racconto per immagini e parole mostra rilievi di interesse sia in funzione della mediazione culturale che il

fumetto, di per sé dotato di statuto ibrido, esercita tra ambiti diversi del panorama mediatico – cinema, giornalismo, letteratura – sia in funzione dello sviluppo di autonomi tratti tecnico-formali, che si accompagnano verosimilmente a peculiari modalità di costruzione del significato narrativo e dell'esperienza estetica.

Uno degli aspetti paradossali caratteristici del fumetto rosa di *Grand Hôtel* è proprio che il settimanale della Casa Editrice Universo, ritenuto a ragione con *Sogno* e con *Bolero Film* la culla del fotoromanzo, possa decollare grazie al fumetto “povero ma bello”. È una delle manifestazioni più precoci e strabilianti della ricostruzione italiana del dopoguerra. I mezzi creativi economici del fumetto e la perizia tipografico-editoriale dei fratelli Del Duca concorrono a predisporre un prodotto giornalistico efficace e originale. La tiratura iniziale di centomila copie va esaurita e viene quadruplicata nel giro di breve tempo. Di lì a qualche anno la consistenza della pubblicazione diventa milionaria (Detti 1990; Bravo 2003; Cecchetti 2011).

Malgrado l'impatto strepitoso conseguito da *Grand Hôtel* sull'immaginario collettivo, i fumetti rosa che ne costituiscono uno dei vettori portanti mantengono un carattere marginale al cospetto della coscienza culturale avvertita, omologo alla qualifica più estesa di marginalità che bisogna riconoscere alla rivista di punta dei fratelli Del Duca. *L'establishment* del Paese non è disposto ad ammettere ragioni di dignità e legittimità nell'operazione condotta dall'editrice milanese. E perlopiù l'inventiva mediatico-editoriale di *Grand Hôtel*, che reinterpreta originalmente in chiave italiana componenti culturali di varia provenienza, è additata come veicolo di alienazione e corruzione delle masse, sia nell'ottica dell'antiamericanismo comunista sia nell'ottica dell'antimodernismo cattolico e democristiano.

Prima ancora di entrare nel merito della qualità estetica del romanzo rosa a fumetti, mette conto rilevare la sua incidenza sugli usi e costumi di lettura e di ricreazione sociale, che attengono a un ordine di grandezza ragguardevole e che proprio perciò implicano ricadute importanti sull'elaborazione della sensibilità diffusa e sul senso di compartecipazione assicurato ai destinatari nei riguardi di una cultura di massa che sia anche cultura nazionale. La consistenza e il profilo anagrafico del pubblico rappresentano aspetti suggestivi su cui riflettere, sia a paragone

con il pubblico letterario in generale, sia a paragone con il pubblico fumettistico in particolare. Rispetto al pubblico letterario, la spinta all'allargamento dei circuiti di comunicazione alfabetica è poderosa, tanto più perché il codice alfabetico è integrato con il codice visuale di più immediata accessibilità. Rispetto al pubblico fumettistico dei decenni precedenti, d'altra parte, interviene uno snodo decisivo nell'articolazione anagrafica e socioculturale dell'offerta di lettura.

Sin lì prodotto per adolescenti maschi, di discreta istruzione e possibilità economiche in proporzione all'età, perlopiù appartenenti alla borghesia e piccola borghesia urbane, il fumetto italiano, nella sua nuova declinazione rosa, riesce anche a sollecitare l'interesse e l'ingresso nella storia della cultura nazionale di cospicue coorti di giovani donne che ne sarebbero rimaste altrimenti escluse, per ragioni sociopolitiche e di politica culturale. Beninteso anche le assai meno numerose coorti femminili di condizione abbiente hanno modo di beneficiare della proposta di lettura avanzata da *Grand Hôtel*, e certamente anche a loro compete per tal via il tentativo di sottrarsi ai modelli maschili invasi nelle pratiche culturali di tipo più o meno elitario. Bisognerà aggiungere che gli stessi lettori maschili possono attingere in *Grand Hôtel* occasioni di confronto con l'universo femminile non scontate, nella cornice di costume coeva.

Non che il romanzo rosa a fumetti sia pensato da donne (tanto meno da donne del popolo) per le donne, come si vedrà, ma il fatto che le donne sono identificate come soggetto portatore di specifiche esigenze estetiche, o al limite come target commerciale titolare di una domanda legittima e peculiare, comporta una ridefinizione degli spazi pubblici della produzione e della lettura. Non si tratta di una novità assoluta: un avanzamento in tal senso era stato operato già dalle riviste d'anteguerra, dedite soprattutto alla moda, ma anche di ispirazione religiosa oppure fascista (*Lidel*, *Dea*, *La donna*, *Fantasia d'Italia*; *La piccola italiana*, *Alba*, *Fiamma viva*). E i periodici fumettistici rivolti prevalentemente a un pubblico infantile, a partire perlomeno dal *Corriere dei Piccoli*, ammettevano senz'altro fra i propri destinatari una componente di lettrici.

Allora l'aspetto più qualificante dei romanzi di *Grand Hôtel* risiede, sulla base di una confezione editoriale decisamente economica, nell'abbinamento del modo narrativo e del codice visuale disegnato in

funzione di un orizzonte di massa, inclusivo delle lettrici e potenziali lettrici di estrazione popolare, di una fascia d'età compresa in particolare tra la giovinezza adolescenziale e la prima adultità. Il rischio di ghetizzazione culturale è dietro l'angolo, certo, accanto al rischio di subire l'impartizione di modelli comportamentali retrivi e subalterni (Spinazzola 1997). Eppure, l'emersione dal sostrato indifferenziato dell'incultura è un passaggio che presenta, per la componente preponderante del pubblico femminile, probabilmente più potenzialità di riscatto che minacce di rinnovato inquadramento nelle strutture patriarcali dei rapporti intersoggettivi.

Per altro verso, la novità costituita dal romanzo rosa disegnato del dopoguerra, posta di fronte all'articolazione in generi dell'offerta fumettistica degli anni Trenta, è da correlare con l'espansione del pub-



Fig. 1 | G. Bertolotti, "Cenerentola 900", copertina di *Grand Hôtel*, IV:141, 5 marzo 1949.

blico in termini numerici e con la sua stratificazione in termini anagrafico-sociali. Nell'anteguerra le riviste degli editori Nerbini, Vecchi, Mondadori-Disney e degli stessi fratelli Del Duca, insieme con i giornali di Rizzoli, prospettavano un immaginario a fumetti dominato dall'avventura e dall'umorismo. La prima e vera novità del dopoguerra in campo fumettistico è rappresentata proprio dal rosa a fumetti dell'Editoriale Universo.

Tale novità porta con sé, mentre il diritto di voto è riconosciuto anche alle elettrici, l'opportunità di ripensare l'immaginario sentimentale forgiato da Liala nel decennio precedente ed estenderne le risultanze a un pubblico meno acculturato ma ancora più cospicuo, e inoltre dotato di un'esperienza storica più sofferta, resa in qualche modo più avvertita dalla pur faticosa transizione a un quadro politico democratico [Fig. 1].

### Un processo di convergenza culturale predigitale

Nel fumetto rosa di *Grand Hôtel* opera per così dire un processo di rimediazione (Bolter, Grusin 1999) e convergenza culturale (Jenkins 2006) predigitale, condotto con i mezzi del fumetto e della carta stampata. L'obiettivo è rifare il cinema con la strumentazione del fumetto, dopo che la strada per una simile sperimentazione è stata spianata dai generi misti a stampa, cine-racconto e *novelization* cine-testuale, di pochi anni precedenti (De Berti 2000; 2004; Morreale 2007). Ma così succede che il fumetto diventi altro da ciò che era stato nel corso degli anni Trenta, su riviste come *Jumbo*, *L'Avventuroso*, *Il Vittorioso*. Sulla spinta dell'immaginazione melodrammatica alimentata da Hollywood e dal cinema comico-sentimentale di provenienza italiana (Cardone 2004; De Berti 2007), e senza dimenticare la lezione del romanzo rosa (para) letterario e del *feuilleton* ottocentesco (Abruzzese 2007), il fumetto diventa un prodotto per adulti, in particolare per giovani donne adulte. È ciò che il fumetto non è mai stato sin lì in Italia e probabilmente neanche altrove.

L'offerta editoriale similare promossa in Francia da Cino Del Duca, con la fondazione del settimanale (dapprima bimestrale) *Nous deux*, prende piede proprio dalla traduzione e l'adattamento dei romanzi a fumetti di *Grand Hôtel* il 14 maggio 1947 (Giet 1997; Baetens 2017). In ambito statunitense e anglosas-

sone, il *romance comics* inaugurato da Joe Simon e Jack Kirby nel mensile (in origine bimestrale) *Young Romance*, delle Crestwood Publications, data al settembre-ottobre 1947 (Nolan 2008). La fortuna del *romance comics*, che si allarga con un numero cospicuo di comic book pubblicati fra gli altri da Fox Feature Syndicate e Timely Comics, si spiega anche in ragione della maggiore omogeneità di questo nuovo genere rispetto alle estetiche e pratiche culturali del fumetto nordamericano. Con *Grand Hôtel*, invece, lo sforzo di individuare un orizzonte di destinazione diverso e ulteriore rispetto a quello, prevalentemente maschile e adolescenziale, coltivato nel contesto italiano d'anteguerra, induce il fumetto a rinnovare le proprie risorse attraverso l'accostamento al romanzo popolare otto-novecentesco, al romanzo rosa letterario più recente e alla cultura visuale cinematografica.

I modelli letterari e i classici della letteratura non mancano tra le matrici del romanzo rosa a fumetti. È vero anche che il cinema si viene appropriando di modelli letterari nel tempo stesso in cui fornisce ispirazione al fumetto rosa di *Grand Hôtel*. Rifacendo a suo modo il cinema, il fumetto rosa riconduce alla carta stampata, resi più essenziali e funzionali alla duplice espressione verbo-visiva in contesto tipografico, quei modelli letterari di cui il cinema è intriso. La rimediazione (spesso di segno duplice, cinematografico-romanzesco) rafforza le tensioni unificanti dell'immaginario mediatico e assolve a scopi di alfabetizzazione culturale e narrativa. Secondo la prospettiva di Francesco Pitassio (2019), ci troviamo qui immersi nella cultura visuale di cui si nutre e con cui si confronta lo stesso neorealismo cinematografico più rinomato, fatta di paratestualità cartellonistica, divistica, promozionale, propensa a intrecciare le storie di "vita vissuta" con la mitografia di celluloidi.

Sotto questa luce, occorre prestare attenzione alla dimensione partecipativa della rivista, che non orienta la relazione con il pubblico in termini di univoco intrattenimento voluttuario, bensì ambisce a declinare tale relazione secondo una componente didascalica non paternalistica, ma di cordiale confronto. I processi di interazione assidua con il pubblico e la funzione modellizzante della lettrice ideale evocata dalla rivista si svolgono soprattutto attraverso le rubriche della posta: "Bureau" di Francis, cioè del direttore Francesco Matteo Macciò, e "Filo d'oro" oppure

“Hall” di Wanda Bontà, che registrano interventi di lettrici e lettori di varia provenienza e di connotazione interclassista.

La patina della riscrittura brillante, esercitata dai redattori sulla corrispondenza con il pubblico, e la rinominazione galante o patetica, assegnata alle lettrici e ai lettori corrispondenti, rilevano nell’orizzonte di destinazione la presenza di interlocutrici colte e dedite a percorsi di formazione superiore o terziaria, così come rilevano una significativa presenza maschile e la partecipazione della famiglia (madri, nonne e anche qualche padre) alle vicissitudini sentimentali dei giovani. Che tutto ciò rispecchi la composizione effettiva del pubblico reale o piuttosto l’aspirazione della redazione e della proprietà a interagire con un pubblico qualificato proprio in quei termini, non fa troppa differenza rispetto alla funzione esemplare e al patto di lettura che il modello di pubblico tratteggiato dalla posta e dai testi redazionali esercita verso la restante parte dei lettori reali. Il pubblico è inoltre sollecitato, mediante appositi annunci posti in evidenza dal giornale, a inviare contributi narrativi di “Vicende vissute” (esenti da plagio): così suona il nome di una rubrica che si viene colmando di contenuti recanti il sapore della confidenza autobiografica e della cronaca inedita degli affari privati delle italiane, situati al delicato crocevia tra intimismo riflessivo e denuncia sociale.

Accanto a lettrici e lettori colti, bisogna supporre, date le tirature di successo, un nucleo di pubblico popolare che possa ricavare dai fumetti di *Grand Hôtel* non solo occasione di intrattenimento, ma anche occasione di esercizio delle competenze alfabetiche più elementari. Nel corso degli anni Sessanta, l’apparato pubblicitario della rivista suggerisce come l’interesse di lettura rivolto verso le questioni di cuore possa abbinarsi certamente a prodotti e servizi volti a promuovere la gradevolezza della persona fisica nella vita di relazione, e addirittura a pubblicazioni divulgative di ambito sessuologico. Ciò trova senz’altro ispirazione nelle significative ricadute commerciali del movente pruriginoso: è nondimeno indice di un’apertura morale e culturale che urta aspramente con l’*ethos* bacchettone dell’Italia ufficiale.

A tutte le lettrici e i lettori, sia colti sia semicolti, compete in effetti sin dal principio delle pubblicazioni l’opportunità di desumere dalle pagine a fumetti di *Grand Hôtel* modelli di comportamento e percorsi di educazione sentimentale che possano superare i

vincoli più gretti e stringenti del conformismo tradizionalista, di marca confessionale e patriarcale, pur senza rischiare di stravolgere il sistema delle relazioni esistenti tra uomini e donne, nonché tra le diverse classi sociali. A delinearsi attraverso la casistica romanzesca illustrata dal settimanale è un modello di vita moderatamente emancipato, a base urbano-industriale, incentrato sulla onestà e autenticità dei sentimenti amorosi, che le traversie del destino possono esporre a imprevisti e ostacoli temibili ma da ultimo non possono conculcare. “*Omnia vincit amor*” è la conclusione cui lietamente si perviene, ma prima di giungere a un simile esito il pubblico è chiamato a partecipare alle traversie, agli equivoci, alle mortificazioni che l’istanza sentimentale più pura deve affrontare per poter essere riconosciuta e conseguire il meritato idillio.

In tutto ciò non poca parte hanno le complicazioni derivanti dal tramestio sociale o addirittura dalla baraonda storica, nel cui alveo sono incubate le istanze sentimentali individuali più genuine. I panorami di esotismo sociale di marca aristocratica hanno un ruolo rilevante nell’alimentare di straordinarietà fiabesca i meccanismi di identificazione innescati nei confronti delle protagoniste. Ma quanto più elevata è la condizione sociale di partenza, tanto più spaventevoli risultano i disconoscimenti avventurosi, gli sbalzi disgraziati e lacrimevoli, a cui quella condizione è esposta.

Del resto, il profilo ideologico-sociale della giovane piccoloborghese, ugualmente esposta ai travagli del disonore e della miseria accidentale, è ben attestato nella serie fumettistica. Il moto psicosociale ascendente di immedesimazione con le protagoniste aristocratiche, supportato da forte leva immaginosa, appare complementare al moto di equiparazione analogica a cui le lettrici sono indotte dai personaggi femminili che offrono maggiori tratti di vicinanza e riconoscibilità realistica. Essenziale è che la variazione dei paesaggi sociali e geografici d’ambientazione possa riconfermare, insieme con la variazione eccitante delle complicazioni avventurose, la medesima legge universale, intrinsecamente ugualitaria, del sentimento.

I precedenti cinematografici sottesi a una simile modellistica provengono dalla commedia sentimentale sia italiana sia statunitense degli anni Trenta, dai “*woman’s film*” (Haskell 1979) e poi dal *mélo* degli anni

Cinquanta (Morreale 2011), ma soprattutto dal “neorealismo d’appendice” del dopoguerra (Aprà, Carabba 1976). Tra i contributi filmici di cui risente il romanzo rosa a fumetti, possono essere richiamati, per esempio, alcuni lavori degli anni Quaranta di Raffaello Matarazzo, Carlo Campogalliani, Giacomo Gentilomo, Mario Camerini: rispettivamente, *Trappola d’amore* (1940), *Cuori nella tempesta* (1940), *In cerca di felicità* (1943), *T’amerò sempre* (1943). Sul versante americano, potranno essere evocati gli echi di *Sylvia Scarlett* (1935) e *Holiday* (1938) di George Cukor, *Gone with the Wind* di Victor Fleming (1939), *Only Angels Have Wings* di Howard Hawks (1939), *The Shop Around the Corner* di Ernst Lubitsch (1940), *Grand Hotel* di Edmund Goulding (1932), le cui origini risalgono al romanzo di Vicki Baum *Menschen im Hotel* (1929). Ma l’impianto distintivo delle trame e dei caratteri riporta fondamentalmente, al di là dei contesti perlopiù attualizzanti, ai contrasti passionali e alle fatali necessità proprie del *feuilleton*.

