



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO
FACOLTÀ DI LETTERE E FILOSOFIA

Quaderni di Acme
115

FORME E MODELLI DEL ROTOCALCO ITALIANO TRA FASCISMO E GUERRA

a cura di
Raffaele De Berti e Irene Piazzoni



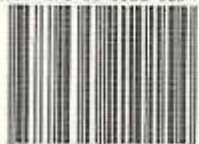
CSALPINO
ARRETRATI E RIVENDITORI

Il volume presenta gli Atti di un Convegno di studi che si è svolto a Milano il 2 e il 3 ottobre 2008, in cui storici dell'Italia contemporanea, del cinema, dell'arte, della fotografia, della letteratura e della lingua indagano su una fase centrale della storia del periodico italiano, quella che si apre con l'introduzione della stampa a rotocalco. Tra gli anni Trenta e Quaranta grandi e piccoli editori, in testa Rizzoli e Mondadori, rivolgendosi a un pubblico quanto più ampio e segmentato sperimentano formule inedite nei contenuti, nella struttura, nell'impaginazione, nell'impostazione grafica; s'impongono così modelli quanto mai indovinati, preludio alle esperienze del secondo dopoguerra.

Il libro si articola in quattro sezioni. Nella prima *Industria culturale e contesto politico* si ripercorrono, con uno sguardo allo scenario internazionale, la nascita e l'evoluzione del rotocalco, che si afferma sulla scia della profonda rivoluzione della cultura visiva avviata dalla fotografia e dal cinema; si definiscono le caratteristiche e le dimensioni del mercato dei lettori; si ricostruiscono i delicati rapporti tra editori di periodici e regime fascista; si illustra la vicenda del prestigioso "Omnibus", creatura di Leo Longanesi. La seconda *Generi e modelli* comprende i casi del settimanale di attualità "Tempo", del femminile "Grazia", dello sportivo "Il Calcio Illustrato", del cattolico "Famiglia Cristiana" e della versione italiana del rotocalco tedesco "Signal". La terza sezione *Protagonisti* delinea alcune figure di questa nuova stagione della stampa settimanale: Cesare Zavattini direttore editoriale, Massimo Bontempelli e Elio Vittorini giornalisti, le firme femminili più significative da Irene Brin a Mura, e infine Ennio Flaiano agli esordi come critico cinematografico. La quarta *Forme e linguaggi* prende in considerazione gli aspetti formali dei periodici illustrati e dei rotocalchi, dall'impaginazione alla scelta delle immagini, fino a un elemento che vi riveste un'importanza cruciale: l'uso del materiale fotografico. L'articolazione dei temi trattati, il corredo di vasti Indici dei nomi e delle testate rendono il volume uno strumento utile per l'approfondimento della conoscenza della storia della cultura italiana del Novecento.

Gli Autori: *Silvia Bignami, Ilaria Bonomi, Guido Conti, Elena Dagrada, Raffaele De Berti, Edoardo Esposito, Ivano Granata, Fabio Guidali, Patrizia Landi, Enrico Landoni, Claudia Magnanini, Elena Mosconi, Antonello Negri, Silvia Paoli, Irene Piazzoni, Paolo Rusconi, Daniela Saresella, Emanuela Scarpellini, Marta Sironi.*

ISBN 978-88-6521-015-4



9 788865 210154 >

QUADERNI DI ACME – Comitato scientifico

Isabella Gualandri (dir.) – Livio Antonielli, Giorgio Bejor, Claudia Berra,
Elisa Bianchi, Giovanni Cianci, Gianfranco Fiaccadori, Renato Pertoello

In copertina: "Il Secolo Illustrato", 30 luglio 1932, pp. 8-9.

Realizzazione editoriale: Simonetta Pavesi

ISBN 978-88-6521-015-4

Copyright © 2009

CISALPINO. Istituto Editoriale Universitario – Monduzzi Editoriale S.r.l.

VIA B. EUSTACHI, 12 – 20129 MILANO

Tel. 02/20404031

cisalpino@monduzzieditore.it

Finito di stampare nel mese di dicembre 2009 da GECA, Cesano Boscone (MI)

INDICE

Introduzione di <i>Raffaele De Berti e Irene Piazzoni</i>	p.	IX
--	----	----

INDUSTRIA CULTURALE E CONTESTO POLITICO

Il nuovo periodico. Rotocalchi tra fotogiornalismo, cronaca e costume di <i>Raffaele De Berti</i>	»	3
L'industria culturale e il mercato dell'editoria di <i>Emanuela Scarpellini</i>	»	65
I periodici italiani negli anni del regime fascista di <i>Irene Piazzoni</i>	»	83
Tra politica e attualità. L' "Omnibus" di Leo Longanesi (Aprile 1937-Gennaio 1939) di <i>Ivano Granata</i>	»	123

GENERI E MODELLI

Moralità, ordine e tradizione. Il settimanale "Famiglia Cristiana" (1931-1939) di <i>Daniela Saresella</i>	»	213
--	---	-----

«La rivista ideale per la donna italiana». I primi passi di "Grazia" tra innovazione e informazione di <i>Patrizia Landi</i> »	235
«Chi ha "Tempo" non aspetti "Life"». Un fotogiornale negli anni della guerra (1939-1943) di <i>Claudia Magnanini</i> »	305
Un periodico sportivo. "Il Calcio Illustrato" di <i>Enrico Landoni</i> »	343
Il fotogiornalismo tedesco. Il caso di "Signal" di <i>Fabio Guidali</i> »	377

PROTAGONISTI

Cesare Zavattini direttore editoriale. Le novità nei rotocalchi di Rizzoli e Mondadori di <i>Guido Conti</i> »	415
Irene, Luciana, Mura e le altre. La cronaca mondana e di costume di <i>Elena Mosconi</i> »	443
Scrittori giornalisti. Il caso di Vittorini di <i>Edoardo Esposito</i> »	469
Bontempelli giornalista nei <i>Colloqui</i> del "Tempo" di <i>Ilaria Bonomi</i> »	485
Ennio Flaiano e gli esordi di <i>Elena Dagrada</i> »	499

FORME E LINGUAGGI

La divulgazione dell'arte contemporanea nelle riviste popolari illustrate di Rizzoli di <i>Paolo Rusconi</i> »	527
--	-----

Arte a colori. "La Lettura" negli anni Trenta di <i>Antonello Negri</i>	»	575
Il fotomontaggio nelle riviste illustrate degli anni Trenta tra ricerche d'avanguardia e cultura visiva di massa di <i>Silvia Bignami</i>	»	591
Fortunato Depero alla "Rivista Illustrata del Popolo d'Italia" (1924-1936) di <i>Marta Sironi</i>	»	625
Cultura fotografica e periodici d'attualità alla fine degli anni Trenta di <i>Silvia Paoli</i>	»	645
Tavole	»	673
Indici a cura di <i>Luigi Vergallo</i>		
Indice dei nomi	»	707
Indice delle testate	»	729

IL FOTOGIORNALISMO TEDESCO. IL CASO DI "SIGNAL"

di *Fabio Guidali*

Il 26 aprile 1940, un venerdì, l'attenzione dei lettori de "L'osservatore romano" fu probabilmente richiamata da un articolo che, posto piuttosto in evidenza nelle pagine dedicate alla cronaca della capitale, deplorava la pubblicazione di un nuovo quindicinale illustrato. Si trattava di "Segnale", il cui progetto originario è da far risalire alla sezione per la propaganda del comando supremo delle forze armate tedesche.¹ L'anonimo giornalista denunciava sia le «rivoltanti figurazioni oscene», ovvero alcune fotografie di nudo evidentemente messe bene in evidenza dai rivenditori per attirare il portafoglio del lettore malizioso, sia «la lingua vilipesa non meno della morale» per via della pessima veste linguistica determinata da traduzioni dal tedesco di carente qualità.² Il rotocalco veniva infatti pubblicato in traduzione e, benché inizialmente previsto in sole quattro lingue – italiano, inglese e francese, oltre all'edizione tedesca che serviva da modello e che tuttavia poteva essere distribuita esclusivamente in Svizzera e in Alsazia –,³ esso ebbe ben presto un successo tale che le edizioni si moltiplicarono, fino

¹ Abteilung für Wehrmacht-Propaganda im Oberkommando der Wehrmacht (d'ora in poi OKW/WPr). Cfr. PETER LONGERICH, *Propagandisten im Krieg. Die Presseabteilung des Auswärtigen Amtes unter Ribbentrop*, München, R. Oldenbourg Verlag, 1987, pp. 116 ss e DORIS KOHLMANN-VIAND, *NS-Presspolitik im Zweiten Weltkrieg. Die "Vertrauliche Informationen" als Mittel der Presselenkung*, München-London-New York-Paris, Saur, 1991, pp. 37 ss.

