

L'OFFENSIVA DI CARTA
L'illustrazione della
Grande Guerra dalle
riviste di trincea a oggi

**LA GRANDE GUERRA
ATTRAVERSO LE IMMAGINI
DELLA COLLEZIONE
LUXARDO**

Civici Musei / Castello di Udine
dal 31 marzo 2017

A cura di:

Giovanna Duri

Luca Giuliani

Anna Villari

Consulenza:

Sara Codutti

Fernando Orlandi

Collaborazione:

Nicoletta Spessotto

LA MOSTRA

I materiali di partenza sono le riviste di trincea del fondo Luxardo conservato dai Civici Musei di Udine. Il fondo consiste in circa 5600 fra fascicoli di riviste e monografie dell'epoca provenienti da tutto il mondo e in diverse lingue.

Un panorama molto articolato della produzione editoriale dell'epoca che permette di risalire alla costruzione dell'immagine della guerra e della sua percezione nel corso del suo svolgimento con aspetti inediti e in alcuni casi inaspettati rispetto alla storiografia consolidata.

Le direttrici principali e la sintesi dell'esposizione:

Spostare l'attenzione dalla Grande Guerra come evento storico in sé, concentrandosi sul piano mediatico che l'ha accompagnata sottolineando il ruolo della massiccia produzione editoriale che ha interessato per motivi di propaganda tutti i paesi belligeranti e, in parte, anche quelli non belligeranti.

In particolare focalizzare l'uso si è fatto durante la Grande Guerra dell'illustrazione, soprattutto nelle riviste italiane mettendole in confronto con le immagini proposte da paesi vicini.

*** L'offensiva di carta**

allegato

IL PERCORSO ESPOSITIVO

PIANO NOBILE

SEZIONE 1) UOMINI SOLDATI MASSE (SALA 15) SALONE DEL PARLAMENTO INGRESSO DALLA SCALINATA ESTERNA

"Dialogo", con inserimenti video, tra gli affreschi cinquecenteschi del Pomponio Amalteo che riproducono episodi di guerra all'epoca della battaglia di Lepanto, e proiezioni di immagini tratte dall'opera grafica di Joe Sacco, "The Great War: July 1, 1916: The First Day of the Battle of the Somme" (2013).

Allestimento: La proiezione avviene sulle pareti affrescate del salone con l'inserimento in 2/3 punti di schermi verticali che restituiscano esclusivamente l'immagine dell'opera di Sacco; testi accompagnatori video-proiettati a pavimento. No illuminazione.

SEZIONE 2) (SALA 13)

LA COSTRUZIONE DELL'IMMAGINARIO / NOI e LORO

La costruzione dell'immagine del nemico (bestiale, mostruoso, crudele), uguale e opposta negli schieramenti nemici. Offrire i diversi punti di vista sottolinea la relatività (e quindi l'assurdità) di questo tipo di rappresentazioni.

Punto di vista italiano: soldati ed eroi italiani (aitanti valorosi giovani...) e soldati/"mostri" austriaci (caricature, tedeschi assimilati a cani, maiali etc);

Punto di vista austriaco: eroi austriaci (aitanti etc) e soldati/"mostri" italiani (brutti macilenti etc).

IL NUOVO LINGUAGGIO: IL RAPPORTO PAROLA-IMMAGINE

Slogan di propaganda associati a immagini eroiche ed edificanti, a "icone" e stereotipi del buon soldato, messi a confronto con lo slang di trincea (desunto dal "vocabolario" pubblicato sulle riviste) e a scene più umane e quotidiane della vita al fronte, rancio, pidocchi etc.

Allestimento: Due video-proiettori a soffitto restituiscono i due multimediali sulle due pareti opposte (nord-sud). Al centro della sala, parete autoportante con grafica illustrativa della sezione e panca centrale per la seduta a T rispetto alla parete.

Le pareti/schermo sono già in essere. Da prevedere colore schermo. Ciascuno dei due multimediali da circa 5 minuti l'uno è suddiviso in due parti (noi/loro; parola/immagine) e vanno proiettate in alternanza dai due proiettori sulle due pareti opposte. No illuminazione. Un celino (telo o paravento) che segnala ai visitatori del Castello la mostra Luxardo.

