

Che cosa c'è tanto da ridere? Gli italiani nell'umorismo americano del passato

*Fred Gardaphé**

Traduzione di Anna Belladelli

Gli americani cominciarono a ridere degli italiani molto prima che questi ultimi cominciassero a ridere insieme a loro. Come accade a tutti i nuovi immigrati, gli italiani divennero il bersaglio dell'umorismo a stelle e strisce, mosso prima dal timore della loro diversità, poi dalla conoscenza delle loro peculiarità. Secondo alcuni studiosi, questo fenomeno deriverebbe dal fatto che deridere una minoranza fa parte del processo stesso di assimilazione di tale minoranza nel mosaico identitario degli Stati Uniti. In uno dei suoi primi studi sull'umorismo americano, Constance Rourke osservava che esiste un vero e proprio iter nell'inglobamento delle diverse identità all'interno del corpo di quella americana, e che gran parte di questo fenomeno accadde appena dopo la Guerra civile, quando chiedersi che cosa volesse dire essere americano era diventato più che mai impellente.

Alla fine degli anni Venti del Novecento, Rourke individuò quello che a suo parere sarebbe diventato un modello ricorrente nella produzione e nel consumo dell'umorismo negli USA:

Gli ebrei stanno abbandonando le caricature per entrare nel mondo del ritratto umanizzato, sia sul palcoscenico sia a livello narrativo. Dopo avere trascorso tanti anni sott'acqua, i neri sono entrati in un disegno di più ampio respiro [...]. Questo tipo di cambiamento è già successo in letteratura. Un personaggio entra in scena come comico; poi, gradualmente, quando i riflettori che lo illuminano ne rendono visibili tutti i lineamenti umani, lo si include nella narrazione con una consapevolezza più grande.¹

Ci sarebbero voluti molti anni perché gli italiani entrassero a fare parte di quello che Rourke chiamava "la visione a tutto tondo di un tipo americano".²

Gli italiani diventarono oggetto abituale di scherno nell'umorismo statunitense nell'Ottocento, quando la maggior parte del flusso di migranti verso gli Stati Uniti era costituita proprio da chi fuggiva dall'Italia, fresca di unificazione, in cerca di una vita migliore. Questa migrazione, rivelatasi poi una delle più grandi della storia mondiale, fu osteggiata dai media americani che crearono rappresentazioni distorte degli italiani e di che cosa fossero venuti a fare negli USA. L'arrivo di questi migranti fu salutato con sospetto da quanti si definivano "nativi", gente che in realtà era emigrata dalla Gran Bretagna soltanto poche generazioni prima ma, suppongo io, da tempo sufficiente per considerarsi "nativi" americani.

L'umorismo che ne derivò era basato letteralmente sull'ignoranza, sul "non sapere" nulla della cultura e delle condizioni sociali che sottendevano a questi nuovi

arrivi. Tale ignoranza nutrì il sospetto e questo, a sua volta, sfociò nella paura di tutto ciò che era sconosciuto e straniero. Quando un umorismo al vetriolo, modellato e rivolto verso gli italiani, si fece strada nel dibattito sociale, i quotidiani e le riviste cominciarono ben presto ad accompagnare gli articoli con vignette offensive, come quella qui sotto, pubblicata sulla rivista *The Wasp*, che contribuì a nutrire sentimenti anti-immigrati.

The Wasp, una testata principalmente satirica, indirizzò le sue frecciate verso il problema dell'immigrazione, suggerendo nelle vignette che gli USA dovevano pensare a come tenere fuori dal paese gli stranieri, in cui molti vedevano soggetti pericolosi. Ritratti come il seguente, che raffiguravano i nuovi arrivati dall'Europa meridionale, cominciarono ad apparire regolarmente sulla stampa periodica statunitense, creando così un'immagine orribile degli italiani e generando paura soprattutto in chi non aveva mai occasione di incontrare questi immigrati in carne e ossa. È proprio in queste vignette che vediamo nascere la creazione di quegli stereotipi che sarebbero poi stati associati a lungo agli italiani.³



Figura 1. "What We Would Like to See" ("Che cosa ci piacerebbe vedere"), rivista *The Wasp*, 1888.

Nella vignetta "What We Would Like to See" ("Quello che vorremmo vedere") troviamo un personaggio gigantesco, con una faccia da Teddy Roosevelt prima della sua esperienza con i Rough Riders, il quale proprio in quell'anno aveva sostenuto in campagna elettorale Benjamin Harrison, il candidato repubblicano alle presidenziali.

Nell'immagine, questo "superamericano" tiene stretti due immigrati, un cinese e un italiano, come se per qualche motivo li avesse catturati e non permettesse loro di mettere piede sul suolo americano. Dalle sue tasche sbucano gli atti legislativi sulle limitazioni dell'immigrazione. Benché al giorno d'oggi tutto ciò ci appaia

folkloristico, è proprio qui che cominciò a svilupparsi l'umorismo *dark* rivolto alle minoranze etniche in America, che ritraeva queste persone come stranieri vestiti con abiti del Vecchio Continente, facendo passare il messaggio che non fossero degne della cittadinanza e quindi non gradite.