² *Segnale*, in "L'osservatore romano", 26 aprile 1940, p. 3.

³ Cfr. l'autorizzazione alla pubblicazione, rilasciata a fine febbraio 1940 e riportata in RAINER RUTZ, *Signal. Eine deutsche Auslandsillustrierte als Propagandainstrument im Zweiten Weltkrieg*, Essen, Klartext, 2007, p. 63.

ad un totale di venticinque, seguendo le vicende della politica estera per i Paesi formalmente neutrali e le direttrici di spostamento della Wehrmacht nelle regioni che venivano via via occupate.

Il titolo originario, "Signal", fu scelto in modo che vi fosse assonanza nel maggior numero possibile di lingue.⁴ In Italia il periodico fu inizialmente pubblicato come "Segnale", ma in seguito ad alcune vicende editoriali, di cui si renderà conto, adottò il nome di "Signal" come nell'edizione standard tedesca. Il rotocalco accompagnò i lettori durante le vicende belliche, a partire dall'aprile 1940 fino alla chiusura forzata nel marzo-aprile 1945.

Un rotocalco nazista per l'Europa

La rilevanza della propaganda di guerra era stata riconosciuta dai tedeschi fin dal primo conflitto mondiale, in seguito al quale si era fatto strada nell'opinione pubblica il mito giustificatorio di una sconfitta dovuta non alla superiorità militare dell'Intesa, ma alle deficienze della propria attività propagandistica.⁵ Non a caso, dunque, il 1° aprile 1939 fu creata l'OKW/WPr, che, per via dei suoi compiti propagandistici nelle regioni occupate militarmente, divenne un ulteriore ostacolo alla già limitata linearità strutturale del Terzo Reich,⁶ andando ad affiancare

⁴ *Ivi*, p. 45.

⁵ *Ivi*, pp. 25-28. Cfr. anche KURT KOSZYK, *Deutsche Presse 1914-1945*, Berlin, Colloquium Verlag, 1972, pp. 347-353 e HARRY PROSS, *Zeitungsreport: deutsche Presse im 20. Jahrhundert*, Weimar, Verlag Hermann Böhlaus Nachfolger, 2000, pp. 83-85. Quasi sterminata è la letteratura sulla propaganda nazista. In questa sede si rimanda a ROBERT EDWIN HERZSTEIN, *The war that Hitler won. The most famous propaganda campaign in history*, New York, G. P. Putnam's sons, 1978, RAINER ROHRBACH (hrsg.), *„...bis zum letzten Atemzuge...“. Propaganda in der NS-Zeit*, Göttingen, Museumsverbund Südniedersachsen e. V., 1995, CHRISTOPH STUDY (hrsg.), *„Diener des Staates“ oder „Widerstand zwischen den Zeilen“? Die Rolle der Presse im „Dritten Reich“*, Berlin, LIT, 2007 e JAY W. BAIRD, *The mythical world of Nazi war propaganda, 1939-1945*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1974. Per il concetto di propaganda, cfr. STANLEY B. CUNNINGHAM, *The idea of propaganda. A reconstruction*, Westport-London, Praeger, 2002 e OLIVER THOMSON, *Mass persuasion in history. An historical analysis of the development of propaganda techniques*, Edinburgh, Paul Harris Publishing, 1977.

⁶ Cfr. MARTIN BROZAT, *Der Staat Hitlers. Grundlegung und Entwicklung seiner inneren Verfassung*, München, Dt. Taschenbuch Verlag, 1969.

il Ministero della Propaganda di Goebbels, il quale stabiliva l'indirizzo generale dell'attività propagandistica, e il Ministero degli Esteri guidato da von Ribbentrop, responsabile per la propaganda nei Paesi ufficialmente neutrali.⁷ La collaborazione del Ministero degli Esteri terminò tuttavia già nel 1942 sulla scia della sua progressiva perdita d'influenza, dovuta all'avanzata della Wehrmacht, che andava inglobando regioni prima sotto l'esclusivo controllo diplomatico di von Ribbentrop.⁸ Malgrado ciò il Ministero della Propaganda non riuscì mai ad ottenere il completo controllo della redazione, rimanendo sempre forte l'influenza della Wehrmacht sul periodico.⁹

Erano stati proprio i propagandisti dell'OKW/WPr, in particolare Fritz Solm (1899-1946) e Paul Leverkühn (1893-1960), esperti di psicologia e politica con lunghe esperienze di studio prevalentemente negli Stati Uniti, a tracciare il progetto di "Signal". L'obiettivo che la Wehrmacht si prefissava di raggiungere era duplice: da una parte si voleva che all'estero si comprendessero le ragioni delle scelte fatte dalla Germania nazista nella sua guerra d'espansione, dall'altra era necessario far apparire la dominazione tedesca vantaggiosa ed appetibile nella prospettiva di un controllo dell'intera Europa.¹⁰ Gli esperti delle forze armate compresero che un periodico illustrato moderno poteva servire allo scopo propagandistico se, affrontando il tema d'attualità per eccellenza, la guerra, si fosse mostrato popolare nei contenuti e contemporaneamente di qualità nella forma.

"Signal" fu effettivamente il progetto vincente della propaganda tedesca per l'estero: la tiratura era assolutamente eccezionale e raggiunse

⁷ La storia della nascita di "Signal" è non da ultimo molto interessante proprio perché mette in evidenza i rapporti interni tra i diversi centri di potere nazisti, che giocavano una partita a scacchi sui nomi di responsabili e redattori capo: un'iniziale collaborazione tra le diverse istituzioni era tuttavia necessaria, dato che Goebbels disponeva dei mezzi e dell'autorità per concludere il progetto – benché, proprio in quei mesi, si dimostrasse molto più interessato alla creazione di "Das Reich" –, ma il Ministero degli Esteri controllava le pubblicazioni indirizzate ai paesi neutrali e a quelli amici. Cfr. LONGERICH, *Propagandisten im Krieg*, pp. 262 ss. e RUTZ, *Signal*, pp. 39 ss. e p. 63.

⁸ RUTZ, *Signal*, pp. 131-133.

⁹ Cfr. JAY W. BAIRD, *The mythical world of Nazi war propaganda, 1939-1945*, pp. 33 ss.

¹⁰ Cfr. RUTZ, *Signal*, pp. 9-10 e l'introduzione al facsimile del quindicinale in SYDNEY L. MAYER (ed.), *Hitler's wartime picture magazine Signal*, London, Bison Books, 1976.

i due milioni e mezzo di esemplari nel 1943;¹¹ in Italia il terzo numero di "Segnale", nonostante la mediocre traduzione, aveva già venduto 60.000 copie, e le tirature si mantennero molto alte durante tutta la guerra, probabilmente attorno alle 200.000 copie. Il successo di vendita di "Signal", accresciuto dalle continue conquiste di territori, e quindi di mercati, iniziò a declinare solo con il capovolgimento della situazione militare; il viale del tramonto fu tuttavia lungo e qualitativamente ricco, come dimostrato dall'introduzione della copertina a colori nel 1944.¹² La tiratura complessiva non subì mai in ogni modo un tracollo (se non nei mesi conclusivi del conflitto), dato che negli ultimi anni di guerra il rotocalco aveva sempre più come fascia di mercato i giovani volontari dei reparti combattenti delle SS (Waffen-SS).¹³

Il fattore principale che spingeva all'acquisto di "Signal" era certamente la modernità del prodotto giornalistico: gli esperti dell'OKW/WPr si dedicarono allo sviluppo di un rotocalco che facesse della documentazione visiva degli eventi militari il fulcro di uno strumento propagandistico di primo livello – quale in effetti "Signal" diventò, destando lo sgomento degli Alleati.¹⁴ I reportage fotografici e le singole istantanee che accompagnavano gli articoli erano la vera attrattiva: particolare attenzione era dedicata alle ancora non frequentissime fotografie a colori, la cui qualità di riproduzione era molto alta, contrariamente a quanto avveniva nei rotocalchi italiani che, durante la guerra, dovevano fare i conti con ristrettezze di cui "Signal" non era vittima. La Wehrmacht, infatti, concentrò su "Signal" i suoi sforzi finanziari nel settore della propaganda per l'estero, sia sfruttando l'enorme macchina pubblicitaria e distributiva a disposizione, sia mantenendo il prezzo di vendita artificialmente basso, proprio nel momento in cui la pubblicazione di migliaia di periodici veniva sospesa per via delle carenze di carta e di personale.¹⁵ L'ottima qualità del colore, certamente una delle armi vin-

¹¹ Cfr. KARL SCHOTTENLOHER - JOHANNES BINKOWSKI, *Flugblatt und Zeitung. Ein Wegweiser durch das gedruckte Tagesschrifttum*, vol. II, *Von 1848 bis zur Gegenwart*, München, Klinkhardt & Biermann, 1985, pp. 161 s. I dati sulle tirature sono tuttavia incerti.

