

**A FAMÍLIA EM PELÍCULA.**  
**A TRANSFORMAÇÃO DO TEMPO LIVRE EM ITÁLIA NOS ANOS**  
**CINQUENTA DO SÉCULO XX ATRAVÉS DAS FONTES AUDIOVISUAIS**

Elisabetta Girotto<sup>1</sup>

**Resumo:** O estudo pretende analisar a relação entre o tempo livre, o *style of life* estado-unidense, o Estado e a Família nos anos cinquenta em Itália. Debruça-se em particular sobre as continuidades e as mudanças das relações entre a esfera do tempo livre, do poder e da família, do ponto de vista do público e do privado. As fontes são múltiplas: documentos audiovisuais produzidos pelos Presidenza del Consiglio dei Ministri e pela *United States Information Service*<sup>2</sup>, relativas a aspectos ligados à relação entre família e espaço público; as revistas de atualidade e de informação, em particular o *Europeo* e a *Famiglia Cristiana*, até aos *Homes movies*, os quais representam momentos que são difíceis de encontrar nas películas da propaganda e do entretenimento, para reconstrução dos elementos que caracterizam a esfera do privado.

**Palavras-chave:** família, mulher, *Usis*, *home movies*, tempo livre

**Email:** girottoelisabetta@yahoo.it

### **O tempo livre, a família e o “style of life americano”**

No decurso dos anos Cinquenta a transformação das práticas associadas ao tempo livre influenciou de forma determinante sobre a relação entre as várias formas de *leisure* e as famílias. Como recorda Stefano Cavazza, o tempo livre era — e ainda é — “parte integrante della concezione del tempo lavorativo e [...] bene di consumo in grado di alimentare una vera e propria industria” (Cavazza 2006, 96-97). A afirmação do tempo livre incide sobre os modelos culturais das famílias e orientou as escolhas dos seus componentes. Em Itália o tempo livre passou a fazer parte do imaginário colectivo apenas com o advento do fascismo, quando, distorcendo o significado do Sábado britânico, é introduzido deste modo o chamado “sabato fascista” (Cavazza 2003, 570-571).

As férias<sup>3</sup> aparecem como um indicador não exclusivo, mas certamente exemplar da fruição diversa do tempo livre por parte das famílias. Passar as férias num local de veraneio ou aproveitar o domingo para fazer passeios fora

---

<sup>1</sup> Instituto de História Contemporânea, FCSH/UNL.

<sup>2</sup> *United States Information Service*, a partir de agora *Usis*.

<sup>3</sup> Nesta tipologia incluem-se também breves períodos nos quais as famílias estavam longe de casa.

de portas, não foi desde logo um costume partilhado pela maior parte da população. Somente as camadas altas da burguesia ou grupos nobiliárquicos se permitiam ir repousar nas localidades marinhas ou de montanha, onde “i villeggianti erano considerati forestieri e non del tutto graditi dalle popolazioni” (Cavazza 2006, 85-86). No entanto, a partir do segundo pós-guerra de acordo com o crescimento económico do país, os estilos de vida das famílias modificaram-se, e com eles transformaram-se também as práticas ligadas à esfera do tempo livre. Mas, de que modo a consolidação do novo Estado democrático se ligou ao consumo do tempo livre das famílias? De forma diferente dos anos Trinta, quando o Estado fascista, movido pela necessidade de salvaguardar o poder, tinha a exigência de controlar todos os âmbitos da vida da sociedade<sup>4</sup>, nos anos Cinquenta a prática do *leisure* torna-se uma livre escolha, animada pela busca do bem-estar individual (Cavazza 2006, 91).

O tempo livre ganhou particular importância, numa relação dinâmica com a esfera dos consumos, e teve um papel de relevo nos processos de diferenciação social (idem, 89)<sup>5</sup>. Se nos anos Trinta para operários e empregados, para não falar dos camponeses, os momentos de diversão e as férias mantinham-se como práticas interditas ou possíveis de disfrutar somente através da intervenção do Estado<sup>6</sup>, após o segundo pós-guerra também as camadas menores puderam usufruir do *leisure* consoante as suas possibilidades económicas. No entanto, o crescimento económico do país não era suficiente para modificar os hábitos tradicionais das famílias. A dar impulso e a consolidar as novas práticas esteve uma mudança sociocultural e da mentalidade que “interessò la sfera del divertimento e della gratificazione personale” (idem, 96).

---

<sup>4</sup> Sobre a ligação entre Estado e tempo livre veja-se De Grazia 1981. Para um confronto entre anos Trinta e Cinquenta veja-se: Forgacs e Gundle 2007, 327-375, e em particular 327- 346.

<sup>5</sup> Para outros pontos de vista sobre o tema, cfr. Bordieu 1983.

<sup>6</sup> As actividades recreativas promovidas pela “Opera Nazionale Dopo Lavoro” ou pela “Opera Nazionale Maternità e Infanzia” são um exemplo das relações entre a ditadura, o tempo livre e a população. Para alguns exemplos da representação do tempo livre na época fascista veja-se: Istituto Nazionale Luce: *A Roma i bimbi delle colonie estive*, mudo, g.l. a0460, 11/1929; *A Roma. La villeggiatura fascista delle bambine dei dopolavoristi ospedalieri*, mudo, g.l. b0709; *Il fascismo per la salute e la felicità dei bimbi. A Savignone, presso Genova è stata inaugurata una colonia montana per le piccole italiane genovesi*, sonoro, g.l. b0331, 1933. Todas as películas são em p/b, produzidas pelo Istituto Luce e conservadas no Archivio storico Luce di Roma.