Poiché gli USA stavano lottando per strutturare una propria identità che si differenziasse dal resto del mondo, specialmente dall'Europa, in questo paese relativamente giovane diventò di primaria importanza stabilire chi fosse americano e chi potesse diventarlo. Creare gli americani sarebbe divenuta una priorità nelle azioni sociali e politiche del periodo storico che stava per iniziare, conosciuto come l'Era progressista (1880-1920), caratterizzato dall'industrializzazione e dal più grande flusso migratorio nella storia della nazione. Le riforme di quest'epoca miravano a combattere i problemi sociali causati dall'industrializzazione della produzione, dall'urbanizzazione della popolazione americana, dall'immigrazione di massa e dalla crescente corruzione politica a livello locale e nazionale.

In questo periodo della storia statunitense ci fu il picco dell'immigrazione italiana e i migranti del belpaese furono pesantemente maltrattati in qualsiasi ambito sociale in cui i progressisti lottassero per apportare dei cambiamenti. Se da una parte molti italiani traevano beneficio dalle riforme in campo lavorativo, scolastico e politico, dall'altra soffrivano per il fatto di essere spesso descritti come uno dei problemi da risolvere. Il concetto di *melting pot*, metafora del processo con il quale gli immigrati potevano diventare americani, ebbe origine dal titolo di una rappresentazione teatrale, scritta da Israel Zangwill nel 1908, che parlava di un gruppo di immigrati ebrei russi e che divenne la lente attraverso cui i riformisti interpretavano il proprio attivismo.

Non ci volle molto perché l'idea di "americanizzazione" cominciasse a essere usata nelle pagine umoristiche. Il più delle volte il messaggio di fondo era che gli americani per nascita fossero superiori ai nuovi immigrati, tanto che negli anni a venire ne derivò un umorismo basato sulla cosiddetta "teoria della superiorità".

Secondo questa teoria, ritenuta tra le più antiche e risalente addirittura a Platone e ad Aristotele, la gente ride delle sfortune altrui perché noi esseri umani gioiamo nel sentirci superiori agli altri – il che costituisce anche un modo per separare "loro" da "noi". Questo si sarebbe rivelato un fattore cruciale nella creazione dell'identità americana, un'impresa per cui gli Stati Uniti si stavano impegnando enormemente nel periodo storico che stiamo analizzando. Come ci ricorda John Lowe, "l'umorismo etnico ha sempre fatto parte del mondo della cultura e del folklore americani, in parte perché provoca piacere e in parte perché si ricollega a concezioni mitiche di aggressione e di lotta, nonché al nostro rito nazionale preferito, la via crucis dell'"americanizzazione"". ⁴ L'umorismo sarebbe quindi diventato uno strumento fondamentale per segnalare chi era o meno americano.

Vignette politiche nell'Era progressista

La condizione di americano *hyphenated* del nuovo immigrato non era accettabile in un momento in cui l'America stava ancora cercando di definire se stessa nel contesto internazionale. In un discorso tenuto all'ordine dei Cavalieri irlandesi cattolici

di Cristoforo Colombo presso la Carnegie Hall, in occasione del Columbus Day del 1915, l'ex presidente Theodore Roosevelt fece la seguente dichiarazione:

Non c'è spazio in questo paese per un americanismo con il trattino. Quando uso questa espressione non mi riferisco agli americani naturalizzati. Alcuni dei migliori americani che io abbia mai conosciuto erano naturalizzati, nati quindi all'estero. Ma un americano con il trattino non è assolutamente un americano [...]. Se c'è un modo sicuro per portare questa nazione alla rovina e impedirle di continuare a essere una nazione, è quello di permetterle di diventare un groviglio di nazionalità litigiose, un garbuglio di tedeschi-americani, scandinavi-americani, franco-americani o italo-americani, ognuno attaccato alla propria nazionalità, più affezionato ai propri connazionali in Europa che ai cittadini della Repubblica americana [...] Non esiste al mondo un americano col trattino che sia anche un buon americano. L'unico uomo che è un buon americano è un uomo che è un americano e basta.⁵

Questo sentimento non era nuovo. Già nel 1899 la rivista *Puck* aveva pubblicato una vignetta di J.S. Pughe che illustrava letteralmente come i nuovi immigrati dall'Europa orientale e meridionale fossero scissi nel loro senso di appartenenza. Il disegno mostra che i "veri" americani, una volta messo piede nella società americana, non avrebbero dovuto conservare nulla della loro identità ancestrale, pena l'esclusione dal diritto di voto.



Figura 2. *The Hyphenated American*. Lo Zio Sam dice: "Why should I let these freaks cast whole votes when they are only half American?" ("Perché dovrei permettere a questi fenomeni da baraccone di esprimere un voto intero quando sono soltanto americani per metà?"). Dalla rivista *Puck*, 9 agosto 1899.

Qualche anno addietro, appena prima del ben noto linciaggio degli italiani nel 1891, il quotidiano di New Orleans *The Mascot* aveva pubblicato la seguente vignetta, senza dubbio strumentale ad alimentare un sentimento che portò a uno dei più grandi linciaggi di massa della storia statunitense.



Figura 3. Dal quotidiano *The Mascot* di New Orleans (LA), 7 settembre 1888.

Immagini del genere gettavano benzina sul fuoco dell'“anti-italianismo”, il quale a sua volta alimentava la crescente paura dell'America nei confronti di quella massa di individui che provenivano da altri paesi e che aumentavano velocemente di numero.



