

5/

L'immagine dell'Italia in Serbia (1950-1965)

Dalla questione di Trieste alla cultura di massa

Francesca ROLANDI

In questo saggio ci concentreremo su come l'immagine dell'Italia, durante il quindicennio 1950-1965, cambi in Serbia, influenzata in ciò dagli eventi politici che caratterizzano le relazioni tra i due paesi. Se all'inizio del periodo considerato a dominare sono i toni cupi, dalla sistemazione della questione di Trieste con il Memorandum di Londra (1954) i contatti crescono in maniera esponenziale. In un contesto di liberalizzazione del sistema jugoslavo, l'immagine dell'Italia viene ribaltata fino a trasformarsi in vetrina e porta di accesso alla cultura di massa occidentale in Serbia.

1. Trieste è nostra: Belgrado e la questione di Trieste

Sul confine italo-jugoslavo la seconda guerra mondiale non si conclude nel 1945, ma ancora per alcuni anni, gli abitanti delle due sponde dell'Adriatico subiscono sofferenze, privazioni e assetti territoriali imposti dall'alto. Alla difficoltà di tracciare un confine in un territorio mistilingue, si sommano le fratture della politica internazionale: dalla sua nascita e fino al distacco tra Tito e Stalin del 1948, la cortina di ferro passa da Trieste e divide in due la città di Gorizia. Nel 1947 viene creato il Territorio libero di Trieste, suddiviso in zona A (comprendente Gorizia, Monfalcone e Trieste) e zona B (comprendente la parte settentrionale dell'Istria). Tale sistemazione territoriale viene confermata con minime variazioni dal Memorandum del 1954 e diviene definitiva con l'accordo di Osimo del 1975. Fino al 1954 i rapporti tra i due paesi sono ridotti al minimo e la stampa serba, come più in generale quella jugoslava, propone ai lettori un'immagine oscura dell'Italia, nella quale si condensano tutti i principali difetti dell'Occidente: all'arretratezza economica si sommano il clericalismo, la perdita di valori, la sottomissione ai modelli americani, i rigurgiti

fascisti. La città contesa di Trieste appare come un buco nero nel corpo italiano, dove la miseria e la reazione regnano sovrane.

Nei momenti di tensione le strade della capitale Belgrado diventano palcoscenico di dimostrazioni di piazza. A commento delle proteste del 1952, provocate dal rinnovato appoggio da parte britannica alla Nota tripartita¹ del 1948, la stampa serba dipinge un'Italia in balia di presenze neofasciste e irredentiste; alcuni giorni dopo in Parlamento il presidente Tito sostiene che a Trieste si sarebbero congiunti gli interessi di fascisti e cominformisti² ai danni della Jugoslavia. Nel 1953, quando gli anglo-americani in una nota congiunta si dichiarano favorevoli alla divisione *de facto* del Territorio libero di Trieste, Tito tiene a Leskovac un discorso infuocato durante il quale prospetta la possibilità di un intervento armato per tutelare gli interessi jugoslavi³.

Nel 1954, nei giorni immediatamente seguenti alla firma del Memorandum, numerosi politici (tra cui Milovan Đilas e Moša Pijade) arringano le folle per le strade di Belgrado, i funzionari girano casa per casa per “informare” i cittadini dell'accaduto, la polizia “non riesce” a fermare un corteo diretto verso le ambasciate britannica e statunitense che vengono distrutte. Tra gli slogan che risuonano: “Trieste è nostra”, “Morte al fascismo”, “Giù i farisei a Londra e Washington”, “Fate commercio con il vostro e non con il nostro”. Addirittura un invalido avrebbe cantato: “Compagno Tito dacci i fucili, i fascisti hanno rialzato il grugno/fucili e cannoni per suonarle ai ladri”. Appare chiara la regia dello Stato e del partito nella mobilitazione delle masse, al fine di utilizzarle come strumento di pressione politica rivolto ad un pubblico estero⁴. Esiste un fattore emotivo che spinge i manifestanti a scendere nelle strade e che nel caso serbo non è come per sloveni e croati dovuto all'attaccamento a un territorio ritenuto proprio in senso identitario, quanto, piuttosto, di supporto alle rivendicazioni della politica estera governativa. Manifestare per Trieste a Belgrado è segno di patriottismo jugoslavo e di lealtà al regime.

Sebbene la firma del Memorandum di Londra sia accolta a Belgrado con toni molto violenti, essa segna anche il momento di svolta in cui la percezione dell'Italia in Jugoslavia cambia radicalmente e, a livello ufficiale, a un'immagine conflittuale ne viene sostituita una più conciliante e neutrale. Questo cambiamento di rotta è anticipato da una dichiarazione di Tito all'Ansa del 17 ottobre: “Esistono le possibilità

¹ Con la Nota tripartita del marzo 1948 (a un mese dalle elezioni italiane), Usa, Gran Bretagna e Francia si spendono a favore della indivisibilità del Tlt e della sua assegnazione all'Italia.

² MARKOVIĆ, Predrag J., *Beograd između Istoka i Zapada*, Beograd, Službeni list SRJ, 1996, p. 95.

³ Cfr. BOGETIĆ, Dragan, *Jugoslavija i Zapad 1952-1955. Jugoslovensko približavanje Nato-u*, Beograd, Službeni List SRJ, 2000, p. 65.

