

# Il volto del giornale

## Usi e funzioni della personificazione nella stampa satirica risorgimentale

Sandro MORACHIOLI\*

S. Morachioli, Università «Federico II», Napoli, sandro.morachioli@unina.it

Il presente saggio si concentra sugli usi della personificazione del giornale, una fondamentale modalità di auto-rappresentazione dei giornali satirico-politici ottocenteschi, che coinvolge da vicino l'approccio del periodico nella costruzione simbolica del proprio ruolo e nei confronti del pubblico. In questa direzione, l'analisi degli usi della personificazione consente di osservare le specifiche dinamiche di politicizzazione, nonché le strategie di lettura, messe in moto dal giornalismo satirico, tra narrazioni identitarie, istanze pedagogiche, spinte performative. La stampa satirica italiana del Risorgimento, in cui l'uso di questa modalità di auto-rappresentazione è particolarmente pronunciato, fornirà il *case-study* di una questione dal carattere transnazionale, che riguarda alcuni dei principali periodici satirici europei nel cruciale passaggio dai contesti di produzione e fruizione della stampa satirica su foglio sciolto, a quelli del giornalismo grafico, con le vignette inserite all'interno di un giornale.

Personificazione, grafica giornalistica, caricatura, Risorgimento, comunicazione politica

*The newspaper's face. Personification and the satirical press in the Risorgimento.* This article will focus on the different uses of the personification by the illustrated satirical newspapers. This is a crucial strategy of auto-representation – widely diffused within the nineteenth-century European satirical press –, which symbolically concerns the role played by the newspapers and their approaches to their publics. Focusing on the case-study of the Italian satirical press during the Risorgimento, this analysis leads to a reconstruction of the peculiar processes of political socialisation – between narratives of identity, pedagogical motivations, and performative techniques – involved by the satirical press in a period of transition from the satirical print to the journalistic caricature.

Personification, graphic journalism, caricature, *Risorgimento*, political communication

Toute caricature est de mauvais goût.<sup>1</sup>

Diderot

### COMUNITÀ IMPAGINATE

«Qual è la fondamentale convenzione letteraria di un giornale?»<sup>2</sup> Con questa domanda Benedict Anderson rilevava il «profondo carat-

tere immaginario» del quotidiano, accostandolo al romanzo. Come il romanzo, il giornale è stato agente della trasformazione in senso nazionale degli immaginari pubblici otto-novecenteschi; rispetto al romanzo, tuttavia, il giornale implica peculiari modalità di lettura e composizione, fondate sulla giustapposizione di elementi eterogenei.<sup>3</sup>

Il presente saggio si concentrerà su una «convenzione» – la personificazione del giornale – legata a una specifica tipologia di stampa periodica: il giornale satirico-politico illustrato, affermatosi nella Francia della Monarchia di Luglio e in seguito diffusosi in tutta Europa. Si tratta di una

\* L'analisi quantitativa effettuata per questo studio si è svolta in parte nell'ambito del progetto di catalogazione informatica dell'Archivio della caricatura in Italia, realizzato presso il Laboratorio di Documentazione Storico-Artistica della Scuola Normale Superiore di Pisa. Tengo a ringraziare chi mi ha consentito di realizzare la banca dati, fondamentale strumento di studio e di analisi dei materiali: Massimo Ferretti, Miriam Fileti Mazza e Andrea Ficini. Nella versione on line di questo articolo sono disponibili alcuni riferimenti ipertestuali alla banca dati.

1. Diderot 1795, p. 23.

2. Anderson 1996, p. 47.

3. *Ibidem*, nota 54.

convenzione non soltanto letteraria, ma anche, come si vedrà, visiva e, in senso più ampio, retorica, il cui carattere s'iscrive in profondità nelle strutture dell'immaginario, se è vero che, come è stata autorevolmente definita, la personificazione è «l'essenza di ogni mito e di quasi ogni ispirazione poetica»<sup>4</sup>.

Gombrich aveva notato come la presenza foltissima di personificazioni nella storia dell'arte – «this extraordinarily predominantly feminine population which greets us from the porches of cathedrals»<sup>5</sup> – avesse condotto gli studiosi a considerare «troppo familiare» la personificazione, naturalizzandola e sottovalutandone, di fatto, l'importanza. Qualcosa di simile è avvenuto nel campo degli studi sulla caricatura e sulla storia della stampa. Nonostante di recente si sia cominciato a riflettere sull'uso della personificazione (in generale) e sulla presenza dell'allegoria nelle figurazioni satiriche<sup>6</sup> – nel quadro di una più ampia riflessione sulle “strategie”, anche “serie” (e seriali), della satira visiva<sup>7</sup> –, gli impieghi e le diverse valenze della personificazione del giornale sono rimasti perlopiù sottotraccia.

La sfida del presente saggio risiede nell'idea che l'analisi di questo dispositivo possa chiarire alcuni importanti meccanismi della stampa satirica ottocentesca. Infatti, la personificazione del giornale non è soltanto una particolare figura retorica del linguaggio satirico. È il nucleo centrale di una strategia mediale di narrazione; è una fondamentale modalità di auto-rappresentazione dei giornali satirico-politici, che coinvolge da vicino l'approccio del giornale nella costruzione simbolica del proprio ruolo e nei confronti del pubblico. In questo senso, l'analisi degli usi della personificazione consente di osservare le specifiche dinamiche di politicizzazione messe in moto dal giornalismo satirico. Inoltre, pur non riguardando direttamente i pubblici “reali”, ma quelli “immaginati”, può fornire degli elementi utili alla ricostruzione, seppure in via indiretta, di orizzonti d'attesa e comunità interpretative.<sup>8</sup>

La stampa satirica italiana del Risorgimento, in cui l'uso di questa convenzione è particolarmente pronunciato, fornirà il *case-study* di una questione dal carattere transnazionale, che riguarda alcuni dei principali periodici satirici europei nel cruciale passaggio dai contesti di produzione e fruizione della stampa satirica su foglio sciolto, a quelli della vignetta inserita all'interno di un giornale.

#### IL GIORNALE IN (PRIMA) PERSONA

La tendenza all'identificazione di un giornale con una figura simbolica affonda le sue radici nella stampa periodica europea del Settecento, a partire almeno da *The Spectator*. Tuttavia, le particolari declinazioni dei suoi usi nella stampa satirica risorgimentale avvengono all'incrocio tra il modello del giornalismo politico francese di età rivoluzionaria e quello del giornale satirico illustrato europeo. Dal primo proviene il paradigma culturale messo in atto dalla politicizzazione, via stampa, del folklore parigino settecentesco. Secondo una congiuntura tipicamente intermediale, i personaggi della farsa e del *théâtre forain* sono stati protagonisti di una migrazione simbolica dalle *parades* delle fiere allo spazio politico rivoluzionario.<sup>9</sup> Emblema di questo passaggio è stato il *Père Duchesne*, tra le più celebri figure della farsa parigina nel Settecento, divenuto protagonista di alcuni *pamphlets* rivoluzionari, infine titolo, icona e, significativamente, *stile* del giornale di Jacques-René Hebert. Dalle pagine del giornale di Hebert, *Père Duchesne* si rivolge in prima persona al pubblico. La violenta emotività del suo linguaggio, fortemente polarizzato tra sbalzi di gioia e di collera, fornisce il tono stesso degli scritti del giornale, non di rado improntati al codice della farsa. Il suo successo sarà tale che il personaggio di *Père Duchesne* diverrà simbolo dell'insieme dei giornali e giornalisti rivoluzionari, comparando anche come protagonista di alcune caricature su foglio sciolto.<sup>10</sup>

4. Huizinga 1946, p. 173.

5. Gombrich 1971, p. 248.

6. Sui rapporti fra caricatura e allegoria, Reverzy 2011; Guédron 2011; Morachioli 2013a.

7. Per un quadro sugli studi, rimando a Morachioli 2014.

8. Sulla ricezione del discorso politico, Finelli – Fruci – Galimi 2012. Sulla distinzione tra pubblici reali e immaginati, Moores 1998.