Figura 4. Dalla rivista *Judge*, 1903.

Nel 1903 il *Judge*, rivista satirica sostenuta dal Partito Repubblicano, ritraeva l'immigrazione dall'Europa come un'infestazione che minacciava di annientare la legge e l'ordine e di rimpiazzarli con violenza e omicidi. Va ricordato che il presidente McKinley, raffigurato tra i pensieri dello Zio Sam, era stato assassinato nel 1901 da Leon Czolgosz. Costui, nato negli USA da genitori immigrati dalla Polonia, era diventato anarchico dopo avere perso il lavoro. Raffigurando gli italiani e gli altri immigrati dall'Europa meridionale come animali infestanti e ammorbanti, questa e molte altre testate cominciarono a costruirne un'immagine che li avrebbe accompagnati a lungo, come si vede nelle vignette seguenti. Spesso si deridevano anche i mestieri che costoro erano costretti a fare per sopravvivere.

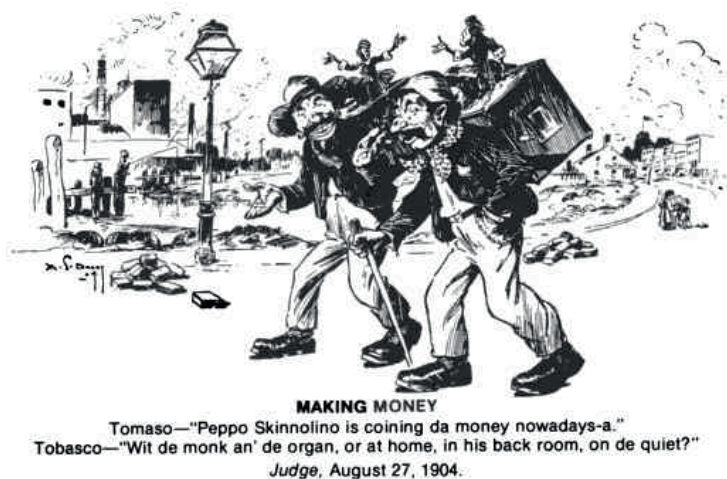


Figura 5. Dalla rivista *Judge*, 27 agosto 1904.



Figura 6. Vignetta politica che commenta l'immigrazione italiana negli Stati Uniti, 1911.

Proiezioni popolari e *minstrel shows* dalla carnagione olivastra

L'intrattenimento è spesso visto come una finestra o uno specchio della società del suo tempo, e tra la fine dell'Ottocento e l'inizio del Novecento si poté assistere alla crescita dell'intrattenimento di massa attraverso i cosiddetti *medicine shows*, *minstrel shows*, circhi, *burlesque* e *vaudevilles*. Tutti questi spettacoli rappresentavano una fonte accessibile di distrazione per la classe lavoratrice, che ora disponeva di maggior tempo libero e di denaro da spendere.

E benché nel panorama dell'intrattenimento ci fossero personaggi come Sylvester Poli, impresario di *vaudeville*, e artisti come Lou Costello, Jimmy Durante, Jimmy Savo e i fratelli Mosconi, nessuno di loro incluse mai la cultura italiana nei propri spettacoli, né utilizzò la propria popolarità per esporsi pubblicamente in merito alla rappresentazione degli italiani nella società a loro contemporanea.

L'immagine degli italiani a un certo punto entrò a fare parte di queste forme di intrattenimento; dovremmo leggere queste prime raffigurazioni pubbliche come versioni "dalla carnagione olivastra" dei *black minstrel shows* tradizionalmente raffiguranti i neri. Il lavoro di Eric Lott su questa forma di spettacolo è applicabile allo studio della rappresentazione comica degli italiani nell'intrattenimento popolare poiché, quando il *black minstrel show* vide il proprio declino alla fine dell'Ottocento, furono proprio gli italiani, insieme ad altri immigrati, che si aggiunsero ai neri come bersaglio delle imitazioni nella cultura popolare.

In *Love and Theft*, Lott scrive: "La maschera nera dava la possibilità di mettere in scena le paure collettive rispetto a un'alterità degradata, minacciosa, nonché maschile, mantenendo al contempo su di esse una sorta di controllo simbolico".⁶ Ed è proprio quello che accadde agli italiani nei numeri di *vaudeville* e in molte pellicole all'inizio degli anni Trenta. Le prime rappresentazioni degli italiani davano la sensazione di proiettare una fantasia: "Questi personaggi caricaturali erano semplicemente dei cestini della spazzatura dove finivano le proiezioni delle fantasie dei bianchi, vuoti significanti di carne che consentivano ai bianchi di guardare da lontano tutto ciò che trovavano repellente e spaventoso".⁷ Il modo in cui questa forma di *minstrelsy* deformava la cultura italiana era notevole; per quanto umoristiche in superficie, queste rappresentazioni diventarono un mezzo per mantenere il potere e avere la meglio sul fascino dello straniero, un modo per tenere sotto controllo qualsiasi azione gli italiani facessero per protestare contro il trattamento ricevuto e per esigere attenzione sulla violazione dei loro diritti in quanto cittadini americani. C'erano certamente degli italiani impegnati nell'attivismo sociale, specialmente nei movimenti dei lavoratori; tuttavia, provenivano più frequentemente dalla sinistra e, dopo l'esperienza di Sacco e Vanzetti, tendevano a essere tutti etichettati più come anarchici e comunisti che come attivisti sociali progressisti.