⁴ MARKOVIĆ, Predrag J., *Beograd između Istoka i Zapada*, op. cit., pp. 102-104 e 191-192.

per avviare una cooperazione economica, culturale e politica tra la Jugoslavia e l'Italia. L'accordo su Trieste ha eliminato quegli elementi che la ostacolavano"⁵. Già nel 1955 si ha un primo accordo che regola il traffico di merci e persone tra i due paesi e quasi subito l'Italia si posiziona ai primi posti negli scambi commerciali con il vicino adriatico⁶. Secondo i dati pubblicati dal settimanale «Nin», nel 1956 l'Italia sarebbe al primo posto nella tabella dei paesi che importano dalla Jugoslavia, per una quantità pari a «15.586 vagoni di merci per un valore pari a 2,62 miliardi di dinari», e al secondo posto tra i paesi esportatori, subito dopo gli Stati Uniti, con una quantità di «4.354 vagoni di merce, per un valore di 3,47 miliardi di dinari». Osservando le cifre, appare evidente l'esistenza, a due anni dalla firma del Memorandum di Londra, di un ampio volume di traffico commerciale tra i due paesi, attraverso il quale la Jugoslavia esporta materie prime in cambio per lo più di prodotti finiti italiani⁷. Sebbene la questione territoriale dovrà aspettare il 1975 per essere risolta, una volta calate le tensioni successive alla firma del Memorandum di Trieste, la stampa serba, con pochissime eccezioni, smette di occuparsi della questione di Trieste.

Se nel discorso ufficiale l'Italia viene parzialmente riabilitata, l'immagine che ne viene costruita a livello popolare e di cultura di massa è decisamente attraente. In particolar modo la città che fino a qualche anno prima portava i connotati decadenti della miseria e della reazione, Trieste, finisce per trasformarsi in una vetrina del consumismo e in un punto di contatto con quel mondo occidentale verso il quale la Jugoslavia proprio allora inizia a schiudere le sue porte.

2. Trieste e il turismo dello shopping

Mentre negli altri paesi est europei (e nella Jugoslavia del primo quinquennio) gli standard di vita dei cittadini appaiono tra gli ultimi indicatori di sviluppo, coerentemente con le idee deterministiche che vedono le forze nazionali focalizzate nella costruzione del socialismo, il processo di liberalizzazione in Jugoslavia coincide con un cambiamento di prospettiva in politica economica e gli standard individuali acquistano un'importanza sempre maggiore, fino a diventare priorità assoluta nel piano settennale 1964-1971. Per alcuni anni, quelli del miracolo economico (1953-1964), il

⁵ Cfr. CREVANTIN, Marisa Crevatin, *La stampa jugoslava e la polemica anti-italiana*, in BOTTA, Franco, GARZIA, Italo, GUARAGNELLA, Pasquale (a cura di), *La questione adriatica e l'allargamento dell'Unione Europea*, Milano, Franco Angeli, 2007, p. 200.

⁶ Cfr. BUCARELLI, Massimo, *La "questione jugoslava" nella politica estera dell'Italia repubblicana (1945-1999)*, Roma, Aracne, 2008.

⁷ Z.J., «Izvoz – uvoz u 1956 godini» in *Nin*, n 280, 13/5/1956, p. 4.

tasso di crescita jugoslavo è tra i più alti in Europa⁸. I limiti sono intrinseci all'esperimento jugoslavo: dalla mancata effettività delle riforme all'indebitamento estero, dal differente grado di libertà goduto degli individui a seconda della loro affidabilità politica al mal funzionamento del sistema dell'autogestione. Tuttavia la leadership comprende precocemente che un innalzamento degli standard crea consenso popolare; così Edvard Kardelj parla all'VIII congresso della Lcj nel 1964: «Non bisogna dimenticare che nel socialismo l'uomo lavora per godere dei frutti del proprio lavoro e per contribuire al progresso della realtà in cui vive, non per realizzare le idee di qualcun altro»⁹.

Tra la seconda metà degli anni '50 e i primi anni '60 ai cittadini jugoslavi vengono concessi i passaporti e insieme ad essi la possibilità di viaggiare. Trieste è la prima città a ridosso del confine e con il suo mercato di Ponte Rosso si trasforma presto in un emporio a cielo aperto per gli jugoslavi che vi possono acquistare quelle merci che in patria non si trovano oppure hanno qualità inferiore. In Italia (e soprattutto a Trieste) sono diretti tre quarti degli jugoslavi che espatriano. L'attraversamento del confine diventa una pratica abituale non solo per le popolazioni che vivono nella zona limitrofa, ma anche per i cittadini delle repubbliche più lontane. Anche i serbi diventano parte di quel flusso di “turisti dello shopping” che si riversa alla stazione di Trieste in un tour forzato della durata di una giornata per poi ritornare a casa carichi di merci acquistate. La città stessa si attrezza per rispondere alle esigenze delle masse di acquirenti e per attrarli, con una serie di stratagemmi che vanno dall'esposizione di scritte in serbo-croato alla possibilità di fare acquisti usando il dinaro. Ciò, unito alla storia della città e delle comunità slave che vi vivono da secoli, fa sì che la città venga percepita come un corpo sospeso tra “similitudine” e “alterità”, porta d'ingresso nell'Europa capitalista ma anche punto di passaggio graduale¹⁰.

Il viaggio a Trieste diventa spesso occasione non solo per fare acquisti per le proprie necessità – reali o indotte – ma anche per arrotondare le magre entrate mensili con un contrabbando più o meno spicciolo. L'inserito settimanale del quotidiano belgradese

⁸ MARKOVIĆ, Predrag J., «Ideologija standarda jugoslovenskog režima 1948-1965», in *Tokovi istorije*, pp. 15-16.

⁹ *Ibidem*.

¹⁰ LUTHAR, Breda, LEI, Vida, *A Borderland of Consumption: Trieste and Shopping across the Border in Everyday Socialism: State and Social Transformation in Eastern Europe 1945-1965. Community, Memory and Identity in post-war Eastern Europe*, London, Open University, 2003. Questo studio di Breda Luthar, come quello citato successivamente, si riferiscono alla realtà slovena, ma riteniamo che la maggior parte delle conclusioni possano essere applicate anche al caso serbo.