#### La serie fumettistica innervata entro la serie periodica

Per quanto concerne la modulazione della serie fumettistica entro la serie periodica, bisogna osservare che prevale la formula del “romanzo” a puntate (“romanzo per immagini” è l’autodefinizione ricorrente nella rivista), che prevede l’aggiornamento e l’estensione al fumetto dello sperimentato modello d’appendice. Tre tavole per numero condensano il singolo episodio romanzesco: sembrano poche, ma nell’arco di tre tavole può succedere davvero di tutto e il suo contrario. Almeno due romanzi disegnati sino all’inizio degli anni Sessanta sono compresenti in ogni copia del settimanale. Gli episodi complessivi di un romanzo si contano fino a più di 20 o 30: il singolo episodio è denso, ma l’arcatura generale è estesa. Fino ai primi anni Cinquanta la metà di ogni numero del settimanale è a fumetti. La dimensione visuale si allarga in ogni fascicolo assai al di fuori del fumetto. Le illustrazioni, disegnate o fotografiche, accompagnano i testi letterari e campeggiano sulla copertina, rigorosamente disegnata (o meglio dipinta) per mano dei maggiori maestri tra coloro che si occupano di disegnare i romanzi per immagini: perlopiù Walter Molino (Sten) e Giulio Bertolotti.

L’insieme della produzione fumettistica di *Grand*

*Hôtel* assomma a 74 “romanzi per immagini” acquerellati a mezzatinta, pubblicati dal 1946 al 1970 (Bono 2015). Il romanzo rosa a fumetti domina nella rivista fino al 1953 all’incirca, in seguito convive con il prevalente fotoromanzo. In effetti sulle pagine del settimanale, in ogni numero, si ritrovano almeno tre romanzi disegnati in contemporanea fino al 1948 (nei nn. 26-27, 30-31, 56-58, 61-62, 94, 97-104) e poi nel periodo 1951-’53 (nei nn. 142, 210, 255, 284-358). Nella fase più matura della rivista, tra il 1961 e il 1970 (nn. 741-1228), viene edito un romanzo disegnato per volta su ogni numero, salvo la compresenza del finale di uno con l’esordio dell’altro nel periodo 1964-’69 (nn. 945-1217).

L’attestazione regolare dei romanzi disegnati persiste anche quando cresce l’offerta di fotoromanzi e cresce la foliazione della rivista, che arriva fino a 80 pagine nel 1968. Se la Casa Editrice Universo aveva maturato capitali per allestire plurimi set di produzione fotoromanzesca, la formula originaria del romanzo disegnato è mantenuta perché si riconferma una formula apprezzata dal pubblico, assicura continuità produttiva e di relazioni con gli autori, consente di variare l’offerta di intrattenimento a fronte di investimenti relativamente contenuti, e dopotutto salvaguarda margini di libertà e plasticità creativa che la composizione fotoromanzesca è meno propensa a coltivare.

I primi 19 romanzi a fumetti, fino al 1953, si articolano in una serie relativamente più consistente di episodi, rispetto a quanto avviene successivamente: dai 27 episodi de *Le lagrime d’oro* (1946-’47) ai 53 episodi di *Amore senza domani* o del *Cavaliere del cielo* (1948-’49). Ben 12 romanzi su quei primi 19 si articolano in più di 40 episodi ciascuno. I romanzi successivi sono costituiti di serie tendenzialmente decrescenti di episodi: oscillano infatti tra il minimo di 15 episodi di *Felicità contesa* (1955-’56) e il massimo di 35 episodi della *Fidanzata dell’alfiere* (1954-’55). Nella maggior parte dei casi, tra gli anni Cinquanta e gli anni Sessanta, essi si attestano intorno ai 25 episodi: un ordine di grandezza tutt’altro che breve, che risulta in una estensione complessiva della singola opera per oltre una settantina di tavole disegnate e in cui si rispecchia legittimamente, per ampiezza strutturale e in qualche caso per complicazione narrativa, la definizione di “romanzo per immagini”.

Il termine chiave “romanzo” applicato al racconto

per parole e figure, volto a denotare una fase di maturazione importante della narrazione a fumetti, entra in circolazione, come si vede, ben prima che la questione del *graphic novel* sia tematizzata oltreoceano a proposito del fumetto autoriale più consistente e impegnato sul piano compositivo. Con il romanzo a fumetti di *Grand Hôtel* ci muoviamo, sin dai tardi anni Quaranta, davvero entro il medesimo ordine di problemi che la pubblicistica, la critica e l'editoria avrebbero più diffusamente associato alla questione del *graphic novel* solo qualche decennio dopo.

L'espressione adottata per circoscrivere o quanto meno evocare tale ordine di problemi, "romanzo per immagini" appunto, è proprio un equivalente *ante litteram* di *graphic novel*, senonché l'articolazione del sistema socioculturale e lo stesso grado di sviluppo del medium fumetto risultavano ancora sfavorevoli a una svolta concettuale e organizzativa come quella che sarebbe potuta maturare nell'ultimo ventennio del Novecento e affermarsi definitivamente, perlomeno in Italia, solo con il nuovo secolo, proprio sotto la denominazione di *graphic novel*.

Baetens (2017) ritiene anacronistico l'accostamento del romanzo rosa a fumetti al *graphic novel*; certamente sono escluse continuità dirette tra i singoli autori e lettori interessati, certamente i presupposti storico-sociali sono diversi, ma sul piano della storicità delle forme e delle potenzialità espressive del medium fumetto hanno una rilevanza oggettiva nella questione sia la corposità romanzesca del rosa a fumetti, sia il suo rivolgersi a un pubblico adulto, sia la sua propensione ad affrontare tematiche serie, prevalentemente sentimentali, in tono drammaticizzante. Sono tutti fattori che si ritrovano nel *graphic novel*, in particolare nel cospicuo settore del *graphic novel* contemporaneo che presenta una dominante di genere sentimentale, anche se il rosa a fumetti non è ancora chiaramente *graphic novel*, né ai tempi del rosa a fumetti esiste un dibattito critico-teorico come quello che accompagna la codifica estetica del *graphic novel*.

Che le pubblicazioni a puntate dei romanzi a fumetti di *Grand Hôtel* tendano al respiro romanzesco, letterariamente inteso, si desume anche dalla rinnovata esistenza editoriale che esse conseguono attraverso la raccolta e la riproposizione in veste di opere integrali autonome. La ripubblicazione in raccolta o in volume o in consistente fascicolo monografico è cer-

tamente una pratica editoriale diffusa anche a proposito di generi narrativi che non mirano all'ampiezza del romanzo; ma nel caso del romanzo, e stavolta anche del romanzo a fumetti, la misura della pubblicazione in fascicolo autonomo e la struttura della composizione risultano singolarmente convergenti.

A distanza di tre anni dalla prima apparizione episodica nel settimanale, i romanzi di *Grand Hôtel* alimentano l'allestimento di fascicoli monografici spillati, di carta lucida e di superficie ridotta rispetto alla rivista. Sono così radunati e allineati in narrazione continua, talora ricorrendo a necessarie seppur limitate manovre di rimontaggio grafico, gli episodi romanzeschi già pubblicati secondo scansione periodica. Accanto a essi, pochi pezzi di costume e poche pagine letterarie, poi anche qualche vignetta umoristica o gioco enigmistico, infine fotografie di moda e correlati testi promozionali consentono di sfruttare compiutamente la foliazione dei fascicoli (nel corso degli anni Sessanta e oltre, il singolo fascicolo, di formato cm 26,4x20,6, è regolarmente costituito di 64 pagine più le quattro di copertina). La collana che deriva dalle riedizioni monografiche dei romanzi, intitolata *I romanzi di Grand Hôtel*, consta di 211 numeri, pubblicati in 26 anni, a partire dal settembre 1949 fino al 1973. Anche nella collana, come già nel settimanale, i romanzi a fumetti fanno da battistrada e convivono con i fotoromanzi. A dispetto del profilo multiforme delle pubblicazioni, la denominazione di "romanzo" è tatticamente rilanciata dall'editore proprio nel passaggio dall'una all'altra conformazione del prodotto a stampa.

#### La prevalenza dell'autorialità maschile nell'apparato produttivo

I talenti artistici impiegati nel romanzo rosa a fumetti sono anzitutto quelli di Walter Molino (attivo anche con lo pseudonimo di J.W. Symes oppure di Sten), autore di 20 romanzi nel periodo 1946-'58. Giulio Bertolletti è autore di 11 romanzi (10 disegnati e 1 scritto) nel periodo 1946-'53 e nel 1964. Aldo Torchio è il collaboratore più assiduo di *Grand Hôtel*, responsabile di 30 romanzi, nel ventennio 1951-'70. Altri nomi notevoli, tra gli autori, sono quelli di Alvaro Mairani, titolare di 3 romanzi nel periodo 1951-'54, e Gino Pallotti, titolare di 11 romanzi negli anni 1958-'63.

La dimensione visuale del racconto si pone com-

pletamente sotto la responsabilità maschile, il che ha pure la sua incidenza nell'elaborazione di un immaginario estetico e di una galleria fisionomica che si rifanno certamente dappresso all'offerta cinematografica statunitense e italiana. Lo sguardo maschile dei disegnatori agisce in particolare nel conferire ai volti e alle posture femminili fremiti di sensualità che sembrano combinarsi con qualche fatica alla norma di pudore e castigatezza offerta, attraverso le vicende e i discorsi, alla contemplazione del pubblico femminile.

I nomi degli sceneggiatori, una ventina, sono più numerosi di quelli dei disegnatori. Le donne godono tra di essi di una certa rappresentanza, anche se non rivestono una parte maggioritaria. Dalle parvenze degli pseudonimi, che spesseggiano, presso gli sceneggiatori si mostra più ambiguo, rispetto al comparto grafico, l'atteggiamento assunto nei riguardi del ruolo autoriale e delle responsabilità ideative ed etiche della scrittura. Sembra quasi che un riflesso del pregiudizio ostile al rosa s'insinui nella coscienza stessa degli autori dei testi, inclini a mascherare dietro la tinta americanizzante del proprio nome d'arte l'assunzione dell'impegno creativo in un settore che, giudicato non letterario ma tutt'al più paraletterario, non gode della minima legittimazione critica.

Al direttore della rivista Francesco Matteo Macciò, sotto lo pseudonimo di M. Dukey, si possono riportare 3 romanzi, apparsi nel biennio 1946-'47. Il nome più ricorrente nel ruolo di sceneggiatore è quello che varia tra le forme "M. Montemaio", "M. Montemajo" e "M. Montemajor", associato alla composizione di 19 romanzi nel periodo 1947-'59. I nomi esplicitamente femminili sono i seguenti: Elisa Trapani, autrice di 1 romanzo nel 1946-'47; Eliana Onda, autrice di 2 romanzi nel periodo 1947-'52; Elen o Eleonora Moj, a cui si devono 3 romanzi nel periodo 1948-'51; infine Lia Ramon, che realizza un romanzo nel biennio 1951-'52. La riservatezza che si manifesta nella lettera iniziale puntata non consente talvolta neppure di ipotizzare la connotazione maschile o femminile dell'onomastica autoriale (G. Merin, M. Maffay, A. Marin, V. Gino, G. Ray, W. Rolly, tutti autori rispettivamente di un romanzo nel periodo 1952-'56, accanto a Lewis O'Grady, autore a sua volta di un titolo nel 1959-'60).

In molti casi la notorietà, se così si può definire, di simili nomi è strettamente legata alla produzione di *Grand Hôtel*. Le sigle onomastiche che ritornano più

volte sono quelle di M. Esteva (2 titoli nel 1953-'54), Walter Day (5 titoli negli anni 1950-'57), M.T. Mims (da identificare con lo stesso Domenico Del Duca, autore di 3 romanzi negli anni 1957-'59), L. Gins (5 titoli negli anni 1959-'64). Gli pseudonimi riconducibili più sicuramente a un equivalente anagrafico sono quelli attivi e prolifici negli anni Sessanta: A. Mank, vale a dire Antonino Mancuso, autore di 4 romanzi nel periodo 1960-'63; L. Grek, cioè Luigi Grecchi, autore di 4 romanzi tra 1960 e '64; e S.H. Reel, ossia Angelo Saccarello, a cui si devono 12 romanzi pubblicati negli anni 1964-'70. Anche tali pseudonimi, malgrado il debito macaronico contratto con l'anagrafe, confermano l'orientamento anglicizzante rivestito dalla "funzione autore" nel patto di lettura romanzesco inaugurato dai fumetti di Grand Hôtel sin dalla fondazione: accanto alle fortune dell'americanismo politico, essi attestano l'eco della produzione cinematografica, in buona parte statunitense, a cui i "romanzi per immagini" sono geneticamente affratellati.

#### Il dinamismo compositivo dell'assetto grafico

Sul piano grafico-visuale, il romanzo rosa per immagini dimette la stilizzazione propria dell'attività fumettistica d'anteguerra per adottare tratti di simulazione fotografica naturalistica. Il virtuosismo pittorico dei disegnatori si applica a una resa minuta e lumeggiata dei volti, degli abiti, degli accessori di cui i personaggi sono forniti. La gradazione luministica della mezzatinta è lo strumento principale utilizzato per replicare sulla pagina stampata gli effetti fotografici del cinema in bianco e nero. I giochi di contrasto e di chiaroscuro possono apparire marcati e sofisticati; concorrono in genere a conferire la massima enfasi alle espressioni dei volti e delle mani, in cui si concentrano le aree più chiare e più nettamente demarcate dei corpi messi in scena.

Le tinte nere e grigie più dense coprono viceversa le aree immediatamente circostanti i volti, così da generare una sorta di effetto cornice e incentivare la messa in rilievo delle sedi corporee più sovraccariche di significati affettivi. Al contrario le fasce di contorno, che valgono a tratteggiare gli ambienti di scena, appaiono meno nitidamente articolate, e l'intensità dei grigi di cui sono occupate viene allentandosi via via che l'occhio del lettore procede verso i margini della vignetta.

L'assetto visuale del romanzo rosa a fumetti viene elaborato da Walter Molino e da Giulio Bertoletti, a cui gli altri artisti volentieri si adeguano. Gli stessi Molino e Bertoletti non puntano a connotare in chiave personalistica l'alfabeto grafico che si ritrovano a condividere. La mano dell'uno si distingue ad ogni modo da quella dell'altro; il disegno di Molino si presenta più nitidamente definito rispetto a quello di Bertoletti, la componente grafica tende in esso a prevalere sulla funzione pseudo-cromatica della china. Bertoletti invece predilige le macchie di china dai contorni più sfumati, a tratti quasi vaporosi, per costruire membra e modellato, ma tende comunque a coltivare l'adesione al paradigma comune nella generale impostazione della prospettiva e delle scene.

La costruzione delle tavole è uno degli aspetti in cui il linguaggio grafico di *Grand Hôtel* mostra la propria originalità. La distinzione in strisce e colonne propria della narrazione fumettistica tradizionale, che si sarebbe ritrovata nelle immagini quadrangolari del fotoromanzo, viene quasi obliterata a favore di una riorganizzazione obliqua e mossa della pagina. La stasi tendenziale delle scene di dialogo, attraverso cui si snoda la vicenda, viene messa in discussione dal reticolo vignettistico curvilineo e irregolare escogitato da Molino, propenso a suddividere in modo asimmetrico le diverse unità compositive visuali. La tavola appare articolata occasionalmente in poligoni irregolari oppure si impenna su vignette circolari, di gusto ostentatamente cinematografico, capaci di movimentare la distribuzione grafica delle vignette collocate all'intorno quasi come un instabile centro di gravità, un focus di aggregazione e disaggregazione reiterata.

Allo standard grafico condiviso dai disegnatori riconduce la ricercatezza di corpi scultorei e di visi armonicamente simmetrici, indispensabile a dotare i protagonisti di capacità di richiamo e di seduzione irresistibile. Qui vibra la risonanza maggiore del fumetto rosa rispetto ai modelli cinematografici rievocati, perché la bellezza idealizzata dei protagonisti rimanda letteralmente ai volti delle dive e dei divi proiettati sul grande schermo e riecheggianti nelle sue espansioni tipografiche e fotografiche. Ci troviamo alle prese con il paradosso per cui i personaggi del fumetto possano apparire più "veri" perché ricalcano i tratti degli interpreti "veri" dello spettacolo cinematografico: da Rita Hayworth a Katharine Hepburn a Gina Lollobrigida



Fig. 2 | M. Montemajor, M. Dukey, J.M. Symes, "L'ombra sul cuore", in *Grand Hôtel*, II:33, 7 marzo 1947.