SEZIONE 3) LA MOSTRA E LA COLLEZIONE LUXARDO

VANO USCITA SCALE DAL PIANO NOBILE

Colophon, mappa mostra, ritratto e firma Augusto Luxardo.

Grafica del suo profilo di medico e collezionista e dei motivi del suo interesse per il tema, la consistenza e la tipologia dei materiali.

Allestimento: Illuminazione sulle piante , grafica su pannelli (4 metri quadri circa) colophon allestiti su pannello autoportante, grafica (3 metri quadri circa).

Il fondo Luxardo inserito in una scaffalatura, in forma di libreria (*messa in sicurezza*).

SCALE AL TERZO PIANO

TIMELINE con illustrazioni dell'impegno mediatico da parte dello Stato Maggiore dell'Esercito Italiano nell'ultimo anno di guerra in relazione alla storia complessiva del conflitto.

Allestimento: Grafica a parete (prespaziati 4 metri quadri circa) più 12 pannelli A4.

Audio con direttive del Servizio Propaganda dell'Esercito (fonte: documenti SME, da speakerare). Illuminazione esistente.

TERZO PIANO

SEZIONE 4)

(SALA 4) - LA MACCHINA DELLA PROPAGANDA IN ITALIA

Brevi brani scelti dai documenti e dalle direttive dello SME con le indicazioni relative ai temi e alle forme della propaganda che si possono ritrovare nelle scelte editoriali e nei testi delle riviste di trincea esposti nelle sale a seguire.

Allestimento: Quattro video-proiezioni a parete in alternanza con l'animazione della battitura a macchina degli estratti dei documenti SME. Sonoro in cuffia per ciascuna delle quattro proiezioni. No illuminazione. Parete autoportante a copertura dell'ingresso dei bagni (cm l 250 x h 220 circa).

n.b. Da questo punto della mostra, ogni nuova tipologia di tecnica tipografica necessita di pannello grafico di commento.

(SALA 6) -LE RIVISTE ITALIANE 1

RIVISTE UFFICIALI

Il rapporto fra le direttive dello Stato Maggiore e i testi pubblicati dalle riviste. La falsificazione delle riviste ufficiali e la contro-propaganda (dove si può replicare si può falsificare).

Allestimento: Originali in teche (esistenti in loco) a parete con grafica. 1 touch-screen già esistente (da rivestire) con multimediale da predisporre per la consultazione e lo sfoglio completo delle riviste ufficiali italiane (5-600 pagine). Una cassetiera esistente (95 x 95) contenente altri originali in esposizione protetta grafica applicata e didascalie, 10 passe-partout di 95 x95 in cartoncino. Grafica a parete (prespaziati 2 metri quadri circa) e pannelli (4 metri quadri circa).

(SALA 7) -LE RIVISTE ITALIANE 2

LE STRATEGIE EDITORIALI DI PARTECIPAZIONE: le rubriche, i rebus, le sciarade etc. Aspetto dell'ironia, del coinvolgimento psicologico, rubriche e concorsi.

Allestimento: Originali in teche (esistenti in loco) a parete con grafica a tutta parete. 1 touch-screen già esistente con multimediale da predisporre per la consultazione e lo sfoglio completo delle riviste (100 pagine). Una cassetiera esistente contenente altri originali in esposizione protetta grafica applicata e didascalie, 10 passe-partout di 95 x95 in cartoncino. Grafica a parete (prespaziati 2 metri quadri circa) e pannelli (4 metri quadri circa), multimediale con giochi interattivi.

SEZIONE 5)

(SALA 8) -GLI ARTISTI E GLI ILLUSTRATORI

Le firme, gli stili, le carriere: Brunelleschi, Rubino, Scarpelli, Golia, Mazza, Sinopico, Gustavino, Angoletta, Sironi, Soffici, de Chirico, Loro di Sacchetti, Finis Austriae di Bucci, Gli Unni e gli altri...