«Ilustrovana politika»¹¹ dedica nel 1961 un reportage alla misera immagine che i cittadini jugoslavi offrono di sé a Trieste, città che di per sé «a loro guarda in modo differente» (e immaginiamo non particolarmente positivo). Immagine di apertura è quella di un gruppo di persone, malvestite e stanche, che consumano uno spuntino frugale nella piazza vicino al mercato di Ponte Rosso. Potrebbero essere scambiati per un gruppo di profughi, ma si tratta semplicemente di “turisti dal paese vicino”, pendolari del commercio al dettaglio a cavallo della frontiera, pronti a far ritorno la sera stessa, carichi di merce italiana (tra le categorie più gettonate: impermeabili, jeans, copriletto). I generi alimentari (salsicce, grappa, formaggio), e le sigarette fungono da merce di scambio per commerci di piccolo calibro, dato che la maggiore difficoltà per il cittadino jugoslavo è quella di procurarsi la valuta straniera. Chi va a fare compere a Trieste sa che il suo viaggio sarà caratterizzato da più passaggi grigi: procurarsi la valuta al mercato nero, importarla illegalmente in Italia, importare illegalmente i beni in Jugoslavia, mettere in atto delle tattiche per passare indenni al controllo della polizia doganale¹².

A distanza di alcuni mesi «Ilustrovana politika» dedica un altro reportage al fenomeno. Un giornalista si finge doganiere per tre giorni alla frontiera Ferneti presso Sezana e osserva come il traffico frontaliero sia dettato in massima parte dalle ragioni dello shopping. Mentre la domenica notte il treno che torna da Trieste a Belgrado è praticamente vuoto perché i negozi in Italia alla domenica sono chiusi, quello che viaggia in direzione opposta è strapieno e quasi tutti i passeggeri hanno visti turistici e biglietti fino a Trieste. Il giornalista si dice sicuro che su quel vagone ci siano almeno 5 milioni di dinari. La stessa sera molti passeggeri ritornano indietro, con indosso più strati di vestiti acquistati e con merce nascosta ovunque. Il personaggio del piccolo contrabbandiere è una costante delle cronache. Se non viene fermato alla frontiera dai doganieri jugoslavi (non sempre ligi al proprio dovere e tendenti alla corruzione), sono spesso le forze dell'ordine italiane ad arrestarlo in Italia, mentre cerca di vendere generi alimentari, alcolici o sigarette che ha portato con sé dalla madrepatria¹³.

Se inizialmente ad essere acquistati in Italia sono i generi di prima necessità

¹¹ DOROŠKI, Nada , «Jeftini šušakci iz Trsta» in *Ilustrovana politika*, n. 130, 2.5.1961, pp. 26-27.

¹² LUTHAR, Breda, *Shame, Desire and Longing for the West. A Case Study of Consumption* in LUTHAR, Breda, PUŠNIK, Maruša (edited by), *Remembering Utopia*, Washington, New Academia, 2010. Si veda anche MIKULA, Maja, *Highways of Desire. Cross-Border Shopping in Former Yugoslavia* in GRANDITS, Hannis, TAYLOR, Karin (edited by), *Yugoslavia's Sunny Side. A History of Tourism in Socialismo (1950s-1980s)*, Budapest-New York, Central University Press, 2010.

¹³ Diplomatski Arhiv (d'ora in poi DA), Italija, god. 1958, fas. 49, d. 26, 427332; DA, Italija, god. 1959, fas. 49, d. 28, 49/566.

introvabili in patria, con il passare degli anni e con l'innalzamento degli standard economici gli jugoslavi attraversano sempre più spesso la frontiera per procurarsi vestiti alla moda o di buona fattura, prodotti per la casa, addirittura Vespe e lavatrici. Tali oggetti offrono all'acquirente la sensazione di essere parte di una comune dimensione europea e di aver effettuato una scelta nei propri consumi, permettendo di configurare il turismo dello shopping come una pratica di resistenza alla classificazione ufficiale dei bisogni operata dal regime¹⁴. L'Italia che si presenta agli occhi dei cittadini jugoslavi – i quali peraltro ne ottengono una visione parziale, dal momento che spesso del paese vedono solo il mercato di Ponte Rosso a Trieste – è quella del miracolo economico, i cui simboli (televisione, elettrodomestici, consumismo...) stanno entrando nelle vite degli italiani (e non in quelle di tutti) e in cui la povertà sta diminuendo. Tenendo ciò in mente si può comprendere come, da una prospettiva jugoslava, lo sviluppo economico italiano appaia più simile al proprio rispetto a quello di altri paesi dell'Europa occidentale.

Il viaggio in Italia affascina i serbi anche per motivi culturali, per il fascino che esercitano la lunga storia del paese e i suoi monumenti, per la curiosità che accompagna la scoperta dell'«estero». Tuttavia, questo sentimento non esclude la volontà di sfruttare la propria permanenza in Italia per fare degli acquisti. Così con ironia un giornalista racconta su «Nin» la cronaca di un viaggio organizzato in Italia. L'anno è il 1955 e scopo del viaggio è assistere alla partita che la Jugoslavia giocherà a Torino, oltre che visitare il capoluogo piemontese, Milano e Venezia. Dopo poche righe è però già chiaro che non sono i monumenti l'attrazione più ambita. I turisti hanno apprezzato le vetrine di Venezia ma sono rimasti delusi dai prezzi inaccessibili e la conclusione è che «Venezia non ha soddisfatto le nostre passioni turistiche». La tappa a Milano è molto più soddisfacente: i turisti effettuano un tour per tutti i centri commerciali, riuscendo anche a vedere «di passaggio il Duomo, perché si trova di fronte al più grande centro commerciale». Una cittadina jugoslava, tale Zora di Šibenik, che rappresenta «a Milano un importante fattore turistico per i nostri concittadini», offre un doppio servizio: acquista a basso prezzo sigarette, salame e grappa e vende a caro prezzo tessuti. Il denaro che l'agenzia di viaggio ha fornito a ogni partecipante, 1000 lire, appare inconsistente in confronto agli acquisti che si vorrebbero fare. Torino, infine, appare come «una splendida città perché ha un enorme stadio, ma soprattutto perché si possono trovare cravatte a 300 lire». La città è «la fine del nostro fruttuoso tour turistico che ha arricchito la nostra conoscenza sulla storia e la cultura di un paese straniero. Tra l'altro, abbiamo accumulato un'altra esperienza turistica, che rendiamo

¹⁴ LUTHAR, Breda, *op. cit.*, p. 346.

nota: per la propaganda economica, ma anche in realtà, è più redditizio portare in Italia macinini per il caffè o altri prodotti, che grappa»¹⁵.