(che esordisce tra l'altro nell'ambito del fotoromanzo), da Clark Gable ad Amedeo Nazzari a Massimo Girotti. L'ideale di bellezza così ostentato trova complemento nella fisionomia più varia dei caratteri comprimari. Talvolta la dubbia affidabilità di qualche personaggio antagonista o oppositore si estroflette in una grinta grottesca, da cui può dipendere l'ulteriore accidentato sviluppo della trama. La disarmonia fisionomica del (o della) guastafeste, allora, vale anche a introdurre tonalità di registro comicamente ambiguo, accanto alla prevalente drammatizzazione eroizzante che viene sostenuta dai protagonisti amorosi [Fig. 2].

### L'estroversione avventurosa dello slancio sentimentale

A dispetto della idealizzazione e dell'ostentazione estetica a cui sono soggetti i corpi femminili, i fatto-

ri ricorrenti su cui si regge la sceneggiatura dei casi raccontati sono l'attivismo e l'intraprendenza delle protagoniste. Esse sono orientate verso lo slancio amoroso, identificato immediatamente come bersaglio grosso a cui puntare, oppure verso il sacrificio e l'onesta dissimulazione, obiettivo intermedio e pur sempre funzionale all'esaltazione amorosa, che tuttavia le circostanze richiedono di differire e di deviare temporaneamente, per salvaguardare l'onore di qualche amica o di qualche parente stretto: è quanto succede, per esempio, in *Angeli nella bufera*, nel rapporto tra Ellida e Corinna, imperniato sulla sostituzione protettiva e sulla supplenza materna, oppure nell'*Ombra sul cuore*, dove la virtù filiale di Mariuccia, travisata e incompresa dallo stesso innamorato Alvaro Ferri, pur la sorregge fino alla riconquista del suo amore.

Spazio consistente è riservato agli assilli e ai dilemmi affettivi, che perlopiù si estrovertono nei contrasti dell'azione e nei mutamenti necessitati di scenario, ma occasionalmente possono dar luogo a singolari forme di psico-narrazione drammatizzata, come nelle vignette di *Amore senza domani* in cui il personaggio di Margaret si sdoppia per via onirico-allucinatoria e intraprende una sorta di impietoso esame di coscienza [Fig. 3]. La composità esteriore delle vicissitudini, nel romanzo rosa a fumetti, si manifesta attraverso matrimoni concorrenziali inattesi, divorzi necessari, gravidanze prematrimoniali non pianifica-



Fig. 3 | M. Montemaio, J.W. Symes, "Amore senza domani", *Grand Hôtel*, IV:148, 23 aprile 1949.

te: evoca insomma una gamma di tensioni e relazioni interpersonali che perlopiù esulano dalla morale invalsa e dal quadro dei comportamenti ritenuti leciti presso la società italiana coeva.

La stilizzazione melodrammatica dell'intreccio porta con sé, paradossalmente, elementi di inedito sapore realistico nella rappresentazione dei tormenti domestici e della conflittualità di origine erotico-affettiva. Per giunta, la purezza di sentimento, quando si accompagna alla passione, prevede anche momenti di intemperanza che possono sfociare nel brivido sensuale del contatto epidermico proibito o del bacio a sorpresa. L'interrogazione affettiva condotta nell'intimità della coscienza non è esente, insomma, da cortocircuiti carnali che possono determinare ripercussioni inattese sullo sviluppo della trama.

La necessità di rinfocolare gli effetti di tensione patetica sospensiva e deviazione sorprendente dell'intreccio fa leva spesso e volentieri sui meccanismi dell'agnizione o della mancata o differita agnizione, sulle coincidenze più vertiginose che determinano ritorni e incontri lungo le piste tragiche e imprevedibili della Storia, come succede verso il finale di *Anime incatenate*, quando la profuga sposa in bianco Flora può ritrovare il proprio Giorgio nel paese sulle sponde dell'Adda dove è riparata con il figlioletto in tempo di guerra, e lo ritrova giusto perché, paracadutato in azione, è stato fatto prigioniero dai nazifascisti. Le circostanze potrebbero precipitare nella mala sorte più disgraziata per i promessi innamorati, senonché ci troviamo alla vigilia del 25 aprile 1945 e l'insurrezione partigiana conduce finalmente alla liberazione dell'amato Giorgio e al coronamento dell'unione amorosa, che gli accidenti bellici avevano rischiato di risolvere definitivamente.

È una sorta di estroversione avventurosa del sentimentalismo ciò che qualifica i romanzi a fumetti di *Grand Hôtel*. La ricerca amorosa non si trattiene negli ambiti riservati dell'idoleggiamento interiore, o nella sfera di costume omologa all'estrazione della protagonista, ma si proietta sulla scena sociale tendenzialmente più chiaroscurata e sul teatro contristato della guerra. Le protagoniste si cimentano ardentemente con gli imprevisti dei rivolgimenti collettivi e sanno muoversi sugli scenari grandiosi di eventi pubblici memorabili. Non comporta sostanziali differenze che ciò sia proiettato sugli orizzonti esotici più remoti, di gusto coloniale e aristocratico, come sono trat-

teggiate per esempio dalle *Lagrime d'oro*, o avvenga in corrispondenza dei capovolgimenti di fronte occorsi durante la Seconda guerra mondiale, come attesta *Anime incatenate*, riattivando le recenti memorie delle tragedie belliche vissute dalla cittadinanza.

Le coloriture dell'avventura possono assumere il sapore del racconto di guerra contemporaneo, dell'intrigo spionistico, del dramma processuale, ovvero della missione diplomatica o del conflitto civile in terra tropicale. I contrasti innescati dalla ricerca amorosa, sul piano delle relazioni interpersonali, si arroventano al fuoco degli scontri di ordine storico collettivo. L'enfasi dell'incertezza amorosa si amplifica nel cerchio dei disordini di portata generale che incombono sulla vita associata. Per simili ragioni, è il romanzo rosa a fumetti, anziché il fotoromanzo, la forma estetica che si offre come strumento potenzialmente più radicale per instradare la sensibilità della giovane generazione femminile del dopoguerra verso una diversa elaborazione del proprio ruolo di genere, sullo sfondo della vita civile. L'eredità della tradizione fumettistica avventurosa, incrociata con quella del sensazionalismo d'appendice e con la freschezza dell'immaginario cinematografico, nel fumetto rosa può garantire esiti di più robusta e ruspante drammatizzazione ai propri aneliti erotico-sentimentali, attraverso cui provare ad assegnare un senso nuovo all'essere donne e uomini, nel contesto della ricostruzione nazionale repubblicana.

## Bibliografia

- ABRUZZESE A. (2007), "Fotoromanzo", in ASOR ROSA A. (dir.), *Letteratura Italiana*, vol. 12, *L'età contemporanea. Letteratura di massa*, Gruppo Editoriale L'Espresso, Roma, pp. 406-431.
- APRÀ A., CARABBA C. (1976), *Neorealismo d'appendice. Per un dibattito sul cinema popolare: il caso Matarazzo*, Guaraldi, Rimini-Firenze.
- BAETENS J. (2014), "Il fotoromanzo: immagini di una storia", in *Ara-beschi*, 4, pp. 203-228.
- ID. (2017), "The Roman Dessiné: A Little-Known Genre", in GROVE L., SYROTINSKI M. (a cura di), *Bande dessinée. Thinking Outside the Boxes*, *Yale French Studies*, 131-132, pp. 65-83.
- ID. (2018), "The Postwar 'Drawn Novel'", in BAETENS J., FREY H., TABACHNICK S. E. (a cura di), *The Cambridge History of the Graphic Novel*, CUP, Cambridge.
- BAUM V. (1929), *Menschen im Hotel. Ein Kolportageroman mit Hintergründen*, Ullstein, Berlin.
- BOLTER J. D., GRUSIN R. (1999), *Remediation. Understanding new media*, MIT Press, Cambridge.
- BONIFAZIO P. (2020), *The Photoromance. A Feminist Reading of Popular Culture*, MIT Press, Boston.
- BONO G. (2015), "Grand Hôtel" [25/04/2015], in *Guida al fumetto italiano*, <https://www.guidafumettoitaliano.com/guida/testate/testata/3318/>. Visionato il 14/01/2025.
- BRAVO A. (2003), *Il fotoromanzo*, Il Mulino, Bologna.
- CARDONE L. (2004), *Con lo schermo nel cuore. "Grand Hôtel" e il cinema*, Edizioni ETS, Pisa.
- CECCHETTI V. (2011), *Generi della letteratura popolare: feuilleton, fascicoli, fotoromanzi in Italia dal 1870 ad oggi*, Tunuè, Latina.
- CURRERI L., DELVILLE M., PALUMBO G. (2021), *Tutto quello che non avreste mai voluto leggere – o rileggere – sul fotoromanzo. Una passeggiata*, Comma 22, Bologna.
- DE BERTI R. (2000), *Dallo schermo alla carta*, Vita e Pensiero, Milano.
- ID. (a cura di) (2004), *La novellizzazione in Italia. Cartoline, fumetto, romanzo, rotocalco, radio, televisione, Bianco e Nero*, LXV:548.
- ID. (a cura di) (2007), *Sophisticated comedy e cinema déco. Un genere e due declinazioni: Hollywood e l'Italia degli anni Trenta*, Cuem, Milano.
- DETTI E. (1990), *Le carte rosa. Storia del fotoromanzo e della narrativa popolare*, La Nuova Italia, Firenze.
- GIET S. (1997), *Nous deux 1947-1997. Apprendre la langue du coeur*, Peeters-Vrin, Leuven-Paris.
- HASKELL M. (1974), *From Reverence to Rape. The Treatment of Women in the Movies*, Holt, Rinehart and Winston, New York.
- JENKINS H. (2006), *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*, New York University Press, New York.
- MORREALE E. (a cura di) (2007), *Lo schermo di carta. Storia e storie dei cineromanzi*, Museo Nazionale del cinema di Torino-Il Castoro, Torino-Milano.
- ID. (2011), *Così piangevano. Il cinema mélo nell'Italia degli anni Cinquanta*, Donzelli, Roma.
- NOLAN M. (2008), *Love on the Racks. A History of American Romance Comics*, McFarland & Company, Jefferson (NC).
- PITASSIO F. (2019), *Neorealist Film Culture, 1945-1954*, Amsterdam UP, Amsterdam.
- SPINAZZOLA V. (1997), *L'immaginazione divertente*, Rizzoli, Milano.
- TURZIO S. (2019), *Il fotoromanzo. Metamorfosi delle storie lacrimevoli*, Meltemi, Milano.

# I nove dell'Orsa maggiore. La svolta giovane del cineromanzo

GABRIELE LANDRINI

Università degli studi di Bari "Aldo Moro"  
gabriele.landrini@uniba.it

doi: <https://doi.org/10.62336/unibg.eac.35.566>

## Parole chiave

Cineromanzo  
Orsa maggiore  
Periodical Studies  
Fotoromanzo  
Periodici

## Keywords

Cineromanzo  
Orsa maggiore  
Periodical Studies  
Fotoromanzo  
Periodicals

## Abstract

La pratica editoriale dei cineromanzi ha un'ampia diffusione sul territorio italiano all'inizio degli anni Cinquanta: fratelli minori dei più noti fotoromanzi, questi rotocalchi propongono ai lettori e alle lettrici trasposizioni a fumetti delle pellicole cinematografiche coeve, ricorrendo a fotogrammi e fotografie di scena. Nonostante gran parte dei cineromanzi di quel decennio si rivolgano a un pubblico femminile, promuovendo trasposizioni di film melodrammatici e sentimentali, alcune testate si differenziano tanto per i contenuti proposti, quanto per il pubblico di riferimento. Tra queste, un caso significativo è quello di *Orsa Maggiore. Fotosestimanale di film per la gioventù*. Il periodico, pubblicato per soli nove numeri tra aprile e giugno 1956, ha infatti il merito di ripensare il formato del cineromanzo, alla luce di un target giovane. Il presente saggio mira a riflettere sull'avventura editoriale di *Orsa Maggiore*, ponendo l'attenzione su tre aspetti: le politiche che guidano la selezione dei lungometraggi trasposti; le strategie di adattamento che guidano il passaggio dallo schermo alla carta; le rubriche di accompagnamento che, in una sorta di virtuale controcanto, offrono uno sguardo reale (o presunto tale) sul pubblico.

The editorial practice of the cineromanzi became widespread in Italy at the beginning of the 1950s: lesser siblings of the better known photoromanzi, these magazines offered readers comic-strip transpositions of contemporary films, using stills and still photographs. Although most of the cineromanzi of that decade are aimed at a female audience, promoting melodramatic and sentimental film transpositions, some magazines differ as much in the content they propose as in the target audience. Among these, a significant case is that of *Orsa Maggiore. Fotosestimanale di film per la gioventù*. The periodical, published for only nine issues between April and June 1956, has in fact the merit of rethinking the format of the cineromanzo, in the light of a young target audience. This essay aims to reflect on the publishing adventure of *Orsa Maggiore*, focusing on three aspects: the policies guiding the selection of the transposed feature films, the adaptation strategies guiding the transition from screen to paper, the accompanying columns which, in a sort of virtual counter-song, offer a real (or presumed real) look at the audience.

## I cineromanzi incontrano i giovani

Ancora pochi anni fa per fare un giornale per i giovani avremmo pensato a testi tutti scritti e illustrati nel tradizionale modo di tutte le pubblicazioni del genere, ma oggi, proprio sfogliando tutti i settimanali che vanno per la maggiore, ci siamo resi conto una volta di più che il vero "protagonista" della narrativa dei nostri tempi è... Il cinema (La Direzione 1956a: 10).

Con queste parole, la Direzione, probabilmente nella persona della direttrice Myriam De Bernart, presenta nel suo editoriale d'esordio *Orsa maggiore. Foto-settimanale di film per la gioventù*. Il primo numero, pubblicato il 14 aprile 1956 e venduto a dieci lire, si compone di circa venti pagine, che propongono la prima parte di alcune storie a fumetti fotografici tratte da altrettanti lungometraggi del tempo. Il fascicolo si apre con la trasposizione di *I cavalieri della tavola rotonda* (*Knights of the Round Table*) del 1953 di Richard Thorpe, le cui prime sei vignette sono pubblicate già in copertina. Seguono poi altri adattamenti foto-fumettistici, come quello di *La scarpetta di vetro* (*The Glass Slipper*), musical del 1955 di Charles Walters, o quello di *Cavalcata ad ovest* (*They Rode West*), western del 1954 di Phil Karlson. Questi lungometraggi a fumetti, che continuano anche nei numeri successivi, sono intervallati da alcune pagine riempitive, in cui si susseguono contenuti di attualità e di costume, incentrati ad esempio sullo sport, sulle curiosità dal mondo, sui quiz di enigmistica e sui concorsi, ma anche sull'immane piccola posta dei lettori e delle lettrici.

Fin da questo primo numero, *Orsa maggiore* aderisce pienamente alle logiche creative di un particolare formato editoriale in voga a metà Novecento, ovvero il cineromanzo. Con questa etichetta si vogliono identificare tutti quei periodici che propongono sulle proprie pagine adattamenti di lungometraggi coevi (chiamati a loro volta cineromanzi, o anche fotofilm), ricorrendo alla pratica del fumetto, ma sostituendo l'illustrazione disegnata con delle immagini fotografiche desunte dagli scatti di scena oppure dai fotogrammi della pellicola di riferimento.<sup>1</sup> Tra le risultanti forse più complesse e stratificate del cosiddetto *cinema di carta* (De Berti 2004; Autelitano, Re 2006; Ciccotti 2015), i cineromanzi sono protagonisti di una floridissima avventura editoriale che, tra alti e bassi,

abbraccia venticinque anni della storia della stampa cinematografica italiana. Fratelli minori dei più noti fotoromanzi (Bravo 2003; Cardone 2004; Curreri, Delville, Palumbo 2021) e discendenti dei cineracconti di eco letterario (De Berti 2000; 2007), a cui spesso sono esplicitamente associati (Alovisio 2007b; Bonifazio 2020), questi periodici possono essere eletti a fonte privilegiata per comprendere l'evoluzione dell'editoria popolare a tema cinematografico, come attestano varie ricerche a essi dedicate nel corso degli ultimi due decenni (Morreale 2007; Maina 2018; Baetens 2019; Landrini 2022).