¹² Cfr. "Signal", n. 7, aprile 1944.

¹³ Cfr. RUTZ, *Signal*, p. 100.

¹⁴ Cfr. *ivi*, p. 81.

¹⁵ Le alte tirature di "Signal" sono state a volte erroneamente attribuite alla distribuzione gratuita del periodico. In realtà esso fu sempre venduto, anche se a prezzi più che concorrenziali, per differenziarsi dai volantini di propaganda che spesso vengono

centi del quindicinale, la nitidezza e la chiarezza delle fotografie, la qualità della carta, nonché i soggetti stessi, spesso immagini di guerra in presa diretta dal fronte,¹⁶ facevano di "Signal" un periodico all'altezza dei migliori prodotti giornalistici italiani e francesi ed assolutamente senza concorrenza in Paesi all'epoca tecnicamente più arretrati come la penisola iberica e i Balcani dove, non a caso, il rotocalco della Wehrmacht spopolava.

Il fatto che le edizioni straniere del periodico fossero una mera traduzione dell'edizione distribuita nei Paesi germanofoni, con rare aggiunte e variazioni,¹⁷ avrebbe potuto rivelarsi controproducente per il progetto nazista: innanzitutto era necessario provvedere affinché le traduzioni fossero estremamente corrette, per impedire di cadere nel ridicolo, come era avvenuto per il primo numero di "Segnale" in Italia, che anche per questo motivo era divenuto oggetto di critica da parte de "L'osservatore romano"; inoltre la semplice traduzione impediva di adattare il rotocalco alle singole realtà locali, perché l'intento era di rivolgersi ad un pubblico tendenzialmente disomogeneo, composto sia dal cittadino di Parigi, sia dal contadino iugoslavo.¹⁸ Si trattava di una scelta dettata dagli uffici del Ministero della Propaganda, interessato ad un controllo capillare e centralizzato sull'intero settore giornalistico e propagandisti-

considerati privi di valore e presto gettati via (cfr. *ivi*, pp. 106 s.). Al fine di mantenere estremamente basso il prezzo di un rotocalco di per sé molto costoso da produrre era necessario un continuo afflusso di finanziamenti da parte del comando supremo della Wehrmacht, eppure "Signal" doveva apparire talmente fruttuoso dal punto di vista propagandistico da godere, oltre che della protezione di Hitler, anche di cospicue e sostanzialmente illimitate sovvenzioni in tempi di ristrettezze. Cfr. ORON J. HALE, *Presse in der Zwangsjacke 1933-1945*, Düsseldorf, Droste Verlag, 1965, pp. 273-275 (ed. or. *The captive press in the Third Reich*, Princeton, Princeton Univ. Press, 1964).

¹⁶ Cfr. RUTZ, *Signal*, pp. 32 s., pp. 155 ss. e GEORG SCHMIDT-SCHIEDER, *Reporter der Hülle*, Stuttgart, Motorbuch Verlag, 1977.

¹⁷ Nel corso degli anni si sperimentò, per alcune edizioni e sostanzialmente mai per quella italiana, l'introduzione di un esiguo numero di pagine differenziate per singolo Paese, ma si trattò di una scelta spesso senza seguito e del tutto ininfluyente nell'impostazione generale della rivista.

¹⁸ "Signal" rappresenta anche per questo motivo un caso probabilmente unico nella storia del giornalismo, perché mette in discussione la teoria secondo la quale ogni Paese, sulla scorta del sostrato culturale che gli è proprio, necessita di prodotti culturali adatti alle caratteristiche dei fruitori, che variano appunto a seconda di esperienze estetiche, politiche e sociali precedenti. Cfr. MARSHALL McLUHAN, *The Implications of Cultural Uniformity*, in CHRISTOPHER W.E. BIGSBY (ed.), *Superculture. American Popular Culture and Europe*, Londra, Bowling Green, 1975, pp. 43-56.

co.¹⁹ Tuttavia le alte tirature dimostrano come, in un periodico illustrato di fattura moderna, il lettore medio sia attratto in misura prevalente dall'immagine in sé, indipendentemente dal tema trattato e persino a prescindere dal testo che la accompagna.

Dal punto di vista delle immagini riprodotte, "Signal" mostrava sia il suo debito nei confronti della lunga tradizione dei periodici illustrati tedeschi²⁰ sia il più recente influsso del rotocalco statunitense "Life". Punto di congiunzione tra le due esperienze era stata la figura dell'ebreo tedesco Kurt Korff, redattore capo della gloriosa "Berliner Illustrierte Zeitung"²¹ dalla fine degli anni Venti e, in seguito alle persecuzioni naziste, emigrato negli Stati Uniti, dove avrebbe contribuito al progetto iniziale di "Life" come membro dello staff di Henry Luce.²² Korff è comunemente ritenuto il principale artefice del passaggio a una moderna concezione della rivista illustrata.²³ Egli aveva saputo creare un periodico nel quale l'immagine, per sua natura più credibile della parola,²⁴ era in grado di raccontare e far vedere in

¹⁹ Cfr. KOSZYK, *Deutsche Presse 1914-1945*, pp. 363-379 e pp. 409-424 e, per una visione generale, WOLFGANG MÜSSE, *Die Reichspresseschule – Journalisten für die Diktatur? Ein Beitrag zur Geschichte des Journalismus im Dritten Reich*, Saur, München-New Providence-London-Paris 1995, pp. 19-48.

²⁰ Cfr. ERNST BOLLINGER, *Pressegeschichte II 1840-1930. Die goldenen Jahre der Massenpresse*, Freiburg Schweiz, Universitätsverlag Freiburg Schweiz, 1996, pp. 19 ss.

²¹ Cfr. CHRISTIAN FERBER (hrsg.), *Berliner Illustrierte Zeitung. Zeitbild, Chronik, Moritat für jedermann, 1892-1945*, Berlin, Ullstein, 1982.

²² Cfr. C. ZOE SMITH, *Emigré contributions to "Life": the German influence in the development of America's first picture magazine*, Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism, Athens, Ohio, luglio 1982, reperibile anche sul sito internet <http://eric.ed.gov/>.

²³ Cfr. ASTRID DEILMANN, *Bild und Bildung. Fotografische Wissenschafts- und Technikberichterstattung in populären Illustrierten der Weimarer Republik (1919-1932)*, Osnabrück, Der Andere Verlag, 2004, pp. 45 ss.

²⁴ L'ambiguità del medium fotografico è risaputa: se da una parte è possibile fissare e mantenere la realtà, dall'altra è evidente il rischio di manipolazione o quanto meno di costruzione dell'immagine. Tali difficoltà di metodo rendono spinoso l'uso delle fonti fotografiche per l'indagine storica, ma è indubbio che esse non sono affatto un «segnaposto» (Benjamin): non è l'immagine fotografica a fare un'asserzione, bensì colui che la scatta, così che è il produttore stesso a dover essere oggetto di critica. La fotografia, infatti, non è riproduzione ma prodotto, è sintomo di un determinato periodo storico (Barthes). Cfr. *ivi*, pp. 12 ss., pp. 21-31. Cfr. anche LILIANA LANZARDO, *Note sull'uso della fotografia nella ricerca storica*, in "Italia contemporanea", n. 228, settembre 2002, pp. 523 ss.

maniera diretta l'evento, comunicando così un'impressione forte e duratura: l'immagine da semplice mezzo diviene fine dell'evento comunicativo.²⁵

La duplice influenza (mittel)europa e americana si rispecchia in "Signal" fin dalla pagina di copertina,²⁶ elemento indispensabile nella strategia commerciale di qualunque rivista. Il nome del periodico appare in alto a sinistra, in rosso e incorniciato da una sinuosa linea bianca, secondo il motivo bicolore caratteristico di molti rotocalchi dell'epoca e *in primis* di "Life". Tuttavia esso si riallaccia al gusto prettamente tedesco per i frontespizi elaborati: il carattere *antiqua* risulta particolarmente elegante e ordinato, trasmettendo l'idea di movimento e velocità, grazie all'inclinazione dal basso verso l'alto. Il titolo spicca in questo modo facilmente sulla fotografia, che occupa l'intera pagina di copertina, nel rispetto di un principio introdotto dallo stesso Korff per la "Berliner Illustrierte Zeitung", in base al quale l'inserimento di un'unica immagine di grande formato in copertina, corredata da poche parole stampate in carattere molto piccolo, permette di mettere al centro la fotografia stessa come cardine del rotocalco.²⁷ L'immagine viene commentata in un piccolo cerchio rosso, in basso a destra, mentre sulla sinistra una lunga colonna, anch'essa di colore rosso, reca le informazioni editoriali, indicando anche come fino al maggio 1941 il rotocalco fosse un'edizione speciale di guerra proprio del glorioso settimanale "Berliner Illustrierte Zeitung".²⁸ Decisiva per

²⁵ Cfr. DEILMANN, *Bild und Bildung*, p. 389. Cfr. anche HERMANN HINKEL, *Zur Funktion des Bildes im deutschen Faschismus*, Steinbach-Gießen, Anabas Verlag, 1975.