9. De Baecque 2000, p. 13.

10. *Ibidem*, p. 98. Cfr. anche De Baecque 1988, p. 46 e *sqq.*

In maniera analoga a quanto avviene nella Francia rivoluzionaria, molti giornali italiani nati nel 1848-49 si richiamano esplicitamente al campo metaforico degli spettacoli popolari, dal carnevalesco alla commedia dell'arte e al teatro dei burattini.<sup>11</sup> Il fenomeno di reimpiego (e politicizzazione) di questo immaginario non si limita ai titoli delle testate, ma investe l'impianto globale dei giornali, che non di rado riproducono, nei testi degli articoli, l'oralità della scena teatrale. Le parole sono rivolte direttamente al pubblico, lo stile è confidenziale e colorito, l'impiego della prima persona è ricorrente, così come lo è la formula dell'apostrofe al lettore; nelle vignette d'intestazione, inoltre, compare l'immagine del personaggio che dà il nome del giornale.<sup>12</sup> Quando la litografia e l'incisione su legno di testa consentono tecnicamente la nascita dell'illustrazione giornalistica, la personificazione del giornale penetra all'interno delle vignette a tutta pagina, diventando parte integrante del flusso visivo della figurazione satirica.

Archetipo di questa tipologia giornalistica, e fondamentale modello per molti giornali satirici italiani, è *La Caricature* – il celebre settimanale parigino fondato da Charles Philipon nel 1830. In una vignetta pubblicata su questo giornale, si vede, sul palcoscenico dell'*Opera*, un giullare – rappresentante, appunto, *La Caricature* –, che si rivolge con fare sornione a un pagliaccio, Luigi Filippo, disegnato di spalle per aggirare l'interdizione alla rappresentazione del re.<sup>13</sup> Alle sue spalle un altro giullare – rappresentante *Le Charivari*, l'altro famoso giornale di Philipon, fondato nel 1832 –, gli disegna una pera sulla schiena, secondo un'altra beffarda, e assai nota, strategia per non incorrere nella censura orleanista.<sup>14</sup>

L'uso ricorrente delle personificazioni nel giornale di Philipon rientra in primo luogo in una strategia di fidelizzazione del pubblico. Grazie alla sua reiterazione seriale, la personificazione del giornale attiva quei processi simpatetici, decisivi sia a livello

politico sia commerciale, su cui si è soffermato William Coupe, a proposito di quelle figure «who by constant repetition acquire a fixed personality and emotive content [...] whom the reader can recognize and who in the process of time become old friends»<sup>15</sup>.

Inoltre, la personificazione può riflettere anche l'organizzazione redazionale del giornale. David Kerr ha mostrato come, nella prima fase della sua impresa, lo stesso Philipon usasse identificarsi pubblicamente con la personificazione de *La Caricature*.<sup>16</sup> L'immagine del giullare rispecchia in questo caso il primato dell'editore sui disegnatori, anche perché, a questa data, la tendenza alla personalizzazione delle professioni giornalistiche era ai suoi inizi e il nome dei singoli artisti (da Grandville a Daumier) non si era ancora imposto nello spazio pubblico.<sup>17</sup> Una ripresa di quest'immagine in una caricatura italiana presenta un'altra sfumatura redazionale: il personaggio del buffone, che interpreta il giornale torinese *Il Fischietto*, intrattiene Cavour, mentre il disegnatore Redenti gli disegna una caricatura sulla schiena. In questo caso, le strutture redazionali dell'anonimato – a cui è in parte riconducibile il meccanismo della personificazione del giornale – non sono alternative, ma si ibridano con i processi di emergenza del nome e dell'immagine del caricaturista.<sup>18</sup>

Nei giornali di Philipon la presenza della personificazione si riduce sensibilmente già alla metà degli anni Trenta, quando compaiono, e hanno da subito grande successo, altri "tipi" destinati alla ripetizione seriale. Emblema dell'affarismo della Monarchia di Luglio, *Robert Macaire* appare per esempio più realistico e moderno rispetto ai giullari tipizzati rappresentanti i giornali di Philipon. In tal senso, *Macaire* farà da perno al mutamento di prospettive che coinvolge la caricatura francese, quando dal paradigma teatrale della caricatura politica, essa scivolerà verso la satira sociale, più affine al mondo del romanzo.<sup>19</sup>

11. Sul teatro dei burattini nell'Ottocento italiano, cfr. *Burattini e marionette* 1980.

12. Queste vignette, ripetute identiche in tutti i numeri del giornale, sono concepite per attirare l'attenzione dei lettori e allo stesso tempo per offrire loro un marchio e un punto di riferimento costante nel tempo.

13. An., *Ah ! je te connais paillasse !*, in *La Caricature*, 30 gennaio 1834.

14. Sulla "pera" come forma simbolica transnazionale, Patten 2011.

15. Coupe 1969, p. 93.

16. Kerr 2000, p. 24 e 41.

17. Per un approccio sociale alla storia dell'illustrazione e, in parte, della caricatura, Kaenel 2005.

18. Redenti, *Avrete salvato almeno il mio caricaturista dall'imposta sugli artisti, vi ha fatto gratis tanti ritratti*, particolare da *Le imposte*, in *Il Fischietto*, 28 aprile 1853. Morachioli 2012.

19. Su questo passaggio, sulla scorta di Baudelaire, si veda Wechsler 1982, p. 66-108.

L'uso della personificazione del giornale resterà invece a lungo centrale per il funzionamento simbolico del londinese *The Punch or the London Charivari*, fondato a Londra nel 1841. Qui il personaggio di *Mr. Punch* – versione inglese e modernizzata di Pulcinella, già protagonista dello spettacolo dei burattini *Punch and Judy* – ha una rilevanza strutturale del tutto peculiare.<sup>20</sup> In primo luogo si tratta di un potente marchio commerciale, ampiamente usato in senso (auto)promozionale per vendere prodotti legati al giornale (strenne, almanacchi, raccolte di disegni); talvolta, la sua immagine circola persino nel formato di piccoli busti di gesso, presenze fisse nelle botteghe londinesi.<sup>21</sup> L'incessante ripetizione della figura di *Mr. Punch* fornisce poi al giornale un effetto di unitarietà e uno stile coerente, agendo come una firma collettiva. Gli studi più recenti sul giornale londinese hanno mostrato come la storiografia tradizionale sia stata una delle principali "vittime" degli usi della personificazione: i primi storici del *Punch* hanno infatti guardato gli eventi "cogli occhi" di *Mr. Punch*, fidandosi della sua finzione come autore e opinionista, senza indagare a fondo la molteplicità e non di rado la conflittualità delle voci che componevano la redazione del giornale.<sup>22</sup> Pur avendo rilevato questi fondamentali aspetti e descritto alcune delle peculiarità della personificazione – come l'attitudine di *Mr. Punch* al travestimento e alla trasformazione, con una versatilità iconografica e parodistica che è di gran lunga più accentuata rispetto alle personificazioni italiane che sono, prevalentemente, a tipo fisso –, gli studiosi contemporanei si sono soffermati in maniera solo saltuaria sugli usi e le funzioni dell'immagine di *Mr. Punch* all'interno delle vignette. Nei paragrafi che seguono si tenterà di colmare questa lacuna almeno per quel che i giornali satirici italiani, per i quali il giornale londinese costituisce un fondamentale modello operativo. Per farlo, sarà innanzi tutto opportuno tracciare un profilo delle occorrenze di questo dispositivo all'interno dei periodici politici italiani.

20. Altick 1997, p. 51-66.

21. *Ibidem*, p. 61.

22. Si veda il bel libro di Leary, concepito proprio per mostrare i meccanismi collettivi (e orali) della produzione del giornale londinese, Leary 2010, p. 3 e *sqq.*

## TRA TIPO E ALLEGORIA

Il giornale che, nel biennio 1848-1849, investe maggiormente sulla propria auto-rappresentazione in figura, è senza dubbio *L'Arlecchino* di Napoli (con più di 17 occorrenze nelle vignette di terza pagina su oltre 200 numeri nel 1848; meno di 10 nel primo semestre del 1849), seguito da *Il Don Pirlone* di Roma, in cui sono almeno una decina le auto-rappresentazioni in meno di un anno di vita.<sup>23</sup>

L'apice dell'utilizzo di questa formula si riscontra nel Regno di Sardegna durante gli anni Cinquanta. Qui, nel furore di una lotta politica in cui la stampa satirica riveste un ruolo di tutto rilievo, i giornali – il liberale torinese *Il Fischietto* e il democratico-mazziniano genovese *La Strega* (poi *La Maga*) – formano fronti contrapposti che richiamano intorno a sé differenti comunità di lettori.<sup>24</sup> In questo contesto, l'uso della personificazione assume un forte valore politico-identitario, oltre che commerciale. Esemplari in tal senso sono le molte vignette, ripetute periodicamente all'interno dei due giornali, in cui la funzione programmatica, in senso politico, della personificazione prevale sul singolo evento o obiettivo polemico. Il *Fischietto*, per esempio, rimarca la propria fedeltà al Re separando con un setaccio il buon grano (Vittorio Emanuele II), dalla zizzania (Pio IX e altri monarchi) (fig. 1). In maniera speculare, la *Strega* buratta producendo, dalla macerazione di tanti piccoli re, buona farina (berretti frigi repubblicani) e crusca ("codini" retrogradi).<sup>25</sup>

Nel 1848 il buffone rappresentativo de *Il Fischietto* di Torino non era che un mezzobusto vincolato alla vignetta di testa; al principio del 1849 entra nel flusso delle vignette politiche, nel contesto di una strategia di serializzazione e forte crescita commerciale in cui s'inscrive anche l'in-

23. In alcuni giornali (*Sior Antonio Rioba*, *Cassandrino*, *Pappagallo*, *Casotto dei Burattini*), la personificazione compare soltanto negli articoli, nella vignetta di testa ma non nelle illustrazioni. In altri, la personificazione resta tendenzialmente confinata alla vignetta di testa. Si vedano giornali importanti come *Il Lampione* e *La Lanterna Magica* di Firenze, *L'Inferno* di Livorno, *Lo Spirito Folletto* di Milano (tranne in un'occasione).