Come recentemente sistematizzato (Landrini 2022: 72-98), la lunga vita del cineromanzo è tutt'altro che lineare, e segnata più di molti altri formati editoriali dall'evoluzione del gusto cinematografico. Un primo momento d'oro, coincidente con quasi tutti gli anni Cinquanta, vede il cineromanzo come una tipologia di periodico pensato per un pubblico perlopiù femminile – seppur intrinsecamente generalista – e votato all'adattamento di lungometraggi melodrammatici, anche se aperto a eccezioni.<sup>2</sup> Testate come *Superstar cineromanzo gigante*, *I vostri film*, *I grandi fotoromanzi d'amore*, *Cineromanzo per tutti*, a cui si aggiungono decine e decine di altre, restituiscono su carta storie d'amore tragiche, nelle quali le moderne eroine combattono per conquistare il proprio amato malgrado le avversità. Dopo un periodo di quasi totale scomparsa, e in concomitanza con l'avvento di una rivoluzione sessuale diffusa, un secondo momento d'oro è ravvisabile all'imbrunire degli anni Sessanta e fino a metà dei successivi Settanta, quando il cineromanzo rinasce, ripensando il proprio pubblico di riferimento, e di conseguenza il bacino di pellicole a cui rivolgersi. I nuovi periodici offrono sulle proprie pagine fotofilm tratti da lungometraggi erotici, mirando a soddisfare il desiderio voyeuristico di un pubblico maschile ed eterosessuale. Grazie a testate come *Cinesex*, *Cinestop* e *Bigfilm*, a cui se ne aggiungono anche in questo caso altre meno prolifiche o qualitativamente degne di nota, si adattano su carta racconti incentrati sulla promiscuità sessuale, in cui le figure femminili sono propense a offrirsi allo sguardo dei lettori. A questi due poli temporali, nondimeno stilistico-tematici, si aggiungono numerose esperienze minori e frammentate, votate a percorrere soluzioni diverse, nel tentativo di sfruttare il più possibile il modello cineromanzesco. Confrontandosi con l'horror, il

western, la fantascienza, il bellico o l'avventuroso, periodici come ad esempio *Malia*, *Texas*, *Avventura film*, *Parà* o *I classici della jungla* si disseminano meno sistematicamente tra gli anni Cinquanta e Settanta, scommettendo su tematiche e narrazioni differenti, senza raggiungere i fasti delle testate concorrenti ma dando prova di un'invasiva creatività e duttilità del formato dei fotofilm.

*Orsa maggiore* rientra pienamente in questo terzo gruppo. Il rotocalco, pubblicato da Edizioni Cineperiodici<sup>3</sup> settimanalmente tra aprile e giugno 1956 per soli nove numeri, ha infatti il merito di ripensare la formula del cineromanzo adattando, da un lato, pellicole più raramente ravvisabili sulle pagine dei periodici concorrenti, e riuscendo, dall'altro, a non legarsi a un unico genere o tema cardine. Ciò è possibile perché la scelta dei suoi contenuti non è dettata dal desiderio di indirizzarsi a un pubblico specificatamente maschile o femminile, né tantomeno a una nicchia di amatori di un determinato genere cinematografico. Come si attesta fin dal sottotitolo *Fotoseettimale di film per la gioventù*, *Orsa maggiore* mira a rivolgersi a un pubblico di lettori e lettrici anagraficamente connotato, mai considerato in altre esperienze editoriali simili: si tratta dei giovani, intesi in questo caso in senso specificatamente anagrafico, ovvero "tutti i ragazzi e le ragazze tra i 5 e 18 anni" (Anonimo 1956a: 9).<sup>4</sup> Facendo proprio il pubblico della precedente e coeva "stampa per ragazzi" (Genovesi 1972; Meda 2011), e inserendosi in un quadro di consumi più ampio (Montesi 2023), *Orsa maggiore* rappresenta dunque un unicum nella storia del cineromanzo, dato che conserva e allo stesso tempo ripensa le logiche creative del formato per adattarsi al meglio agli interessi che, almeno idealmente,<sup>5</sup> caratterizzano questa fascia di pubblico.

Il presente saggio mira a riflettere proprio su *Orsa maggiore*. Nello specifico, si porrà l'attenzione su tre aspetti. Anzitutto, si indagheranno le politiche che guidano la selezione dei (foto)film, le quali denotano – anche in rapporto ai cineromanzi coevi – il desiderio di rivolgersi a un pubblico giovane, attraverso storie votate all'avventura e all'intrattenimento. In un secondo momento, si esamineranno le strategie di adattamento che guidano il passaggio dallo schermo alla carta, le quali, pur aderendo alle logiche generali proprie al formato, presentano una maggiore attenzione alla leggerezza e alla moralità dei contenuti. Infine, si rifletterà sulle rubriche di accompagnamento

che, riadattando in chiave giovanile contenuti tipici delle riviste di costume, offrono uno sguardo reale (o presunto tale) sul pubblico.

### I film dei fotofilm: le politiche di selezione tra avventura e intrattenimento

I film che sceglieremo via via per voi uniranno all'azione, al fascino delle grandi avventure, alle meraviglie della scienza e della fantasia fuse insieme, alla forza dei sentimenti, una garanzia morale, perché è vero e noi lo crediamo profondamente che sono sempre gli autentici valori umani: coraggio, onestà, lealtà, fierezza, che trionfano nella vita e non solo nei racconti, siano essi per immagini che per parole (La Direzione 1956a: 10).

È sempre la Direzione, nel già evocato numero inaugurale, a riassumere con queste parole lo spirito che guida i contenuti delle storie cineromanzesche proposte da *Orsa maggiore*. Ed è proprio dai temi e dai generi di questi fotofilm che sembra interessante iniziare la riflessione. Analizzando le politiche che guidano la selezione dei lungometraggi adattati su carta emerge infatti, in modo forse più immediato e plastico, come la presenza del pubblico giovane rivoluzioni le normali prassi proprie del formato.

Se generalmente i cineromanzi si rifanno a un particolare genere di riferimento, che per gli anni Cinquanta è senza dubbio il melodramma e per gli anni Settanta è l'erotico (Landrini 2022: 122-133), *Orsa maggiore* promuove un caleidoscopio di storie appartenenti a generi variegati, tra loro tematicamente interconnessi. Abbandonate le vicende d'amore in voga al tempo, a tratti forse troppo cupe e indubbiamente poco stimolanti per i nuovi lettori e le nuove lettrici, grande spazio è dedicato agli adattamenti di pellicole d'avventura o western, di cui ogni numero presenta almeno un fotofilm. Ecco allora che se per il primo caso si possono citare *Le avventure di Davy Crockett* (*Davy Crockett, King of the Wild Frontier*) di Norman Foster del 1955, *Le avventure di Robinson Crusoe* (*Las aventuras de Robinson Crusoe*) di Luis Buñuel del 1954 o *Le miniere di re Salomone* (*King Solomon's Mines*) di Compton Bennett e Andrew Marton del 1950, per il secondo si susseguono invece *Il kentuckiano* (*The Kentuckian*) di Burt Lancaster del 1954, *L'ultima frontiera* (*The Last Frontier*) di Anthony Mann

e *Il cacciatore di indiani (The Indian Fighter)* di André De Toth, entrambi del 1955. A questi si aggiungono poi storie di guerra come l'omonimo *I sette dell'orsa maggiore* di Duilio Coletti del 1953, racconti di fantascienza come *La guerra dei mondi (The War of the Worlds)* di Byron Haskin, ancora del 1953, e addirittura musical, ovvero il già evocato *La scarpetta di vetro*. Si rintracciano poi due tipologie di produzioni altrimenti introvabili in altri cineromanzi, ovvero il film d'animazione e il cortometraggio documentaristico. Mentre per il primo caso si ha unicamente l'adattamento de *I viaggi di Gulliver (Gulliver's Travels)* di Max Fleischer e Dave Fleischer del 1939, per il secondo si hanno ben quattro trasposizioni, dedicate a *Discoboli moderni* di Gabriele Varriale del 1949, *L'automobile... ieri e oggi* di Carlo Musso, sempre del 1949, *India favolosa* di Giulio Macchi del 1954 e *Ali silenziose* di Gaetano Petrosomolo, nuovamente del 1954.

Da questo spaccato, si può constatare come la scelta delle pellicole da trasporre proponga una serie di titoli che, pur rifacendosi a dei generi maggioritari, non si lega soltanto a uno di essi. Non bisogna però credere che non vi sia comunque un principio di continuità a guidare il processo di selezione.

Anzitutto, gran parte di queste pellicole eleggono il tema dell'avventura come proprio leitmotiv ricorrente, anche nei casi in cui il genere di riferimento non sia intrinsecamente legato a esso. Sebbene sia apparentemente lontano dalle pellicole tipicamente giovanili, un musical come *La scarpetta di vetro*, ad esempio, si inserisce perfettamente nelle logiche promosse da *Orsa maggiore*, essendo una rilettura fiabesca e a tratti picaresca della storia di Cenerentola. Allo stesso modo, la scelta dei documentari sembra puntare su un certo sensazionalismo romanzesco, dato che si mostrano su carta le abitudini di paesi lontani ed esotici come l'India, ma anche le vite di spericolati corridori e aviatori. In questo senso, proprio a metà Novecento, l'immaginario avventuroso è più che mai centrale nell'editoria per ragazzi (Boero, De Luca 2009: 270-277; Colombo 2009: 159-179), e non sorprende che anche il cineromanzo vi ci attinga nel momento in cui vuole rivolgersi a un pubblico giovane.

Accanto al fil rouge avventuroso, è possibile rintracciare un secondo elemento comune a quasi tutti i film selezionati: la loro stretta contemporaneità. Al contrario di molte testate, *Orsa Maggiore* propone

perlopiù film prodotti e distribuiti in tempi non troppo lontani. Questa caratteristica può essere letta anche come un modo per ovviare alla fuggevolezza intrinseca alla giovinezza stessa (D'Eramo 2001): i giovani degli anni Cinquanta sono infatti diversi dai giovani degli anni Quaranta, e lo stesso vale per i film (e dunque per i fotofilm) a loro rivolti.

I lungometraggi proposti da *Orsa maggiore* sono dunque diversi, ma anche innegabilmente coesi: pensati per intrattenere le fasce di pubblico più giovani, i film selezionati propongono generi differenti, ma sono accomunati da storie picaresche e spericolate, fortemente radicate nella contemporaneità del tempo, che eludono derive serie e sono spinte da un desiderio di curiosità e di avventura.

#### Le foto dei fotofilm: le logiche di adattamento tra moralità e censura

Molti di voi chiedono che i film siano raccontati più estesamente. Sta a voi adesso decidere una cosa molto importante: preferite che *Orsa Maggiore* contenga invece di cinque un numero minore di film narrati però con maggiore quantità di fotogrammi o vi soddisfa maggiormente la formula attuale? Vi piacerebbe che alcuni film, soprattutto quelli che pubblichiamo in una unica puntata, fossero raccontati con lunghe didascalie invece che col "fumetto"? (La Direzione 1956c: 6)

Con queste parole, pubblicate nell'editoriale del quarto numero, la Direzione si rivolge direttamente ai lettori e alle lettrici. La prassi non è di certo nuova: già nei numeri precedenti non sono mancati appelli per eventuali richieste di segnalazione di film da "rileggere" (La Direzione 1956b: 6). Questa volta però qualcosa è cambiato: l'interesse si sposta dalla scelta dei film alle modalità di adattamento. In questo senso, continuando a ragionare sui fotofilm veri e propri, l'attenzione posta nei confronti delle istanze giovanili traspare indagando le strategie che guidano il passaggio dallo schermo alla carta.

Da un punto di vista prettamente grafico-organizzativo, poco sembra mutare rispetto alla formula classica dei cineromanzi: i film sono riproposti in fumetti dalla struttura tradizionale, dove la griglia presenta generalmente otto vignette, corredate di didascalie e balloon. La principale differenza con le

riviste concorrenti è ravvisabile nella pubblicazione a puntate del fotofilm: se generalmente si propone un unico cinefumetto autoconclusivo per numero, *Orsa maggiore* ne offre diversi, la maggior parte dei quali proseguono su più fascicoli. È possibile ipotizzare che, mentre gli altri cineromanzi lascino la possibilità di condurre una lettura occasionale alla luce del target adulto di riferimento, in questo frangente si punti a una maggiore fidelizzazione a lungo termine: essa potrebbe essere ritenuta più consona alle fasce di pubblico giovane, probabilmente considerate libere di dedicarsi continuativamente a prodotti del tempo libero.

Accanto a questa modifica di per sé marginale, particolarmente interessanti risultano le politiche di adattamento vere e proprie. In tutti i cineromanzi, i lungometraggi sono soggetti a un inevitabile rimaneggiamento. Oltre alle necessarie modifiche di *acomodamento* narrativo e visivo,<sup>6</sup> che non vanno a incidere nel profondo sul prodotto originale, vi sono dei processi più coscienti e capillari, pensati per enfatizzare o attutire determinati temi ed argomenti: per esempio, se i fotofilm melodrammatici degli anni Cinquanta vedono accrescere il contenuto sentimentale e lacrimevole delle vicende raccontate (Quaresima 2004), in quelli erotici dei Settanta vi è maggiore attenzione visiva per le nudità delle protagoniste, oltre che per le prassi sessuali che le vedono parti attive (Maina 2018: 153-157). Nel caso di *Orsa maggiore*, non si può parlare di una vera enfasi tematica, ma è comunque attuato un processo di perfezionamento che smussa eventuali derive narrative o visive considerate non propriamente adatte a un pubblico giovane, anche nel quadro di un atteggiamento censorio vigente in quegli anni in tutta l'industria culturale italiana (Erbosi, Barile 2023), stampa per ragazzi compresa (Boero, De Luca 2009: 174-176).

Nonostante esempi specifici possano essere rintracciati in diversi fotofilm, particolarmente interessante è la trasposizione di *I sette dell'orsa maggiore*. In una sequenza presente nella prima parte del film, l'agente segreta Marion (interpretata da Eleonora Rossi Drago) viene presentata ai protagonisti – e agli spettatori e alle spettatrici – come una cantante dai facili costumi, che ha l'abitudine di esibirsi in un locale notturno. A ritmo di una canzone spagnola, la donna dà vita a un numero musicale che, oltre a vederla parzialmente svestita, la porta a ballare in

modo sensuale e a civettare con i clienti che la stanno osservando. Scambia anche qualche battuta con il comandante Silvani (ovvero il protagonista Pierre Cressoy) e lo invita nel proprio camerino, lasciando emergere un velato ma abbastanza chiaro sottotesto sessuale, rimarcato di lì a poco anche dagli amici di lui. Questa sequenza, pur venendo riproposta con puntualità nel fotofilm (Anonimo 1956c: 9-10), è svuotata del suo erotismo intrinseco. In primis, ricorrendo alle fotografie di scena e non ai fotogrammi, Rossi Drago è mostrata perlopiù in primo piano oppure cinta da un lungo abito nero, molto più casto rispetto allo stringato reggiseno della sequenza cinematografica. Inoltre, il doppio senso sessuale implicito nel dialogo viene sfumato, preferendo connotare Silvani come un ragazzo ingenuo e riformulare il botta e risposta che quest'ultimo intrattiene con i due amici. La scena diventa dunque meno implicitamente sovra-strutturata, scevra di qualsiasi elemento erotico o sessuale, e di conseguenza più consona per un target giovane.