²⁶ Cfr. RUTZ, *Signal*, pp. 164 ss.

²⁷ DEILMANN, *Bild und Bildung*, p. 45.

²⁸ Il fatto che "Signal" non sia nato come rivista autonoma, bensì come semplice supplemento quindicinale di un ebdomadario fa luce sugli impedimenti posti da più parti alla realizzazione del progetto, probabilmente anche dallo stesso Goebbels che, come detto, attorno al 1940 tendeva ad agevolare apertamente "Das Reich", per il quale non a caso firmava con regolarità gli articoli di fondo. I fondatori di "Signal" avevano deciso di affidarsi alla casa editrice Deutscher Verlag per via del personale e dei mezzi tecnici all'avanguardia di cui essa disponeva, nonché per i suoi contatti con una fitta rete di agenzie di stampa all'estero. Il Deutscher Verlag pubblicava poi proprio la "Berliner Illustrierte Zeitung", che fin dalla sua nascita, nel 1891, era stata il cavallo di battaglia dello Ullstein Verlag, casa editrice liberaleggiante e di proprietà ebraica da cui nel 1937 era sorto il Deutscher Verlag. Tale passato doveva fare in modo, agli occhi dei propagandisti della Wehrmacht, che all'estero "Signal" fosse identificato alla stregua di un semplice prodotto culturale, evitando che venisse pubblicato dalla stessa casa editrice che, ad esempio, pubblicava il settimanale di partito "Illustrierter Beobachter" (Cfr. RUTZ, *Signal*, pp. 52-57).

l'acquisto era comunque la fotografia scelta per la copertina: essa doveva possedere una grande forza espressiva, essere semplice da interpretare e dimostrare la forza della militanza per il nazionalsocialismo. Espressività e militanza trovavano la loro massima manifestazione nelle immagini della guerra, che a loro volta suggerivano l'idea della modernità, del dinamismo e della bellezza, anche estetica, del conflitto.²⁹ Tra le immagini poste in evidenza sulla copertina e sulla quarta di copertina avevano un ruolo importante non solo le fotografie delle battaglie in corso, ma anche quelle che richiamavano una certa dimensione romantica della condizione militare, in riferimento ai sentimenti dei soldati e allo spirito di corpo vissuto al fronte.³⁰ Era inoltre evidente il tentativo di trasfigurare la guerra tedesca, iniziata con l'intento di vendicare l'ordine stabilito a Versailles dopo la prima guerra mondiale, in un conflitto di stampo europeo, insistendo sul senso della missione tedesca, consacrata a salvare, si diceva, i popoli dell'intero continente dalla barbarie sovietica e dall'utilitarismo americano.³¹

L'introduzione della copertina a colori rappresentò un espediente dal valore sia commerciale, sia propagandistico. Si trattava di un ottimo pretesto per l'aumento del prezzo (che rimase comunque basso rispetto ad altri rotocalchi di qualità), benché non si assista ad una crescita del numero di pagine a colori, ma solo ad una loro diversa distribuzione all'interno dei fascicoli – si è quindi di fronte ad una falsa novità. In maniera più o meno velata, si voleva anche lasciare l'impressione che i tedeschi, nel 1944, fossero ancora in grado di garantire innovazioni tec-

²⁹ Cfr. *ivi*, pp. 164 ss.

³⁰ *Ivi*, p. 168.

³¹ All'inizio della guerra la propaganda europea è incentrata, in "Signal", sulla riprovazione per la politica estera continentale dopo la pace di Versailles. I soldati tedeschi sono descritti come portatori di pace e benessere, come «costruttori del futuro», così che «Guerra e occupazione appaiono in questo senso come un male necessario». Di fronte all'avanzata sovietica, in "Signal" cresce il motivo della resistenza antibolscevica da parte di una forte comunità europea, della quale si svisceravano radici e cultura comuni, giungendo anche a conclusioni improbabili e antistoriche (cfr. ad esempio *Die Medici. Ein Welt-Handelsbaus der Renaissance*, in "Signal", n. 11, giugno 1943, pp. 30 ss.). Cfr. RUTZ, *Signal*, p. 168 e pp. 253 ss. (le citazioni riportate si trovano a p. 260, traduzione mia) per la propaganda europea e PETER REICHEL, *Der schöne Schein des Dritten Reiches. Faszination und Gewalt des Faschismus*, München-Wien, Carl Hanser Verlag, 1991, pp. 104-105.

niche e perfezione formale e quindi anche eventualmente di cambiare in loro favore le sorti della guerra.³²

Proprio la rappresentazione del conflitto in corso fu il fulcro delle edizioni di "Signal", almeno nei primi anni di guerra, quando ancora era possibile raccontare senza imbarazzi di sorta l'effettiva avanzata della Wehrmacht. Il desiderio del lettore di avvicinarsi al campo di battaglia, il fascino della tecnica al servizio delle azioni militari e le imprese eroiche dei combattenti fecero dunque la fortuna del quindicinale, anche se neppure durante il primo anno di vita del periodico, con Harald Lechenperg redattore capo (fino al giugno 1941), esso si dimostrò monotematico, pur mantenendo un'ovvia impronta militare.³³ Ciò nondimeno i successori di Lechenperg, Heinz Medefind (nel 1941) e Wilhelm Reetz (tra il 1942 e il 1944) accentuarono la combinazione di argomenti diversi, dando a volte l'impressione di eccessiva diversificazione anche se non certo di scarsa originalità.³⁴ Era stato lo stesso Goebbels ad emanare speciali direttive per impedire che "Signal" si riducesse ad un noioso periodico militare, che, come tale, sarebbe risultato inutile dal punto di vista propagandistico nei confronti delle grandi masse. Ad essere affrontati erano infatti anche argomenti decisamente più leggeri e a volte persino frivoli rispetto a quelli prettamente militari, perché si voleva che target del periodico fosse la famiglia al suo completo, comprese le donne (molti sono gli articoli e le immagini dedicati alla moda in tempo di guerra) e i bambini (nei primi numeri della rivista un'intera pagina era dedicata a vignette e storielle divertenti, ma anche reportage originali e curiosità scientifiche potevano richiamare l'attenzione dei più piccoli). La sagace mescolanza di resoconti, disegni, servizi fotografici, lasciava inequivocabilmente trasparire, «dietro l'accostamento e l'unione di temi "seri" e di temi "superficiali", [...] l'obiettivo di offrire ad ognuno qualcosa».³⁵ Solo attraverso tale accorgimento era possibile fare in modo che la propaganda, di cui "Signal" era un nobile ma tutto sommato palese contenitore, raggiungesse un pubblico di lettori che fosse il più vasto possibile. Per questo motivo la combinazione di argomenti gravi e di temi

³² RUTZ, *Signal*, p. 169.

³³ *Ivi*, pp. 116 ss.