Allestimento: due pareti autoportanti cm 250 x 220 circa, a creare due corridoi laterali, quattro cassettiere esistenti contenente originali in esposizione protetta grafica applicata e didascalie, un ologramma o proiezione tridimensionale visibile dall'ingresso (sala 4) con immagini a rotazione dei singoli illustratori. Ciascuna parete dedicata a un autore con grafica a parete (prespaziati 4 metri quadri circa) e pannelli (10 metri quadri circa). Sei cassettiere esistenti contenenti altri originali in esposizione protetta grafica applicata e didascalie, 10 passe-partout di 95 x95 in cartoncino cadauna

CORRIDOIO (AREA 9)

GLI AMERICANI E LA NASCITA DELL'ANIMAZIONE

Nel 1917 l'intervento delle truppe americane in Europa è all'insegna dell'innovazione tecnologica e sul piano mediatico introducono i primi esempi di animazione.

Allestimento: tunnel oscurato autoportante con retroproiezione formato 4:3 Attacchi da predisporre), pannello 300 x 250 circa, grafica (prespaziati 2metri quadri circa) .

SEZIONE 6)

(SALA 10) -GLI IMPERI CENTRALI

La situazione che caratterizza la natura e le forme della propaganda degli imperi centrali è decisamente diversa. Impegnati su più fronti, con più popolazioni al loro interno in più lingue prediligono la diffusione capillare all'incisività popolare delle riviste illustrate. Il risultato è un'omogeneità di fogli privi di immagini.

Allestimento: potremmo definirlo la sala nera, tappezzata di caratteri a stampa e delle testate in bianco e nero senza illustrazioni. Grafica a parete (prespaziati 10 metri quadri circa) e pannelli (3 metri quadri circa) 1 touch-screen per lo sfoglio di due-tre riviste illustrate (100 pagine circa).

.

SEZIONE 7)

(SALA 11) -I CICLOSTILI DI TRINCEA

Questa sala raccoglie gli innumerevoli esempi di fogli spontanei nati dall'iniziativa dal basso dei soldati o dei prigionieri nei campi di detenzione. Sono spesso uno strumento espressivo facile e immediato, un modo per socializzare e svagarsi, in alcuni casi non passano alla censura. La loro caratteristica visiva principale è il colore lilla della stampa del ciclostile.

Allestimento: la sala lilla. bacheca centrale in plexi (o simili) con originali in esposizione. Intorno pile (dell'altezza di circa un metro) di riproduzioni su carta riciclata a basso costo formato A4 di almeno una ventina di soggetti scelti fra gli originali d'epoca*. Pittura lilla e grafica a parete. Parete autoportante all'ingresso che celi vista da fuori. Da valutare telo in alternativa.

* 3000 pezzi a pila

SEZIONE 8)

(SALA 12) I CONTEMPORANEI

Il lascito culturale e generazionale della grande guerra attraverso la ripresa del tema da parte di illustratori del secondo dopo-guerra.

Allestimento: riutilizzo delle bacheche esistenti per l'esposizione delle tavole originali. realizzazione di 28 passe-partout 50 x 70 Testi in prespaziato per le biografie e i profili degli autori (8 metri quadri circa), video intervista (plasma).

CORRIDOIO DI USCITA E RITORNO AL PIANO NOBILE

Il termine rimanda all'inizio della mostra con l'esposizione sulla parete del corridoio della riproduzione dell'opera di Sacco.

Allestimento:

plotter adesivo a parete o proiezione che riproduca la panoramica che si sviluppa in 17 metri lineari.

* **L'OFFENSIVA DI CARTA** *allegato*

Dopo l'avanzata austriaca di Caporetto nel novembre del 1917, lo stato e l'esercito italiani di fronte al rischio di una drammatica disfatta, corrono ai ripari. Cambia il governo, Vittorio Emanuele Orlando sostituisce Boselli e predispone l'avvicendamento del comandante in capo Cadorna al quale subentra Diaz. Diverse strategie adottate finora cambiano di segno e fra tutte, la novità più significativa è l'istituzione da parte dello Stato Maggiore dell'Esercito del servizio P, "p" come propaganda.

Ciascuna armata (e a scendere giù ciascun corpo fino al battaglione) viene affiancato da un ufficio P che si cura dello spirito di corpo e del morale delle truppe, del loro ristoro e svago nel tempo libero (le case del soldato di don Minozzi), della loro educazione e dell'assistenza alle famiglie dei soldati più bisognosi.