Ugualmente interessante, seppur per motivi diversi, è il fotofilm tratto da *Robinson Crusoe*. A causa anche dell'estrema compattezza del racconto a fumetti, che riassume l'intero lungometraggio in sole cinque pagine, dallo schermo alla carta sono ravvisabili grandi condensazioni temporali, che riducono al minimo la descrizione e la narrazione degli eventi. Accanto ai sunti dedicati alla vita quotidiana del naufrago Crusoe (dal volto di Dan O'Herlihy), a colpire è in particolare lo snellimento – o, meglio, la quasi totale cancellazione – delle scene più violente o crude, prime fra tutte quelle che vedono coinvolti i cannibali. Nel lungometraggio, Crusoe si imbatte diverse volte in una tribù di antropofagi. Nonostante anche il film non proponga scene di eccessiva violenza, si susseguono momenti in cui sono mostrati i prigionieri legati e pronti per essere uccisi, i rituali che anticipano il banchetto, oppure, una volta concluso il pasto, i resti di corpi umani abbandonati sulla spiaggia. Allo stesso modo, il protagonista racconta in modo esplicito, tramite la voice over che accompagna tutto il film, degli scuoiamenti a cui sono condannate le vittime, oppure immagina e in parte concretizza possibili punizioni nei confronti degli aguzzini, che prevedono sempre la loro morte. Le vicende che li vedono coinvolti si concludono con l'incontro tra Crusoe e un prigioniero (interpretato da Jaime Fernández), che il protagonista salva dalla morte e accoglie nella sua capanna, ribat-

tezzandolo Friday, o Venerdì nel doppiaggio italiano. Il fotofilm ripropone narrativamente gli eventi (Anonimo 1956e: 5), ma ne elimina i dettagli, condensando circa dieci minuti della pellicola originale in sole due vignette. Entrambe riprendono due fotogrammi degli ultimi momenti incentrati sui cannibali: il primo fotogramma mostra un campo lungo della spiaggia, in cui si intravedono due figure indistinte rincorrerne una terza ugualmente indefinita; il secondo presenta invece il campo medio del fuggiasco, che si scopre essere il futuro Venerdì. Rispetto alla pellicola originale, il fotofilm elimina qualsiasi riferimento alle macabre abitudini dei cannibali, non mostrando i dettagli più crudi visti sullo schermo. Allo stesso modo, anche il racconto di Crusoe risulta più vago e abbozzato: facendo nuovamente ricorso alla voce over, restituita nelle didascalie di accompagnamento all'immagine, il protagonista si limita a parlare di "orrendi banchetti", senza fornire ulteriori specificazioni. Al pari di quanto succede con la messa in scena della sessualità in *I sette dell'orsa maggiore*, l'adattamento di *Robinson Crusoe* si vuole adeguare allo sguardo dei giovani lettori e delle giovani lettrici, eliminando gli elementi anche solo vagamente brutali e crudi con l'intento di non turbare la loro sensibilità.

Sempre attenti al target di riferimento, i fotofilm di *Orsa maggiore* non si limitano a riproporre pedissequamente su carta i film di riferimento: grazie alle specifiche creative e stilistiche del formato editoriale, derivate considerate scabrose o violente vengono attenuate o addirittura cancellate, nel rispetto di una "garanzia morale" (come si è già visto in *La Direzione* 1956a: 10) dovuta anzitutto al giovane pubblico.

### Oltre i fotofilm: sguardi sul pubblico tra concorsi e fotografie

Ci sono almeno 200 giornali in Italia, tra settimanali e quotidiani, scritti da tutta gente adulta. "Orsa minore" è invece l'unico giornale i cui redattori siano minorenni. Ogni lettore di *Orsa maggiore* tra i 16 e i 18 anni che si senta la vocazione del giornalista è invitato a collaborare su "Orsa minore". Ogni "pezzo" pubblicato sarà compensato con 1000 lire. Potete scrivere quello che volete: dallo sport alle avventure del gatto di casa, dalla descrizione del vostro paese alla cronaca di una partita a sotto muro. Se non vi riesce facile scrivere e preferite mandarci delle vignette, va bene lo stesso (Bruno 1956: 21).

Nel corso dei suoi ultimi due numeri, *Orsa maggiore* propone sulle proprie pagine una rubrica chiamata "Orsa minore", curata da Orso Bruno. Come dichiara il testo di accompagnamento appena riportato, questo spazio, che occupa appena una pagina, si pone lo scopo di accogliere brevissimi contributi scritti dai giovani lettori e lettrici. Al di fuori dell'effettiva riuscita dell'iniziativa, la breve esperienza di "Orsa minore" è esemplificativa di un altro carattere distintivo dei cineromanzi, declinato in ottica giovanile nella testata in analisi: il tentativo di dialogare in modo diretto con il pubblico.

Come già accennato, accanto ai fotofilm, uno spazio di *Orsa maggiore* è occupato da contributi di accompagnamento, quali ad esempio articoli di costume, brevi reportage di attualità, rubriche come la piccola posta oppure improbabili concorsi che promettono un rapido successo nel mondo dello spettacolo. La foliazione estremamente circoscritta di tali sezioni, quantificabile mediamente in quattro pagine a fascicolo, non permette di eleggere questi contributi a vero e proprio specchio degli interessi dei giovani del tempo, ma offre comunque un'ulteriore testimonianza di come *Orsa maggiore* concepisca e si adatti al pubblico giovane, pur riproponendo strategie di coinvolgimento dei lettori tipiche del cineromanzo (Alovisio 2007a). Tale formato propone infatti abitualmente delle pagine pensate per ospitare contenuti paralleli al fotofilm: ad esempio, i cineromanzi degli anni Cinquanta a target femminile sono ricchi di articoli sui divi e sulle dive di Hollywood, di rubriche dedicate alla cura del corpo e all'igiene personale o ancora di sezioni incentrate sulla moda; i cineromanzi degli anni Settanta a target maschile presentano gallerie fotografiche di modelle o attrici svestite, racconti erotici anche apparentemente amatoriali o approfondimenti sulle pellicole osteggiate dalla censura. Nel caso di *Orsa maggiore*, sebbene si riproponga tale modello, si riflette invece su temi e argomenti che possono interessare in particolare i giovani: si raccontano le stranezze del mondo, si approfondiscono le abitudini di alcune specie di animali o si offre una ricca aneddotica sportiva, in particolare a tema calcistico.

Particolarmente degne di nota sono le rubriche che chiamano direttamente in causa i veri lettori e le vere lettrici, o presunti tali.<sup>7</sup> Se la già evocata "Orsa minore" è più interessante nelle premesse che nell'effettiva concretizzazione,<sup>8</sup> un discorso diverso

può essere fatto relativamente al concorso indetto per diventare “il Pablito italiano” (Anonimo 1956b: 18), ovvero un attore o attrice del futuro. Fin dal primo numero, *Orsa maggiore* dà la possibilità ai lettori e alle lettrici di inviare alla redazione la propria fotografia, che poi sarà valutata da una commissione speciale che vede tra i giurati il regista Mario Soldati e il produttore Dino De Laurentiis. I giovani che vogliono partecipare devono avere un’età compresa tra i 5 e i 18 anni – target non solo privilegiato ma, proprio in questo contesto, anche dichiarato del periodico –, e devono far firmare ai genitori un documento di consenso, valido sia per autorizzare effettivamente la partecipazione al concorso, sia per permettere alla redazione un’eventuale pubblicazione della fotografia inviata (Anonimo 1956a: 9).

Questo concorso appare interessante per un duplice motivo. Anzitutto, da un punto di vista organizzativo, la rivista adatta la canonica formula del concorso a premi al nuovo pubblico di riferimento: nonostante competizioni di vario tipo siano presenti in quasi tutte le riviste di cineromanzi, è la prima volta che la partecipazione è vietata ai maggiorenni, e non ai minorenni. Analizzando poi i cineromanzi promossi dal medesimo macro-editore, l’aderenza al target appare ancora più marcata. La competizione promossa da *Orsa maggiore*, così come le sue regole e i valutatori che all’apparenza vi si celano, sono infatti ripresi parimenti da un altro concorso, proposto nella testata sorella *Cineromanzo per tutti* (e, più sbrigativamente, nella coeva *Cineromanzo gigante*). Comparando i due modelli, a cambiare, oltre all’età dei possibili contendenti, sono i riferimenti divistici: se nei concorsi per adulti si citano Burt Lancaster, Esther Williams o Marcello Mastroianni (Anonimo 1954; 1955; A.M. 1955), in questo caso si susseguono invece richiami a Shirley Temple, Mickey Rooney, Franco Interlenghi e un’ancora giovanissima Elizabeth Taylor (a partire sempre da Anonimo 1956a: 9).

In aggiunta a ciò, un secondo elemento di interesse è rintracciabile dal quinto numero quando al concorso vengono accostate, da un lato, una rubrica di piccola posta chiamata “La posta di Stella” e, dall’altro, una galleria di immagini pensata per mostrare le fotografie di alcuni partecipanti al concorso (Anonimo 1956d: 23). Se la prima sezione è in realtà meramente strumentale per rimarcare le regole della competizione o per dare informazioni sul processo di

selezione, la seconda riesce a offrire uno spaccato – almeno nelle premesse – realistico dei lettori e delle lettrici. La galleria, la cui formula è ripresa anch’essa dalla tradizione del cineromanzo e della stampa periodica del tempo, risulta estremamente circoscritta, dato che appaiono mediamente dieci foto a fascicolo per cinque numeri. Nonostante non si possano avanzare delle vere e proprie riflessioni in merito, data la quantità limitata di immagini, è comunque interessante notare la coincidenza tra il target della rivista e il suo effettivo pubblico. Nuovamente, si ha a che fare con un pubblico giovane, che contempla anzitutto bambini e adolescenti, ma che, negli ultimi numeri, ingloba anche coloro che sono compresi tra i 18 e i 25 anni (ad esempio, Anonimo 1956f: 18).

Chiudendo simbolicamente un cerchio aperto dalla selezione dei lungometraggi e continuato con le logiche di adattamento dei fotofilm, le rubriche di accompagnamento – e in particolare i concorsi e le gallerie – permettono di affacciarsi ai giovani non solo come virtuale pubblico di riferimento, ma anche come ventaglio reale di lettori e lettrici, che si insinuano sulle pagine stesse della rivista.

## Conclusioni

Le vostre lettere le abbiamo lette con affetto, con grande simpatia, cercando di indovinare soprattutto quello che non ci avete scritto, quello che traspariva insomma tra le righe... Ebbene questa attenta lettura ci ha fatto nascere dentro un senso di autentica amicizia per ognuno di voi, sentiamo insomma di dover darvi il giornale che desiderate, così come lo avete chiesto: il colore, le puntate dei film più lunghe, il film in una unica puntata raccontando più estesamente e... Tutto il resto (La Direzione 1956d: 2).

*Orsa maggiore* rappresenta un caso unico nella lunga avventura dei cineromanzi italiani. Aderendo ma allo stesso tempo rimodulando le logiche della realtà editoriale di appartenenza, il periodico ha il merito di sfruttare un modello al tempo ormai già canonico, plasmandolo in modo unico per un pubblico specifico e differente: i giovani, appunto, intesi come bambini e adolescenti.

Da un lato, *Orsa maggiore* dimostra dunque, forse ancor più delle canoniche declinazioni *al femminile* e *al maschile* del cineromanzo, la capacità del formato

di trasformarsi, adattarsi e rinnovarsi a seconda dei lettori e delle lettrici con cui si vuole confrontare. I giovani non sono un target privilegiato per l'editoria cineromanzesca, ma in questo frangente lo diventano, seppur per poco, attraverso contenuti pensati e declinati perfettamente per loro. Dall'altro lato, tale rivista si erge anche a vetrina delle forme di consumo – cinematografico e più ampiamente ludico – di questo target, in un decennio che porterà allo stravolgimento dell'idea stessa di giovinezza. In un momento di passaggio anche per la storia della stampa giovanile, ancora legata al passato ma sempre più vicina a una radicale trasformazione,<sup>9</sup> la rivista di fotofilm per la gioventù assorbe infatti gli stimoli e gli interessi di un pubblico in cambiamento, restituendone una fotografia, seppur parziale, che passa anzitutto dal grande schermo. Una fotografia, però, che non è destinata a durare.

Come si è più volte asserito, la vita editoriale di *Orsa maggiore* appare indubbiamente ridotta, seppur in linea con molte altre testate di fotofilm oggi considerate minori. Con lei, si conclude però anche l'avventura del cineromanzo giovanile, di cui il periodico può essere eletto a unico vero esempio. Negli anni successivi, e soprattutto negli *affollati* Settanta, il cineromanzo percorre altre strade, anche molto diverse tra loro, ma non incontra più i giovani, almeno non con testate ad essi specificatamente indirizzate. I generi che popolano le sue pagine, dal western fino alla fantascienza, trovano nuovi spazi e nuove riviste, rifuggendo tuttavia un confronto diretto con il pubblico non (ancora) adulto. Nonostante ciò, e forse anche proprio grazie a ciò, *Orsa maggiore* resta oggi un periodico emblematico, troppo spesso accantonato, che permette non solo di comprendere l'estrema duttilità del cineromanzo, ma anche di capire come i giovani e i loro interessi venivano concepiti negli anni del preludio di un grande cambiamento.

## Note

<sup>1</sup> Da un punto di vista terminologico, questa branca editoriale è stata etichettata in diversi modi, tanto nel corso della sua vita editoriale, quanto negli studi successivi. In questa sede si è deciso di adottare una terminologia ormai condivisa, definita anzitutto da Emiliano Morreale (2007), prediligendo il termine “cineromanzo”, per identificare sia le riviste vere e proprie, sia le storie fotofumettistiche al loro interno. Relativamente alle seconde, si è deciso di usare anche il termine “fotofilm”, proposto da Giovanna Maina (2018).

<sup>2</sup> Sulle eccezioni, si vedano in particolare le avventure editoriali dei cineromanzi firmati da Lanterna Magica o Franco Bozzesi, sondati sistematicamente in Landrini 2022: 144-173. Sul caso Lanterna Magica, e sul suo legame con le pellicole d'autore, si veda invece l'approfondimento di Basano 2007.

<sup>3</sup> Ogni numero di *Orsa maggiore* dichiara come editore di riferimento Edizioni Cineperiodici. Alla luce della storia produttiva del cineromanzo tout court, appare interessante notare come la casa editrice sia in realtà connessa con la più nota Lanterna Magica, società che realizza alcune testate di fotofilm oggi ritenute fondative, ovvero *Cineromanzo gigante* e *Cineromanzo per tutti*. Entrambe le case editrici condividono la medesima sede e hanno a capo Luigi De Laurentiis. Il nome di quest'ultimo non può che ricordare quello del più noto fratello minore, nonché produttore cinematografico, Dino De Laurentiis. Analizzando nello specifico le riviste, *Orsa maggiore* non sembra tuttavia dialogare in modo sistematico con la casa di produzione di De Laurentiis, adattando raramente lungometraggi da lui prodotti o richiamando solo occasionalmente le personalità ad esso legate. In senso più ampio, l'impossibilità di reperire documenti produttivi, complice la natura effimera delle strutture e delle prassi che riguardano tale branca editoriale, non consente di avanzare ulteriori ipotesi in questo senso.

<sup>4</sup> Non è questo lo spazio adatto per entrare nel merito dell'articolato dibattito che ruota intorno alla definizione del termine “giovani”, che, soprattutto a partire dagli anni Sessanta, vede stravolgere il significato che gli era attribuito nella prima metà del Novecento (e riproposto anche da *Orsa maggiore*). Sul tema, si rimanda a Sorcinelli e Varni (2004).

<sup>5</sup> La tipologia di fonti propone una sorta di giovane lettore ideale, o “lettore modello” (per riprendere la categoria di Umberto Eco, 1979), non per forza coincidente con quello empirico, la cui emersione è più che mai frammentaria e non lineare, oltre che difficilmente sondabile. In ogni caso, se non è possibile avallare una perfetta sovrapposizione, nulla fa presupporre che il primo sia totalmente diverso dal secondo.

<sup>6</sup> Si sta banalmente facendo riferimento a quelle norme di adattamento necessarie per trasformare un lungometraggio per il grande schermo (e dunque “in movimento”) in una storia cineromanzesca (e quindi basata su immagini fisse). Si parla ad esempio della selezione di fotogrammi o fotografie di scena, dell'utilizzo di didascalie per raccontare la progressione degli eventi o del ricorso a balloon per riportare i dialoghi.

<sup>7</sup> È più che probabile che la redazione intervenga anche nelle rubriche e negli spazi deputati al pubblico, in caso non ci sia abbastanza materiale o si voglia trattare uno specifico tema. Ciò ovviamente complica lo statuto di veridicità di queste sezioni, ma permette comunque di riflettere sul già evocato dualismo tra lettore ideale ed empirico.

<sup>8</sup> Nonostante le premesse, “Orsa minore” si caratterizza come un

semplice collage di notizie, probabilmente scritte dai redattori stessi e non dal pubblico.

<sup>9</sup> Sull'evoluzione, a partire dagli anni Sessanta, della stampa giovanile, che si biforca tra una prima branca più indirizzata a un pubblico infantile e una seconda più interessata ai ventenni, si veda Grispigni 1998.