No decurso dos anos Cinquenta, o consumo de tempo livre torna-se, deste modo, um sinal distintivo de relevo social da família, “ma anche una pratica non più circoscritta a cerchie ristrette della popolazione” (idem, 89). Sendo diretamente ligada à esfera dos consumos e do bem-estar, as famílias afirmavam a sua própria identidade social e o seu próprio *status* através da escolha dos produtos oferecidos pelo mercado do *leisure* (idem, 87)<sup>7</sup>. Frequentar um local de férias em vez de outro, ir para uma pensão ou albergue, escolher um estabelecimento balnear ou contentar-se com uma praia livre, fazer de veraneante de domingo ou organizar um longo período de férias, eram elementos que sublinhavam as diferenças de classe e afinavam as distâncias entre os estratos sociais (Ginsborg 2004).

No entanto, a aspiração ao ócio e ao recreio, o lazer individual e familiar pelo menos aparentemente, ganharam os contornos de um direito, que a instituição pública se propunha garantir a todos os estratos sociais. O “bem-estar” como finalidade da ação governativa torna-se um factor essencial no processo de legitimação política (Pombeni 2003).

### **A Usis e o mercado do tempo livre**

Bem-estar, consumo, trabalho e tempo livre eram as palavras de ordem da campanha de informação promovida pelo *United States Information Service*, ou seja a agência de propaganda estado-unidense, destinada a criar filmes de propaganda suportados pelo European Recovery Program (ERP), mais conhecido como Plano Marshall (Tosatti 2007, 3). Os documentos produzidos e difundidos por conta dos Estados Unidos ou em coprodução com a Itália<sup>8</sup>, salvo algumas exceções, foram essencialmente produzidos entre 1948 e 1959; as curtas-metragens, mesmo utilizando as linguagens da propaganda, têm fins didáticos ou informativos e propõem-se valorizar aspectos políticos, culturais, sociais e artísticos da tradição dos Estados Unidos. Isso não retira que muitos dos temas e assuntos tratados refletissem a exigência de comunicar com

---

<sup>7</sup> Outras sugestões podem ser encontradas em Pivato e Tonelli 2004, 23ss.

<sup>8</sup> A Usis colaborou principalmente com a secção “Propaganda e Stampa” da Presidência do Conselho.

espectadores alheios aos acontecimentos estado-unidenses, por esta razão os realizadores prestaram atenção, na elaboração dos conteúdos, aos lugares e situações familiares propostos ao grande público; é, de facto, significativo que muitos dos intérpretes das curtas-metragens fossem recrutados diretamente em Itália: é frequente encontrar atores de conhecida fama, como é o caso de Giulietta Masina que veste as roupas da mulher de um operário em *Un'idea in cammino*<sup>9</sup>.

A análise do fundo documental *Usis* evidencia como as curtas-metragens aludiam, mais do que às ajudas do Plano Marshall, às realizações efectuadas com os fundos disponibilizados no âmbito do próprio Plano. Particularmente 60 filmes produzidos entre 1948 e 1953, espelham as ideias de progresso económico elaboradas talvez ainda durante a guerra (Tosatti 2007, 65) que, como sublinhou David Ellwood,

ruotavano attorno alla nozione di crescenti *standard* di vita ovunque, di benessere economico, come chiave di stabilità sociale e politica, di fascismo e comunismo come, approssimativamente, l'uno immagine speculare dell'altro, prodotti dai ritardi dell'industrializzazione, della sottoccupazione e della miseria (Ellwood 1985, 161).

A este respeito são significativas as curtas-metragens *Storia di un salvataggio*<sup>10</sup>, que utiliza a técnica dos desenhos animados e a estrutura narrativa da fábula, ou *Dobbiamo vivere ancora*<sup>11</sup>, que se serve de uma metáfora para descrever as novas tecnologias que contribuíram para a modernização de Itália, ou *L'Europa in cammino*<sup>12</sup> na qual são descritas as intervenções nos diversos países europeus; até às numerosas películas dedicadas aos progressos obtidos nos diversos países nos sectores da agricultura, da indústria, do artesanato, dos transportes e das comunicações. Por outro lado, os propagandistas da *Usis* utilizam o tema do tempo livre, da busca do bem-estar,

---

<sup>9</sup> *Un'idea in cammino*, Comitato nazionale per la produttività/Usis, 1953.

<sup>10</sup> *Storia di un salvataggio*, Usis, 1950.

<sup>11</sup> *Dobbiamo vivere ancora*, Usis, 1950.