Rick DesRochers, che fa notare le potenzialità rivoluzionarie del *vaudeville* nel suo studio intitolato *The New Humor in the Progressive Era: Americanization and the Vaudeville Comedian*, non dà tuttavia peso sufficiente al grado di probabilità che questi stereotipi diventassero realtà nelle menti del pubblico, il quale in genere non aveva contatti diretti con quanti erano oggetto di satira e di umorismo. DesRochers sostiene che

I comici di *vaudeville* creavano i propri spettacoli facendo chiari riferimenti ai riformatori, ai critici e alle autorità del loro tempo, usando espressioni verbali e corporee che prendevano in giro l'americanità e la sua relazione con i concetti di classe, di genere e di etnicità, finendo per buttare a gambe all'aria quel decoro che caratterizzava un vero americano. In questo senso, il nuovo umorismo era indubbiamente sovversivo.⁸

In questo modo, secondo DesRochers, questi comici "generavano paura tra alcuni angloamericani".⁹ Tuttavia, furono proprio questi ritratti "sovversivi" che, in molti casi, rappresentarono il biglietto da visita per i nuovi arrivati negli Stati Uniti, allo stesso modo in cui il *black minstrel show* aveva "presentato" in passato gli afroamericani alla gente, gettando le basi per un futuro di stereotipi che si sarebbero reiterati per anni e anni nella storia dell'intrattenimento popolare. Come continua DesRochers, "relegare l'immigrato che appartiene a una minoranza etnica a ruoli stereotipati era un modo per mettere le persone al loro posto e farcele restare. Invece di adeguarsi a un mondo visibilmente complesso e in rapido cambiamento, gli americani considerati tali preferivano aggrapparsi a categorie che acquietassero le loro paure".¹⁰ DesRochers non spiega quello che successe dopo, cioè come l'accumularsi di queste immagini, decennio dopo decennio, fosse poi riuscito a influenzare la percezione delle minoranze etniche e persino le autorappresentazioni di quanti ne facevano parte.

Uno degli obiettivi dei riformisti sociali di questo periodo, le cui opere diedero il nome all'intera epoca, era di creare americani partendo dal miscuglio di popoli stranieri attirati nel paese dalle possibilità di impiego offerte dall'industrializzazione agli inizi del Ventesimo secolo. Per mezzo di riforme nel campo dell'istruzione, si sperava che gli Stati Uniti potessero "assimilare e inglobare queste persone come parte della nostra razza americana, instillando nei loro figli, per quanto possibile, il concetto anglosassone di legge, ordine e governo popolare".¹¹ Fuori da scuola, questo obiettivo fu perseguito creando realtà aggregative di carattere sociale, come i *boys' clubs*. DesRochers porta come esempio il North Bennet Street Boys' Club di Boston, "finalizzato a garantire che i ragazzi immigrati rispettassero il regolamento del club e che quindi, testualmente, non si agitassero, masticassero gomma, sputassero, impreccassero, imbrogliassero né parlassero italiano".¹²

Questa è l'era del concetto di *melting pot*, la promessa che tutte le differenze si sarebbero fuse dentro a un enorme crogiolo, fino a quando tutti sarebbero diventati lo stesso tipo di americano. E se da un lato questo poteva funzionare, anche molto bene, per gli immigrati bianchi, fu un completo fallimento quando lo si volle applicare alle differenze di razza e di classe sociale. Quando l'intrattenimento per la classe lavorativa si affermò e vide crescere il suo pubblico, si rese necessario creare una linea di demarcazione tra la classe media, in recente espansione e sviluppo, e quella lavorativa. DesRochers ci illumina su questo punto:

C'era bisogno di creare una netta divisione tra intrattenimento popolare basso ed estetica alta nelle arti dello spettacolo, al fine di creare un'estetica che fosse squisitamente americana, al pari della tanto decantata cultura dell'Europa occidentale.

Una volta definita questa separazione per mano delle autorità culturali durante la trasformazione industriale degli USA, si avvertì il bisogno di distinguere tra divertimento edificante e divertimento puramente frivolo. Questa linea di demarcazione fu tracciata tra la classe lavoratrice etnica e la classe media anglo-americana.¹³

Se questa differenza non fu sottolineata nelle arene pubbliche di massa, ovvero sugli editoriali dei quotidiani e dei programmi radiofonici, ci pensò la periferia delle istituzioni educative americane a fare in modo che i giovani crescessero capaci di distinguere tra l'intrattenimento per le classi "alte" e quello per le classi "basse", e che questa differenza entrasse loro bene in testa. Chi aspirava alla mobilità sociale imparava in fretta a tenersi alla larga da una di queste forme e a rispecchiarsi nell'altra. Il forte fascino della cultura popolare, secondo DesRochers, minacciava gli standard eurocentrici dell'arte, "portando a un contraccolpo di condanna nell'industria dell'intrattenimento popolare".¹⁴