³⁴ *Ibid.*

³⁵ *Ivi*, p. 66 (traduzione mia).

più frivoli da una parte e l'uso di una vasta gamma di forme comunicative dall'altra si univa alla scelta di base della traduzione in molte lingue: attraverso le traduzioni potevano essere le masse ad assorbire la propaganda, e non l'intelligenza, tendenzialmente in grado di leggere giornali scritti in una lingua straniera.³⁶

Le prime pagine di ciascun numero sono occupate dalla corrispondenza di guerra, basata generalmente sui pareri dei redattori o delle autorità militari e ben poco interessante dal punto di vista informativo. Il rotocalco batteva la strada della diffusione di massa puntando sulla possibilità di vedere la guerra quasi "in diretta" grazie al lavoro dei fotografi delle forze armate: ogni articolo è infatti arricchito da più immagini dal fronte, perché lo scopo dichiarato è procurare al lettore l'impressione di essere presente sul campo di battaglia. Dal punto di vista programmatico, infatti, un articolo del giugno 1940 rivela come si voleva che l'*autenticità* fosse il canone del rotocalco della Wehrmacht.³⁷ Grazie ai professionisti delle *Propaganda-Kompanien*,³⁸ i reportage fotografici potevano essere confezionati al fronte direttamente da reporter-soldati: nella concezione della redazione di "Signal" questo raro privilegio avrebbe permesso a chiunque, operaio o contadino, casalinga o impiegato pubblico, di vivere in prima persona gli avvenimenti bellici, grazie ad un contatto che si diceva essere diretto grazie alle immagini.³⁹ Tale possibilità avrebbe dovuto rafforzare, negli intenti dei propagandisti della Wehrmacht, l'unità spirituale della nazione tedesca, per raggiungere la quale era necessario che ciascuno assumesse il proprio ruolo nel combattere la guerra. Tuttavia è difficile credere nella globale attendibilità dei servizi fotografici e delle notizie riportate: non solo il rotocalco per l'estero era impossibilitato, di fronte alla modernità e alla velocità della guerra, a fornire resoconti attuali, vista la cadenza bisettimanale della pubblicazione,⁴⁰ ma soprattutto era stato esplicitamente prestabilito che in "Signal"

³⁶ Cfr. *ivi*, p. 73.

³⁷ P.K. *Wie entsteht der deutsche Kriegsbericht?*, in "Signal", n. 5, giugno 1940. Dove non diversamente specificato, si fa riferimento all'edizione tedesca.

³⁸ Cfr. KOHLMANN-VIAND, *NS-Propaganda im Zweiten Weltkrieg*, pp. 46-53.

³⁹ Sul desiderio di notizie e informazioni cfr. HALE, *Presse in der Zwangsjacke*, pp. 275 ss.

⁴⁰ Cfr. ROLF SACHSSE, *Die Erziehung zum Wegsehen. Fotografie im NS-Staat*, Dresden, Philo Fine Arts, 2003, p. 200. L'entrata in guerra dell'Italia, ad esempio, viene annunciata oltre un mese dopo. Cfr. *Taten sprechen*, in "Signal", n. 7, luglio 1940.

la correttezza della rappresentazione degli avvenimenti militari dovesse passare in secondo piano rispetto ai preponderanti obiettivi propagandistici.⁴¹ Per questo motivo, le fotografie stesse erano spesso "costruite" in modo da corrispondere alle esigenze della propaganda, sia che si trattasse di immagini di carri armati in fiamme, sia che ad essere tematizzati fossero momenti della dolce vita berlinese, che proseguiva nonostante i bombardamenti degli Alleati. I molti servizi fotografici dedicati a personaggi famosi o a perfetti sconosciuti si rivelavano a volte poco brillanti nel nascondere l'artificio,⁴² ma riconoscere la falsificazione di immagini dal fronte era particolarmente difficile per l'occhio di un lettore profano e soprattutto inesperto di cose militari.

La rappresentazione della guerra subì negli anni un ovvio mutamento, adattandosi alle contingenze militari e agli ordini impartiti dall'alto. In una prima fase

... *Signal* descriveva una guerra facile da vincere, una guerra ricca di avventure, gloria, eroismo, cameratismo e "radioso romanticismo", una guerra sostenuta con energia, correttezza sportiva, moderna tecnica delle armi, raffinata tecnica militare e [...] nazionalismo.⁴³

Il conflitto appariva come un gioco e i soldati tedeschi sembravano non trovare ostacoli nella loro avanzata, ma si chinavano sugli sconfitti come soccorritori. Solo in seguito ai primi arretramenti verificatisi sul fronte russo, fatti passare per necessità meramente tattica, si assiste ad un mutamento della rappresentazione della situazione militare, riscontrabile in una decisa insistenza sugli orrori perpetrati in Unione Sovietica, attraverso il metodo della «forza attraverso la paura» («Kraft durch Furcht»)⁴⁴. In trasparenza è facile vederne il chiaro intento propagandistico, nel momento in cui si supponeva che le atrocità commesse nell'Est europeo si sarebbero ripetute su tutto il continente, se fosse venuta meno la resistenza tedesca. La Germania assurgeva quindi a scudo in difesa

⁴¹ RUTZ, *Signal*, p. 178 e KOSZYK, *Deutsche Presse 1914-1945*, pp. 425 ss.

⁴² Cfr. ad esempio HANNS HUBMANN, *Glück im Krieg*, in "Signal", n. 7, maggio 1940.

⁴³ RUTZ, *Signal*, pp. 176-177 (corsivo nel testo, traduzione mia).

⁴⁴ Cfr. *ivi*, p. 211 e JÖRG BOHSE, *Inszenierte Kriegsbegeisterung und ohnmächtiger Friedenswille. Meinungslenkung und Propaganda im Nationalsozialismus*, Stuttgart, Metzler, 1988.

dell'Europa,⁴⁵ di fronte ad avvenimenti orripilanti come il massacro di ufficiali polacchi da parte dei Sovietici presso Katyn, cui "Signal" dedicò diversi servizi fotografici, insistentemente realistici.⁴⁶ Tuttavia è probabile che, quando la Germania risultò accerchiata, i redattori stessi persero l'esatta cognizione della realtà delle cose, per cui «il contenuto del rotocalco non si orientava più in maniera primaria ai fatti», bensì consisteva «nella costante ripetizione di esortazioni a resistere».⁴⁷

Con l'aggravarsi della situazione militare divenne sempre più preponderante, rispetto ai resoconti militari, la seconda parte nel rotocalco, che era dedicata ad una varietà di temi che all'apparenza potevano non avere nulla a che fare con la guerra e in cui risulta particolarmente evidente la mescolanza contenutistica richiesta dal Ministero della Propaganda. Ad avere un ruolo di primo piano era la propaganda culturale della Germania nazista: porre l'accento sulla cultura ed in particolare sulla musica – Mozart, gli Strauss – significava dare risalto alla presunta superiorità tedesca e legittimare così indirettamente agli occhi dei lettori europei le conquiste militari.⁴⁸ Oltre alla cultura alta, molte pagine erano dedicate al cinema, al varietà, alla rivista e all'operetta,⁴⁹ manifestazioni culturali particolarmente apprezzate dai tedeschi stessi perché da esse veniva rimosso ogni riferimento politico, anche se, quando Zarah Leander intonava *Davon geht die Welt nicht unter* (il mondo non crolla per questo), o *Ich weiß, es wird einmal ein Wunder geschehen* (so che un giorno accadrà un miracolo),⁵⁰ oppure si dedicava un articolo alla celeberrima *Lili Marleen*,⁵¹ lo svago trovava coincidenza con l'esortazione a resistere agli Alleati e quindi con le disposizioni stesse del Ministero.⁵² La propaganda culturale per l'estero, basata sulle manifestazioni artistiche che si svolgevano in Germania, mostrava le molteplici possibilità di divertimento offerte ai tedeschi persino durante la guerra e presentava così un popolo spensierato perché comunque certo della vittoria finale.

⁴⁵ Cfr. ad esempio WILHELM EHMER, *Der Schild vor Europa. Von den geistigen Grundlagen des deutschen Soldatentums*, in "Signal", n. 6, marzo 1943, pp. 2 ss.

⁴⁶ Cfr. *Dokument Katyn*, in "Signal", n. 12, giugno 1943.

⁴⁷ RUTZ, *Signal*, p. 249 (traduzione mia).

⁴⁸ *Ivi*, pp. 350-351.

⁴⁹ Cfr. ANDREA WINKLER-MAYERHÖFER, *Starkult als Propaganda-Mittel. Studien zum Unterhaltungsfilm im Dritten Reich*, München, Ölschläger, 1992.

⁵⁰ Cfr. la controcopertina in "Signal", n. 2, gennaio 1942.

⁵¹ Cfr. *...mit dir, Lili Marleen*, *Ibid.*

⁵² Cfr. REICHEL, *Der schöne Schein des Dritten Reiches*, pp. 180 ss.