24. Morachioli 2013b, p. 73-176.

25. *La Strega*, 4 giugno 1850. Altri filoni di vignette programmatiche e identitarie sono rappresentati dalle figure che spazzano o calpestano i propri nemici (*La Strega*, 18 giugno 1850).



Fig. 1 - Francesco Redenti, *Buon grano e zizzania*, litografia, in *Il Fischietto*, 26 luglio 1851. Biblioteca Civica Centrale, Torino.

roduzione di rubriche a cadenza mensile.<sup>26</sup> Se nel corso del 1849 compare soltanto 7 volte su circa 150 numeri, con il 1850 il numero delle sue apparizioni si attesta al di sopra delle 20 presenze annue (su una media di 150 numeri). Saranno 29 nel 1850, 20 nel 1851, 30 nel 1852, ben 43 nel 1853, 16 nel 1854, 25 nel 1855.<sup>27</sup>

Un percorso simile, in tutta evidenza stimolato dalla crescita del rivale torinese, si riscontra nel giornale genovese *La Strega/La Maga*. Qui si passa dall'assenza totale della personificazione nel 1849 (escluse, sia chiaro, vignette di testa, articoli e antiporta), alle 7 occorrenze nel 1850, 13 nel 1851, ben 43 nel 1852, 33 nel 1853, 31 nel 1854, 23 nel

26. Come la rubrica di micro-vignette intitolata *Rivista Mensile*, su cui, cenni in Kunzle 1990, p. 337-338.

27. Validata testimonianza del successo di questa figura simbolica è il fatto che, quando nel 1854 *Il Fischietto* esce con un'edizione in francese, la sua "traduzione" non sarà, come ci si potrebbe aspettare, *Le sifflet* (l'oggetto), ma *Le Père Siffleur* (la personificazione, il cui uso consente peraltro il gioco di parole con «persifleur», schernitore).

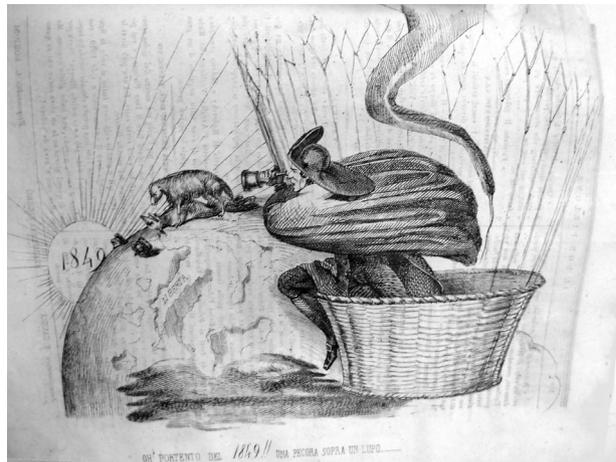


Fig. 2 - [Antonio Masutti], *Oh! Portento del 1849!! Una pecora sopra un lupo...*, litografia, in *Il Don Pirlone*, 4 gennaio 1849. Collezione privata.

1855. Che l'uso della personificazione nei due principali giornali satirici del Regno di Sardegna sia fortemente interconnesso, è dimostrato anche dal forte calo della sua presenza nel *Fischietto* del 1856 (sono soltanto sei le sue occorrenze).<sup>28</sup> Ciò è dovuto probabilmente al fatto che in quell'anno il suo principale avversario politico e mediatico – *La Maga* – è costretto alla chiusura<sup>29</sup>, facendo venir meno la necessità, da parte del giornale torinese, di marcare la propria identità e di sollecitare la fidelizzazione del pubblico. Ma non solo.

Nella sua *Morfologia della fiaba*, Propp ha mostrato come, nelle favole, «le parti componenti dell'una possono essere trasferite nell'altra, senza modificazione alcuna»<sup>30</sup>. Un'analoga legge della trasferibilità degli elementi può essere applicata alle personificazioni dei giornali, che svolgono spesso un ruolo affine, in termini compositivi e narrativi, a quello svolto da altre figure allegoriche – siano queste personificazioni di concetti, o "tipi" nazionali e regionali –, non di rado risultando del tutto interscambiabili con esse: non a caso, le personificazioni dei giornali si alternano alle varie personificazioni della Repubblica, dell'Italia, o del Tempo, nelle profezie figurate di fine d'anno, di cui è esemplare la straordinaria veduta "spaziale" della terra da una mongolfiera, con annessa ottimistica

28. Riprenderà a crescere nel 1857 e nel 1858, per poi flettersi di nuovo nel 1859.

29. Cambierà nome in *La Vespa*, ma sarà solo per qualche mese.

30. Propp 2000, p. 12.

(ed errata) previsione di Don Pirlone per il 1849, in cui gli agnelli avrebbero trionfato sui lupi (fig. 2).<sup>31</sup>

Proprio uno dei casi più interessanti di sostituzione tra una personificazione e un "tipo", costituisce un altro, decisivo fattore in grado di spiegare la flessione dell'uso della personificazione del giornale nel *Fischietto* in alcune annate (1856 e ancor più 1859). Il 1856 segna infatti la comparsa del tipo di Gianduia – maschera regionale della Commedia dell'Arte, emblema di piemontesità – nello spazio delle vignette del *Fischietto*. La sua apparizione e ripetizione seriale coincide con il nuovo ruolo del Piemonte nello scacchiere politico internazionale (poi nella seconda guerra d'indipendenza), in linea con la nuova narrazione politica introdotta da Cavour. In questa fase, l'identità piemontese prevale su quella di parte: la personificazione del *Fischietto* abdica senza remore al proprio spazio, cedendolo di fatto a Gianduia che gioca, a livello compositivo e narrativo, un ruolo di mediazione tra il giornale e il suo pubblico, come quando, rivolgendosi al lettore, pone il dilemma tra la guerra all'Austria e il conflitto con la chiesa (fig. 3).<sup>32</sup> Quella di mediazione col pubblico costituisce, come si vedrà, una delle funzioni primarie della personificazione di giornale.



Fig. 3 – Francesco Redenti, *Meglio andare avanti affrontando Scilla che tornare indietro per essere divorato da Cariddi*, litografia, in *Il Fischietto*, 10 marzo 1859.

Biblioteca Civica Centrale, Torino.

31. Nella vignetta di fine anno 1851 su *La Maga* compare una profezia della Repubblica Europea (*La Maga*, 6 dicembre 1851), mentre nel 1854, per esempio, sarà la stessa Maga a cacciare a pedate il 1854 (*La Maga*, 30 dicembre 1854).
32. La sostituzione tra il *Fischietto* e Gianduia è confermata, sul piano testuale, dalla comparsa di articoli firmati dallo stesso Gianduia sulla prima pagina del giornale (*Gianduia ai suoi fratelli Meneghino, Pantalone, Arlecchino, Brighella, Dottor di Bologna e Stenterello*, in *Il Fischietto*, 28 aprile 1859).