<sup>12</sup> *L'Europa in cammino*, Usis, 1950.

da estabilidade para exportar modelos e estilos de vida para lá do oceano; cada documento para além de descrever os resultados de uma incipiente modernização mostra e explica os passos que a acompanharam e a tornaram possível. Na produção cinematográfica estado-unidense é relevante o tema do *leisure*, do qual são exemplos alguns documentos produzidos entre 1952 e 1958 momento de crescimento e desenvolvimento do país, entre outros: *Domenica in New York*, *Giorno di festa*, *Giovanotti in città*, *Giovedì sera*<sup>13</sup>. O objectivo do projeto cinematográfico da Usis é bastante evidente, ou seja, os propagandistas habilmente conjugaram o fim pedagógico da campanha com as lógicas do mercado de consumos; os filmes, além de serem utilizados como instrumentos de propaganda política, eram um meio eficaz para educar e “emancipar” a população, muitas vezes ainda recalcitrante em abraçar novos modelos culturais.

A análise do fundo documental da Usis, em particular das películas dedicadas ao *leisure*, insiste sobre a centralidade do sujeito família; sem dúvida as razões desta escolha estão diretamente ligadas à tentativa dos propagandistas do outro lado do Oceano de instaurar um diálogo com uma realidade como a italiana onde os laços familiares marcam os ritmos da vida sociocultural e política. Por outro lado, as diferentes películas contam-nos a história de países desconhecidos, tentam com aparente ligeireza exportar modelos distantes da cultura italiana que ainda que impregnada de novos *status symbol* provenientes dos Estados Unidos, permanece profundamente ancorada nas próprias tradições e práxis; é neste sentido que, de facto, se pode falar de uma americanização imperfeita (Ellwood 2012)<sup>14</sup>.

São peculiares as curtas-metragens como *I nostri divertimenti* e *Domeniche in provincia*<sup>15</sup>; ainda que de perspectivas diversas, ambas descrevem

---

<sup>13</sup> *Domenica in New York*, duração: 7 min, p/b, sonoro, data de produção Usis 1952; *Giorno di festa*, duração: 10 min, cor, sonoro, data de produção Usis 1958; *Giovanotti in città*; duração: 8 min, p/b, sonoro, data de produção aproximada Usis anos Cinquenta; *Giovedì sera*, duração: 9 min, cor, sonoro, data de produção Usis 1957.

<sup>14</sup> Sobre o tema veja-se também Girotto 2010.

<sup>15</sup> *I nostri divertimenti*, duração: 10 min, p/b, sonoro, data de produção 1953, produção: Documento Film/Usis, inscrição no p.r.c.: 23 de Maio de 1953; *Domenica in provincia*, duração: 8 min, cor, sonoro, data de produção: Istituto Nazionale Luce/Presidenza del Consiglio/Usis,

um Estado participante nas atividades de recreio da família e pronto a encorajar os novos estilos de vida. *I nostri divertimenti* sublinhava como o progressivo incremento da indústria cultural transformara a concessão do tempo livre familiar, enquanto que *Domeniche in provincia* punha o acento sobre o modo como a instituição pública orientava as famílias para o *leisure*. Mas existiam várias contradições: um primeiro elemento de dissonância pode ser encontrado nas tipologias de família que o estado escolhia representar, pertencentes na sua maioria à camada média. Este modelo familiar demonstrou ser um instrumento apropriado para alimentar expectativas e estimular o crescimento de outras categorias sociais; mas no mais amplo processo de legitimação política a propaganda orientou-se, na realidade, para sistemas familiares heterogêneos — nucleares, mas também extensos —, dos quais não era explicitada — o que é uma omissão bastante significativa — a pertença social. Dado que, pelo menos em teoria, a instituição pública se propunha garantir o acesso à esfera do tempo livre a todos os estratos sociais, teria sido contraproducente referir-se a um modelo de família exclusivo.

Por outro lado, na curta-metragem *I nostri divertimenti* as famílias são retratadas no cinema, no teatro ou enquanto se repousam em locais de veraneio. São emblemáticas as sequências nas quais as famílias aproveitam de um momento de *relax* em modernos estabelecimentos balneares, construídos graças à participação do Estado. As cenas estão ambientadas em Ostia, localidade marítima nos arredores de Roma; uma longa panorâmica da praia, pontuada de chapéus e tendas sarapintadas, introduz a passagem narrativa. Com uma descrição apurada, a voz do narrador evidencia como o Estado tinha contribuído para o desenvolvimento desta área, e oferecido às famílias romanas um local próximo, dotado de todo o tipo de *comfort* onde passar o tempo livre. O operador com um primeiro plano apresentava algumas famílias reunidas à volta de uma tenda. As mães estavam estendidas ao sol a ler, nunca faltando os grandes óculos negros e o turbante para não desgrenhar os cabelos; os pais, afastados debaixo da tenda, organizam uma partida de cartas, enquanto as

---

(junto com a longa-metragem *L'amore più grande del mondo* di Leo Mc Carey), inscrição no p.r.c.: 9 de Agosto de 1954.

crianças jogam à beira-mar controlados pelas impacientes irmãs mais velhas que, provavelmente, preferiam estar na varanda do estabelecimento a dançar com os vizinhos. As famílias retratadas são o espelho uma da outra; a roupa, os gestos, as práticas repetem-se de forma constante, parecem de facto “famílias feitas em série”. A proposta que emerge daqui é a de um modelo preciso de vida quotidiana baseado na intimidade familiar, sobre o bem-estar que o tempo livre representa. Deste exemplo pode-se tirar uma confirmação ulterior do mais amplo processo europeu (Pombeni 2003) através do qual se redefiniram os instrumentos de legitimação política do Estado, baseados sempre cada vez mais na cultura dos consumos, sobre o tempo livre e sobre a família.