## Bibliografia

- A. M. (1955), “Come si diventa divi”, in *Cineromanzo per tutti*, II:26, dicembre, pp. 60-61.
- ALOVISIO S. (2007a), “Cineposta”, in MORREALE E. (a cura di), *Gianni Amelio presenta Lo schermo di carta. Storia e storie dei cineromanzi*, Il Castoro, Milano, pp. 143-166.
- ALOVISIO S. (2007b) (a cura di), *Cineromanzi. La collezione del Museo Nazionale del Cinema*, Museo Nazionale del Cinema di Torino, Torino.
- ANONIMO (1954), “Come si diventa divi”, in *Cineromanzo per tutti*, I:12, 13 novembre, pp. 60-61.
- ID. (1955), “Come si diventa divi”, in *Cineromanzo per tutti*, II:20, maggio, pp. 60-61.
- ID. (1956a), “Cineconcorso Orsa maggiore”, in *Orsa maggiore. Fotosesttimanale di film per la gioventù*, I:1, 14 aprile, p. 9.
- ID. (1956b), “Sarà il Pablito italiano?”, in *Orsa maggiore. Fotosesttimanale di film per la gioventù*, I:3, 28 aprile, p. 19.
- ID. (1956c), “1 sette dell'orsa maggiore”, in *Orsa maggiore. Fotosesttimanale di film per la gioventù*, I:4, 5 maggio, pp. 8-11.
- ID. (1956d), “Come diventare attori”, in *Orsa maggiore. Fotosesttimanale di film per la gioventù*, I:5, 12 maggio, p. 23.
- ID. (1956e), “Robinson Crusòè”, in *Orsa maggiore. Fotosesttimanale di film per la gioventù*, I:6, 19 maggio, pp. 3-7.
- AUTELITANO A., RE V. (2006) (a cura di), *Il racconto del film / Narrating the film. La novellizzazione: dal catalogo al trailer / Novellization: from Catalogue to the Trailer*, Forum, Udine.
- BAETENS J. (2019), *The Film Photovovel: A Cultural History of Forgotten Adaptations*, University of Texas Press, Austin.
- BASANO R. (2007), “Cineromanzo per giganti. Senso e La strada”, in MORREALE E. (a cura di), *Gianni Amelio presenta Lo schermo di carta. Storia e storie dei cineromanzi*, Il Castoro, Milano, pp. 87-102.
- BOERO P., DE LUCA C. (2009), *La letteratura per l'infanzia*, Laterza, Bari-Roma.
- BONIFAZIO P. (2020), *The Photoromance: A Feminist Reading of Popular Culture*, The MIT Press, Cambridge-London.
- BRAVO A. (2003), *Il fotoromanzo*, Il Mulino, Bologna.
- BRUNO O. (1956) (a cura di), “Orsa minore”, in *Orsa maggiore. Fotosesttimanale di film per la gioventù*, I:8, 9 giugno, p. 21.
- CARDONE L. (2004), *Con lo schermo nel cuore. Grand Hôtel e il cinema (1946-1956)*, ETS, Pisa.
- CICCOTTI E. (2015) (a cura di), “Novellizzare il cinema”, in *Il lettore di provincia*, 144.
- COLOMBO F. (2009), *La cultura sottile. Media e industria culturale in Italia dall'Ottocento agli anni novanta*, Bompiani, Milano.
- CURRERI L., DELVILLE M., PALUMBO G. (2021), *Tutto quello che non avreste mai voluto leggere - o rileggere - sul fotoromanzo. Una passeggiata*, Comma 22, Bologna.
- DE BERTI R. (2000), *Dallo schermo alla carta. Romanzi, fotoromanzi, rotocalchi cinematografici: il film e i suoi paratesti*, Vita e pensiero, Milano.
- ID. (2004) (a cura di), “La novellizzazione in Italia. Cartoline, fumetto, romanzo, rotocalco, radio, televisione”, in *Bianco e Nero*, LXV:548.

- ID. (2007), "I film appassionanti. Breve storia dei cineracconti", in MORREALE E. (a cura di), *Gianni Amelio presenta Lo schermo di carta. Storia e storie dei cineromanzi*, Il Castoro, Milano, pp. 103-142.
- D'ERAMO M. (2001), "L'inafferrabile giovinezza. A proposito di una categoria", in DAL LAGO, MOLINARI A. (a cura di), *Giovani senza tempo. Il mito della giovinezza nell'età globale*, Ombre Corte, Verona, pp. 27-42.
- ECO U. (1979), *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Bompiani, Milano.
- ERBOSI F., BARILE A. (2023), "Forme della censura nell'Italia del secondo Novecento", in *Segle XX: rivista catalana d'història*, 16, pp. 116-134.
- GENOVESI G. (1972), *La stampa periodica per ragazzi. Da "Cuore" a Charlie Brown*, Guanda, Parma.
- GRISPIGNI M. (1998), "S'avanza uno strano lettore. La stampa giovanile prima del '68", in GHIONE P., GRISPIGNI M. (a cura di), *Giovani prima della rivolta*, Manifesto Libri, Roma.
- LA DIREZIONE (1956a), "Senza titolo" in *Orsa maggiore. Fotoseettimane di film per la gioventù*, 1:1, 14 aprile, p. 10.
- ID. (1956b), "Senza titolo" in *Orsa maggiore. Fotoseettimane di film per la gioventù*, 1:3, 28 aprile, p. 6.
- ID. (1956c), "Senza titolo" in *Orsa maggiore. Fotoseettimane di film per la gioventù*, 1:4, 5 maggio, p. 6.
- ID. (1956d), "Senza titolo", in *Orsa maggiore. Fotoseettimane di film per la gioventù*, 1:7, 26 maggio, p. 2.
- LANDRINI G. (2022), *Fotogrammi di carta. I venticinque anni del cineromanzo italiano (1950-1975)*, Meltemi, Milano.
- MAINA G. (2018), *Corpi che si sfogliano. Cinema, generi e sessualità su "Cinesex" (1969-1974)*, ETS, Pisa.
- MEDA J. (2011), "Per una storia della stampa periodica per l'infanzia e la gioventù in Italia tra '800 e '900", in LOPARCO F., *I bambini e la guerra: il "Corriere dei Piccoli" e il primo conflitto mondiale (1915-1918)*, Nerbini, Firenze.
- MONTESI B. (2023), "Infanzia e consumi. Riflessioni storiografiche e ipotesi di ricerca", in *Italia Contemporanea*, 303, pp. 149-168.
- MORREALE E. (2007) (a cura di), *Gianni Amelio presenta Lo schermo di carta. Storia e storie dei cineromanzi*, Il Castoro, Milano.
- QUARESIMA L. (2004), "La voce dello spettatore", in *Bianco e Nero*, LXV:548, pp. 29-33.
- SORCINELLI P., VARNI A. (2004) (a cura di), *Il secolo dei giovani. Le nuove generazioni e la storia del Novecento*, Donzelli, Roma.

# 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.

**S**e 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,<sup>1</sup> 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 natio. 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.<sup>2</sup>

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),<sup>3</sup> 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 Contorbis e dei ponderosi volumi dell'*Oxford Critical and Cultural History of Modernist Magazines*,<sup>4</sup> 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

te 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, inquadrato 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 italoamericani di seconda generazione.<sup>5</sup> 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 italoamericana 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).<sup>6</sup> 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.<sup>7</sup>

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 letteristico 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,

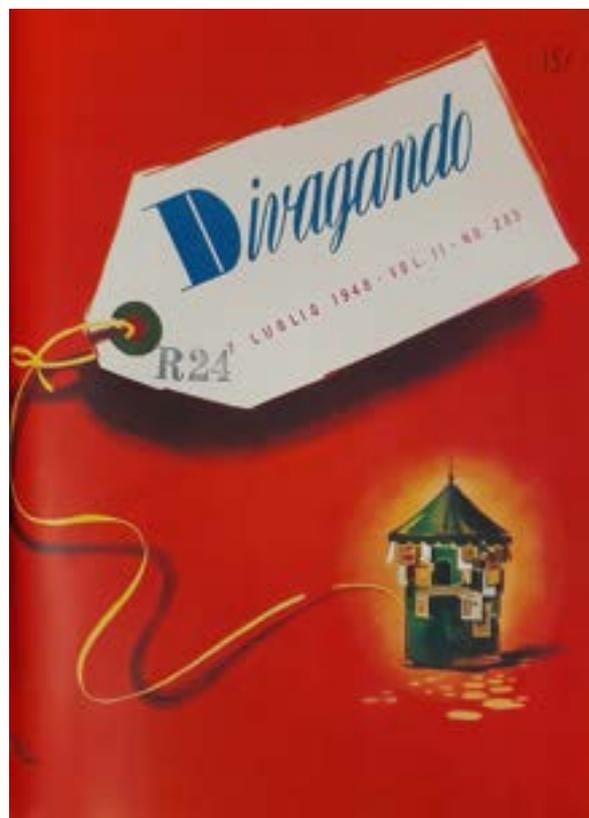


Fig. 1 | *Divagando*, n. 283, 7 luglio 1948. Copertina di Nando Rossi.

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 vageggiamento 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].<sup>8</sup>

*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

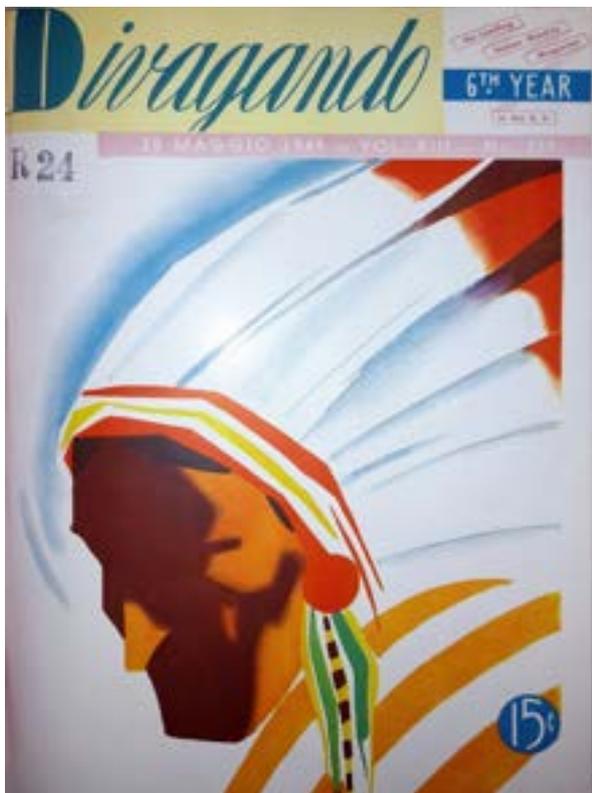


Fig. 2 | *Divagando*, n. 329, 25 maggio 1949. Copertina di Nando Rossi.

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 nord-americana, 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



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

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".<sup>9</sup> 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.<sup>10</sup>

*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, Coccidi, 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 italo cosmopolita 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.<sup>11</sup> 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.<sup>12</sup> Ci sono linee di continuità, e aperture al nuovo. L'indivoltato 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).<sup>13</sup> 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'obiettivo*, 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 realistiche, 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* rifluiscono 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

<sup>1</sup> 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).

<sup>2</sup> Si tenga ad esempio presente il contributo di Polezzi (2020).

<sup>3</sup> Una recente rilettura del discorso pascoliano in ottica transnazionale è in Marazzi (2024); sull'uso di Corradini fra gli italo-brasiliani si veda ora Riccò (2023).

<sup>4</sup> In specie il secondo, che si concentra sul Nord America: Brooker-Thacker (2012).

<sup>5</sup> Come documentato magistralmente in Pretelli, Fusi (2022).

<sup>6</sup> La copertina con Marilyn esce su *Divagando* il 30 maggio 1959.

<sup>7</sup> Uso le seguenti sigle: PIA per *Il Progresso Italo-Americano*; FdNY per *La Falla 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*.

<sup>8</sup> Prime notizie su Nando Rossi in Pianalto (2022). Ringrazio Chiara Pianalto.

<sup>9</sup> Anna Magnani sul n. 674 del 4 gennaio 1956; i "Motoscooters" sul n. 692 del 9 maggio 1956.

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

<sup>11</sup> 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).

<sup>12</sup> Sul contributo di Tusiani si legga Pietralunga (2021).

<sup>13</sup> 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 *Protocols*, 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 Arnaldo 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.

## Autori | Autrici

**Dario Boemia** è assegnista di ricerca presso l'Università IULM di Milano e professore a contratto di Graphic Journalism presso il Boston College Italy. I suoi interessi di ricerca includono la letteratura italiana contemporanea, i periodical studies e il fumetto. Ha co-curato i volumi *Book Reviews and Beyond* (2021, con S. Locati), *Immagine e testo nei periodici illustrati italiani degli anni trenta e quaranta* (2024, con E. Gipponi e S. Locati) e *For Real. Il fumetto italiano tra realtà e realismo* (2024, con il gruppo SNIF). È autore delle monografie *I denti dell'arte. La letteratura entre-deux-guerres nell'italiano di Leo Longanesi* (2020) e *Cronache letterarie negli anni del Boom. Recensioni sui quotidiani italiani* (in uscita nel 2025). È membro del comitato editoriale di JEPS (Journal of European Periodical Studies) e dei gruppi di ricerca IUPS (Iulm University for Periodical Studies) e SNIF (Studying 'n' Investigating Fumetti).

**Giuliano Cenati** è professore associato di Letteratura italiana presso l'Università Telematica Pegaso. Ha condotto attività di ricerca e di insegnamento all'Università degli studi di Milano dal 2003 al 2018. Ha dedicato diversi saggi alla narrativa moderna e contemporanea, considerata in tutte le sue escursioni, dall'intrattenimento allo sperimentalismo, dalla letteratura istituzionale a quella marginale. Indirizza i suoi studi di preferenza verso le zone di confine del campo letterario, con un particolare riguardo per i fumetti e per le forme brevi. È autore delle monografie *Torniamo a bomba. I ghiribizzi narrativi di Vittorio Imbriani* (Milano, LED, 2004), *Disegni, bizze e fulmini. I racconti di Carlo Emilio Gadda* (Pisa, ETS, 2010), *Frammenti e meraviglie. Gadda e i generi della prosa breve* (Milano, Unicopli, 2010), *Figure da leggere. Generi e prassi del fumetto in Italia (e dintorni) dal "Bertoldo" al graphic novel* (Milano-Udine, Mimesis, 2023: Premio 'Franco Fossati' 2024).

**Emma de Pasquale** si è laureata in Italianistica presso l'Università Roma Tre, con una tesi dal titolo "*Come noi diversa da noi. Paola Masino sulle pagine di "Noi donne"*" (relatrice: prof.ssa Monica Venturini, correlatrice: prof.ssa Laura Fortini), cui è seguita la pubblicazione del saggio "*La disgrazia di accorgermi di tutto. Paola Masino scrittrice-giornalista per "Noi donne"*", in *Scaffale Aperto*, XIII, 2022. Dal 2023 è dottoranda presso il Dipartimento di Studi Umanistici dell'Università Roma Tre, con un progetto sul rapporto tra letteratura e radio, incentrato su Paola Masino, Maria Bellonci e Alba de Céspedes. La ricerca, dal titolo "*Tutto è fatto di rumori*".

## Contributors

**Dario Boemia** is a research fellow at IULM University in Milan and adjunct professor of Graphic Journalism at Boston College Italy. His research interests include contemporary Italian literature, periodical studies and comics. He co-edited the volumes *Book Reviews and Beyond* (2021, with S. Locati), *Immagine e testo nei periodici illustrati italiani degli anni trenta e quaranta* (2024, with E. Gipponi and S. Locati) and *For Real. Il fumetto italiano tra realtà e realismo* (2024, with SNIF). He is the author of the monographs *I denti dell'arte. La letteratura entre-deux-guerres nell'italiano di Leo Longanesi* (2020) and *Cronache letterarie negli anni del Boom. Recensioni sui quotidiani italiani* (forthcoming 2025). He is a member of the editorial board of JEPS (Journal of European Periodical Studies) and of the research groups IUPS (Iulm University for Periodical Studies) and SNIF (Studying "n" Investigating Fumetti).

**Giuliano Cenati** is an associate professor of Italian Literature at Pegaso Online University. He conducted research and teaching activities at the University of Milan from 2003 to 2018. He has devoted several essays to modern and contemporary fiction, considered in all its excursions, from entertainment to experimentalism, from canonical to marginal literature. He directs his studies by preference toward the borderlands of the literary field, with a particular focus on comics and short forms. He is the author of the monographs *Torniamo a bomba. I ghiribizzi narrativi di Vittorio Imbriani* (Milano, LED, 2004), *Disegni, bizze e fulmini. I racconti di Carlo Emilio Gadda* (Pisa, ETS, 2010), *Frammenti e meraviglie. Gadda e i generi della prosa breve* (Milano, Unicopli, 2010), *Figure da leggere. Generi e prassi del fumetto in Italia (e dintorni) dal "Bertoldo" al graphic novel* (Milano-Udine, Mimesis, 2023: Premio 'Franco Fossati' 2024).