## ICONOGRAFIE DELL'OSSERVATORE

Gli studi sulla figura giornalistica del *Père Duchesne* hanno mostrato come questa agisse, sulla falsa riga del suo archetipo teatrale, come un intermediario tra i cittadini e il mondo politico: una sorta di traduttore in lingua popolare degli eventi e dei dibattiti rivoluzionari, spesso impiegato in un'accezione apertamente pedagogica.<sup>33</sup> La personificazione del giornale svolge un ruolo analogo di mediazione tra il giornale e il suo pubblico, operando innanzi tutto su un piano prepolitico. Come un conduttore televisivo suggerisce «l'angolatura da cui l'ascoltatore deve guardare la storia»<sup>34</sup>, così, posizionando il suo sguardo o la sua stessa figura sulla pagina, la personificazione indirizza il lettore all'interno delle vignette. La sua identificazione fornisce una chiave di accesso per la lettura dell'immagine, e veicola la ricezione del messaggio visivo, limitando le sue aperture polisemiche.<sup>35</sup>

Una specifica modalità di azione compiuta dalla personificazione del giornale è costituita infatti dalla funzione deittica: il giornale mostra, fa vedere. Attraverso la personificazione, il giornale si accredita come un dispositivo di visione. Ciò può avvenire tramite la mera presenza della personificazione, che di frequente indica, puntando il dito, la scena da guardare; il retaggio teatrale di questa funzione compositiva è evidente, così come è chiaro il suo compito di stabilire un contatto visivo con il pubblico, chiamando direttamente in causa il lettore "reale" e/o mescolandosi a un pubblico immaginario, secondo dei procedimenti visivi che peraltro, in pittura, erano di frequente considerati sintomi di un "cattivo gusto"<sup>36</sup> (fig. 4). La stessa personificazione, poi, mostra proiettando desideri, visioni, sogni; attraverso strumenti ottici (cannocchiali, binocoli, fotografie, dipinti, candele) o

33. De Baecque 2000, p. 98-99.

34. Caniglia 2009, p. 68.

35. In questo senso, la personificazione agisce in maniera affine alle rubriche, frequenti nei giornali satirici, dedicate alla spiegazione dei disegni.

36. Per un'analisi sullo sguardo e sul "posto" dello spettatore nella pittura del Settecento, Fried 1980. Nel caso del *Fischietto* l'identificazione col pubblico è, per così dire, sostanziale: il fischio è di competenza del pubblico, non degli attori.



Fig. 4 – Depretis, *L'Impresa, confidando della bontà del pubblico, darà anche in questo anno il solito corso di presentazioni a beneficio... di chi paga*, litografia, in *Il Fischietto*, 13 gennaio 1857.

Biblioteca Civica Centrale, Torino.

specifici dispositivi di esposizione.<sup>37</sup> Assai diffusa è l'immagine della lanterna magica che, nell'iconografia politica di età rivoluzionaria, era spesso connotata come uno strumento per svelare al popolo la verità.<sup>38</sup> Nella stampa satirica risorgimentale, le personificazioni del giornale interpretano di norma il ruolo del lanternista. Costui, nel caso di *Arlecchino*, può chiamare a raccolta il pubblico, per mostrare (solo a parole) il contenuto della visione (fig. 5). Oppure può far vedere l'oggetto stesso della proiezione, come la *Strega* che proietta le imprese del generale piemontese La Marmora, responsabile della repressione genovese del 1849.<sup>39</sup>

37. Si veda *L'Arlecchino*, 31 luglio 1848. F. Redenti, *È così, Signor Urbano, che s'ha a tenere il cannocchiale [...]*, *Il Fischietto*, 15 luglio 1857. F. Redenti, *Originale e copia*, *Il Fischietto*, 9 maggio 1861. Si veda anche la *Maga* che mostra gli scaffali del proprio magazzino con i propri nemici in formalina.

38. Wetson 2011.

39. *La Strega*, 15 giugno 1850.



Fig. 5 – Pasquale Mattei, *Arlecchino - Ecco la grande armata Francese che passa le Alpi a sinistra, a destra l'armata tedesca che scappa ed in lontananza il mare con la flotta Inglese che non si vede tanto chiaramente*, litografia, in *L'Arlecchino*, 17 agosto 1848.

Collezione privata.

Le personificazioni tuttavia non si limitano a mostrare. Vedono a loro volta. E non di rado reagiscono, con espressioni o commenti, a quanto vedono. Le loro reazioni forniscono il tono emotivo alla scena rappresentata. Consentono al lettore di orientarsi rispetto a un'immagine altrimenti muta, o peggio, variamente interpretabile. In questo senso la personificazione del giornale svolge una funzione di "osservatore" più o meno partecipe degli eventi rappresentati; più o meno onnisciente. Particolarmente significativa, in quest'ottica, è la scelta visiva della *Grande Riunione*, opera reazionaria pubblicata a Roma sul finire del 1849.<sup>40</sup> Non si tratta di un periodico, ma di un libro che adotta, nelle sue numerose illustrazioni, il linguaggio visivo del giornale satirico. L'opera è composta come un dialogo popolare tra diversi personaggi, ma nelle immagini il punto di vista è molto spesso quello di Cassandrino, maschera proveniente dal teatro romano dei burattini. Se da un punto di vista iconografico si tratta di un'orgogliosa e rivendicata icona retrograda – Cassandrino porta un abito settecentesco e il codino ben in vista –, volta a ricollegarsi simbolicamente e politicamente al giornale romano del 1848, da un punto di vista compositivo Cassandrino fornisce una guida fondamentale alla lettura delle immagini.<sup>41</sup> Onnipresente e onnisciente, compie una sorta di viaggio nel tempo

40. *Grande riunione* 1849, su cui cfr. Torelli 2007.

41. Sul *Cassandrino*, Majolo Molinari 1963, vol. 1, p. 204-205.

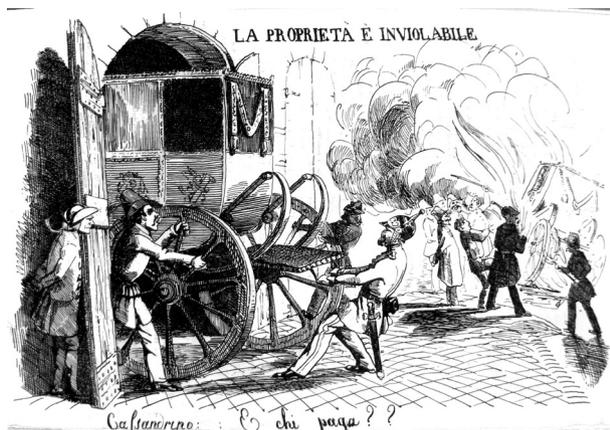


Fig. 6 - *La proprietà è inviolabile*, litografia in penna, in *Grande riunione tenuta nella sala dell'ex Circolo popolare in Roma*, Tipografia Paternò, Roma, 1849, p. 135. Collezione privata.

che lo proietta ai giorni della Repubblica Romana. Con le mani dietro la schiena, come gli anziani che controllano il procedere dei lavori pubblici, lo si trova sorridente nel vedere gli oggetti patriottici della Repubblica, trascinati lontano dalla corrente del Tevere; è corrucciato nell'osservare, nascosto dietro una porta, la requisizione delle carrozze cardinalizie compiuta dai patrioti (fig. 6); è sconsolato quando vede dalla finestra una sfilata di *lions* repubblicani; applaudente su una nuvola mentre l'allegoria di Roma schiaccia a uno a uno gli insetti della repubblica; ancora applaudente, questa volta con sarcasmo, mentre i patrioti iconoclasti devastano i fregi della *Dogana Pontificia*.

Se Cassandrino compie una sorta di viaggio nel tempo, la Maga distribuisce nello spazio le sue doti di osservatore onnisciente. Come una telecamera nascosta, s'intrufola negli spazi domestici, fa capolino a casa del giornale clericale *Il Cattolico* dove un prete, credendosi non visto, si abbuffa, servito da una prosperosa perpetua, di venerdì.<sup>42</sup> Da una barca presagisce i disastri della Marina Sarda condotta dai piemontesi e non dai marittimi genovesi.<sup>43</sup> Le sue reazioni sono ancora più caratterizzate di quelle di Cassandrino. Basti osservarla mentre, da una nuvola, inorridisce e si dispera nel vedere Pio IX, vestito da pagliaccio, che, su una distesa di cadaveri, sorseggia sangue umano.<sup>44</sup>

42. *La Maga*, 12 febbraio 1853.

43. *La Maga*, 30 luglio 1853.

44. *La Maga*, 21 ottobre 1852.

Osservazione e reazione non esauriscono però le funzioni della personificazione. Quando un giornale è colpito dalla censura, la figura che lo rappresenta diventa una delle forme privilegiate per la visualizzazione di un meta-discorso satirico riguardante il ruolo della stampa.