*Domeniche in provincia*, ao invés, sugere outras considerações. A curta-metragem apresenta alguns momentos de recreio dominical das famílias. Para dar vida a um produto mediático incisivo e que suscitasse o interesse do público, o realizador escolhe representações de contextos familiares muito elaborados, e sobretudo distantes das vivências quotidianas. Ainda que o filme reconstruísse fielmente lugares e contextos onde as famílias dos anos Cinquenta passavam o seu tempo livre, os momentos de lazer eram representados através de uma forte enfatização. As famílias são retratadas no mercado, nos parques da cidade, ou a dar passeios pelos campos na companhia de amigos e parentes. As diversas atividades desenvolvem-se com ordem, harmonia, a sobriedade e a compostura das famílias caracteriza cada sequência do filme. É significativo o momento do *pick nick*; a cena, ambientada no campo, tem como protagonistas dois núcleos familiares de tipo extenso. O operador com um primeiro plano descreve o momento do almoço frugal. Enquanto os avós chamam os netos que se tinham afastado para brincar, as mães, como se fosse um gesto habitual, abrem o “moderno” cesto da comida e colocam-na sobre uma toalha estendida espalhada num prato. O vestuário das mulheres pertence às últimas tendências da moda da época: calças de modelo Capri, uma camisola a condizer e um *foulard* à volta do pescoço, ou seja “a divisa” que

muitas revistas ilustradas os convidavam a utilizar nos momentos de recreio<sup>16</sup>. A figura masculina permanece, no entanto, no fundo, são sobretudo os objetos colocados no pro-fílmico a restituir-lhe o protagonismo: o primeiro plano de um *kit* de pesca introduz a sequência na qual quatro homens, de diferentes idades, se consolidam na prática deste desporto.

Em Itália a propaganda parece repetir assim os estereótipos e os lugares comuns presentes na cinematografia americana<sup>17</sup>. A imagem familiar que daí emerge é mais “plana”, parece de facto ganhar definição somente através dos símbolos e modelos culturais reconduzíveis ao *style of life* americano<sup>18</sup>. A aspiração do bem-estar coincide com a difusão do tempo livre, considerado como “parte del processo di sviluppo della società dei consumi” (Cavazza 2006, 89)<sup>19</sup>.

Em alguns artigos de *Famiglia Cristiana* e de *L'Europeo* é possível encontrar traços ulteriores desta última relação; por outro lado, uma leitura de género introduz aqui outros elementos de problemática. O tempo livre das mulheres era geralmente sentido nos anos Cinquenta como um perigo para a moral e para os equilíbrios que regulavam e caracterizavam os diversos sistemas familiares (Corbin 1996, 378ss). Embora no curso da década começasse uma emancipação feminina — basta pensar na conquista do voto ou a abertura de algumas carreiras profissionais antes reservadas só aos homens<sup>20</sup> — é no entanto indubitável que persistia o estereótipo da mulher frágil, facilmente influenciável pelos produtos culturais da sociedade de massa. A presença de uma indústria cultural que convidava a população e sobretudo as mulheres à evasão do quotidiano, alarmava especialmente a Igreja. É

---

<sup>16</sup> C. Cederna. “Le mogli fedeli di Riccione.” *L'Europeo*, 5 de agosto de 1951, “Le signore i signori le signorine della costa dei Forte dei Marmi.” *L'Europeo*, 9 de agosto de 1953; “Le signore di Capri.” *L'Europeo*, 19 de julho de 1953.

<sup>17</sup> Para uma análise da cinematografia americana, ver Rosen 1974. Sobre a relação entre o mito americano e italiano através de uma perspectiva de género, ver Gundle 2007, 174-201 e 234-273, e em particular sobre a relação entre consumo e ideais de beleza, 276-307.

<sup>18</sup> Para uma reflexão sobre a ligação entre sociedade italiana e *style of life* americano veja-se: De Grazia 2005, 16-63 e 107-135.

<sup>19</sup> Para uma análise da sociedade de massa e dos seus produtos culturais, entre os muitos trabalhos, veja-se Forgacs e Gundle 2007, 53ss.

<sup>20</sup> Para alguns traços da emancipação feminina Cfr. Bellasai 2006, 51-61.



significativo neste sentido o artigo *Buone vacanze*, escrito pelo padre Attanasio para a *Famiglia Cristiana*<sup>21</sup>, que enviava um particular apelo às mulheres:

a chi vive sulle spiagge assolate [le donne], in mezzo ad un brulicare umano [gli uomini], che troppo spesso si offre agli sguardi senza ritegno, io ripeto le parole di San Pietro: vigilate perché il diavolo simile ad un leone ruggente, si aggira attorno a voi, senza riposo, cercando di divorarvi [...] voi donne siete chiamate a proteggere la morale della vostra famiglia secondo gli insegnamenti della Chiesa.

As férias, percebidas como um espaço de divertimento e de exibição da sexualidade, representavam uma ameaça para a moral da mulher, considerada débil e inerme face às gratificantes lisonjas e aos *avances* da cultura de massa, e um perigo para a família que se move “in un terreno a lei sconosciuto e pieno d’insidie”.