**Emma de Pasquale** graduated in Italian Studies at the University of Roma Tre with a thesis entitled "*Come noi diversa da noi. Paola Masino sulle pagine di "Noi donne"*" (rapporteur: Prof. Monica Venturini, co-rapporteur: Prof. Laura Fortini), which was followed by the publication of the essay "*La disgrazia di accorgermi di tutto. Paola Masino scrittrice-giornalista per "Noi donne"*", in *Scaffale Aperto*, XIII, 2022. Since 2023 she has been a doctoral student at the Department of Humanistic Studies at the University of Rome Tre, with a project on the relationship between literature and radio, focusing on Paola Masino, Maria Bellonci and

*Scrittrici al microfono (1945-1985)* (tutor: prof.ssa Monica Venturini), pone in dialogo i materiali degli archivi letterari delle autrici con il patrimonio audiovisivo di Rai Teche. I suoi principali interessi di studio vertono sulle scrittrici della letteratura italiana contemporanea e sul rapporto tra letteratura e mass-media.

**Raissa D'Uffizi** ha conseguito il dottorato di ricerca in Storia del Design nel 2023 con una tesi dal titolo *La mediazione degli oggetti di design per la casa nelle riviste di progetto. Linguaggi e strategie visive nella comunicazione dei nuovi prodotti industriali (1949-1972)*. È docente a contratto del corso History of Visual Communication Design presso l'Università di Roma La Sapienza. I suoi studi si focalizzano sul design e sulla comunicazione visiva, con un'attenzione particolare alla storia del design e della grafica in Italia, analizzando il ruolo della grafica e della fotografia nei processi di promozione pubblicitaria e diffusione culturale soprattutto all'interno delle riviste di progetto. Tra le pubblicazioni più recenti *"From Italy, with love and splendor". Il design italiano e le riviste di progetto americane tra gli anni Cinquanta e Settanta* (2023), *"Dentro l'oggetto". Aldo Ballo per il catalogo di Italy: The New Domestic Landscape* (2023), *Memories of Italian Graphic Design History. Digital Dissemination and Immaterial Circulation of Visual Communication Heritage* (2023), *"La poltrona va in Galleria". Il caso della mostra Il design italiano nei musei del mondo 1950-1990 alla Galleria nazionale di Roma* (2021), *Dal sogno all'abbandono. Lina Bo e la cultura dell'abitare in Italia (1939-1946)* (2021).

**Laura Facchin** è professoressa associata in Storia dell'Arte Moderna e titolare degli insegnamenti di Storia Sociale dell'Arte e Comunicazione Artistica presso il corso di Laurea in Scienze della Comunicazione dell'Università degli Studi dell'Insubria. Si occupa di collezionismo e relazioni artistiche principalmente, dal XVII al XIX secolo. Ha partecipato alla giornata di studi *Arte e giornalismo in Italia fra Sei e Settecento. Nuove fonti per la storia dell'arte* (Venezia, Ca' Dolfin, 12 dicembre 2017), i cui atti sono stati pubblicati su *Saggi e Memorie di Storia dell'Arte* (42, 2018/2019). Ha al suo attivo la curatela e co-curatela di svariate mostre, tra le ultime *Venezia nel Settecento. Una città cosmopolita e il suo mito* (Torino, Fondazione Accorsi-Ometto, 20 aprile-3 settembre 2023). Ha partecipato alla XII conferenza internazionale della ESPRit sul tema *Periodicals: S.T.E.A.M. AHEAD!* (Urbino, Università degli Studi "Carlo Bo", 11-13 settembre 2024).

Alba de Céspedes. The research, entitled *"Tutto è fatto di rumori. Scrittrici al microfono (1945-1985)* (tutor: Prof. Monica Venturini), places the materials from the literary archives of the authors in dialogue with the audiovisual heritage of Rai Teche. Her research study interests focus on women writers in contemporary Italian literature and on the relationship between literature and mass media.

**Raissa D'Uffizi** received her PhD in Design History in 2023 with a thesis entitled *La mediazione degli oggetti di design per la casa nelle riviste di progetto. Linguaggi e strategie visive nella comunicazione dei nuovi prodotti industriali (1949-1972)*. She is an adjunct lecturer of the History of Visual Communication Design course at the University of Rome La Sapienza. Her studies focus on design and visual communication, with particular attention to the history of design and graphics in Italy, analysing the role of graphics and photography in the processes of advertising promotion and cultural dissemination, especially within design magazines. Her most recent publications include *'From Italy, with love and splendour'. Il design italiano e le riviste di progetto americane tra gli anni Cinquanta e Settanta* (2023), *"Dentro l'oggetto. Aldo Ballo per il catalogo di Italy: The New Domestic Landscape* (2023), *Memories of Italian Graphic Design History. Digital Dissemination and Immaterial Circulation of Visual Communication Heritage* (2023), *"La poltrona va in Galleria". Il caso della mostra Il design italiano nei musei del mondo 1950-1990 alla Galleria nazionale di Roma* (2021), *Dal sogno all'abbandono. Lina Bo e la cultura dell'abitare in Italia (1939-1946)* (2021).

**Laura Facchin** is an associate professor in History of Modern Art and lecturer in Social History of Art and Artistic Communication at the University of Insubria. She deals mainly with collecting and art relations from the 17th to the 19th century. She participated in the seminar *Arte e giornalismo in Italia fra Sei e Settecento. Nuove fonti per la storia dell'arte* (Venice, Ca' Dolfin, 12 December 2017), whose proceedings were published in *Saggi e Memorie di Storia dell'Arte* (42, 2018/2019). She has to her credit the curatorship and co-curatorship of several exhibitions, among the latest *Venezia nel Settecento. Una città cosmopolita e il suo mito* (Turin, Accorsi-Ometto Foundation, 20 April-3 September 2023). She took part in ESPRit's 12th international conference on *Periodicals: S.T.E.A.M. AHEAD!* (Urbino, Università degli Studi 'Carlo Bo', 11-13 September 2024).

**Massimiliano Ferrario** è ricercatore in Storia dell'Arte Contemporanea e titolare degli insegnamenti di Storia dell'Arte Italiana Contemporanea e Postmoderna e Storia dell'Arte Contemporanea presso il corso di Laurea in Scienze della Comunicazione dell'Università degli Studi dell'Insubria (Varese-Como). È vicedirettore e responsabile scientifico del Centro di Ricerca sulla Storia dell'Arte Contemporanea (CRiSAC) del medesimo Ateneo, per il quale è curatore delle rassegne espositive e della collana di pubblicazioni relativa.

**Livia Garomersini** (Grosseto, 1991) ha svolto la sua formazione universitaria a Siena, dove ha ottenuto la laurea triennale in Scienze dei Beni Culturali e successivamente quella magistrale in Storia dell'Arte con lode, proponendo una tesi sulla figura di Mario De Micheli. Nel marzo 2023 ha conseguito il Dottorato di ricerca in Storia delle Arti e dello Spettacolo (Unifi) con un progetto intitolato *Oltre il realismo: la critica d'arte sulla stampa ufficiale del PCI, 1956-1968. Dall'VIII Congresso del Partito ai movimenti di protesta del Sessantotto*. Attualmente è borsista presso la Fondazione Ambron Castiglioni a Firenze, dove sta studiando il fondo dell'artista Dario Viterbo, conservato alla Biblioteca Marucelliana.

**Massimiliano Gaudiosi** è ricercatore presso l'Università di Napoli "Federico II", dove insegna Storia del cinema. È stato assegnista di ricerca presso l'Università Suor Orsola Benincasa per il PRIN 2017 *Archivi del Sud*. Come Fulbright Research Scholar ha lavorato presso la University of Texas at Austin per una ricerca sull'archivio fotografico di Magnum Photos. I suoi interessi di ricerca spaziano dalla rappresentazione del paesaggio nel cinema e nel fotogiornalismo, in particolare dell'immagine di Napoli e del meridione, allo studio del precinema e della cinematografia subacquea. È autore delle monografie *Lo schermo e l'acquario. Scienza, finzione e immersività nel cinema degli abissi* (Pisa, Edizioni ETS, 2019) e (con Augusto Sainati) *Analizzare i film* (Venezia, Marsilio, 2007) e ha pubblicato numerosi saggi in riviste e opere collettanee. È membro del comitato scientifico del progetto Cybercene Lab. *Multispecies Healing and Habitability in a Transformed World* presso la Rutgers University.

**Elena Gipponi** è ricercatrice in Cinema, Fotografia e Televisione all'Università IULM di Milano, dove tiene il "Laboratorio di scrittura critica per il cinema e lo spettacolo" e il corso di "Culture del colore nel cinema e nei media". La sua ricerca si concentra sugli aspetti culturali e materiali delle tecnologie del cinema e dei media, in particolare del colore. Nel 2020 ha pubblicato il volume *Una rivoluzione inavvertita. Dal bianco*

**Massimiliano Ferrario** is a researcher in History of Contemporary Art and lecturer in History of Contemporary and Postmodern Italian Art and History of Contemporary Art at the University of Insubria (Varese-Como). He is deputy director and scientific head of the Research Centre on the History of Contemporary Art (CRiSAC) at the same university, for which he curates the exhibition reviews and the series of related publications.

**Livia Garomersini** (Grosseto, 1991) completed her university education in Siena, where she obtained a bachelor's degree in Science of Cultural Heritage and then a master's degree in History of Art with honours, presenting a thesis on the figure of Mario De Micheli. In March 2023 she obtained her PhD in History of the Arts and Entertainment (Unifi) with a project entitled *Oltre il realismo: la critica d'arte sulla stampa ufficiale del PCI, 1956-1968. Dall'VIII Congresso del Partito ai movimenti di protesta del Sessantotto*. She is currently a scholarship holder at the Ambron Castiglioni Foundation in Florence, where she is studying the collection of the artist Dario Viterbo, preserved at the Marucelliana Library.

**Massimiliano Gaudiosi** is a researcher in Film Studies at the University of Naples "Federico II". He worked as postdoc research fellow at the University Suor Orsola Benincasa for the project PRIN 2017 *Archivi del Sud*. As Fulbright Visiting Scholar he worked at the University of Texas at Austin for a research on the Magnum Photos collection. His research interests include theory and film analysis, the cinematic representation of the landscape, underwater cinema and, more recently, photojournalism. He is author of *Lo schermo e l'acquario. Scienza, finzione e immersività nel cinema degli abissi* (2019) and co-author of *Analizzare i film* (2007, with Augusto Sainati). He published essays on film journals and edited books. He is member of the Advisory Committee of the project Cybercene Lab. *Multispecies Healing and Habitability in a Transformed World* at Rutgers University.

**Elena Gipponi** is a researcher in Cinema, Photography and Television at the IULM University in Milan, where she holds the "Film Criticism Workshop" and the course "Colour Cultures in Cinema and Media". Her research focuses on the cultural and material aspects of film and media technologies, in particular colour. In 2020, she published the volume *Una rivoluzione inavvertita. Dal bianco e nero al colore nello*

e nero al colore nello scenario mediale della modernità italiana (Mimesis). Fa parte del gruppo di ricerca sui periodici illustrati IUPS (IULM University for Periodical Studies), con cui nel 2024 ha curato *Immagine e testo nei periodici illustrati italiani degli anni trenta e quaranta* (con Dario Boemia e Stefano Locati, sempre per Mimesis). Ha partecipato a diverse ricerche nazionali e internazionali, tra le più recenti: PRIN2020: *Atlante del Giallo. Storia dei media e cultura popolare in Italia (1954-2020)* e PRIN2022: *FilmBaseMatters: A Material Approach to the History of Small-Gauge Film in Italy*, di cui è responsabile di unità per IULM.

**Jelena Lalatović** è ricercatrice in storia letteraria, studi culturali e *periodical studies*. Ha ottenuto il dottorato in *periodical studies* nel 2023 presso la Facoltà di Filologia dell'Università di Belgrado, con una tesi che ha trovato in seguito pubblicazione con il titolo *Così fu temprato l'acciaio: la stampa studentesca e la lotta per l'università libera dal 1937 al 1968* (2023). Dal 2018 al marzo 2025 ha lavorato nel Dipartimento di *periodical studies* dell'Istituto di Letteratura e Arte di Belgrado. Attualmente è postdoctoral researcher nel progetto *Liminal Waterways Countercultures* presso la Facoltà di Studi umanistici dell'Università di Zagabria.

**Gabriele Landrini** è ricercatore a tempo determinato di tipo A presso l'Università degli Studi di Bari "Aldo Moro". I suoi interessi di ricerca vertono sulla storia culturale italiana e sul cinema popolare. È membro della redazione di *Cinergie. Il cinema e le altre arti* e di *Cinéma & Cie. Film and Media Studies Journal*. Ha pubblicato, oltre a diversi saggi in riviste di settore, il volume *Fotogrammi di carta. I venticinque anni del cineromanzo italiano (1950-1975)*, edito da Meltemi. È tra i curatori di *Sesso e volentieri. Storie e forme dell'erotismo nel cinema italiano*, numero 18 dei *Quaderni del CSCI*.

**Arianna Laurenti** è dottoranda in Visual and Media Studies all'università IULM. Ha conseguito la laurea magistrale in storia dell'arte, con indirizzo in storia della fotografia, presso l'università Sapienza di Roma. Per il suo progetto di dottorato studia la rappresentazione della vacanza balneare tra la fine degli anni Quaranta e gli anni Cinquanta attraverso l'esame di periodici e guide turistiche.

**Stefano Locati** è ricercatore Rtd-A in cinema presso l'Università IULM di Milano, dove insegna "Culture visuali dell'Asia: cinema, fumetti, serie tv" e "Storia del cinema". I suoi interessi di ricerca riguardano il cinema giapponese, cine-

scenario mediale della modernità italiana (Mimesis). She is a member of the IUPS (IULM University for Periodical Studies) research group on illustrated periodicals, with which in 2024 she edited *Immagine e testo nei periodici illustrati italiani degli anni Trenta and Quaranta* (with Dario Boemia and Stefano Locati, also for Mimesis). She has participated in various national and international research projects, the most recent of which include: PRIN2020: *Atlante del Giallo. Storia dei media e cultura popolare in Italia (1954-2020)* and PRIN2022: *FilmBaseMatters: A Material Approach to the History of Small-Gauge Film in Italy*, of which she is unit manager for IULM.

**Jelena Lalatović** is a researcher in literary history, cultural studies and periodical studies. She obtained her PhD in periodical studies in 2023 at the Faculty of Philology of the University of Belgrade, with a thesis that was later published under the title *Così fu temprato l'acciaio: la stampa studentesca e la lotta per l'università libera dal 1937 al 1968* (2023). From 2018 to March 2025, she worked in the Department of Periodical Studies at the Institute of Literature and Art in Belgrade. She is currently a postdoctoral researcher in the *Liminal Waterways Countercultures* project at the Faculty of Humanities, University of Zagreb.

**Gabriele Landrini** is a researcher at the University of Bari "Aldo Moro". His research topics focus on Italian cultural history and popular cinema. He is part of the editorial staff of *Cinergie. Il cinema e le altre arti* and *Cinéma & Cie. Film and Media Studies Journal*. He is the author of *Fotogrammi di carta. I venticinque anni del cineromanzo italiano (1950-1975)* (Meltemi, 2022) and he is the co-editor of *Sesso e volentieri. Storie e forme del cinema italiano (Quaderni del CSCI, n. 18)*.

**Arianna Laurenti** is a PhD student in Visual and Media Studies at IULM University. She obtained her master's degree in art history, with a focus on the history of photography, at the Sapienza University of Rome. For her PhD project, she is studying the representation of seaside holidays between the late 1940s and the 1950s through the examination of periodicals and tourist guides.

**Stefano Locati** is Rtd-A researcher in cinema at the IULM University in Milan, where he teaches "Asian visual cultures: cinema, comics, TV series" and "History of cinema". His research interests include Japanese, Chinese and Korean cin-

se e coreano, i *media studies* e i *periodical studies*. Il suo volume più recente è *Sistema media mix. Cinema e sottoculture giovanili del Giappone contemporaneo* (2022). Ha curato con Dario Boemia ed Elena Gipponi *Immagine e testo nei periodici illustrati italiani degli anni trenta e quaranta* (2024) e con Dario Boemia *Book Reviews and Beyond. Critical Authority, Cultural Industry, and Society in Periodicals between the 18th and the 21st Century* (2021). È direttore di *Sognielettrici* – Festival dell’immaginario fantastico e di fantascienza di Milano e membro del gruppo di ricerca IUPS (Iulm University for Periodical Studies).