Molta dell'estetica del *vaudeville* era costruita attorno ai tipi socio-culturali ereditati da forme di spettacolo ottocentesche come *minstrelsy*, *medicine show*, *burlesque* e teatro di varietà. Insieme a una rinnovata paura per l'umorismo basso, quello dei precursori del *vaudeville*, si insegnava alla nascente classe media anglo-americana a guardare con sospetto, o addirittura a odiare, l'estetica del *vaudeville*. Tutto ciò era particolarmente visibile nella paura dello straniero sotto forma di nuovo immigrato e nell'emergente liberazione delle donne dalla repressione sessuale e culturale vittoriana.¹⁵

Questo sentimento aveva un po' il sapore di quei primi ritratti di italiani nella letteratura americana, creati secondo il gusto di scrittori vittoriani quali Nathaniel Hawthorne in *Il fauno di marmo* (1860) e Henry James in *Daisy Miller* (1878), entrambi fortemente influenzati dai resoconti di viaggio di autori europei come Madame de Staël.¹⁶

Queste immagini distorte degli italiani, generate in origine per una necessità di separazione culturale dall'Europa, finirono per attecchire nel terreno statunitense e crescere come una pianta infestante nella cultura popolare americana; l'intrattenimento prendeva quindi spunto dalla cultura alta, cosa abbastanza ovvia nell'evoluzione del *vaudeville* americano, in cui la sovversione della cultura alta si radicava attraverso la critica sociale: "La sovversione del nuovo umorismo faceva sì che qualsiasi ruolo potesse essere impersonato da qualsiasi attore comico, e gli artisti di *vaudeville* adottarono tali stereotipi sul palcoscenico per destabilizzare e contraddire, nonché sfruttare a loro beneficio, queste crudeli diffamazioni ai danni degli immigrati etnici".¹⁷

I fratelli Marx, che iniziarono la carriera proprio nel *vaudeville* con lo spettacolo "Fun in Hi Skule" (1910), crearono una parodia della realtà scolastica pubblica, in cui in quegli anni si lavorava per trasformare gli immigrati in americani. Leonard "Chico" Marx interpretava l'italiano dongiovanni e imbroglione, un ruolo che si sarebbe portato fino nella tomba tanto ebbe successo a livello popolare. In

questo spettacolo Chico è un ladruncolo, un cascamoto e un astuto cospiratore, che “ama buttare a gambe all’aria la società borghese e le sue convenzioni, nello spirito del povero immigrato che per sopravvivere usa tutti i mezzi a sua disposizione, legali o meno, per procacciarsi cibo, soldi e sesso in un mondo in cui la sua condizione di *outsider* gli nega i beni essenziali che qualsiasi americano di classe media può ottenere senza grandi sforzi”.¹⁸ Chico usò questo personaggio caricaturale anche in *Animal Crackers* (1930), *Monkey Business* (*Quattro folli in alto mare*, 1931), *Horse Feathers* (*I fratelli Marx al college*, 1932) e *Duck Soup* (*La guerra lampo dei fratelli Marx*, 1933). Se da una parte l’umorismo dei Marx voleva dimostrare che esisteva un altro tipo di immigrato, che non se ne stava buono buono a incassare le offese, dall’altra dava conferma alle paure della classe media e medio-alta, finendo quindi per mettere in crisi le basi stesse della piattaforma progressista, ideata per forgiare l’identità americana con la fusione dei tanti elementi stranieri.

Il modo in cui il nuovo umorismo dei film di ispirazione *vaudeville* dei fratelli Marx rappresentò i nuovi immigrati e le loro radici etniche est- e sud-europee rafforzò le paure dei riformatori progressisti e dei critici, i quali temevano che la libertà e l’anima sovversiva del nuovo umorismo rappresentasse una minaccia e un pericolo per l’autorità e la supremazia degli angloamericani.¹⁹

Per quanto rivoluzionari fossero gli spettacoli dei fratelli Marx agli occhi del pubblico *mainstream* americano, in realtà non fecero che riaffermare vecchi stereotipi, senza sforzarsi più di tanto di mitigarne gli effetti. Tutto ciò, ci dice Joseph Boskin, avrebbe continuato a scatenare reazioni ostili:

L’intensità e la natura dispregiativa delle battute ai danni delle minoranze costituiscono una mossa marcatamente reazionaria e coincisero non a caso con un aumento della violenza razzista, di genere e sessuale, e con un intensificarsi della frequenza degli epiteti verbali. Eppure, è possibile dire che le relazioni sociali sarebbero state più logorate senza questo umorismo? Le battute offensive hanno forse fatto da deterrente a violenze più grandi?²⁰

Questi sentimenti non erano certo tenuti nascosti alla popolazione giovanile di allora, un pubblico socialmente malleabile.

I bambini non avevano bisogno di intrufolarsi di nascosto in qualche spettacolo per grandi per assistere al trattamento offensivo riservato agli italiani nei media americani. Di lì a poco, le rappresentazioni anti-immigrati sarebbero direttamente passate dai palcoscenici dei teatri al grande schermo. *Porky’s Garden* è un cartone animato dei Looney Tunes, creato nel 1937 dalla Guild Films, in cui vediamo un nuovo stereotipo dell’italiano, un tipo robusto, con una testa di riccioli neri e lunghi baffi, nel ruolo del vicino di casa del maialino Porky Pig a Podunk.