3. Con ventiquattromila baci

Il bel canto e la musica vengono di frequente utilizzati per caratterizzare lo stereotipo romanticheggiante del temperamento italiano e giocano un ruolo di primo piano nella costruzione dell'immagine dell'Italia in Jugoslavia¹⁶. Negli anni '50 sono proprio i nuovi generi musicali, il pop e il rock'n'roll, un ulteriore vettore di conoscenza e contatto tra la Serbia e l'Italia.

Abbiamo visto come nella maggior parte dei casi il contatto tra i due mondi sia reso possibile dal viaggio che gli acquirenti o contrabbandieri jugoslavi intraprendono verso Trieste. Altre volte, invece, il flusso è inverso e sono gli attori italiani a spostarsi verso la Jugoslavia. È questo il caso dei lunapark italiani che attraversano la Jugoslavia portando con sé, oltre alle giostre e alle altre attrazioni, anche la musica, in quella prima fase rock'n'roll e musica leggera provenienti spesso dall'Italia. Nel film di Emir Kusturica, *Sječaš li se Dolly Bell?* (Ti ricordi di Dolly Bell? 1981), ambientato negli anni '50, viene immortalata la scena di una giostra sulla collina sovrastante Sarajevo, accompagnata dalla colonna sonora della canzone di Adriano Celentano *Ventiquattromila baci*. Se a Sarajevo si sostituisce Belgrado, il luogo dei divertimenti diventa il parco Tašmajdan, all'ingresso dell'allora Bulevar Revolucije, e l'anno il 1956, quando il primo lunapark italiano si ferma nella capitale portando con sé i juke box¹⁷. Lo sguardo moralizzatore dell'establishment segue con attenzione questi primi tentativi di appropriazione del tempo libero da parte della popolazione belgradese. In un articolo di «Nin» si accenna alla legittima voglia dei cittadini di divertirsi, ma si condanna la mercificazione del divertimento e del tempo libero, simboleggiati, appunto, dai lunapark italiani¹⁸.

Il rock'n'roll e la musica leggera (*zabavna muzika*) vengono accolti con atteggiamenti controversi dalla leadership jugoslava. Come è accaduto al jazz alcuni anni prima, essi vengono inizialmente avversati e condannati politicamente come prodotti dell'«anticultura» e dell'«influenza nociva occidentale», nonché moralmente, in quanto collegati a comportamenti ritenuti scorretti dalla società, all'uso smodato di

¹⁵ POMET, «Torinska iskustva», in *Nin*, n. 331, 5/6/ 1955, p. 7.

¹⁶ Cfr. ad esempio St. BORIC, «Italijanski mozaik», in *Nin*, n. 256, 27/11/1955, p. 13.

¹⁷ *Leksikon Yu mitologije*, Rende, Beograd, Zagreb, Postscriptum, 2004, p. 24.

¹⁸ SAVKOVIĆ, Dušan, «Igračke naše Italijanske in *Nin*, n. 332, 12.05.1957, p. 5.

alcool e alla libertà sessuale. Nel giro di alcuni anni, tuttavia, i responsabili delle politiche culturali comprendono che la carica di ribellione del nuovo genere musicale può essere smorzata con un approccio più tollerante. Integrando gradualmente il rock'n'roll nei suoi spazi culturali, il sistema jugoslavo può trarne dei vantaggi: innanzitutto incanalare le energie presenti nella società in un progetto artistico-culturale comune ai giovani delle diverse repubbliche jugoslave, neutralizzandone il potenziale eversivo; in secondo luogo, astenendosi dal censurare un fenomeno avversato nelle altre repubbliche popolari, fornire all'esterno un'immagine di democrazia che rafforzi l'idea della diversità jugoslava.

Il festival di Sanremo, che ha inizio nel 1951, conquista nella seconda metà degli anni '50 il pubblico jugoslavo, che lo segue attentamente attraverso un'ampia copertura radiofonica e di stampa. Le canzoni favorite, inoltre, entrano molto in fretta nel repertorio delle band locali. Nel 1959, per la prima volta, il pubblico belgradese ha la possibilità di ascoltare su Radio Beograd alcune delle canzoni vincitrici tradotte in serbo e riarrangiate il giorno dopo la fine del festival¹⁹. Il primo disco di Đorđe Marjanović, *Muzika za igru*, uscito nel 1960 per l'etichetta PGP RTB contiene le cover tradotte in serbo di tre canzoni di Domenico Modugno ("Io, mammeta e tu", "Vecchio frack", "Lazzarella"), oltre a una di Gualtiero Malgoni ("Guarda che luna") e una di Gigi Cichellero ("Ciao, ciao, ciao"). Nel 1961 è Emir Altić a presentare *Bezbroj poljubaca* (Innumerevoli baci), cover e riadattamento della hit "Ventiquattromila baci" di Adriano Celentano. Beti Jurković, nel 1963, propone una cover della canzone "La partita di Pallone" di Rita Pavone (*Nogometna utakmica*).

Belgrado diventa spesso una tappa nelle tournée degli artisti internazionali e i musicisti italiani non fanno eccezione; tra il 1953 e il 1967 Mina, Little Tony, Domenico Modugno, Peppino di Capri e Rita Pavone tengono concerti in Jugoslavia²⁰. Nel 1960 Modugno si esibisce allo Stadio Jna di Belgrado e, intervistato per «*Ilustrovana politika*», afferma di essere stato accolto con grande entusiasmo e di avere distribuito oltre 5.000 fotografie autografate ai suoi fan. Anche a Belgrado Modugno viene considerato una star internazionale e nell'intervista concessa al popolare settimanale non fa nulla per nascondere: afferma di ricevere un compenso di un milione di lire a concerto (compreso quello di Belgrado) e, incalzato dal giornalista, ammette di possedere due palazzi a Roma e sette automobili, tra cui come ultimo acquisto una

¹⁹ PAVLOVIĆ, Aca, «San Remo 1959», in *Ilustrovana politika*, n. 14, 10.12.59, pp. 22-23.