Sob acusação está também a instituição pública que alimenta

le passioni, i consumi esasperati [...], non si cura del suo [della famiglia] benessere morale, pensa solo a offrirle un falso bene fatto di oggetti e pratiche diaboliche [...]. La famiglia è preda della peste americana che si insinua come una serpe [...] [e] disorienta le famiglie di buona volontà<sup>22</sup>.

As preocupações que movem o jornalista a condenar fortemente o Estado, insistiam na centralidade do sistema de conexões entre tempo livre, busca do bem-estar e família.

*L’Europeo* afrontava, por seu turno, o tema do tempo livre de uma perspectiva diferente. São emblemáticos os seus artigos que enchiam as rubricas estivas das revistas ilustradas, entre os mais relevantes os de Camilla Cederna<sup>23</sup>. A jornalista construía verdadeiras reportagens sobre os passatempos

---

<sup>21</sup> Padre Attanasio. “Buone Vacanze.” *Famiglia Cristiana*, 10 de julho de 1958.

<sup>22</sup> *Ibidem*.

<sup>23</sup> Entre muitos outros veja-se: C. Cederna, “Le mogli fedeli di Riccione.”, “Alle mogli non piacciono le vacanze in tenda.” *L’Europeo*, 5 de agosto de 1951, “La signora di Salso Maggiore.”

dos italianos durante as férias. Com um estilo narrativo irónico e amigável, Camilla Cederna dava vida às suas personagens e oferecia alguns perfis da sociedade italiana dos primeiros anos Cinquenta através do enfatizar dos lugares comuns e quotidiano vivido pelas famílias de veraneantes. Sem dúvida a figura feminina é a mais representada. As razões desta escolha são devidas tanto à sensibilidade da autora como às modalidades com as quais as mulheres se associavam à esfera do tempo livre. No artigo sobre “Le signore di Capri”, Cederna sublinhava como “l’evento vacanza” e a escolha de um local de veraneio eram factores que determinavam “la personalità e lo status” de uma mulher.

una donna che passa da Capri, passa in ogni parte del mondo [...]. Quella se vuole può entrare a piedi nudi al Ritz, ed è certo che nessuno le dice niente [...], insomma può combinare quello che vuole.

A ilha de Capri era um símbolo do luxo, das novas tendências às quais “almeno una volta nella vita, ogni donna aspira”. Já desde esta primeira passagem se percebe como a finalidade de Camilla Cederna fosse a de fazer sonhar o seu público, mas a jornalista oferecia também modelos culturais aos quais as mulheres se pudessem reportar ou aspirar. Cederna dedicava uma atenção específica ao cruzamento entre tempo livre e consumos. A descrição do *look* dos veraneantes é disso um exemplo.

La moda di Capri è un caso speciale: secondo gli abitanti più raffinati qui non si può andare vestiti come in un'altra isola o in un altro posto qualunque di mare. Il tono generale è più calmo rispetto a qualche anno fa, ma vigono sempre leggi che dividono in due parti i villeggianti: quelli che indovinano e quelli che sbagliano. [...] Ecco una milanese che traversa la piazza. Gli esperti capiscono subito da dove viene, [e di cosa si occupa nella vita], perché ha uno chemisier con un'alta cintura di

---

*L'Europeo*, 17 de setembro de 1952, “Viaggio di nozze e turismo.” *L'Europeo*, 20 de setembro de 1953, e os já citados “Le signore I signori le signorine della costa dei Forte dei Marmi.” e “Le signore di Capri.”

vernice nera in vita, e prima forse è passata al Forte perché ha gli zoccoli. La signora invece rientra nei villeggianti di Capri che sbagliano: primo perché gira con un vestito [...] un po' scemi che va benissimo per Portofino, ma che stona per Capri, segundo perché gli zoccoli a Capri sono all'indice<sup>24</sup>.

Sem dúvida, são descrições muito sublinhadas, mas que para além de animarem a curiosidade dos leitores, restituíam imediatamente alguns dos nexos que marcavam as relações sociais num local de férias elitista como Capri.

O fio que une as variáveis nas quais refletimos continuam a ser o bem-estar, o progresso, as escolhas “livres” dos consumidores e, sobretudo, das consumidoras. Vimos como os modelos americanos abriram uma brecha nestas representações, mas fica a dúvida se conseguiram realmente penetrar no quotidiano das famílias italianas.

### **Nos confins do privado**

Outros documentos, como os audiovisuais amadores, podem entrar na *privacy* das famílias e oferecer a possibilidade de reflexão sobre as interrogações em aberto e contribuir para a formulação de novas hipóteses de investigação.