La fiera contadina di Podunk organizza una gara per decidere chi riuscirà a coltivare l’ortaggio più grosso. Nella speranza di mandare in fumo gli sforzi di Porky, il vicino gli salta addosso mentre il maialino si sta recando nell’orto, dimostrando

quindi la sua propensione a usare la violenza per raggiungere i propri scopi. Porky riesce a coltivare una zucca da competizione, mentre l'italiano vuole portare alla gara le sue galline giganti. Il vicino parla in un inglese pieno di errori e le prova tutte per sabotare il lavoro di Porky. L'uomo si aggiudica un premio in denaro per le galline, le quali però subito dopo si rimpiccioliscono per avere beccato e inavvertitamente inghiottito le pillole miracolose di un imbonitore.

Nell'ultima scena del cartone, Porky si riprende il premio dalle mani del vicino, lasciando gli spettatori con il dubbio che l'italiano sia anche un imbroglione o un ladro. Quel bullo italiano, massiccio e scuro di pelle, ricomparirà molte volte nei cartoni animati per bambini, ad esempio in *Braccio di ferro* nei panni dell'arcinemico Bruto, un nome che lo collega direttamente alla cultura romana.



Figura 7. Braccio di ferro il marinaio e Bruto.

Il marinaio Braccio di ferro, americano al cento per cento, batte Bruto in ogni rissa nonostante la differenza di stazza, rafforzando l'idea che gli Stati Uniti non perderanno mai nella lotta contro gli stranieri.

Durante la Seconda guerra mondiale, quando gli italiani erano etichettati come stranieri nemici, la cultura del belpaese finì per nascondersi nelle cantine delle case italoamericane e la lingua fu soffocata, specialmente fuori casa, per colpa di manifesti simili a quello che compare qui di seguito. Questi avvertimenti mettevano sullo stesso piano parlare in italiano e stare dalla parte di un nemico che, nel primo di tali manifesti, aveva le fattezze di un Benito Mussolini la cui caricatura recitava "La democrazia deve essere distrutta".

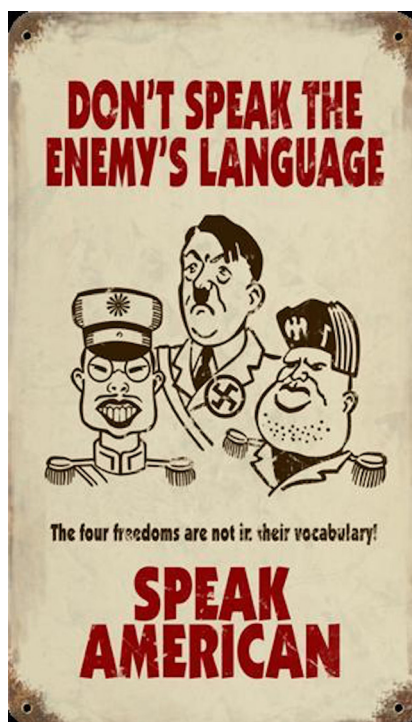


Figura 8. Un manifesto della Seconda guerra mondiale.

Poco dopo la fine della guerra, la radio americana prese a ridicolizzare gli italiani con trasmissioni in stile *minstrelsy*, rappresentandoli come dei poveracci, bonaccioni ma totalmente incapaci, che in ogni episodio lottavano con tutte le loro forze per diventare americani. La sitcom radiofonica *Life with Luigi* (*Vita con Luigi*), intitolata in origine *The Little Immigrant* (lett. "Il piccolo/povero immigrato") e trasmessa dalla CBS dal 1948 al 1953, creò una rappresentazione dell'italiano come membro della classe operaia che "aspirava" a essere americano; la novità era che ora questo tipo di rappresentazione era riproposta tutte le settimane e arrivava nelle case del pubblico della nazione intera. All'interno di questo contesto protetto, l'italiano era ritratto come bonario, ridicolo e desideroso di omologarsi allo stile di vita americano. Il sogno americano, come dimostra Luigi, si può raggiungere solo se si cancellano le proprie differenze, se si ottiene un'istruzione "appropriata" e se si lavora sodo. Tutto ciò fu possibile con il ricorso ad attori radiofonici dalla carnagione olivastra e dalla voce accentata, che non apportavano alcun senso di autenticità alle identità culturali italiane, molto più complesse di quanto non fossero raffigurate.

A Luigi Basco manca una vera connessione con il cuore dell'identità italiana, la famiglia. Può contare soltanto sull'aiuto di persone indubbiamente americane, come Miss Spaulding, la sua insegnante di educazione civica, bionda e dagli occhi azzurri, interpretata da Mary Shipp, e di pochi amici *paisà* nel lungo e difficile

cammino per diventare un “vero” cittadino degli Stati Uniti. Luigi rappresenta l’immigrato “inferiore”, che con un addestramento adeguato può diventare un americano accettabile. In molti modi, la televisione diventa uno zoo virtuale per mezzo del quale si osserva l’esotico senza il rischio di un’interazione diretta. Di conseguenza, quando gli spettatori incontrano degli italiani nella vita reale, imparano ad aspettarsi comportamenti simili a quelli che hanno visto sullo schermo.