**Martino Marazzi** insegna Letteratura italiana all’Università degli Studi di Milano. È stato Visiting Professor alla New York University e Fellow dell’Italian Academy presso la Columbia University. Fra i suoi volumi: *Through the Periscope* (2022), *Italexit* (2019), *Danteum* (2015), *A occhi aperti* (2011), *Voices of Italian America* (2004). Fra i suoi libri di narrativa, *La mia cara libertà e altri racconti* (2022) e *Sbagli* (2019). Con *Amelia* è stato incluso nella longlist dei Best American Essays 2017. Ha collaborato con Gianfranco Rosi al soggetto di *Notturmo* (2020).

**Emanuela Morganti** è docente a contratto di Storia dell’Arte Contemporanea all’Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, dove dal 2019 ha tenuto i laboratori di Didattica dell’arte, è collaboratrice della Pinacoteca “il Divisionismo” della Fondazione Cassa di Risparmio di Tortona. Già borsista di ricerca e docente a contratto presso l’Alma Mater Studio-rum di Bologna, collaboratrice presso l’Università degli Studi di Padova, il Politecnico di Milano e l’Università degli Studi della Tuscia, dove nel 2016 ha conseguito il PhD. Le sue ricerche indagano i rapporti tra arte, illustrazione editoriale, satira, grafica pubblicitaria e di propaganda in una costante prospettiva interdisciplinare. Tra le recenti pubblicazioni: *Il lavoro e il paesaggio agrario nei capolavori della Collezione Verzocchi*, in *Paesaggi e prospettive. Collana Studi Sereniani*, 2023; *Da mito di progresso a bersaglio di satira. La ferrovia nell’immaginario artistico italiano tra XIX e XXI secolo*, in *La rotaia e il treno. Due secoli di sviluppo* (Pacini Editore, 2023); *Galantara prima di Ratalanga. Svolte artistiche di un giovane marchigiano trapiantato a Bologna*, in *Arte marchigiana*, 2023.

**Elena Mosconi** è professoressa ordinaria di Storia del cinema presso l’Università di Pavia. Il suo lavoro si concentra sulla storia culturale e la storiografia. Si è occupata del cinema muto e della sua cultura, del rapporto tra cinema e

ema, media studies and periodical studies. His most recent volume is *Sistema media mix. Cinema e sottoculture giovanili del Giappone contemporaneo* (2022). He edited with Dario Boemia and Elena Gipponi *Immagine e testo nei periodici illustrati italiani degli anni trenta e quaranta* (2024) and with Dario Boemia *Book Reviews and Beyond. Critical Authority, Cultural Industry, and Society in Periodicals between the 18th and the 21st Century* (2021). He is the director of Electricdreams International Film Festival in Milan and a member of the IUPS (Iulm University for Periodical Studies) research group.

**Martino Marazzi** is an associate professor of Italian Literature at the University of Milan. He has been visiting professor at New York University and a Fellow of the Italian Academy for Advanced Studies at Columbia University. His books include *Through the Periscope* (2022), *La mia cara libertà e altri racconti* (2022), *Italexit* (2019), *Sbagli* (2019), *Danteum* (2015), *A occhi aperti* (2011), and *Voices of Italian America* (2004). His essay *Amelia* was longlisted in The Best American Essays 2017. He collaborated with director Gianfranco Rosi at the script of *Notturmo* (2020).

**Emanuela Morganti** holds a PhD in History of Contemporary Art (Università della Tuscia, 2016) and is adjunct professor in History of Contemporary Art at the University of Urbino since 2019, where for five years she also taught History and Didactics of Art. She is currently collaborating with the art gallery “il Divisionismo” Tortona Cassa di Risparmio Foundation. Previously, she collaborated with the University of Bologna, University of Padua, and Polytechnic of Milan. Her research investigates the relationship between art, illustration, caricature and satirical illustration, advertising, propaganda graphic with an interdisciplinary perspective. Among her recent publications: *Il lavoro e il paesaggio agrario nei capolavori della Collezione Verzocchi*, in *Paesaggi e prospettive. Collana Studi Sereniani*, 2023; *Da mito di progresso a bersaglio di satira. La ferrovia nell’immaginario artistico italiano tra XIX e XXI secolo*, in *La rotaia e il treno. Due secoli di sviluppo* (Pacini Editore, 2023); *Galantara prima di Ratalanga. Svolte artistiche di un giovane marchigiano trapiantato a Bologna*, in *Arte marchigiana*, 2023.

**Elena Mosconi** is a full professor of Film History at the University of Pavia. Her approach refers mainly to cultural history and historiography. She has worked on silent cinema and its culture, the relationship between cinema and music

musica, in particolare a livello intermediale e intertestuale. Svolge ricerca sulle sale e il pubblico cinematografico in Italia. Ha scritto, tra gli altri, *Un cinema 'domestico'. Cattolici e forme di organizzazione culturale in Italia 1945-1970*, EDUCatt, Milano, 2018. Ha curato *Spettatori italiani. Riti e ambienti del consumo cinematografico 1900-1950* (Carocci, Roma, 2006, con Francesco Casetti) e *Spettatori. Forme di consumo e pubblici del cinema in Italia 1930-1960* (Marsilio, Roma 2002, con Mariagrazia Fanchi). Attualmente sta conducendo una ricerca (PRIN 2020) sulle sale cinematografiche italiane (Cin\_Ex, PI Mariagrazia Fanchi). È presidente di AIRSC, Associazione Italiana per le Ricerche di Storia del Cinema.

**Caterina Paparello** è attualmente ricercatrice Rtdb presso il Dipartimento di Filosofia e Beni Culturali di Ca' Foscari, Università di Venezia. Dopo aver collaborato con diversi enti, anche coordinando progetti di catalogazione e di ICT per la valorizzazione del patrimonio nel museo e sul web, svolge attività di ricerca in ordine alle vicende storiche che hanno portato alla dispersione o alla musealizzazione del patrimonio. In anni recenti, per mandato della Direzione generale Musei del Ministero della Cultura, ha ricoperto il ruolo di storico dell'arte incaricato presso la Direzione regionale musei delle Marche, coordinando la gestione e la cura delle collezioni e i cantieri di restauro del patrimonio mobile della Rocca demaniale di Gradara. Larga parte degli studi è dedicata alla protezione del patrimonio durante il secondo conflitto mondiale, sia in ordine alla pubblicazione degli elenchi di Pasquale Rotondi e Emilio Lavagnino, sia circa gli esiti del progetto Marche Liberate, riguardante gli atti e i provvedimenti del Governo Militare Alleato e della Sub Commission Monuments, Fine Arts, and Archives, sia partecipando allo staff curatoriale della mostra *Arte liberata. Capolavori salvati dalla guerra 1937/1947* (Roma, Scuderie del Quirinale, 16 dicembre 2022-10 aprile 2023). Ha esteso i propri interessi alla musealizzazione del patrimonio nei territori dell'alto, medio e basso Adriatico. Fra di essi le ricerche, in parte in corso, sulla fortuna critica della cultura figurativa adriatica, promossi a partire dallo spoglio degli archivi privati di Pietro Zampetti. Allo stesso filone è riferibile il lavoro monografico «*Un qualche piccolo lustro alla Patria comune*». *Per una storia della Pinacoteca civica "Francesco Podesti" di Ancona*, prefazione di Maria Concetta Di Natale, Firenze, Edifir (2020), che restituisce le ragioni delle scelte compiute e il valore della tutela agita sul territorio. È membro del comitato scientifico della rivista *Il capitale culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage* diretta da Pietro Petrarola,

(particularly at the intermedial and intertextual level). Her research also addresses the story of movie theaters and film consumption in Italy. Among her publications is *Un cinema 'domestico. Cattolici e forme di organizzazione culturale in Italia 1945-1970* (EDUCatt, Milan, 2018). She co-edited *Spettatori italiani. Riti e ambienti del consumo cinematografico 1900-1950* (Carocci, Roma, 2006, with Francesco Casetti) and *Spettatori. Forme di consumo e pubblici del cinema in Italia 1930-1960* (Marsilio, Roma 2002, with Mariagrazia Fanchi). Currently she is conducting research on Italian cinemas (Cin\_Ex, PI Mariagrazia Fanchi). She serves as chairwoman of AIRSC, Italian Association for Research in the History of Cinema.

**Caterina Paparello** is currently Rtdb researcher at the Department of Philosophy and Cultural Heritage at Ca' Foscari, University of Venice. After collaborating with various institutions, including coordinating both cataloguing and ICT projects for the promotion of heritage in museums and on the web, she carries out research on the historical events that led to the dispersion or the musealization of heritage. In recent years, on behalf of the General Directorate for Museums of the Ministry of Culture, she has held the position of art historian in charge of the Regional Museums Directorate of the Marche Region, coordinating the management and care of the collections and the restoration works of the movable heritage of the State-owned Rocca di Gradara. A large part of her studies is dedicated to the protection of heritage during the Second World War, both regarding the publication of the lists of Pasquale Rotondi and Emilio Lavagnino, and the results of the "Marche Liberate" project, concerning the acts and measures of the Allied Military Government and the Sub Commission Monuments, Fine Arts, and Archives, and participating in the curatorial staff of the exhibition *Arte liberata. Capolavori salvati dalla guerra 1937/1947* (Rome, Scuderie del Quirinale, 16 December 2022-10 April 2023). She has extended her interests to the museumization of heritage in the Upper, Middle, and Lower Adriatic territories. These include the partly ongoing research on the critical fortune of Adriatic figurative culture, promoted by perusing Pietro Zampetti's private archives. The monograph *'Un qualche piccolo lustro alla Patria comune. Per una storia della Pinacoteca civica "Francesco Podesti" di Ancona'*, preface by Maria Concetta Di Natale, Florence, Edifir (2020), aligns with the same line of inquiry and gives an account of the reasons for the choices made and the value of the protection acted on the territory. She is a member of the scientific committee of the journal *Il capitale culturale. Studies on the*

della collana Studi e percorsi storico-artistici, coordinate da Patrizia Dragoni e Andrea Leonardi (Edifir, Firenze) e dirige con Vanda Lisanti, Patrizia Dragoni e Ilaria Miarelli Mariani la collana editoriale Le Età del Museo (Ginevra Bentivoglio edizioni).

**Carlotta Sylos Calò** si occupa di storia e teoria delle arti del XIX e XX secolo. Ha conseguito l'abilitazione scientifica per docente di seconda fascia nel dicembre del 2020 e da ottobre 2023 è ricercatrice RTDB (ARTE-01/C) presso l'Università degli studi di Roma Tor Vergata, dove è docente titolare dei corsi di Storia dell'arte contemporanea, Teorie dell'arte contemporanea, e membro del consiglio di dottorato di ricerca in studi comparati. Ha collaborato come ricercatore free-lance e coordinatore di progetti editoriali con il MIBAC, MAXXI-Museo nazionale delle arti del XXI secolo, Archivio Alberto Boatto, Enciclopedia Treccani, DigiLab - La Sapienza, Centro per la ricerca artistica contemporanea Luigi Di Sarro, Roma. Tra le sue pubblicazioni più recenti si ricordano: *Topazia Alliata, Piero Manzoni and the Coincidence between Idea and Visual Language. The Case of Riducibili, Rome 1960 in Women art dealers. Creating Markets for Modern Art, 1940-1990*, 2024; *Arti visive e teatro: temi, parole, immagini e voci da Almanacco letterario Bompiani e Marcatrè*, in *Arabeschi*, 19, gennaio-giugno 2022; *Udite! Udite! Mussolini nel buco*, in *Pianob. Arti e culture visive; Fotografia, corpo, comportamenti*, a cura di Claudio Marra, Pasquale Fameli, Chiara Pompa, luglio 2022.

**Viviana Triscari** ha conseguito presso l'Università di Catania il titolo di dottoressa di ricerca in Scienze dell'Interpretazione con una tesi dal titolo *Oltre i confini dell'immagine. Arte, vita e scrittura nel 'doppiotalento' di Alberto Martini*. Attualmente è titolare di un assegno di ricerca all'interno del progetto PNRR *Living Cabiria* dal titolo *Modelli letterari e fonti iconografiche in Cabiria di Giovanni Pastrone (1914)*. I suoi interessi sono da sempre rivolti alle differenti possibilità di relazione tra parola scritta e immagine (ekphrasis, illustrazione, iconotestualità) con una attenzione particolare verso le scritture autobiografiche degli artisti, le pratiche autoritratistiche e le forme di interazione tra fiction, non-fiction e immagini in alcuni autori della contemporaneità. È in corso di stampa la sua prima monografia dal titolo *Artista. Per una morfologia dell'autorappresentazione* (Duetredue). Fa parte del comitato di redazione di *Arabeschi. Rivista internazionale di studi su letteratura e visualità*.

*Value of Cultural Heritage* directed by Pietro Petrarola, of the series Studi e percorsi storico-artistici, coordinated by Patrizia Dragoni, and Andrea Leonardi (Edifir. Florence) and she directs with Vanda Lisanti, Patrizia Dragoni and Ilaria Miarelli Mariani the publishing series Le Età del Museo (Ginevra Bentivoglio edizioni).

**Carlotta Sylos Calò** works on the history and theory of the arts in the 19th and 20th centuries. She was awarded the scientific qualification for second level professor in December 2020 and since October 2023 she has been RTDB researcher (ARTE-01/C) at the University of Rome Tor Vergata, where she is a professor for the courses History of Contemporary Art, Theory of Contemporary Art, and is a member of the PhD board in Comparative Studies. She has collaborated as a free-lance researcher and coordinator of publishing projects with MIBAC, MAXXI-Museo nazionale delle arti del XXI secolo, Archivio Alberto Boatto, Enciclopedia Treccani, DigiLab - La Sapienza, Centro per la ricerca artistica contemporanea Luigi Di Sarro, Rome. Her most recent publications include: *Topazia Alliata, Piero Manzoni and the coincidence between Idea and Visual Language. The Case of Riducibili, Rome 1960 in Women art dealers. Creating Markets for Modern Art, 1940-1990*, 2024; *Arti visive e teatro: temi, parole, immagini e voci da Almanacco letterario Bompiani e Marcatrè*, in *Arabeschi*, 19, January-June 2022; *Udite! Udite! Mussolini nel buco*, in *Pianob. Arti e culture visive; Fotografia, corpo, comportamenti*, edited by Claudio Marra, Pasquale Fameli, Chiara Pompa, July 2022.

**Viviana Triscari** obtained a PhD in Interpretation Sciences at the University of Catania with a thesis entitled *Oltre i confini dell'immagine. Arte, vita e scrittura nel 'doppiotalento' di Alberto Martini*. She currently holds a research grant within the PNRR *Living Cabiria* project entitled *Modelli letterari e fonti iconografiche in Cabiria di Giovanni Pastrone (1914)*. Her main interests concern the different possibilities of relationship between word and image (ekphrasis, illustration, iconotextuality) with particular attention towards the autobiographical writings of artists, self-portraiture practices and the forms of interaction between fiction, non-fiction and images in some contemporary literary authors. Her first monograph entitled *Artista. Per una morfologia dell'autorappresentazione* (Duetredue) is currently being printed. She is part of the editorial board of *Arabeschi. Rivista internazionale di studi su letteratura e visualità*.

**Paolo Villa** è ricercatore presso l'Università degli Studi di Parma, dove insegna Teorie e tecniche del cinema e dell'audiovisivo, Storia e critica del cinema, Teorie del cinema. Oltre ad articoli in riviste scientifiche e saggi in curatele, ha recentemente pubblicato la monografia *La camera di Stendhal. Il film sull'arte in Italia 1945-1970* (ETS, 2022). Si occupa di cinema documentario e industriale, documentario d'arte, mediatizzazione del patrimonio culturale, fotografia di paesaggio e storia del fotogiornalismo, film in costume contemporaneo, storia delle sale cinematografiche in Italia.

**Paolo Villa** is a researcher at the University of Parma, where he teaches film history. After his PhD in film studies, he has been postdoc research fellow at the Universities of Udine and of Pavia - Cremona. Besides scientific articles and essays in edited volumes, in 2022 he published *La camera di Stendhal. Il film sull'arte in Italia 1945-1970* (ETS). His main research interests are Italian documentary and industrial cinema, the mediatization of landscape and cultural heritage, the relations between cinema and visual arts, history of documentary photography and photojournalism, contemporary costume films, and the history of movie theatres.