Alla propaganda culturale si affiancava la propaganda sociale: lo stato nazista veniva descritto come ricco e ordinato, in grado di garantire istruzione e servizi a donne e uomini di qualsiasi estrazione sociale. La presunta superiorità tedesca si doveva esprimere nell'organizzazione statale perché ancora una volta si desiderava che il lettore straniero constataste come anche nel mezzo delle vicende belliche fosse possibile, almeno all'apparenza, essere felici. Lo dimostravano i servizi dedicati alle famiglie tedesche che trascorrevano le vacanze sul Mar Baltico, oppure ai soldati che, impossibilitati a tornare dal fronte, si sposavano per procura, sfoderando comunque un largo sorriso.⁵³ Nel momento in cui giovani ragazze berlinesi si impegnavano in umili lavori per sostituire gli uomini al fronte e poi si davano da fare per apparire alla moda sfruttando vestiti comprati prima della guerra, oppure quando la dorifora, grave pericolo per i raccolti di patate, veniva dichiarata minaccia per l'intera Europa,⁵⁴ l'intento propagandistico si faceva presente anche dove è meno immaginabile trovarlo. In questo senso, la propaganda migliore era senza alcun dubbio il sorriso: immagini di ballerine sorridenti che svolgevano il loro compito a sostegno degli uomini al fronte, donne che camminavano a braccetto fra le macerie della loro città bombardata come se nulla fosse accaduto, soldati di ritorno dal fronte che riabbracciavano i loro cari tornando a casa, giovani scandinavi o ragazze parigine che familiarizzavano con l'occupante tedesco, tutti mostravano uno smagliante sorriso, che voleva essere la lampante dimostrazione dell'accettazione dell'invasore da parte degli europei e della forza dell'anima tedesca, anche quando ormai nessuno poteva più credere nella vittoria.⁵⁵

Dato che particolarmente richieste, per via della loro lampante efficacia propagandistica, erano le fotografie che potessero procurare una forte impressione, oltre alle scene di grandi masse e di battaglia, di notevole rilevanza erano le immagini che mettevano in risalto l'elemento umano: le pagine di "Signal" erano ricche dei volti dei protagonisti della guerra, ovvero i soldati, che combattevano sul campo, ma anche le loro mogli avevano un ruolo ben preciso, perché, fossero esse ballerine della rivista o tranquille madri di famiglia, si diceva che combattessero a loro volta sul

⁵³ Cfr. HUBMANN, *Glück im Krieg*.

⁵⁴ *Ein Feind Europas*, in "Signal", n. 14, luglio 1941.

⁵⁵ Cfr. WALTHER KIAULEHN - H. HUBMANN, *Von den Grenzen des Erträglichen*, in "Signal", n. 16, ottobre 1944 (vedi fig. 1).



Figura 1 – Passeggiando tra le macerie di Berlino. WALTHER KIAULEHN - HANNES HUBMANN, *Von den Grenzen des Erträglichen*, in "Signal", n. 16, ottobre 1944 (immagine tratta da RAINER RUTZ, *Signal. Eine deutsche Auslandsillustrierte als Propagandainstrument im Zweiten Weltkrieg*, Essen, Klartext, 2007).

fronte interno. Tale procedimento, che si potrebbe chiamare «personalizzazione»,⁵⁶ corrispondeva certo ad una precisa imposizione dall'alto quando, a guerra ormai manifestamente persa, le esortazioni a resistere prescrivevano di dare risalto non alla tecnica ma all'uomo, in una sorta di culto degli eroi – non solo i morti, ma anche coloro che, ancora in campo per combattere, erano già virtualmente sacrificati.⁵⁷ In "Signal" la personalizzazione era stata tuttavia fin dai primi numeri un fattore determinante, a tal punto che l'obiettivo fotografico era andato ad inquadrare in primo piano non solo le belle mogli dei combattenti, ma anche gli sconfitti e persino neri ed ebrei.⁵⁸ Il volto rappresenta l'estrema caratterizzazione del singolo ed è istintivamente in grado di risvegliare il fattore emozionale, ma esso può anche, paradossalmente, indicare la cancellazione di ogni tratto individuale se affiancato ad altre immagini analoghe, procedimento sempre adottato in "Signal", a dire che l'individuo è nulla, la *Gemeinschaft*, la comunità nazionale, è tutto: non solo la singola fotografia può avere effetti di condizionamento ideologico, ma anche la disposizione stessa delle immagini porta sempre con sé un significato ben preciso.⁵⁹

La precedenza data alla propaganda doveva chiaramente essere rispecchiata anche dalle rappresentazioni grafiche. Esse avevano in "Signal" un ruolo ben definito, andando ad accompagnare gli articoli teorici di politica e di economia, sia perché era in quei casi più difficile trovare fotografie suggestive e di attualità, sia perché grafici e cartine supportavano il lettore nella lettura di testi spesso impegnativi.⁶⁰ Le illustrazioni non ave-

⁵⁶ Per il punto di vista storico-antropologico, cfr. THOMAS MACHO, *Vision und Visage. Überlegungen zur Faszinationsgeschichte der Medien*, in WOLFGANG MÜLLER-FUNK - HANS ULRICH RECK (hrsg.), *Inszenierte Imagination. Beiträge zu einer historischen Anthropologie der Medien*, Wien-New York, Springer, 1996, pp. 87-108.

⁵⁷ Cfr. ad esempio *Ich will für das neue Europa kämpfen*, in "Signal", n. 14, luglio 1941 e H. HUBMANN, *Für Europa*, in "Signal", n. 4, febbraio 1942. Casi analoghi sono riscontrabili anche in "Das Reich", ma questo procedimento in "Signal" assume, anche dal punto di vista quantitativo, una dimensione tale da spingere ad una riflessione ulteriore.

⁵⁸ Cfr. ad esempio *Verteidiger der "Zivilisation"*, in "Signal", n. 7, luglio 1940 e il primo piano di un prigioniero inglese in *Der Sieg im Westen – Eine Ausstellung der deutschen Wehrmacht in Wien*, in "Signal", n. 2, gennaio 1941. (vedi tav. XXIII).

⁵⁹ Il caso più significativo si riscontra nell'articolo *Das geht auch dich an!*, in "Signal", n. 5, marzo 1944.

⁶⁰ Cfr. ad esempio *Der Frieden, der nicht leben konnte*, in "Signal", n. 7, marzo 1943 oppure *Europa – Schlachtfeld eines dritten Weltkrieges?*, in "Signal", n. 10, maggio 1943.

vano tuttavia un ruolo meramente di secondo piano rispetto alle fotografie, come dimostrato dal fatto che per "Signal" si cercò di guadagnare, come già era avvenuto per i fotografi, la collaborazione dei migliori professionisti. L'apparato iconografico funzionava come surrogato delle fotografie quando era impossibile procurarsi le immagini desiderate,⁶¹ oppure esso doveva rappresentare la guerra, secondo un'inconsueta prospettiva, dalle linee nemiche.⁶² Ciò nondimeno, «le illustrazioni grafiche furono impiegate anche per fissare determinate scene, che attraverso le particolari possibilità del disegno erano da trattare in maniera più spontanea, drammatica e diretta di quanto le condizioni della fotografia a quell'epoca permettessero».⁶³ Da questo punto di vista, l'episodio più sintomatico fu la battaglia di Stalingrado: "Signal" aveva per mesi istigato l'odio antibolscevico,⁶⁴ per poi interrompere il resoconto dell'Operazione Barbarossa quando la sconfitta era risultata evidente; il rotocalco tornò ad affrontare l'argomento nel secondo numero di marzo 1943 attraverso il velo del mito, in un evidente parallelo con gli uomini di Leonida e la loro eroica resistenza ed esclusivamente con illustrazioni firmate da Hans Liska (1907-1983), che aiutavano il lettore ad inserire l'evento in una dimensione prettamente epica, distaccandolo dalla realtà fattuale:⁶⁵ l'illustrazione può infatti rendere eroica una sconfitta, perché può, con maggiore libertà espressiva rispetto alla fotografia, rendere visibile anche ciò che in realtà *non esiste*.⁶⁶

Negli anni l'organizzazione interna dei singoli numeri subì alcuni significativi cambiamenti, in relazione sia all'evoluzione interna della redazione, con l'avvicendamento di nuovi redattori capo, sia al variare delle direttive ministeriali. "Signal" rimase comunque un quindicinale corposo: fino all'aprile del 1942 ogni fascicolo contava 48 pagine, che scesero poi a 40, pur mantenendo stabilmente ben otto pagine a colori,

⁶¹ Cfr. ad esempio HANS LISKA, *Neue Waffen gegen Bomber*, in "Signal", n. 23, dicembre 1943.

⁶² Cfr. MICHAEL LIPP, *Bildpropaganda im Dritten Reich. Die Illustrationen in den Zeitschriften unter der nationalsozialistischen Diktatur in Deutschland*, St. Katharinen, Scripta Mercaturae Verlag, 1999, pp. 43-47.

⁶³ *Ivi*, p. 44 (traduzione mia).