#### META-CARICATURE

La Stampa è una sonnambula che cadrebbe certo nel vuoto, se non ci fosse il Fischiotto ad afferrarla per una gamba (fig. 7). Come il periodico torinese, i giornali satirici tendono ad accreditarsi come simboli e salvatori della libertà di stampa. Emblematico è il caso del romano *Il Don Pirlone*. Le prime apparizioni del suo personaggio simbolico come protagonista delle litografie di terza pagina, coincidono con il periodo altamente conflittuale che oppone il giornale al Tribunale Ecclesiastico e al governo di Pellegrino Rossi. La costruzione di una narrazione il cui protagonista è il giornale stesso, costituisce una potente risposta all'emanazione della notifica del 3 ottobre 1848, con la quale il Governo Rossi aveva ristabilito la censura preventiva dei disegni, ripristinando una disposizione risalente al 1825.<sup>45</sup> Si tratta di una vera e propria sovraesposizione: nel segno della compattezza e circolarità degli elementi giornalistici, la presenza di Don Pirlone è insieme visiva e testuale.<sup>46</sup> Dapprima lo si vede mentre accoglie sorridente una folla di questuanti che gli si parano davanti, sventolando fogli di citazioni, chiamate in giudizio, querele, notifiche.<sup>47</sup> Col passare dei giorni, il corpo a corpo col governo si fa letterale. Le sollecite attenzioni del tribunale ecclesiastico verso le caricature del giornale, provocano la reazione della redazione, che pubblica alcune vignette senza il permesso della censura.<sup>48</sup> Una di queste mostra Pellegrino Rossi che aggredisce letteralmente Don Pirlone, facendolo cadere dalla sedia; nel tentativo di colpirlo con un bastone,

45. *Parliamo di nuovo sul serio*, in *Il Don Pirlone*, 14 ottobre 1848.

46. Cfr. gli articoli: *A me!*, in *Il Don Pirlone*, 7 ottobre 1848; *Imparate a deridere gli dei*, in *Il Don Pirlone*, 9 ottobre 1848. Sui processi a *Il Don Pirlone*, cfr. Lefevre 1955.

47. Si veda la vignetta: *D. Pirlone? D. Pirlone? D. Pirlone. Grazie, obligatissimo, di vero cuore*, in *Il Don Pirlone*, 9 ottobre 1848.

48. Si veda *Salto mortale*, in *Il Don Pirlone*, 14 ottobre 1848, che rappresenta il salto mortale di Pellegrino Rossi, diretto a schiantarsi al suolo come i precedenti governi.



Fig. 7 - Francesco Redenti, *La sonnambula*, litografia, in *Il Fischietto*, 28 luglio 1853. Biblioteca Civica Centrale, Torino.



Fig. 8 - *Una conversazione simpatica*, litografia, in *Il Don Pirlone*, 6 novembre 1848. Collezione privata.

Rossi rompe un fiasco poggiato sul tavolo «costituzionale»; intanto, da terra, Don Pirlone si fa beffe di lui.<sup>49</sup> Il significato dell'immagine è in linea con la difesa del giornale in sede processuale: le azioni di Rossi contro il giornale sono violente e anticostituzionali, ma *Il Don Pirlone* continuerà a riderne.<sup>50</sup> Di lì a non molto, Don Pirlone sarà rappresentato insieme al Maestro del Sacro Palazzo Domenico Buttaoni (fig. 8). I due, seduti, si danno vicendevolmente le spalle: il censore sentenza, Don Pirlone fuma la pipa («se ne impippa»), guardando sornione e annoiato negli occhi del lettore, con il quale crea un contatto visivo ed empatico.<sup>51</sup> La contrapposizione tra la personificazione del giornale e i suoi censori costituirà un filone iconografico assai ricco e variabile in intensità: dalle innocue beffe che Arlecchino compie alle spalle del censore presso l'*Officina de' pesi e misure de' giornali*<sup>52</sup>, ai veri e propri duelli, a mano armata, della Maga con l'Avvocato Fiscale di Genova Cotta.<sup>53</sup>

Il procedimento di personificazione sottende una metafora vitalistica ben esemplificata da una vignetta de *L'Arlecchino*, pubblicata in occasione di una ristampa abusiva del giornale napoletano avvenuta a Roma (fig. 9).<sup>54</sup> Vi si vede Arlecchino che promette fedeltà a Partenope, mentre l'allegoria di Roma rapisce «la sua immagine»; il falso giornale è rappresentato come un fantoccio inanimato; il vero è dipinto come fedele, appassionato e soprattutto, vivo. Da qui proviene tutto un ciclo di nascite, funerali e risurrezioni di giornali. L'immagine del camposanto giornalistico compare in diverse vignette de *Il Fischietto*.<sup>55</sup> Nel 1851 l'ennesimo sequestro de *La Strega* – che porterà alla sua definitiva chiusura e al cambio di nome in *La Maga* – viene raffigurato, coi toni esasperati dello stesso

49. *Badate al fiasco*, in *Il Don Pirlone*, 20 ottobre 1848.

50. La difesa del giornale si appellava appunto all'incostituzionalità del ripristino alla norma del 1825.

51. Cfr. anche l'articolo: *6 novembre*, in *Il Don Pirlone*, 6 novembre 1848.

52. P. Mattei, *Non ci è che dire!... è di giusto peso e di esatta misura*, in *L'Arlecchino*, 24 giugno 1848.

53. *La Maga*, 15 giugno 1852; oppure *La Maga*, 25 ottobre 1853.

54. Morachioli 2013b, p. 11-12.

55. Una di queste ritrae il *Fischietto* in ginocchio mentre recita un rosario di fronte alle tombe dei giornali satirici morti nel Regno di Sardegna. Cfr. F. Redenti, *Il Fischietto prega pace ai suoi fratelli*, in *Il Fischietto*, 2 marzo 1850). Cfr. anche F. Redenti, *Una occhiata al campo santo dei giornali*, in *Il Fischietto*, 12 febbraio 1854).

giornale genovese, come un omicidio. Il suo esecutore materiale è l'Avvocato Fiscale, il mandante è l'Intendente Generale di Genova, Gustavo Ponza di San Martino.<sup>56</sup> Come già *Il Don Pirlone*, la redazione del giornale genovese sfrutta il forte potenziale narrativo offerto dall'impiego della personificazione in diversi numeri pubblicati a cadenza ravvicinata. La narrazione verbo-visiva del nuovo giornale democratico punta ad accreditare la Maga come erede del "testamento" della Strega, anche per scongiurare, prosaicamente, i rischi di una diaspora dei lettori a seguito del forzato cambio di nome.<sup>57</sup> La comparsa del nuovo giornale sulla scena pubblica sarà celebrata con un'immagine d'impianto biblico. Dall'alto di una rupe, l'Italia repubblicana presenta la Maga, che tiene in mano le tavole della legge. Ai piedi della rupe, i suoi nemici guardano atterriti l'«impensata apparizione»; o fuggono, secondo uno stilema tipico delle immagini programmatiche o identitarie.<sup>58</sup>



Fig. 9 - Pasquale Mattei, *La ristampa a Roma*, litografia, in *L'Arlecchino*, 18 ottobre 1848. Collezione privata.

Tra queste ultime, si possono inserire anche le scene di resurrezione, che coincidono, di norma, con i numeri immediatamente successivi a un sequestro, a un processo, o all'arresto di un gerente. Questi avvenimenti costituiscono un'occasione di rilancio simbolico e auto-promozionale, in cui il giornale si mostra più forte di prima, rappresentandosi nell'atto di terrorizzare i propri nemici.<sup>59</sup> Si prenda un'altra variante biblica, questa volta de *L'Arlecchino* di Firenze in cui, *Novello Giona*, Arlecchino salta fuori dalle fauci di un grosso pesce somigliante a Pio IX, mentre alcuni "codini" alzano le mani, spaventati, in segno di resa.<sup>60</sup>

Le vessazioni della censura costituiscono l'occasione per rinsaldare, più o meno seriamente, i vincoli di solidarietà tra giornali, anche se normalmente avversi, in nome della libertà di stampa.<sup>61</sup> La personificazione esce così dallo spazio del proprio giornale e si configura come un elemento centrale di un lessico simbolico e di un circuito comunicativo condivisi. Tra i casi di "fratellanza giornalistica" più sinceri, va segnalato il cordiale scambio di saluti avvenuto nel 1848, tra *L'Arlecchino* di Napoli e *Lo Spirito Folletto* di Milano, in due vignette comparse sui rispettivi giornali.<sup>62</sup> Anche gli avversari politici partecipano di questo meccanismo, che vale dunque sia per la solidarietà, sia per la polemica. Una vignetta de *La Maga*, per esempio, ritrae la personificazione del *Fischietto* al centro di una rissa furibonda, ironizzando sui violenti passatempi del rivale e presentandolo come un (sedicente) costituzionale dagli occhi alquanto spiritati.<sup>63</sup>

Fuor di polemica, l'immagine del giornale nella stampa avversaria può aiutare a ricostruire la percezione pubblica. La figura di Don Pirlone, per esempio, compare anche nella *Grande Riunione*, che gli attribuisce un ruolo attivo (in senso negativo) in alcune fondamentali vicende della Roma quarantottesca. Don Pirlone si trova per esempio in

56. La serie comincia con l'ultimo numero de *La Strega*: *La Strega*, 10 luglio 1851; prosegue in *La Maga*, 24 luglio 1851.  
57. Si vedano gli articoli *Al popolo e Il testamento della Strega* (in *La Maga*, 24 luglio 1851), dedicati alla morte della Strega e programmaticamente votati alla descrizione della successione. Cfr. *La Maga*, 28 luglio 1851.  
58. *La Maga*, 26 luglio 1851. Sul legame tra persecuzione della censura e autopromozione dei diversi giornali, basti pensare alla Strega che, nel corso del 1851, mostra con orgoglio una bandierina che evoca i «12 processi» subiti dal giornale (*La Strega*, 17 maggio 1851).