Lo storico Candeloro ha provato a trovare delle qualità positive in questa sitcom:

Per molti versi, *Life with Luigi* fu per gli italiani americani quello che *Amos ‘n’ Andy* fu per gli afroamericani: una rappresentazione in chiave comica di una sottocultura in cui il confine tra ridere *con* e ridere *del* gruppo etnico era spesso poco chiaro. Era anche uno spettacolo in cui il fatto di provare rispetto per il gruppo etnico o di non provarne affatto dipendeva dalla mente dello spettatore.²¹

Candeloro dichiara che questa trasmissione “aiutò a cancellare le motivazioni alla base della diffidenza nei confronti degli italiani e forse evitò un numero imprevedibile di atti discriminatori, permettendo loro di avanzare socialmente ed economicamente a una velocità maggiore rispetto a quanto sarebbe stato altrimenti possibile”.²² Tuttavia, dato che non riesce a trovare nessun esempio concreto per sostenere il suo punto di vista, questa sua lettura resta più un augurio che altro.

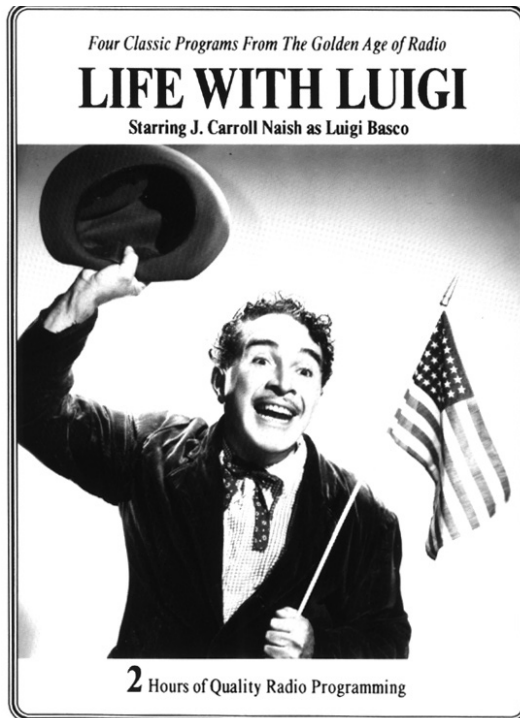


Figura 9. Pubblicità della sitcom radiofonica *Life with Luigi*.



Figura 10. L'attore J. Carrol Naish nei panni di Luigi Basco.

In realtà, proprio come nel caso di *Amos 'n' Andy*, questo programma si ispirava a quanto la gente già si aspettava di trovare in un personaggio italiano maschile e femminile (pensiamo per esempio a Rosa, interpretata da Jody Gilbert) ma non si avvaleva, a differenza della sitcom afroamericana, di attori italiani, né della lingua di origine per dare un senso di autenticità. Luigi, attraverso l'interpretazione in stile *minstrelsy* dell'attore J. Carrol Naish (sostituito soltanto in un episodio dall'attore italoamericano Vito Scotti), affermò l'immagine dell'italiano come uomo sostanzialmente debole, seppur simpatico, che ce la mette tutta per farsi assimilare dalla cultura americana e che diventa una specie di Zio Dom, sulla falsariga dello Zio Tom – un personaggio apertamente servile e consapevole del suo status inferiore in qualità di immigrato. Luigi fa “tutto quello che dice la legge” e la sua onestà arriva a noi attraverso la sua ingenuità. L'amore per il suo nuovo paese è ribadito dal motivetto che canta in ogni episodio, ovvero “America I love you, you like a papa to me” (lett. “America ti amo, tu per me come papà”).

Per mezzo di Luigi il pubblico americano ripassa lezioni di patriottismo e di politica, impara come si comporta l'acquirente modello, quanto sia piacevole il consumo di massa e altri aspetti della vita a Chicago negli anni Quaranta ma, mentre gli spettatori vedono riconfermati i propri valori, tutti i lati deboli e gli errori del protagonista sono messi impietosamente alla berlina. *Life with Luigi* diventò anche una serie televisiva, anche se appena un anno dopo fu ritirato a causa delle pressioni della comunità italiana. Tuttavia, come si osserva in *Class Dismissed* (2005), un documentario diretto da Loretta Alper e basato sulle ricerche del compianto Pepi Leistyna, i personaggi appartenenti alla classe operaia risultavano poco appetibili per gli inserzionisti, che desideravano attirare l'attenzione della nuova e fiorente classe media creata dal boom economico del dopoguerra;

per questo motivo, ci furono pressioni per rimpiazzare gente come Luigi e Ralph Kramden (protagonista della serie *The Honeymooners*, n.d.t.) con famiglie di classe media, come accadde per esempio con *Father Knows Best* (1954-1963), trasmessa in Italia come *Papà ha ragione*, *Leave it to Beaver* (1958-1963) (*Il carissimo Billy*) e *The Donna Reed Show* (1958-1966).

Quindi, per quanto contenessero qualche elemento di verità rispetto alle esperienze degli immigrati italiani, queste trasmissioni televisive non portarono alcun miglioramento e non insegnarono nulla al pubblico riguardo la complessità del fenomeno migratorio verso gli Stati Uniti.

La figura dello Zio Dom, straniero, baffuto, sovrappeso e scuro di capelli, si addolcì un poco negli anni successivi, ad esempio nel cartone animato della Disney *Lilli e il Vagabondo* (1955), ma la sua funzione rimase quella di ribadire quanto l'immigrato italiano fosse esotico e inguaribilmente romantico. Tony (con la voce di George Givot) è il proprietario di un ristorante italiano che serve alla coppia di cani un piatto di spaghetti con le polpette e canta loro la serenata "Bella Notte", brano di Sonny Burke con i testi di Peggy Lee.