É significativa a produção privada de Wando Puccinelli, classe de 1920; o fundo Puccinelli conta com cerca de 200 horas de gravação das quais: 134 em formato 8mm produzidas entre 1945 e 1975 e 66 em digital (1980-2000). Os *Home movies* de Puccinelli mostram práticas da vida familiar dos anos Cinquenta; como é fácil de imaginar, grande parte dos filmes são dedicados à representação de festas e de reuniões familiares como os aniversários, baptismos ou casamentos, ao mesmo tempo, ao mesmo tempo um amplo espaço é dado à descrição das práticas ligadas à esfera do tempo livre. A família Puccinelli não é a protagonista exclusiva do filme, as imagens de amigos e parentes, de facto, são bastante recorrentes. A estrutura e a técnica cinematográfica do filme é muito rudimentar; o autor não utiliza as

---

<sup>24</sup> Ver nota 16.

dissolvências para passar de uma sequência a outra, há pouco conhecimento do instrumento mecânico e, por isso, as imagens estão muitas vezes desfocadas, além de que se notam muitas deficiências na montagem. No entanto, as diversas temáticas emergem com um imediatismo singular. Para tentar responder às interrogações promovidas pelo contacto com esta fonte, escolheu-se a película *Viareggio* rodada em Julho de 1955<sup>25</sup>. A curta-metragem descreve a excursão ao mar da família do realizador e de uma família de amigos<sup>26</sup>. Como recorda o autor “non mi potevo permettere la villeggiatura, perciò il fine settimana chiudevo bottega e con la famiglia si partiva per il mare”<sup>27</sup>. Os retratos familiares da curta-metragem amadora diferenciam-se de forma notória daqueles propostos pela Usis<sup>28</sup>. O filme oferece inúmeras informações; na narração é central o momento dos preparativos, onde são mostradas duas senhoras com cerca de quarenta anos (Amanda Puccinelli e a amiga) a cozinhar os pratos para levar em “vacanza”<sup>29</sup>, mas também o momento da partida. A imagem de um Fiat Cinquecento carregado de bagagem e pessoas amontoadas umas sobre as outras oferece um singular quadro do período. De forma diferente ao que acontece nos filmes de propaganda, nos quais é descrita uma família que com ordem e calma goza do seu tempo livre, das imagens amadoras emerge um retrato familiar dinâmico e um pouco caótico. As crianças, emocionadas, correm de um lado para o outro seguidos pelas mães, enquanto

---

<sup>25</sup> *Viareggio*, Wando Film (o nome da produtora é uma invenção do realizador), duração: 1h45min, cor/mudo, ano de produção: 1955. Parte da curta-metragem foi vista com o autor e a sua mulher que explicaram e comentaram as diversas cenas. Por esta razão será muito pormenorizada a reconstrução de ambientes, lugares e personagens. Entrevista a Wando Puccinelli, 12/09/2009.

<sup>26</sup> Puccinelli e Zingoni eram amigos e partilhavam casa; dividiam um apartamento de dois pisos: no primeiro piso moravam os Zingoni e no segundo os Puccinelli. Como se pode imaginar as famílias dividiam muitos momentos do quotidiano. Amanda “si era sempre insieme [...] un volta mi lamentavo volevo un po’ più d’intimità, [...] ma ora rimpiango quei tempi”. A família Puccinelli vive hoje numa pequena *villa* unifamiliar em San Concordio, nos arredores da cidade de Lucca na Toscana.

<sup>27</sup> Entrevista a Wando Puccinelli, 12/09/2009.

<sup>28</sup> *Domeniche in provincia*, cit.; Cfr. *I nostri divertimenti*, cit.; se se centra a atenção no final da década emerge como o modelo de representação da família e os seus contextos permanecem praticamente inalterados. Para alguns exemplos, veja-se: *Giovedì sera*, cit.; Cfr. *Giorno di festa* cit.

<sup>29</sup> Note-se como Amanda Amanda Puccinelli sublinha que aqueles momentos de tempo livre para a sua família equivaliam a umas verdadeiras férias.

os homens procuram “enfiar” a última mala no único espaço disponível no carro.

O realizador descreve minuciosamente o momento da viagem e da chegada da família junto ao mar; nas imagens alternam-se paisagens, lugares e pessoas. Autoestradas contra estradas em mau estado; estaleiros abertos contra casas abandonadas, sobriedade contra ostentação, parcimónia contra consumismo, modernidade contra tradição são vistos como “*poli opposti di una rappresentazione dialettica che è, nella sua natura bipolare e non in una sola parte, emblema dei tempi*” (Ansquer 2010, 229): não existe uma única mudança, assim como não existe uma clara pertença a uma única cultura.

De seguida o filme mostra as duas famílias a gozar de um momento de recreio na praia livre de Viareggio: montaram o seu próprio chapéu na charneira com a praia do estabelecimento balnear “Rossella”, a escolha não é casual. A praia estatal não oferecia qualquer serviço, por isso era conveniente “acampar” na proximidade da com pagamento<sup>30</sup>.

Aparentemente os hábitos das duas famílias não são muito diferentes daqueles representados nos filmes de propaganda, da mesma forma as suas roupas e os seus objetos parecem seguir a tendência da moda, obviamente em função da disponibilidade económica. As crianças brincam despreocupadas, os pais conversam entre si tentando inventar qualquer passatempo, enquanto as mães estendem-se ao sol e permitem-se, pelo menos até ao momento da refeição, uma pausa na *routine* quotidiana. Também a partir desta curta-metragem aparece como as famílias são levadas a procurar formas de bem-estar; a exibição de objetos — como a bolsa térmica, o gira-discos de viagem ou os modernos fatos de banho — evidencia a exigência de afirmar o seu crescimento económico e cultural.