59. *La Maga*, 24 gennaio 1852. Oppure, cfr. la vignetta de *L'Arlecchino* di Firenze *La Resurrezione di Arlecchino*, in *L'Arlecchino*, 21 settembre 1859.  
60. An., *Novello Giona*, in *L'Arlecchino*, 27 febbraio 1860.  
61. Per esempio, nel caso del "fronte comune" della stampa piemontese che aggredisce Cavour, cfr. *La Maga*, 13 aprile 1852). Oppure un ritratto di gruppo dei giornali napoletani, cfr. P. Mattei, *Risorgimento di giornali*, in *L'Arlecchino*, 30 maggio 1848.  
62. *L'Italia alla rovescia* cit., p. 16-18.  
63. *La Maga*, 9 giugno 1853.

una vignetta che lo accusa di essere tra i mandanti dell'omicidio di Pellegrino Rossi.<sup>64</sup> In seguito si rivede al tavolo degli oratori nel Circolo Popolare, luogo chiave della sociabilità politica romana nel 1848 (fig. 10). Qui, peraltro, appare anche una copia del giornale appesa sul muro. Si tratta di una preziosa testimonianza degli usi murali dei giornali satirici. In tal senso essi si caratterizzano come importanti precursori dei manifesti politici, con i quali, inoltre, condividono una spiccata vocazione performativa, che sarà oggetto del paragrafo che segue.<sup>65</sup>

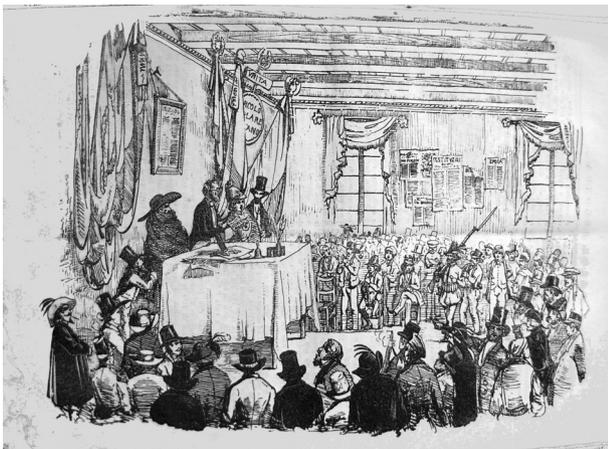


Fig. 10 - Senza titolo, litografia, in *Grande riunione* cit., p. 119. Collezione privata.

## GIORNALI IN AZIONE

Si guardi la Maga che, con l'aiuto del Tempo, prepara una barca per la cacciata di Pio IX e dei monarchi europei;<sup>66</sup> eccola che rinuora Europa, piangente per la guerra in Crimea,<sup>67</sup> o mette in guardia l'Italia in catene dall'allearsi con gli "stranieri" inglesi e francesi.<sup>68</sup> Oppure si prenda il Fischiotto, che dà manforte alla Libertà Costituzionale nello scacciare il partito dei retrogradi, assiste il giovane Piemonte, o accorre, vestito da medico, al capezzale dell'Italia moribonda (fig. 11). Le personificazioni dei giornali godono

di un rapporto privilegiato con le altre figure allegoriche, con le quali condividono un piano di azione simbolico e, di frequente, anti-realistico. La gamma delle loro azioni varia però a seconda delle caratteristiche dei singoli personaggi. La Maga per esempio è dotata di poteri soprannaturali, di cui fa ampio uso, in senso taumaturgico, quando scaccia il colera da Genova;<sup>69</sup> o quando, con un incantesimo esplosivo, mette fine alla guerra di Crimea, eliminando entrambe le parti contendenti.<sup>70</sup>

Di frequente, tuttavia, l'azione delle personificazioni devia dal piano meramente simbolico. Favorito dal suo tradizionale carattere di maschera, per esempio, Arlecchino si mostra a proprio agio sulla "scena" politica, al fianco dei protagonisti "reali" della vita pubblica napoletana e internazionale. La sua arguzia si riverbera nelle battute taglienti dei dialoghi; si svolgono essi con Metternich o Cavaignac, con i ministri del Regno delle Due Sicilie o con dei semplici concittadini.<sup>71</sup>

Il dialogo tra giornali e uomini politici è spesso spia degli orientamenti dei singoli periodici. La personificazione del Fischiotto risulta per esempio molto dialogante con Cavour, al cui fianco compare in non poche occasioni. Dapprima, quando questi è ministro delle Finanze del Governo D'Azeglio, in veste critica; poi, sempre più nelle vesti di un



Fig. 11 - Casimiro Teja, *Il Fischiotto medico*, litografia, in *Il Fischiotto*, 26 gennaio 1857. Biblioteca Civica Centrale, Torino.

64. *Grande riunione* cit., p. 17.

65. Su alcune dinamiche comunicative e performative dei manifesti politici, Ginzburg 2001, p. 1-22.

66. *La Maga*, 6 maggio 1852.

67. *La Maga*, 14 giugno 1854.

68. *La Maga*, 27 settembre 1855.

69. *La Maga*, 21 settembre 1854.

70. *La Maga*, 9 novembre 1854. In certi casi, la Maga agisce come un antico angelo vendicatore, o come un moderno supereroe cfr. *La Maga*, 20 maggio 1852.

71. Si vedano le vignette pubblicate su *L'Arlecchino* del 24 marzo 1848, 27 dicembre 1848, 31 ottobre 1848, 11 agosto 1848.

consigliere goliardico ma amichevole, particolarmente versato per la risoluzione pacifica dei conflitti sociali.<sup>72</sup>

Nel giornale genovese *La Strega/La Maga*, invece, l'immaginario del dialogo con i personaggi politici trascende facilmente nella discussione accesa, nel litigio, nella minaccia. Non è il caso di stupirsi nel vedere la Maga che, spalleggiata da alcuni barbuti operai, tira i capelli a Cavour per obbligarlo a firmare un decreto di riduzione del dazio sul grano.<sup>73</sup> Le relazioni del giornale genovese con il capo del governo sono in effetti agli antipodi di quelle de *Il Fischietto*; il duello è all'ordine del giorno e riflette un rapporto burrascoso, che talvolta esula dal terreno simbolico. L'immagine della Maga che, con tanto di armatura, tenzone con Cavour, è per esempio legata alla querela intentata dallo stesso capo del governo contro il giornale genovese.<sup>74</sup> La scena si svolge di fronte a un collegio elettorale ed è emblematica di un altro, consistente slittamento dell'immaginario satirico sul piano delle pratiche politiche "reali": nel dicembre del 1853, il direttore de *La Maga* Luigi Priario aveva infatti formato un cartello elettorale di candidati "municipalisti" che, nei collegi genovesi, trionferanno sul partito cavouriano spalleggiato dal giornale *La Stampa*.<sup>75</sup>