²⁰ ŠKARICA, Siniša, *Kad je rock bio mlad. Priča s istočne strane 1956-1970*, Zagreb, V.B.Z., 2005.

Maserati Sport²¹. Considerato che Modugno viene presentato nell'articolo sotto una luce positiva, il fatto che il suo sfoggio di ricchezza non venga condannato la dice lunga sul ribaltamento che i valori jugoslavi hanno subito negli anni precedenti.

Il festival di Sanremo è modello e antecedente di una serie di manifestazioni che vengono organizzate in Jugoslavia, a partire dal Festival di Zagabria, iniziato nel 1953. Il più famoso è il festival di Opatija, nato nel 1958 (dal nome della cittadina vicina a Fiume dove si tiene la kermesse), che, pensato come una vetrina della musica leggera jugoslava, assume gradatamente un significato politico: come unico festival pan-jugoslavo ha il compito di rafforzare i contatti tra i musicisti e i produttori delle diverse repubbliche e di creare un'identità musicale condivisa da tutto il paese. Nel marzo 1960 si tiene nella capitale jugoslava una serata dedicata alla *canzone* italiana a cui partecipano alcuni dei più noti esecutori jugoslavi dell'epoca. Dalle righe che «Ilustrovana Politika» dedica all'evento traspare la critica verso la superficialità dell'evento, simboleggiata dalla cantante Zdenka Vučković, esecutrice della canzone “Tata, kupi mi auto” (Papà, comprami un'auto), della quale si sottolinea che si è presentata con lo stesso vestito già indossato in un'occasione di un altro concerto a Belgrado²².

Nel 1961 anche Belgrado ottiene il suo festival, *Beogradsko proleće* (Primavera belgradese), che in breve diventa un simbolo della città e in particolare di quella generazione che dopo la guerra ha familiarizzato con la musica leggera²³ e che è solita frequentare le sale da ballo, la più nota delle quali si trova vicino alla fortezza Kalemegdan. Emblematiche del coinvolgimento del pubblico nella competizione canora sono le proteste, raccontate dalla penna del giornalista Jovan Nikolić, che sarebbero avvenute in occasione della prima edizione della Primavera belgradese, quando circa diecimila (!) persone si sarebbero riunite davanti a Dom Sindikata, sede della kermesse, contestando la vittoria di Dušan Jakšić e richiedendo quella di Đorđe Marjanović che viene portato a braccia fino a Terazije dove improvvisa un concerto. Lo stesso Marjanović, che nella musica porta uno stile completamente diverso da quello degli esecutori vecchia maniera, dimenandosi sul palco, saltando, togliendosi la giacca e lanciandola al pubblico – trasformandosi cioè in una star che viene idolatrata dai suoi fan –, contribuirà alla diffusione di un rock di impronta occidentale in Unione

²¹ MARKOVIĆ, Vladimir, «Ja nisam urlator», in *Ilustrovana Politika*, n. 95, 30.08.1960, pp. 20-21.

²² ŽIVADINOVIĆ, D., «San Remo u Beogradu», in *Ilustrovana Politika*, n. 69, 01.03.1960, p. 17.

²³ NIKOLIĆ, Jovan, «Beogradski vekovnik», in *Glas javnosti*, 20/06/2007.

Sovietica²⁴, dove viene accolto con altrettanto fervore. L'esempio di Marjanović è particolarmente indicativo del modo in cui la Jugoslavia, attraverso la sua posizione mediana tra i due blocchi, agisca come un vettore di comunicazione culturale tra Est e Ovest, esportando dei nuovi trend di ispirazione occidentale in Europa orientale, dove in genere questi sono avversati. Nel caso della musica leggera i filtri sono molteplici. Nei primi anni attraverso l'Italia arrivano in Jugoslavia non solo la *canzone* e il rock di Celentano, ma anche generi musicali provenienti da altri paesi occidentali, come Stati Uniti e Gran Bretagna, che successivamente penetrano nel blocco orientale grazie agli esecutori jugoslavi.

4. Divismo, dolce vita e la Cinecittà jugoslava

Un'importanza fondamentale nella creazione di una produzione cinematografica jugoslava gioca il cinema italiano. In questa sede non ci occuperemo dell'impronta lasciata dal neorealismo italiano in Jugoslavia, particolarmente apprezzato dalle élite perché il suo contenuto politico è bene rispondente ai compiti della nuova cinematografia jugoslava in costruzione, ma ci concentreremo sull'influenza del cinema sulla cultura di massa. Nel solo anno 1962 "Ilustrovana politika" dedica cinque copertine ad attrici e cantanti italiane: Milva, Anna Maria Petrangeli, Elsa Martinelli, Sofia Loren, Monica Vitti, che si affiancano a star internazionali e jugoslave, ma anche a fotografie provenienti dalla più classica iconografia socialista, come quelle di giovani intenti al lavoro nelle *radne akcije* oppure di *brigadirke*²⁵. Il culto delle star e lo spazio ad esse dedicato dalla stampa di intrattenimento è un costante motivo di preoccupazione dell'establishment. Così in una seduta della *Ideološka komisija* (Commissione ideologica) del 21 novembre 1963 si critica la stampa, accusata di dedicare troppa attenzione ai dettagli della vita delle star e ai personaggi delle classi più agiate in Occidente, trascurando gli sforzi compiuti dalle classi lavoratrici. Tale approccio provocherebbe conseguenze nocive su una parte della gioventù jugoslava, che avrebbe una prospettiva distorta della vita di tutti i giorni e tenderebbe all'edonismo e al culto del tempo libero più che all'impegno nel lavoro²⁶.