De uma primeira observação das imagens, parece que os produtos da cultura dos consumos e algumas das tendências provenientes do exterior

---

<sup>30</sup> A falta de estruturas públicas põe em evidência como o estado não cumpre até ao fim o seu próprio objectivo de garantir o bem-estar das famílias. Uma vez mais a realidade não correspondia aquilo que era propagandeado. Embora na propaganda a instituição pública reforçasse os resultados da sua política, isso não tira que as suas obras não foram em larga medida adequadas às novas exigências das famílias. Para uma análise das políticas estatais do segundo pós-guerra Cfr., Crain 2003, 121ss.

tenham penetrado no dia-a-dia das famílias ao ponto de modificar os ritmos e os hábitos. No entanto, a atenuar a capacidade de transformação estão as formas em que se confrontam com estes objetos e práticas. As mulheres estendidas ao sol parecem embaraçadas de estar sem fazer nada, é habitual de facto levantarem-se para perguntar aos outros membros da família se têm falta de qualquer coisa ou de que precisam. Parece que elas são incapazes de se libertar do seu papel convencional de mulher, mãe e dona de casa; por outro lado, a nova dimensão desorienta-as, talvez seja por isso que procuram nos costumes tradicionais um modo para superar o incómodo. Da mesma maneira, o cuidado com que tratam o seu vestuário é um indicador de como os objetos não faziam parte do quotidiano normal. Significativa é a imagem de Amanda, tão cuidadosa para não danificar o fato de banho a hesitar em entrar na água.

De particular relevo é o momento do almoço. A família parece querer recriar na praia o ambiente doméstico; a imagem da mesa, das cadeiras, da louça e dos pratos elaborados contrasta com o repasto frugal da família moderna de *Domeniche in provincia*. Estas famílias parecem ao invés tentar uma conciliação entre os elementos de modernidade, relacionados com a esfera do tempo livre, com aqueles tradicionais, típico da *privacy* familiar italiana.

Sem dúvida a classe social à qual pertence a família incide de modo significativo na relação que esta estabelece com o consumo e o tempo livre; isto não significa que o modelo que emerge da produção amadora seja bastante diferente daquele proposto pela propaganda. Elementos adicionais para comparação emergem de filmes de outro realizador amador, Marco Mangolini<sup>31</sup>. As representações de Mangolini não divergem muito daquelas que acabámos de analisar; os temas permanecem de facto relacionados com a esfera privada da família. Embora a família Mangolini pertencesse à classe média e tivesse uma disponibilidade económica maior do que os Puccinelli, a relação com os factores de mudança, com a esfera dos consumo e com o *Style of life* americano não diferem daqueles acima descritos. Mangolini na segunda metade

---

<sup>31</sup> Marco Mangolini nasceu em Ferrara em 1934. Em 1945 casou-se com Rosalina Federighi e dessa união nasceram dois filhos — um menino e uma menina. Mangolini foi técnico farmacêutico. O arquivo da família Mangolini conta com 150 horas de gravação em 8mm, produzidas entre 1956 e 1970. O fundo de família é consultável mediante autorização da família Mangolini em Ferrara.

dos anos cinquenta estava inscrito na E.N.A.L.<sup>32</sup> e, com a própria família participou em numerosas excursões organizadas pela entidade. Nos filmes dedicou amplo espaço à representação desses momentos de diversão; é emblemática a curta-metragem *Firenze*<sup>33</sup> onde, para além de serem retratadas as obras de arte da cidade, a família aparece, mais ou menos espontaneamente, frente ao olho da câmara de filmar, fixada na Piazza della Signoria no café Rivoire<sup>34</sup>. As imagens dos filhos que parecem perder-se na grande taça de gelado alternam-se com as da esposa, elegante e de idade indecifrável. A mulher, retratada enquanto admira o panorama e saboreia uma bebida, está visivelmente emocionada; está bem vestida, veste um *tailleur* de meia estação, sapatos de salto alto e usa no pescoço um colar de pérolas. As roupas fora do comum fazem supor que a viagem seja para ela um evento excepcional, parece vivê-la como uma ocasião irrepetível para exibir o seu bem-estar e *status*. Os gestos, destinados à procura de compostura, e a forma de viver o próprio corpo não mostram modernidade, pelo contrário, reforçam os condicionamentos tradicionais, reflexo de toda uma educação. Da mesma forma a família, desorientada pelo barulho dos carros e pela multidão de turistas, parece procurar refúgio na própria intimidade; perto um do outro, os seus membros estão de mãos dadas, parecendo querer proteger a sua *privacy* da cidade, do progresso que em modo prepotente irrompe no seu quotidiano.

## Conclusão

A partir da comparação entre filmes de propaganda e filmagens amadoras, na representação da família emerge um panorama contraditório no segundo pós-guerra italiano caracterizado por atrasos e interrupções. Por um lado o Estado com a sua propaganda procura acelerar o processo de transformação cultural da família, através da representação de novos modelos e estilos de vida de tradição americana. Por outro, através das imagens amadoras emerge uma certa

---

<sup>32</sup> E.N.A.L. Ente Nazionale Assistenza Lavoratori. Era uma entidade para-estatal para o período pós-laboral. Ocupava-se de organizar atividades culturais para os trabalhadores como festas campestres, excursões e veraneios.

<sup>33</sup> *Firenze*, produção: M. Mangolini, duração 1h10min, p/b, mudo, data de produção: 6/4/1957.