Più che in dialogo con qualche personaggio politico, ad ogni modo, è facile trovare la Maga (o la Strega) in un rapporto privilegiato con il "popolo". Questo legame, che si spinge di frequente all'identificazione, è riconducibile all'orientamento democratico-sociale del giornale ed è presente sin dai suoi testi programmatici, che risentono della concezione mazziniana della comunicazione diretta col popolo.<sup>76</sup> In una vignetta dedicata a un'allusiva *Rivoluzione della Sassonia*,<sup>77</sup> il disegnatore Castagnola rappresenta la Strega nel bel mezzo di una sassaiola, che mette in

fuga Gustavo Ponza di San Martino, Ferdinando di Borbone, l'imperatore austriaco Francesco Giuseppe, Pio IX. Se si tiene presente che la posa della Strega allude al Balilla – figura particolarmente nitida nell'orizzonte d'attesa dei patrioti genovesi e assai fortunata, prima di diventare fascista, nell'immaginario risorgimentale –<sup>78</sup>, l'immagine si configura come un chiaro incitamento alla rivolta. Una diversa iconografia del Balilla – questa volta frutto di una libera interpretazione del dipinto di Busi (e Asioli) dedicato al *La Cacciata dei Tedeschi da Genova per il moto del Balilla* (1842, Pistoia, Museo Civico), ricomparirà anche anni dopo, con la Maga-Balilla che guida il popolo al violento assalto di un mostruoso Cavour, paragonato alla torre di Malakoff, appena conquistata dagli alleati in Crimea.<sup>79</sup>

È difficile sapere, in mancanza di testimonianze puntuali, quali effetti potessero suscitare queste immagini sui lettori. Una vignetta del 1848 dedicata agli *Effetti istantanei di un annuncio politico*, mostra delle reazioni che dovevano essere assai diversificate; significativamente, esse si collocano su un piano fortemente emotivo e oltrepassano le argomentazioni razionali: dal riso allo stupore, sino alla rissa.<sup>80</sup> Il grado di coinvolgimento delle personificazioni dei giornali negli eventi politici raggiunge comunque, sul piano visivo, gradi d'intensità assai rilevante. Facendo perno su un meccanismo d'identificazione, o quanto meno di empatia, da parte del lettore, l'uso di questa "convenzione" consente all'immagine satirica di configurarsi come un efficace dispositivo di mobilitazione. Su questa linea si possono leggere anche le immagini di Arlecchino che nel 1848, a cavallo di un ronzino, parte per andare a combattere contro gli Austriaci in Lombardia;<sup>81</sup> o, nel 1855-56, le vignette dedicate all'arruolamento del Fischietto nei bersaglieri diretti in Crimea;<sup>82</sup> né vanno escluse

72. Redenti, *Desiderate la tranquillità nel paese? Livellate le pancie [sic]!!!*, in *Il Fischietto*, 25 ottobre 1853. Su Cavour in caricatura, Gianeri 1957.

73. *La Maga*, 13 ottobre 1853.

74. *La Maga*, 5 gennaio 1854. Cfr. Barelli 1915.

75. Montale 1979, p. 177 e sqq. Sulla *débacle* cavouriana, *La Maga*, 26 gennaio 1854.

76. Si veda l'articolo *Al popolo*, in *La Maga*, 24 luglio 1851. Sulla comunicazione mazziniana, riferita al teatro, Sorba 2008. La Maga (o la Strega) è di frequente ritratta sulla pubblica piazza, dove tiene discorsi infuocati. Si veda *La Maga*, 8 luglio 1852.

77. *La Strega*, 17 maggio 1851.

78. Si veda la vignetta del foglio sciolto intitolato *Che l'inse*, conservato presso l'Istituto Mazziniano di Genova.

79. *La Maga*, 15 settembre 1855. Per altri casi di "confusione" della Maga con una folla di manifestanti, *La Maga*, 4 dicembre 1852.

80. P. Mattei, *Effetti istantanei di un annuncio politico*, in *L'Arlecchino*, 6 agosto 1848. Per una lettura degli obiettivi della caricatura nel senso di una persuasione emotiva e sensistica, estranea al concetto habermasiano di "sfera pubblica", Goode 2011.

81. P. Mattei, *Non mi trattenete, Partenopei, la Lombardia mi aspetta*, in *L'Arlecchino*, 6 aprile 1848.

82. Il Fischietto consegna a La Marmora una bandiera italiana sulla cui asta inserisce un numero del giornale e lo invita

alcune immagini di vera e propria propaganda elettorale, in cui sono ancora una volta le personificazioni a sottolineare le prese di posizioni più nette da parte dei giornali.<sup>83</sup>

## EPILOGO

In una vignetta di Caronte (Arturo Calleri) datata addirittura 1910 (fig. 12), l'immagine del Fischietto abbarbicato sulla Mole Antonelliana, da due anni sede del Museo Nazionale del Risorgimento, si pone a suggello di quella connessione profonda tra personificazione del giornale e immaginario risorgimentale che si è cercato di descrivere in queste pagine. Va sottolineato che l'uso della personificazione di giornale all'interno delle vignette politiche si attenua sensibilmente nei principali periodici post-unitari, quando, insieme alle strategie editoriali di rapporto col pubblico – dalla forte personalizzazione de *Lo Spirito Folletto* di Sonzogno alla prospettiva internazionale e “distaccata” di giornali come *Il Papagallo* – mutano le dinamiche della socializzazione politica. Ciò non toglie che giornali di lunga tradizione, come, appunto, lo stesso *Il Fischietto*, continuino a farne ampio uso. Né che compaiano nuovi giornali, che fanno del richiamo ai formati editoriali del 1848 il loro modello operativo, in coincidenza, peraltro, di contesti politicamente “caldi”, come quello romano dei primi anni Settanta.<sup>84</sup>

Gli usi della personificazione del giornale nell'Italia liberale troveranno nuovo slancio nel superamento dei formati giornalistici risorgimentali. Si delinea, in un certo senso, una divaricazione. Da una parte la personificazione accentua il proprio valore commerciale e pubblicitario, di “marchio”. È il caso della rivista milanese *Guerin Meschino*, fondata nel 1882, protagonista della stagione del moderno giornale “pupazzettato”

a piantarla sulle «mura inespugnate» di Sebastopoli (*Il Fischietto*, 1 febbraio 1855). Poi si arruola in prima persona e, vestito da bersagliere, incita i suoi – la redazione del giornale, tra cui lo stesso caricaturista Redenti – alla battaglia (*Il Fischietto*, 3 febbraio 1855).

83. L'obiettivo del giornale è evitare il voto radicale, cfr. I. Virginio, *Il 27 gennaio 1861. Ultimo definitivo appello del Fischietto agli elettori politici*, in *Il Fischietto*, 27 gennaio 1861.
84. Il discorso vale per giornali come *Don Pirloncino* e il nuovo *Cassandrino* dei primi anni Settanta, ma anche per *Il Diavolo* di Torino negli anni Sessanta.

stampato in zincografia, in cui la personificazione – ideata da Tranquillo Cremona e Luigi Conconi – compare, oltre che nella testata, a margine di molte vignette, nel formato di una minuscola firma



Fig. 12 - Caronte [Arturo Calleri], *Un buon consiglio alla gentile visitatrice perché se ne vada ad asfissiare altrove*, cromolitografia, in *Il Fischietto*, 17 maggio 1910. Biblioteca Civica Centrale, Torino.

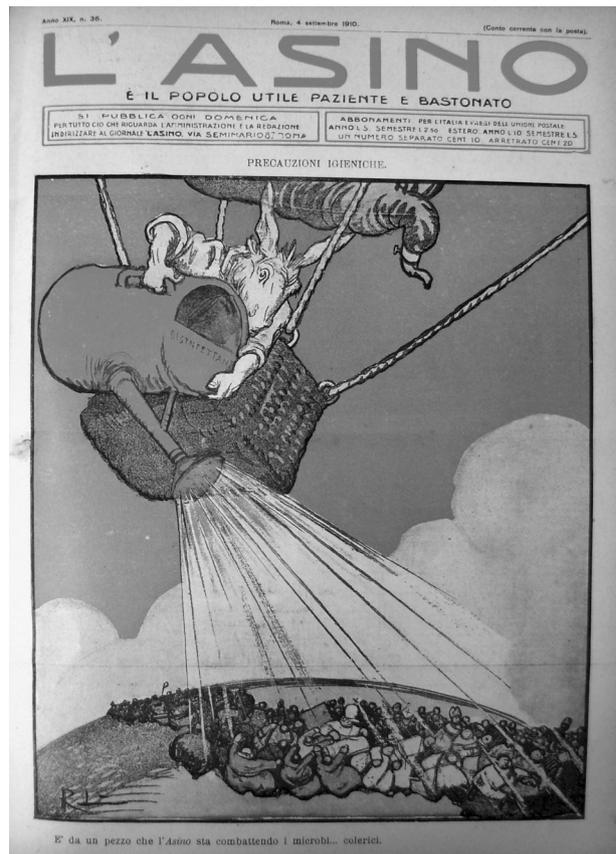


Fig. 13 - Ratalanga [Gabriele Galantara], *È da un pezzo che l'Asino sta combattendo i microbi... colerici*, zincografia a colori, in *L'Asino*, 4 settembre 1910. Istituto Mazziniano, Genova.