Gli obiettivi primari consistono nel serrare i ranghi di un esercito sfinito dai lunghi anni di trincea e avvilito da un regime disciplinare particolarmente ottuso e intransigente. Si tratta di rinforzare le ragioni della guerra ricordare quelle dell'odio, incitare a resistere, combattere il disfattismo sia in prima linea sia fra le popolazioni in zona di guerra a contatto con i soldati, e soprattutto iniziare ad assistere moralmente ed economicamente i soldati e le loro famiglie e valorizzare gli slanci ideali e gli esempi concreti di ardimento e devozione alla causa della patria.

Dietro la ricostituita linea di difesa italiana sul Piave, nasce una nuova idea di guerra che rinsalda le ragioni degli interventisti con i ritrovati principi di solidarietà di matrice cattolica e socialista nella prospettiva di un'idea di popolo che in realtà ancora non c'è, mentre si prepara l'offensiva decisiva che porti a concludere la guerra e a ricacciare l'invasore oltre i confini naturali "disegnati da Dio".

Tutto ciò richiede un ingente sforzo ideologico, organizzativo e propagandistico. Il principale strumento è la diffusione a stampa e in particolare la nascita organizzata delle riviste di trincea. Nell'arco di nove mesi se ne contano più di cento e dall'aprile all'ottobre del 1918 il numero dei materiali cartacei distribuiti in prima linea, sganciati sulle linee nemiche, o circolati nell'interno del paese raggiunge l'iperbolica cifra di 62 milioni di pezzi fra riviste, cartoline, manifesti, notiziari, bollettini e altro.

Una vera e propria offensiva di carta realizzata a suon di proclami, di messaggi ripetuti, di arguzie e ammiccamenti, tutto quanto possa ripristinare la fiducia nelle proprie forze e nelle possibilità di vittoria.

Risulta necessario sperimentare nuovi modi di persuasione e nuove forme di linguaggio e, dato l'alto livello di analfabetismo, ci si affida all'illustrazione e ai "giornaletti". L'obiettivo è veicolare concetti semplici, immediati che possano raggiungere tutti. Nei documenti dello SME si legge: "espressioni piane e accessibili che senza parere convincano dei temi trattati".

E' necessario evitare toni ufficiali, conquistare la fiducia dei soldati, sconfiggere le false informazioni e radicare i concetti chiave. La truppa, il popolo viene definito dagli intellettuali del servizio P "bambino" e le forme di persuasione assumono i caratteri del goliardico, del fantastico e dell'immaginario in una prospettiva di evasione e svago che non tralascia il ricamo di temi e figure eroiche e risorgimentali.

Questa offensiva di carta è in pratica una nuova chiamata alle armi che raduna dietro al Piave tutte le componenti sociali e culturali del paese. Nelle redazioni delle riviste, gli intellettuali e i tenenti di complemento della borghesia italiana liberale, cattolica e socialista lavorano fianco a fianco, e solo pochi anni dopo alcuni di loro proseguiranno

il lavoro dall'interno dei ministeri fascisti e alcuni altri si ritroveranno al confino. In quel momento le riviste rappresentano una sorta di brodo primordiale dell'Italia moderna, di ciò che avrebbe potuto diventare e di quanto poi si trasferisce direttamente senza mediazioni nel ventennio fascista.

La mostra dà conto delle forme di organizzazione e di linguaggio di questa offensiva, esponendo gli aspetti redazionali delle riviste, i principali temi trattati e in particolare il nuovo linguaggio che si impone nel rapporto immagine-parola, in un momento di origine della moderna società di comunicazione di massa.

La grande guerra si distingue per la prima volta nella storia per la capillare e ineludibile potenza della macchina burocratica degli stati moderni che riescono a chiamare alle armi e poi a organizzarli milioni di uomini. Governare questa massa di soldati richiede per la prima volta strumenti di diffusione e di comunicazione di massa, un nuovo rapporto fra potere e cittadini e nuove forme di linguaggio.

Sulle pagine delle riviste di trincea si cimentano illustratori che di lì a breve diventeranno fra i più apprezzati delle riviste di moda e di costume dei decenni a seguire.

Nella prima parte al piano nobile, dopo l'installazione iniziale nel salone del parlamento, la mostra racconta la costruzione dell'immagine del nemico e la nascita del nuovo linguaggio.