<sup>34</sup> O café Rivoire, fundado em 1872, é um local histórico da cidade de Florença na Toscana.

reticência por parte das famílias no abraçar de práticas distantes do seu tempo cotidiano. As famílias parecem ao mesmo tempo desorientadas e fascinadas pelos processos de mudança e pelas novas propostas da sociedade de massa. Sob certos aspectos parecem tentar conciliar os elementos da modernidade com o seu universo privado muitas vezes radicado na cultura tradicional. Por outro lado, parecem também ter cuidado na proteção da sua própria *privacy*, da própria identidade, das pressões provenientes do exterior.

Para as instituições e os partidos políticos a família representava o lugar a partir do qual se mover para divulgar os seus programas e a sua visão da sociedade. É assim que a vida em família se torna o palco e o laboratório fundamental tanto de costumes e conflitos, como de relações sociais, de género e geracionais (Ansquer 2010, 238). Além do modelo de família proposto, o filme de propaganda tende à consolidação do sistema-família enquanto elemento essencial para a promoção das políticas públicas.



Imagens 1, 2 e 3: Fondo Puccinelli 1955 “La famiglia Puccinelli al Mare”, “Amici e Parenti al bagno Rossella” e “Amanda Puccunelli sulle spiagge di Viarggio”





**BIBLIOGRAFIA**

- Ansquer, E. 2010. "Rompere senza rumore." In *Famiglie del novecento*, organizzato por E. Ansquer, M. Casalini, A. Di Biagio e P. Ginsborg. Roma: Carocci.
- Bellassai, S. 2006. *La legge del desiderio: il progetto Merlin e l'Italia degli anni Cinquanta*. Roma: Carocci.
- Bordieu, P. 1983. *La distinzione. Critica sociale del gusto*. Bolonha: Il Mulino. Publicado originalmente como *La distincion: critique sociale du jugement* (Paris: Minuit, 1979).
- Cavazza, S. 2003. "Sabato fascista." In *Dizionario del fascismo*, vol. II, organizado por V. De Grazia e S. Luzzato. Turim: Einaudi.
- Cavazza, S. 2006. "Viva l'ozio. Il tempo libero nella età contemporânea." In *Il secolo dei consumi. Dinamiche sociali nella storia del Novecento*, organizado por S. Cavazza e E. Scarpellini. Roma: Carocci.
- Corbin, A. 1996. *L'invenzione del tempo libero, 1850-1960*. Roma-Bari: Laterza. Publicado originalmente como *L'avènement des loisirs 1850-1960* (Paris: Aubier, 1995).
- Crainz, G. 2003. *Il paese mancato. Dal Miracolo economico agli anni ottanta*. Roma: Donzelli.
- De Grazia, V. 1981. *Consenso e cultura di massa nell'Italia fascista*. Roma-Bari: Laterza. Publicado originalmente como *The Culture of Consent. Mass Organizing of Leisure in Fascist Italy* (Nova Iorque: Cambridge University Press, 1981).
- De Grazia, V. 2005. *L'impero irresistibile. La società dei costumi americani alla conquista del mondo*. Turim: Einaudi. Publicado originalmente como *Irresistibile Empire. America's Advance trougt Twentieth-Century Europe* (Cambridge, MA e Londres: Belknap Press of Harvard University Press, 2005).
- Ellwood, D.W. 2012. *The Shock of America. Europe and the challenge of the century*. Oxford: Oxford University Press.
- Ellwood, D.W. 1985. "La propaganda e il Piano Marshall in Italia." *Passato e Presente* IV(9): 153-71.

Forgacs, D., e S. Gundle. 2007. *Cultura di massa e società italiana 1936-1954*.

Bolonha: Il Mulino.

Ginsborg P. 2004. "Sogni, genere, classi sociali: elementi di italianità, 1945-

2000." In *Storia d'Italia. Annali 20. L'immagine fotografica 1945-2000*,

organizado por U. Lucas, 22-70. Turim: Einaudi.

Giroto, E. 2010. "La realtà di un sogno? Identità di genere e ruoli familiari negli

anni Cinquanta." In *Identità e rappresentazioni di genere in Italia fra Otto e*

*Novecento. Percorsi di ricerca*, organizado por G. Franchini, 25-36.

Génova: Genova University Press.

Gundle, S. 2007. *Le figure del desiderio*. s.l.: La terza. Publicado originamente

como *Bellissima. Feminine Beauty and the idea of Italy* (Yale University

Press, 2007).

Pivato, S., e A. Tonelli. 2004. *Italia vagabonda: il tempo libero degli italiani*.

Roma: Carocci.

Pombeni, P. 2003. "La legittimazione del benessere. Nuovi pareri di

legittimazione in Europa dopo la seconda guerra mondiale." In *Crisi,*

*legittimazione e consenso*, organizado por P. Pombeni, 357-417. Bolonha:

Il Mulino.

Rosen, M. 1974. *Le donne e il cinema: miti e falsi miti di Hollywood*. Varese:

Dall'Oglio.

Tosatti, G. 2007. "Propaganda e informazione nell'Italia del secondo

dopoguerra: il fondo audio-visivo dell'Usis di Trieste." In *United States*

*Information Service di Trieste. Catalogo del fondo cinematografico*,

organizado por G. Barbera e G. Tosatti, 63-85. Roma: Istituto Poligrafico

e Zecca dello Stato.