(collettiva) figurata.<sup>85</sup> D'altra parte, il ritorno del suo uso, a volte massiccio, coincide con la ribalta del movimento socialista tra Otto e Novecento e con il conseguente allargamento del pubblico della politica. Nelle vignette del giornale socialista *L'Asino*, l'esplicito richiamo alla tradizione ottocentesca (fig. 13) risponde alla necessità di rifarsi a un linguaggio consolidato e autenticamente "popo-

lare", in grado di rivolgersi ai nuovi pubblici delle città industriali e delle campagne. Ciò avviene proprio impiegando una tecnica di mitologizzazione dello spazio politico (e del giornale stesso), quale la personificazione, in cui la funzione pedagogica si mescola alle esigenze di affermazione politico-identitaria.

## Bibliografia

- Altick 1997 = R. Altick, *Punch: the lively youth of a British institution*, Columbus, 1997.
- Anderson 1996 = B. Anderson, *Comunità immaginate. Origini e diffusione dei nazionalismi*, Roma, 1996 (1983).
- Apostolo 1998 = F. Apostolo, *Il "Guerin Meschino" nell'era di Luigi Albertini (1900-1925)*, in *Comunicazioni Sociali*, 1, 1998.
- Barelli 1915 = G. Barelli, *A proposito della querela di Cavour contro «La Maga» per 'libello famoso'*, in *Il Risorgimento Italiano*, VIII-1, Torino, 1915, p. 503-504.
- Burattini e marionette 1980 = *Burattini e marionette in Italia dal Cinquecento ai giorni nostri: testimonianze storiche artistiche e letterarie*, catalogo di esposizione, Roma, 1980.
- Caniglia 2009 = E. Caniglia, *La notizia: come si racconta il mondo in cui viviamo*, Roma-Bari, 2009.
- Coupe 1969 = W.A. Coupe, *Observations on a theory of political caricature, comparative studies in Society and History*, 11-1, 1969, p. 79-95.
- Darnton 2007 = Robert Darnton, *Le notizie a Parigi: una precoce società dell'informazione*, in Id., *L'età dell'informazione. Una guida non convenzionale al Settecento* (2003), Milano, 2007, p. 41-91.
- De Baecque 1988 = A. De Baecque, *La caricature révolutionnaire*, Parigi, 1988.
- De Baecque 2000 = A. De Baecque, *Les éclats du rire: la culture des rieurs au XVIII<sup>e</sup> siècle*, Parigi, 2000.
- Diderot 1795 = D. Diderot, *Essais sur la peinture*, Fr. Buisson, Paris, 1795 [1765].
- Finelli - Fruci - Galimi 2012 = P. Finelli, G.L. Fruci, V. Galimi (a cura di), *Parole in azione. Strategie comunicative e ricezione del discorso politico in Europa fra Otto e Novecento*, Firenze, 2012.
- Fried 1980 = M. Fried, *Absorption and theatricality: painting and beholder in the age of Diderot*, Chicago, 1980.
- Gianeri 1957 = Gec (E. Gianeri), *Cavour nella caricatura dell'Ottocento*, Torino, 1957.
- Ginzburg 2001 = C. Ginzburg, *«Your Country needs you»: a case study in political iconography*, in *History workshop journal*, 52, 2001, p. 1-22.
- Giovagnoli 1894 = R. Giovagnoli, *Ciceruacchio e don Pirlone: ricordi storici della Rivoluzione romana dal 1846 al 1849 con documenti nuovi*, Roma, 1894.
- Gombrich 1971 = E.H. Gombrich, *Personification*, in R.R. Bolgar (a cura di), *Classical influences on European culture, A.D. 500-1500*, Londra, 1971, p. 247-257.
- Goode 2011 = M. Goode, *The public and the limits of persuasion in the age of caricature*, in T. Porterfield (a cura di), *The efflorescence of caricature 1759-1838*, Londra, 2011, p. 117-136.
- Grande riunione 1849 = *Grande riunione tenuta nella sala dell'ex Circolo popolare in Roma*, Tipografia Paternò, Roma, 1849.
- Guédron 2011 = M. Guédron, *L'ombre révélatrice. Caricature, personification, allégorie*, in *Romantisme. Revue du dix-neuvième siècle*, 152, 2011, p. 61-74.
- Huizinga 1946 = J. Huizinga, *Homo ludens*, Torino, 1946, p. 173-184.
- Kaenel 2005 = P. Kaenel, *Le métier d'illustrateur 1830-1880. Rodolphe Töpfer, J.-J. Grandville, Gustave Doré*, Ginevra, 2005 (1996).
- Kerr 2000 = D.S. Kerr, *Caricature and French political culture 1830-1848. Charles Philipon and the illustrated press*, Oxford, 2000.
- Kunzle 1990 = D. Kunzle, *The history of the comic strip. 2. The nineteenth century*, Berkeley, 1990.
- Leary 2010 = P. Leary, *The Punch brotherhood: table talk and print culture in mid-victorian London*, Londra, 2010.
- Lefevre 1955 = R. Lefevre, *Giornalismo romano del 1848. Il processo al «Don Pirlone»*, in *Saggi e studi di pubblicistica*, V-VI, 1955.
- Maggio Serra 2007 = R. Maggio Serra, *European contacts and influences in journalistic caricature in the Kingdom of Sardinia (1849-1859)*, in P. Kaenel, R. Reichardt (a cura di), *La gravure européenne et les échanges culturels du XVIII<sup>e</sup> au XIX<sup>e</sup> siècle*, Hildesheim, 2007, p. 529-545.
- Majolo Molinari 1963 = O. Majolo Molinari, *La stampa periodica romana dell'Ottocento*, Roma, 1963.
- Moore 1998 = S. Moore, *Il consumo dei media. Un approccio etnografico*, Bologna, 1998.

85. Apostolo 1998.

- Montale 1979 = B. Montale, *Genova nel Risorgimento: dalle riforme all'Unità*, Genova, 1979.
- Morachioli 2012 = S. Morachioli, *Professione caricaturista. Mestiere e immagine del disegnatore satirico nel Regno di Sardegna*, in *Contemporanea*, XV-3, 2012, p. 399-422.
- Morachioli 2013a = S. Morachioli, *Caricatura e allegoria. Don Pirlone a Roma e le immagini politiche a stampa intorno al 1848*, in V. Fiorino, G.L. Fruci, A. Petrizzo (a cura di), *Il lungo Ottocento e le sue immagini. Politica, media, spettacolo*, Pisa, 2013, p. 179-192.
- Morachioli 2013b = S. Morachioli, *L'Italia alla rovescia. Ricerche sulla caricatura giornalistica tra il 1848 e l'Unità*, Pisa, 2013.
- Morachioli 2014 = S. Morachioli, «My name is not Gillray, but Rubens». *Studi di storia della caricatura*, in *Nuova Informazione Bibliografica*, XI-1, 2014, p. 57-90.
- Patten 2011 = R. Patten, *Signifying shape in pan-European caricature*, in T. Porterfield (a cura di), *The efflorescence of caricature 1759-1838*, Londra, 2011, p. 137-158.
- Popkins 1989 = J. Popkins, *Journals: the new face of news*, in R. Darnton, D. Roche (a cura di), *Revolution in print: the press in France. 1775-1800*, Berkeley, 1989, p. 141-164.
- Propp 2000 = V.J. Propp, *Morfologia della fiaba*, Torino, 2000.
- Reverzy 2011 = É. Reverzy, *Le fruit caché. L'allégorie entre l'ancien et le nouveau*, in *Romantisme. Revue du dix-neuvième siècle*, 152, 2011, p. 3-12.
- Sorba 2008 = C. Sorba, *Comunicare con il popolo. Novel, drama and music in Mazzini's work*, in E. Biagini, C. Bayles (a cura di), *Giuseppe Mazzini and the globalisation of democratic nationalism 1830-1920*, Oxford, 2008, p. 75-92.
- Torelli 2007 = I. Torelli, «Il Don Pirlone» e la «Grande riunione», in A. Negri, M. Sironi (a cura di), *Un diluvio di giornali. Modelli di satira politica in Europa tra '48 e Novecento*, Milano, 2007, p. 16-31.
- Wechsler 1982 = J. Wechsler, *A human comedy. Physiognomy and caricature in 19th century Paris*, Londra, 1982.
- Wetson 2011 = H. Wetson, *The light of wisdom: magic lanternists as truth-tellers in post-revolutionary France*, in T. Porterfield (a cura di), *The efflorescence of caricature 1759-1838*, Londra, 2011, p. 79-93.