⁶⁴ Cfr. ORTWIN BUCHBENDER, *Das tönende Erz. Deutsche Propaganda gegen die Rote Armee im Zweiten Weltkrieg*, Stuttgart, Seewald Verlag, 1978.

⁶⁵ EHMER, *Der Schild vor Europa*. (vedi fig. 2).

⁶⁶ Cfr. RUTZ, *Signal*, p. 171.



Figura 2 – In difesa dell'Europa. WILHELM EHMER - HANS LISKA, *Der Schild vor Europa. Von den geistigen Grundlagen des deutschen Soldatentums*, in "Signal", n. 6, marzo 1943 (immagine tratta da SYDNEY L. MAYER [a c. di], *Hitler's wartime picture magazine Signal*, London, Bison Books, 1976).

oltretutto di ottima qualità. Si trattava di un fatto abbastanza raro perfino nel panorama giornalistico europeo. Ciò che tuttavia colpisce è l'assoluta mancanza di uno schema interno riconoscibile, almeno nei primi anni di vita del quindicinale: solo a partire dal gennaio 1943 l'indice divenne infatti una presenza fissa. Esso era suddiviso in tre sezioni, in riferimento all'andamento del conflitto, alla sua dimensione europea e alla vita all'interno del Reich. L'indice ha solitamente il compito di dare un senso di ordine ed omogeneità ad una rivista ed in effetti negli anni il quindicinale si fece più strutturato: se in precedenza, per fare un esempio, spesso un articolo veniva interrotto e ripreso dopo molte pagine, impedendo in questo modo la lettura continuativa di un brano, in seguito si preferì evitare questo tipo di procedimento per rendere più agevole la comprensione. È tuttavia significativo constatare come, nei primi anni di vita del periodico, l'interruzione degli articoli non riguardasse i servizi fotografici, bensì esclusivamente gli articoli degli opinionisti, scelta che precisa una volta di più la centralità dell'immagine fotografica rispetto alla parola scritta nel rotocalco per l'estero della Wehrmacht.

Un ulteriore accorgimento al quale la redazione ricorse per dare maggiore uniformità al quindicinale fu l'introduzione di alcune rubriche fisse. Tra queste, la più significativa era "Americana", che, a partire dall'agosto 1943, prendeva in esame svariati aspetti negativi della cultura statunitense. Seguendo la vena di antiamericanismo presente in "Signal" già prima dell'entrata in guerra degli Stati Uniti, ritenuti «luogo di ritrovo di una élite affamata di dominio sul mondo intero»,⁶⁷ gli alti tassi di criminalità, l'avidità e la presunta indecenza dei balli praticati venivano assurti a paradigma della supposta degenerazione morale d'oltreoceano.⁶⁸

Le innovazioni apportate al rotocalco a partire dal 1943 sono da ricondurre in buona parte a Giselher Wirsing (1907-1975),⁶⁹ il quale determinava, con i suoi numerosi scritti e la sua energica azione, la linea del quindicinale, sovrapponendosi a Wilhelm Reetz anche ben prima di essere ufficialmente nominato redattore capo nel 1945. Scrittore della

⁶⁷ RUTZ, *Signal*, p. 223 (traduzione mia).

⁶⁸ Cfr., ad esempio, l'articolo *Zoot suiters - jitterbug*, in "Signal", n. 20, ottobre 1943, che delinea i problemi causati in California dagli immigrati messicani e descrive in termini spregiati le danze in voga negli Stati Uniti.

⁶⁹ Cfr. NORBERT FREI - JOHANNES SCHMITZ, *Journalismus im Dritten Reich*, München, Verlag C. H. Beck, 1999, pp. 173 ss.

Destra antidemocratica, iscritto alla NSDAP dal 1940 e, benché vicino all'ideologia nazista, estraneo agli eccessi di fanatismo, Wirsing portò in "Signal" la sua «missione politica», ovvero il suo marcato spirito antioccidentale. Infatti,

come un filo rosso la discussione su Inghilterra e America percorre i suoi articoli, lunghi ma non prolissi. L'antisemitismo sembra averlo in fondo interessato solo nel momento in cui egli era convinto di una fatale influenza del "giudaismo mondiale" sui rapporti internazionali e in particolare sulla politica britannica e americana.⁷⁰

All'antiamericanismo si affiancò, negli articoli di Wirsing, l'ossessione per il bolscevismo che, con la sua avanzata a seguito dell'Armata Rossa, andava a vanificare il progetto di «Europa delle nazioni» che egli aveva previsto, ponendo, secondo la sua ricostruzione, le basi di un terzo conflitto su scala mondiale.⁷¹ È probabile che il ruolo di primo piano svolto in "Signal" fosse parte di una personale strategia, tesa all'acquisto di influenza e prestigio all'interno degli ambienti politici nazisti e proseguita, senza troppe difficoltà, anche dopo la guerra, a partire dalle pagine del settimanale dei conservatori evangelici "Christ und Welt", poiché

... Wirsing considerava anche la MNN⁷² non come semplice cassa di risonanza delle idee del regime, bensì come un forum politico per sé e per i suoi amici; non voleva essere propagandista e neppure interprete della politica: gli editoriali di Wirsing sono scritti guardando "verso l'alto", con la coscienza di un consigliere dei potenti.⁷³

Tuttavia, oltre alla volontà d'imporsi dello stesso Wirsing, è probabile che dietro la sua ascesa ci fosse Goebbels, il quale desiderava aumentare il proprio potere decisionale su quello che si era rivelato l'organo di propaganda per l'estero più incisivo all'interno della strategia globale

⁷⁰ *Ivi*, p. 175.

⁷¹ Cfr. GISELHER WIRSING, *Die Saat für den dritten Weltkrieg*, in "Signal", n. 10, maggio 1943.

⁷² "Münchner Neueste Nachrichten", di cui Wirsing era editorialista.

⁷³ FREI - SCHMITZ, *Journalismus im Dritten Reich*, p. 176.

nazista. La tarda designazione di Wirsing a capo della redazione potrebbe altresì corrispondere alla volontà della OKW/WPr di collegarsi in maniera diretta al centro del potere, viste le crescenti difficoltà editoriali nel contesto di una guerra al suo epilogo.

“Signal” era stato concepito *in primis* come strumento propagandistico, ma, in quanto prodotto del Deutscher Verlag, esso non era mai stato estraneo alla logica del profitto. Per questa ragione l’esigenza di pubblicare fotografie accattivanti per spingere all’acquisto – intento economico – e alla lettura del periodico – intento propagandistico – si riscontra anche nel tipo di bellezza femminile proposto: in “Signal” abbondavano le nudità femminili e i riferimenti alla sessualità come puro godimento erano molteplici.⁷⁴ Le belle donne avevano infatti il ruolo di “eye-catcher” per il malizioso pubblico maschile, e infatti i fotografi ingaggiati da “Signal” non si facevano sfuggire occasioni per ritrarre donne in pose che, in alcuni casi, anche oggi risulterebbero audaci, soprattutto per le implicazioni sessuali tutt’altro che celate.⁷⁵ Ad essere rappresentate erano non soltanto attrici e ballerine fotografate spesso dietro le quinte, ma anche donne comuni sul posto di lavoro o in vacanza al mare. A dire il vero non mancavano neppure le nudità maschili, che dovevano spingere alla lettura del rotocalco anche il pubblico femminile, senza dimenticare una certa componente omoerotica, riconducibile al cameratismo vissuto dai soldati al fronte.⁷⁶

Tali considerazioni provano che l’incredibile successo del rotocalco per l’estero era dovuto alla capacità di parlare a tutte le classi sociali, che era propria del modo di presentarsi del movimento nazionalsocialista stesso.⁷⁷ Tale prerogativa si giocava, in “Signal”, sostanzialmente su tre livel-

⁷⁴ Rispetto alla morigeratezza altrove caratteristica e invece già poco comune nella Germania d’inizio secolo, il rapporto dei nazisti con la sessualità, più volte indagato e spesso frainteso, rivela una grande attenzione al corpo secondo un’ideologia che si basava sul contatto con la natura e sul godimento fisico separato dalla procreazione. Cfr. DAGMAR HERZOG, *Die Politisierung der Lust. Sexualität in der deutschen Geschichte des zwanzigsten Jahrhunderts*, München, Siedler, 2005, pp. 15-81.

⁷⁵ Cfr. ad esempio CONRAD WEIDENBAUM, *Tanzende Anmut*, in “Signal”, n. 1, gennaio 1941 (vedi tav. XXIV); *Sabine vor, im und nach dem Bade*, in “Signal”, n. 12, giugno 1943; *Partner gesucht*, in “Signal”, n. 10, maggio 1944.