²⁴Il sito web a lui dedicato, nella parte dedicata alla sua biografia, afferma che "Đorđe Marjanović ha introdotto una «perestrojka» musicale in Unione Sovietica molti anni prima di Gorbaciov". Cfr.

URL: < <http://www.djordjemarjanovic.com/> > [consultato il 14/01/2010].

²⁵Vedi *Ilustrovana Politika*, 1962.

²⁶Arhiv Srbije i Crne Gore (ASCG), Arhiv Jugoslavije (AJ), Centralni komitet Saveza Komunista Jugoslavije (Ck Skj), Ideološka komisija, 507, k. 12, II/2-b-(177-181) b. 178, 21 novembre 1963.

La stampa spesso si concentra sulle difficoltà che incontra il cinema italiano, sia di carattere finanziario, sia politico, legate alla censura che si abbatte sui registi che affrontano temi politicamente scomodi oppure invisibili alle gerarchie religiose. L'epiteto di "film immorale" verrebbe riferito secondo gli jugoslavi anche a "film che parlano della realtà, contengono delle verità sulla vita, senza abbellimenti parlano delle miserie e delle difficoltà, mettono in luce la degenerazione delle relazioni, il modo di pensare e di agire degli eroi senza nome del sottosuolo e della periferia"²⁷.

Questa visione di un'Italia intrisa di moralismo cattolico convive con un'immagine edonistica del paese simboleggiata, in Jugoslavia come nel resto del mondo, dal film di Federico Fellini *La dolce vita*, presentato a Belgrado nel dicembre 1961, un anno dopo l'uscita ufficiale e quando le accese polemiche seguite al film sono già trapelate anche a Belgrado. Fellini, che è già conosciuto al grande pubblico serbo per i film "I vitelloni" e "La strada", porta nella cultura popolare jugoslava l'idea della *dolce vita*, specchio di un'Italia in pieno sviluppo economico, ormai entrata pienamente nella cultura dei consumi, liberatasi dalla vecchia morale senza che ad essa ne sia stata sostituita una nuova. Dopo l'uscita del film la stampa serba dedica molto spazio agli scandali romani, ripubblicando anche articoli tratti da quotidiani sia italiani che stranieri. La vita notturna di Roma, la sua mondanità, la spregiudicatezza immortalata da Fellini nei personaggi di via Veneto entrano nell'immaginario collettivo e vanno ad accrescere la fascinazione che l'Italia di quegli anni esercita. Come accaduto in altri paesi, la parola *paparazzo* entra nella lingua serba, mentre l'espressione "dolce vita" ispira il titolo di una serie televisiva dei primi anni '70, *Sladak život na srpski način* (Dolce vita alla maniera serba), satira sugli intrighi e le avventure amorose di una borghesia serba dalla mentalità estremamente provinciale.

Belgrado in quegli anni ospita inoltre innumerevoli coproduzioni internazionali, che vengono girate presso la Avala film, la Cinecittà serba, i cui prezzi sono estremamente concorrenziali. Le coproduzioni italo-jugoslave sono molte e variano da un film candidato all'Oscar come *Una strada lunga un anno* di Giuseppe De Santis a intere saghe di film pseudo-storici di dubbia qualità, con una grande prevalenza delle seconde. Nel 1957 Vicko Raspor, funzionario incaricato di cinematografia, mette in guardia dal rischio di diventare «un giardino cinematografico di diversi kitch di importazione, a noi alieni dal punto di vista ideologico-artistico»²⁸.

²⁷ KRALJEVIĆ, B., «Biskupi anatemišu nemoralne filmove», in *Borba*, 03.04.1961. Vedi anche «Hajka na levičare u Italijanskom filmu», *Nin*, n. 308, 25/11/1956, p. 16.

²⁸ MARKOVIĆ, *op. cit.*, p. 463.

4. Alla scoperta della televisione

Dalla sua nascita nel 1956, la televisione in Serbia rappresenta un fattore di socialità, non diverso dalle serate di ballo o dal cinema. Dal momento che sono ancora pochissimi gli abitanti che possiedono un apparecchio televisivo, la tv viene seguita in luoghi pubblici improvvisati per le strade delle maggiori città. Se si pensa che nel 1958 si registrano 800 apparecchi in tutto il paese, si può avere un'idea della scarsa diffusione del media per un uso privato, che inizia ad aumentare lentamente, dagli anni '60²⁹. Non essendo ancora in grado di offrire allo spettatore una programmazione continuata, le televisioni jugoslave spesso utilizzano trasmissioni delle televisioni straniere, specialmente italiana e austriaca.

La diffusione della televisione in Italia precede di qualche anno lo stesso fenomeno in Jugoslavia, così che alcuni nuovi fenomeni sociali giungono all'osservatore jugoslavo in anticipo, attraverso l'eco dei dibattiti italiani riportati dalla penna dei corrispondenti dall'Italia³⁰. Presto gli stessi problemi saranno affrontati dai dirigenti jugoslavi, dagli intellettuali, nonché dalla Commissione ideologica. In un articolo pubblicato dal bisettimanale "Književne novine" nel 1962, si biasimano la voglia di evasione che caratterizza la nascente televisione jugoslava, rappresentata in primo luogo dalle trasmissioni musicali, e la sua volontà di emulare il modello italiano. Vengono menzionati il festival di Sanremo, che ogni anno tiene gli spettatori jugoslavi incollati allo specchio e gli altri festival ad esso ispirati: Opatija, Zagabria, una rassegna dal nome "Il microfono d'oro" di Belgrado. L'esecuzione delle canzoni italiane proposte dagli autori jugoslavi è grottesca: si tratta di un'imitazione pedissequa degli originali, ricalcata fin nei movimenti e nel portamento, accompagnata da testi malamente tradotti in serbocroato dall'italiano. Sia la trasmissione "Sette giorni" che il telegiornale, inoltre, sarebbero modellati sugli omologhi italiani, dai quali proviene addirittura anche lo sfondo che compare dietro lo speaker³¹.