Nella seconda parte, l'ala sud del terzo piano, si illustra la dipendenza diretta delle riviste dalle indicazioni e dalle circolari dello SME, la contropropaganda (dove si può replicare, si può falsificare), gli aspetti di inclusione e partecipazione delle rubriche, dei concorsi a premi, dei giochi, e infine gli illustratori più significativi, coloro che lasciano un segno e definiscono gli stili successivi.

Nella terza parte, l'ala nord del terzo piano, dopo la parentesi dell'animazione americana, la mostra si chiude con le forme della propaganda degli imperi centrali, molto diverse per modalità e natura, e la nascita dell'era moderna, con la diffusione soprattutto in Francia delle riviste spontanee di iniziativa personale che per forme e stile anticipano la cosiddetta "cultura bassa" del ciclostile e poi del fumetto.

Infine il lascito di questa esperienza ai giorni nostri, grandi illustratori che sono tornati sul tema a distanza di 50-100 anni.

**LA GRANDE GUERRA
ATTRAVERSO LE IMMAGINI
DELLA COLLEZIONE
LUXARDO**

Le scansioni (formati; A3) che verranno messe a disposizione dai Civici Musei avranno le seguenti caratteristiche:

- risoluzione min 300 dpi, colori 24 bit
- formato .tif
- scala cromatica

come da esempio sottostante e nella pagina a seguire.

La post produzione sarà a carico della ditta aggiudicataria.



Le fotografie (formati; A3) che verranno messe a disposizione dai Civici Musei avranno le

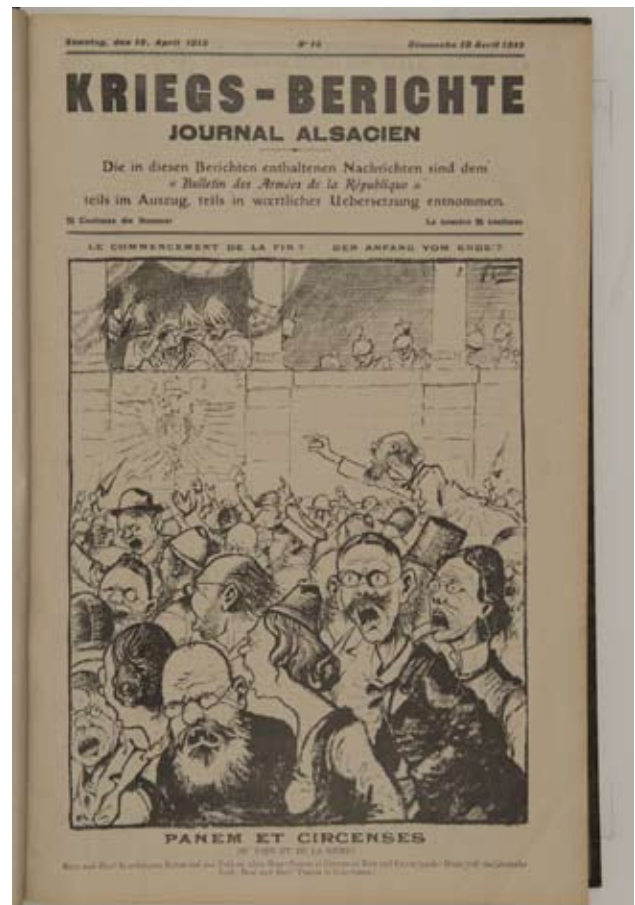
seguenti caratteristiche:

- formato .tif

- scala cromatica sulla prima pagina di ogni rivista o volume

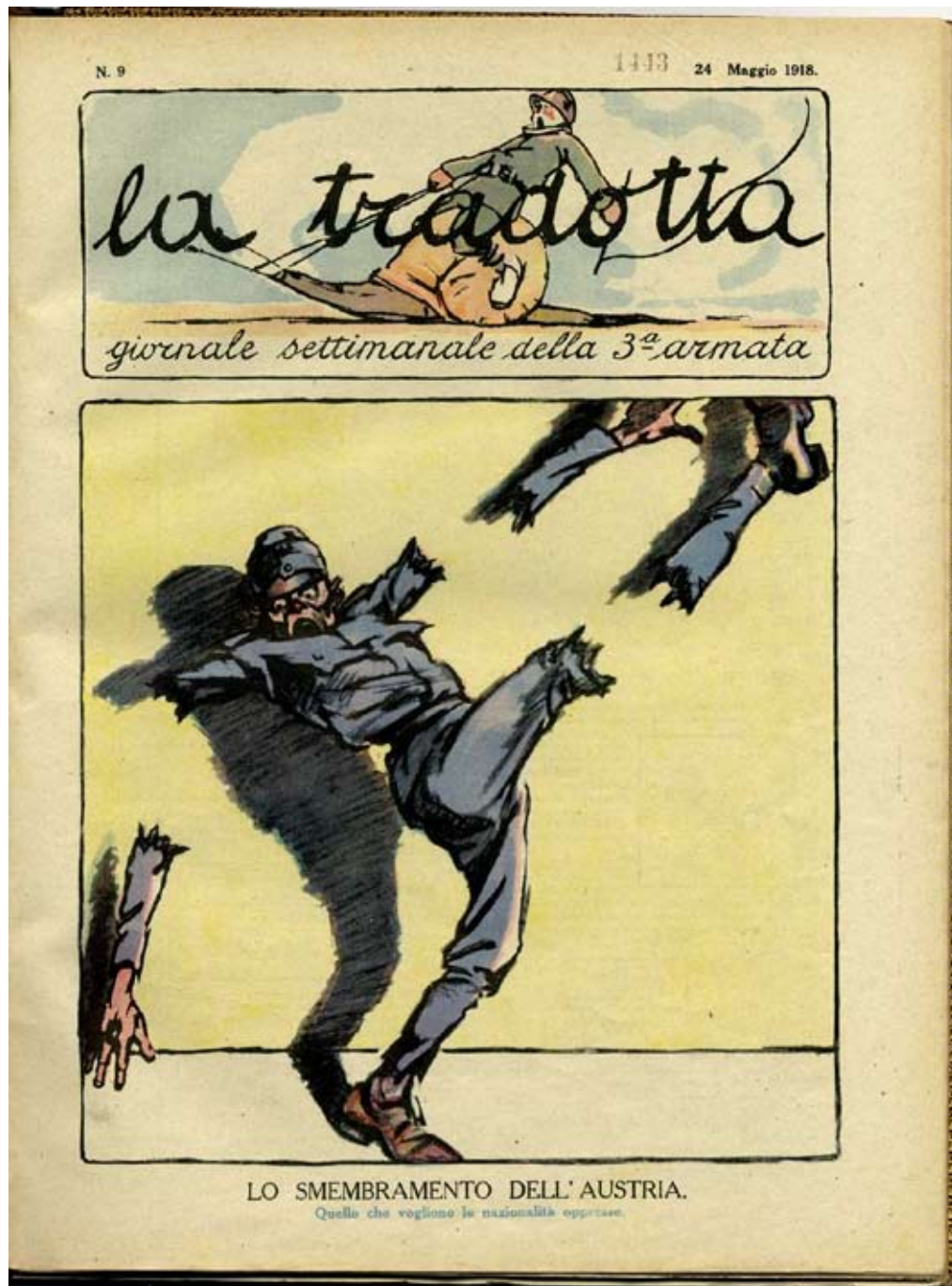
come da esempio sottostante.

La post produzione sarà a carico della ditta aggiudicataria.



**LA GRANDE GUERRA
ATTRAVERSO LE IMMAGINI
DELLA COLLEZIONE
LUXARDO**

A seguire esempi di stile delle illustrazioni



N. 11 22 Giugno 1918.



la trionfista

giornale settimanale della 3^a armata



Le donne friulane sono orgogliose, superbe, invincibili. Sprezzano i soldati tedeschi.

(Da un corrispondente d'un giornale austriaco: il Messaggero di Trieste).

ANNO XXI - N. 4 Milano, 22 gennaio 1918.

IL GIORNALE DEL SOLDATO

Una copia centesimi 10



IL SOLE... Sei malta malandata, povera Terra!...
LA TERRA... È venuta via spero nell'opera dei suoi che vengono il più presto a Parigi.

N. 1 - Dal 25 Settembre 1918. Costo: Lire 100 in Post.

IL MONTELLIO

QUINDICINALE DEI SOLDATI DEL MEDIO PIAVE



S^{ta} MARIA
S^{ta} LUCIA
GORIZIA
S. MARCO
PIAVE
MONTELLIO

XX SETTIMANA
di "Idealità
& d'Inimicizia"