Figura 11. Tony, il cameriere italiano del cartone animato della Disney *Lilli e il Vagabondo*.

I buffi italiani di questo film di animazione non riflettono in alcun modo le vere esperienze degli italiani; tutto quello che possiamo dire è che queste rappresentazioni sono efficaci quando bisogna vendere un prodotto.

Tra i finti italiani più famosi nella televisione degli anni Sessanta c'è la coppia della pubblicità dell'Alka Seltzer, in cui si vede una coppia di attori intenti a registrare lo spot pubblicitario di una marca di polpette piccanti in scatola. L'uomo (interpretato da Jack Somack), baffuto e corpulento, affiancato da una donna altrettanto ben messa che ne interpreta la moglie, non riesce a ricordare le battute ed è costretto quindi a ripetere la scena più e più volte, finendo per ingurgitare così tante polpette da farsi venire un'indigestione. Tutto si risolve con un Alka Seltzer.



Figura 12. Spot pubblicitario della Alka Seltzer.

Pochi anni più tardi, dopo il successo del film *Il Padrino* e degli episodi successivi, l'immagine dell'italiano come gangster fece il suo ingresso nella pubblicità: un esempio tra tutti, quello della bambina che parlava come Don Vito Corleone quando le portavano una Coca Cola invece della Pepsi che aveva ordinato.



Figura 13. La bambina con la voce di Don Corleone nello spot pubblicitario della Pepsi.

Queste rappresentazioni mediate e caricaturali degli italiani nell'umorismo statunitense, delineate in principio dai manifesti di fine Ottocento e modificatesi nel tempo di pari passo con l'evoluzione dell'intrattenimento di massa, passando dal *vaudeville* ai film, fino alle serie TV, ci hanno portato negli anni personaggi come Fonzie di *Happy Days* (1974-1984), Vinnie Barbarino di *I ragazzi del sabato sera* (1975-1979) e Joey Tribbiani di *Friends* (1994-2004). Tali caratterizzazioni, sempre create da "altri", sono stereotipi che non riflettono come sono realmente gli italiani ma soltanto come sono percepiti dagli altri, favorendo quindi il passaggio di pregiudizi da una generazione all'altra, a meno che al singolo individuo non capiti di trovarsi nella vita reale in una situazione in cui debba mettere in dubbio le proprie convinzioni. Queste percezioni, determinate da "altri", potrebbero essere messe veramente in discussione soltanto se gli italiani cominciassero a creare e a presentare il proprio umorismo al pubblico.

NOTE

* Fred Gardaphé è Distinguished Professor di Inglese e di Studi italoamericani presso il Queens College/CUNY e presso il John Calandra Italian American Institute. Tra le sue pubblicazioni ricordiamo *Italian Signs, American Streets: The Evolution of Italian American Narrative* (1996); *Dagoes Read: Tradition and the Italian/American Writer* (1997); *Moustache Pete is Dead* (1997); *Leaving Little Italy* (2004); *From Wiseguys to Wise Men* (2006); *The Art of Reading Italian Americana* (2011); *Read 'Em and Reap: Gambling on Italian American Writing* (2017).

1 Constance Rourke, *American Humor: A Study of the National Character*, New York Review Books, New York 1931, p. 230.

2 Ivi, p. 232.

3 A questo proposito si veda Salvatore LaGumina, *Wop! A Documentary History of Anti-Italian Discrimination*, Guernica, Toronto 1999.

4 John Lowe, "Theories of Ethnic Humor: How to Enter, Laughing", *American Quarterly*, 38.3 (1986), p. 439.

5 "Roosevelt Bars the Hyphenated", *New York Times* (13 ottobre 1915), p. 1.

6 Eric Lott, *Love and Theft: Blackface Minstrelsy and the American Working Class*, Oxford University Press, New York 1993, p. 25.

7 Ivi, p. 35.

8 Rick DesRochers, *The New Humor in the Progressive Era: Americanization and the Vaudeville Comedian*, Palgrave Macmillan, New York 2014, p. xvi.

9 Ivi, p. xvii.

10 Ivi, p. 9.

11 Ivi, p. 78.

12 Ivi, p. 21.

13 Ivi, p. 25.

14 Ivi, p. 45.

15 Ivi, p. 36.

16 Per una trattazione illuminante dell'impatto di de Staël sulla cultura americana si veda Robert Casillo, *The Empire of Stereotypes: Germaine de Staël and the Idea of Italy*, Palgrave Macmillan, New York 2006.

17 DesRochers, *The New Humor in the Progressive Era*, cit., p. 57.

18 Ivi, p. 97.

19 Ivi, p. 108.

20 Joseph Boskin, *Rebellious Laughter: People's Humor in American Culture*, Syracuse University Press, Syracuse, NY 1997, p. 132.

21 Dominic Candeloro, "What Luigi Basco Taught America about Italian Americans", in William J. Connell e Fred Gardaphé, a cura di, *Anti-Italianism: Essays on a Prejudice*, Palgrave Macmillan, New York 2010, p. 78.

22 Ivi, p. 83.