5. Amore, moda e cultura dei consumi

Un altro degli elementi che rende attraente l'Italia al pubblico serbo è senza dubbio

²⁹ DRAGIČEVIĆ- SEŠIĆ, Milena, *Privatni život u vremenu televizije*, in RISTOVIĆ, Milan (a cura di), *Privatni život kod Srba u dvadesetom veku*, Beograd, Clio, 2007, pp. 731-767.

³⁰ POPOVIĆ, Dušan, «Televizija osvaja Italiju», in *Borba*, 03/11/1957; «"Srednji put" italijanske tv», in *Borba*, 18/05/1964.

³¹ KOLAR, Vladimir, «Tv – izgubljene večeri» in *Književne novine*, n. 166, 09/03/1962.

la moda. Come affermato dal semiologo Jurij M. Lotman, la moda è un linguaggio della comunicazione sociale ed è influenzata da altri aspetti della cultura, tra cui la politica e i rapporti commerciali e culturali tra diversi paesi³². Come sopra menzionato a proposito dello shopping, la scelta del vestiario è dettata in parte da una questione di gusto personale, ma soprattutto dalla ricerca di un senso di appartenenza a una comunità o a un gruppo sociale. Nel caso jugoslavo, oltre alla migliore qualità dei tessuti e dei manufatti provenienti dall'Italia, gioca un ruolo di primo piano anche il desiderio di sentirsi parte di un universo culturale occidentale, in cui il vestiario rappresenta un elemento visuale importante. L'abbigliamento degli jugoslavi rispecchia anche in questo caso la posizione politica del loro paese: più occidentale di quello degli altri est europei, in particolare agli occhi di questi ultimi, ma pur sempre riconoscibile agli occhi occidentali come uno stile da "cittadini dell'esteuropeo". Secondo la definizione di Velimirović, l'ecletticismo jugoslavo sarebbe «una compenetrazione del "buon gusto" socialista e delle norme del momento in fatto di mode occidentali»³³. Il modello italiano la fa da padrone nel campo della moda, sia grazie al contatto diretto che avviene durante il viaggio in Italia, che grazie alle riviste femminili («Grazia», «Amica») disponibili nel paese, e alla fiera della moda che dal 1959 si tiene a Belgrado. Documento esemplare è a questo riguardo il film *Ljubav i moda* (Amore e moda) di Ljubomir Radičević, commedia musicale del 1960, che racconta l'organizzazione di una sfilata di moda da parte della ditta Jugošik (Jugochic !). L'Italia appare come la Mecca della moda tanto che vi si reca anche il direttore della Jugošik in cerca di modelli da importare a Belgrado. Il film, che diventa un oggetto di culto, racconta una Belgrado che si è lasciata alle spalle le rovine della guerra e guarda con ottimismo al futuro.

A differenza dei capi di abbigliamento francesi, quelli italiani sono alla portata di un numero maggiore di donne. La democraticità della moda italiana viene elogiata da un articolo di «Ilustrovana Politika» del 1959 come una delle sue peculiarità: «quando gli stessi modelli e i più nuovi risultati dell'«alta moda» vengono assimilati dalla produzione e adeguati all'utilizzo pratico, allora diventano patrimonio di tutte le donne»³⁴. Alcune delle caratteristiche attribuite alla moda sembrano passare per osmosi a caratterizzare il paese stesso: così l'armonia e la grazia, sembrano fuoriuscire dai vestiti per arrivare alle vetrine, dalle vetrine per abbellire i restanti negozi e il

³² LOTMAN, Jurij M., *Cercare la strada. Modelli della cultura*, Venezia, Marsilio, 1994, pp. 55-56.

³³ VELIMIROVIĆ, Danijela, *Moda i ideologija: ka novoj politici stila*, in RISTOVIĆ, Milan (a cura di), *op. cit.*, p. 345.

³⁴ DOROŠKI, Nada, «Italijanska moda u Beogradu» in *Ilustrovana Politika*, n. 59, 22.12.1959, pp. 36-37.

contesto; i colori accesi diventano «probabile conseguenza del sole e del caldo clima italiano»³⁵.

L'abbigliamento non è il solo oggetto del desiderio che nella Serbia degli anni '60 è collegato in qualche modo all'immagine dell'Italia. Le Vespe, acquistate in Italia, diventano uno status simbol generazionale. Lo scooter della Piaggio in quegli anni conquista un largo pubblico internazionale, ma la disparità di standard dei vari paesi fa sì che di volta in volta esso venga adottato da diverse categorie sociali. Come nota Breda Luthar, mentre per i Mods britannici la Vespa diventa simbolo di un pubblico di consumatori proveniente dalla classe operaia o dalla piccola borghesia, in Jugoslavia essa è accessibile a una fascia sociale urbana, istruita e con un buon livello economico³⁶. L'immagine della studentessa Sonja (Beba Lončar) che sfreccia sulla sua Vespa per le strade di Belgrado viene immortalata sia all'inizio che alla fine dal già citato *Ljubav i moda*.

Un oggetto del desiderio per una base molto più ampia di cittadini sono in quegli anni le automobili. Nel 1953, in seguito a un accordo con la Fiat, la Crvena Zastava (Bandiera Rossa) di Kragujevac ottiene la licenza per produrre veicoli privati secondo i modelli della casa automobilistica torinese³⁷. Il primo modello a uscire dagli stabilimenti è la Fiat Campagnola, ma sarà la Fiat 600B (ribattezzata *fića* in Jugoslavia) a conquistare il mercato. Il numero delle *fiće* in circolazione aumenta considerevolmente: se nel 1957 i veicoli prodotti sono 1.171, nel 1959 sono già diventate 3.000, nel 1960 8.000, mentre per il 1960 ne saranno prodotte altre 10.000. Nel 1960 la carrozzeria e gli elementi decorativi sono ancora importati dall'Italia, ma si prevede di produrre il veicolo completo senza pezzi importati entro l'anno successivo³⁸. Il numero di auto presenti nel paese aumenta e nella capitale serba aumentano anche il traffico e, non ultimo, i furti. In una vignetta del 1962 viene rappresentata piazza della Repubblica invasa dalle automobili, con un passante che chiede a un vigile se si tratti davvero di piazza Repubblica³⁹.

I crescenti rapporti con l'estero fanno sì che il desiderio di questi beni aumenti esponenzialmente, in particolare tra le fasce giovanili, a un livello che non può essere

³⁵ R.P., «Žena danas i ovde. Itallijaski izlozi» in *Nin*, n. 446, 19 jun 1959, p. 18.

³⁶ LUTHAR, Breda Luthar, *op. cit.*, p. 375.

³⁷ SIGHELE, Davide, «Il reportage – Pianeta Zastava» in *Osservatorio sui Balcani*, 22/09/2005,

URL: < <http://www.balcanicaucaso.org/aree/Serbia/Il-reportage-Pianeta-Zastava-I> >, [consultato il 16/12/2010].

³⁸ MARKOVIĆ, Milorad, «Veliki planovi za mala kola» in *Ilustrovana Politika*, n. 117, 31/01/1961, pp. 4-5.

³⁹ BEŠEVIĆ, Ivanka Bešević, «Nigde mesta za Fiću», in *Ilustrovana Politika*, n. 168, 23/1/1962, pp. 4-5.

soddisfatto dalla società jugoslava. Tale fenomeno preoccupa. In una seduta della Commissione ideologica del 1960 si affronta la questione dell'influenza straniera nel paese, esercitata tramite il cinema, la stampa, la radio nonché la propaganda, miranti a «mostrare la vita all'estero come leggera, come è facile arrivare ad avere un'automobile o una Vespa ecc..., e così creare sicure illusioni su come la vita all'estero sia molto più semplice della vita nel nostro paese»⁴⁰.

La rappresentazione che un paese costruisce dell'«altro» è anche dovuta all'autorappresentazione che tale paese ha di sé stesso. La Serbia dal 1950 al 1965 sta vivendo un periodo positivo, caratterizzato da alti tassi di crescita economica e da una liberalizzazione della società che incentivano l'ottimismo. La Serbia odierna vive una fase molto differente.

Negli ultimi anni alcuni progetti di ricerca sono stati portati avanti utilizzando la cultura di massa condivisa da tutti i cittadini della ex Jugoslavia, la *everyday culture*, per ricostruire un territorio esperienziale comune, alienato ai cittadini dalle impennate nazionaliste degli anni '90. È interessante notare che analizzando due tra i più noti progetti di recupero di questa memoria condivisa, *Leksikon Yu Mitologije* e *SFRJ za ponavljače*⁴¹, gli oggetti e i fenomeni sociali legati all'Italia sono ancora presenti nella memoria collettiva e sono in gran parte legati alla cultura del consumo: l'impermeabile, l'automobile *fića*, il viaggio a Trieste e gli immancabili souvenir acquistati durante quest'ultimo, gondole e bamboline che a causa della loro popolarità sono diventate un elemento caratterizzante del paesaggio domestico jugoslavo. Osservata dalla prospettiva degli ultimi due decenni, di una ex Jugoslavia in massima parte impoverita e i cui cittadini sono costretti a umilianti file davanti alle ambasciate straniere per ottenere visti turistici⁴², la fascinazione per l'Italia e il ricordo del viaggio a Trieste vengono spesso assimilati a una nostalgia apolitica per anni in cui gli standard di vita erano più elevati, i cittadini avevano libertà di movimento e si sentivano più vicini al resto dell'Europa.

⁴⁰ ASCG, AJ, Ck Skj, Ideološka komisija, 507, II/2-b. 132, 9.01.1960.

⁴¹ *Leksikon Yu Mitologije*, cit.; NOVAČIĆ, Dejan, *SFRJ za ponavljače. Turistički vodič*, Novi Sad, Stylos, 2008.

⁴² Le ultime abolizioni dei visti per l'area Schengen nell'area ex jugoslava sono avvenute nel dicembre 2009 (Serbia, Macedonia e Montenegro) e nel novembre 2010 (Bosnia Erzegovina). Per i cittadini kosovari i visti sono ancora necessari.

*** L'autore**

Francesca Rolandi è dottoranda in Slavistica presso l'Università di Torino, dove lavora a un progetto di tesi sull'influenza dell'Italia sulla cultura di massa jugoslava nel decennio 1955-1965. Ha trascorso diversi periodi di ricerca a Belgrado e a Sarajevo, lavorando presso archivi e biblioteche. I suoi campi di interesse riguardano vari aspetti della cultura di massa dei paesi della ex Jugoslavia e la storiografia serba.

URL: <<http://www.studistorici.com/progett/autori/#Rolandi>>

Per citare questo articolo:

ROLANDI, Francesca, «L'immagine dell'Italia in Serbia (1950-1965). Dalla questione di Trieste alla cultura di massa», *Diacronie. Studi di Storia Contemporanea*, 29/01/2011,
URL:< http://www.studistorici.com/2011/01/29/rolandi_numero_5/>

Diacronie Studi di Storia Contemporanea  www.diacronie.it

Risorsa digitale indipendente a carattere storiografico. Uscita trimestrale.

redazione.diacronie@hotmail.it

Comitato di redazione: Marco Abram – Giampaolo Amodei – Jacopo Bassi – Luca Bufarale – Alessandro Cattunar – Alice De Rensis – Barbara Galimberti – Deborah Paci – Fausto Pietrancosta – Martina Sanna – Matteo Tomasoni – Luca Zuccolo



Diritti: gli articoli di *Diacronie. Studi di Storia Contemporanea* sono pubblicati sotto licenza Creative Commons 2.5. Possono essere riprodotti a patto di non modificarne i contenuti e di non usarli per fini commerciali. La citazione di estratti è comunque sempre autorizzata, nei limiti previsti dalla legge.