⁷⁶ Cfr. ad esempio PK UECKER, *Afrikanische Sonne - einmal angenehm*, in “Signal”, n. 20, ottobre 1942.

⁷⁷ Cfr. REICHEL, *Der schöne Schein des Dritten Reiches*, p. 157.

li: innanzitutto la bellezza del prodotto giornalistico in se stesso, data dal layout sobrio e soprattutto dalle fotografie, alcune delle quali affascinanti non solo perché scattate da soldati direttamente impegnati in battaglia, ma anche perché oggettivamente di ottima fattura, senza dimenticare la presenza delle pagine a colori. In secondo luogo, di grande interesse era l'attenzione alla tecnica, cui "Signal" dedicava sempre un cospicuo numero di pagine e che faceva spesso riferimento sia alla modernità della guerra sia alla modernità del mezzo fotografico stesso, con esperimenti talvolta bizzarri.⁷⁸ Altri lettori, infine, potevano essere maliziosamente attratti dalle belle donne che abbondavano nelle pagine in rotocalco e dai centimetri di pelle nuda messi sempre bene in evidenza, perché, anche nelle immagini che più erano connotate dal punto di vista sessuale, l'obiettivo di "Signal" era fare in modo che ogni potenziale lettore, uomo o donna, adulto o bambino, abitante della città o agricoltore, trovasse un elemento particolarmente interessante, così da spingerlo ad acquistare il quindicinale e, sfogliandolo, ad assorbirne la propaganda.

"Signal" e l'Italia

Attraverso il fotogiornalismo di "Signal" venivano dunque diffuse in tutta Europa, ad ogni livello sociale, una nuova estetica e una nuova etica, perché la modernità delle immagini e del prodotto giornalistico si affiancava a valori in parte estranei alle culture locali, anche sul piano sessuale oltre che politico e latamente culturale, propagandati come fondamento per una nuova Europa. Il periodico illustrato rappresentava proprio per questo motivo un problema per le autorità civili e religiose italiane: esse rifiutavano risolutamente qualsiasi ingerenza nella formazione degli italiani, che erano tuttavia attratti dall'assoluta modernità del rotocalco della Wehrmacht. La reazione più dura fu quella, già riferita, de "L'osservatore romano", immediatamente dopo l'uscita dei primi numeri della rivista, benché non si possa escludere un giudizio indiretto, da parte del quotidiano vaticano, sulla guerra in corso, giudizio fatto ricadere sullo strumento propagandistico tedesco. L'accusa era di aver oltrag-

⁷⁸ Cfr. ad esempio gli esperimenti fotografici in "Signal", n. 3, febbraio 1941, oppure *Blick ins Unsichtbare*, in "Signal", n. 1, gennaio 1943, in cui la fotografia è messa al servizio della scienza.

giato la morale del popolo italiano, e la richiesta di immediati provvedimenti nei confronti di "Segnale" era tutt'altro che velata.

Alle Autorità competenti, che dopo la benefica epurazione d'ogni bassa licenziosità d'altri tempi, non tollererebbero mai che giornale o rivista italiana giungesse a tale spregio del sentimento, dell'educazione, della virile gentilezza di nostra gente, alle Autorità competenti segnaliamo l'abuso oltraggioso non solo per il buon costume, ma per la lingua vilipesa non meno della morale.⁷⁹

Da rilevare è il fatto che, pur non menzionando l'origine tedesca del rotocalco, pubblicato proprio nel Paese impegnato in una guerra criticata sulle pagine della stessa edizione del quotidiano, la natura prettamente propagandistica di "Segnale" viene subito smascherata, dimostrando come non fosse possibile confondere il rotocalco con una normale iniziativa editoriale. Sulla scorta di questa autorevole opinione, la circolazione del periodico fu sospesa,⁸⁰ forse su pressione di Mussolini. L'ambasciatore tedesco a Roma, Hans Georg von Mackensen, aveva infatti riportato alla redazione berlinese le presunte rimostranze del duce, giuntegli attraverso Alessandro Pavolini, Ministro della Cultura Popolare.⁸¹ Tali proteste non hanno finora trovato riscontro nei documenti,⁸² ma certamente il problema era presente e appare chiaro che la verosimile oscenità di certe fotografie sia stata solo l'occasione e il pretesto per cercare di evitare l'ingerenza tedesca nel

⁷⁹ *Segnale*, in "L'osservatore romano", 26 aprile 1940, p. 3.

⁸⁰ La sospensione della diffusione di "Signal" in Italia non ha trovato riscontro nelle carte del Ministero della Cultura Popolare presso l'Archivio Centrale dello Stato, poiché gli appunti per il Ministro ivi conservati sono verosimilmente tutti precedenti alla guerra e quindi alla pubblicazione di "Signal". Archivio Centrale dello Stato (d'ora in poi ACS), *Ministero della Cultura Popolare, Gabinetto*, b. 18, *Giornali sottoposti a divieto di introduzione e circolazione nel Regno*.

⁸¹ Cfr. RUTZ, *Signal*, p. 70.

⁸² Una ricerca da me condotta presso l'Archivio Centrale dello Stato sulle carte della Segreteria particolare del duce non ha individuato alcun riferimento rilevante alla rivista della Wehrmacht. Il solo accenno a "Signal" riguarda la richiesta, da parte del pittore e accademico d'Italia Pietro Gaudenzi, di ritrarre il duce su incarico della Deutsch-Italienische Kulturgesellschaft (Associazione di cultura italo-tedesca) di Berlino, e di far fotografare la seduta dal fotografo Eugen Haas per il rotocalco della Wehrmacht. ACS, *Segreteria particolare del duce, carteggio ordinario*, n. 521.810/2, «Appunto per la segreteria particolare del duce», 28 marzo 1942.

settore propagandistico italiano.⁸³ Il divieto di distribuzione in Italia fu certamente un duro colpo per l'OKW/WPr, dato che anche Romania, Grecia e Lussemburgo seguirono l'esempio italiano. Il progetto, tuttavia, doveva essere considerato talmente importante da spingere il Ministero degli Esteri tedesco (che nel 1940 ancora collaborava con la redazione del rotocalco) a fare pressioni, in modo da appianare rapidamente le difficoltà. Per andare incontro alle richieste delle autorità del nostro Paese, l'edizione italiana, "Segnale", di cui erano usciti pochissimi numeri, fu sostituita da un'edizione bilingue in tedesco e in italiano che manteneva il nome dell'edizione di riferimento, "Signal" appunto, e che presentava i testi prevalentemente in tedesco con solo titoli e didascalie e alcuni brevi articoli riassuntivi in italiano e che solo di rado dava uguale spazio alle due lingue. Così facendo si voleva scoraggiare l'acquisto del periodico, nella consapevolezza che la presenza nella stessa pagina di due lingue diverse, di cui una sconosciuta ai più e certo non facilmente decifrabile, avrebbe infastidito i lettori. Tuttavia furono i propagandisti della Wehrmacht a vincere la sfida, come dimostrato dal costante successo di vendite: ciò significa che per il lettore medio l'immagine predomina sul testo scritto, per via dell'apparente immediatezza del messaggio insito nella comunicazione visiva, che è comunque in grado di fornire in un solo colpo d'occhio il contenuto propagandistico di molti articoli e proclami.

I contrattempi inizialmente verificatisi nella distribuzione in Italia del rotocalco della Wehrmacht e la conseguente pubblicazione dell'edizione bilingue influirono indubbiamente sui rapporti che intercorrevano, a diversi livelli, fra Ministero della Cultura Popolare e Ministero degli Esteri da una parte, guidati rispettivamente da Alessandro Pavolini e Galeazzo Ciano, e Ministero della Propaganda di Goebbels e ambasciata tedesca a Roma dall'altra. Nel contesto dell'accordo culturale italo-tedesco,⁸⁴ che

⁸³ Cfr. RUTZ, *Signal*, p. 70. Purtroppo in ACS, *Ministero della Cultura Popolare, Gabinetto*, b. 69, fasc. 448, *Germania varie*, il sottofascicolo *Ingenere delle autorità tedesche sulla nostra stampa* è risultato essere privo di documenti al suo interno.

⁸⁴ Cfr. JENS PETERSEN, *L'accordo culturale fra l'Italia e la Germania del 23 novembre 1938*, in KARL DIETRICH BRACHER - LEO VALLANI (a c. di), *Fascismo e nazionalsocialismo*, Bologna, il Mulino, Annali dell'Istituto storico italo-germanico, 1986, pp. 331-387 e ANDREA HOFFEND, *Zwischen Kultur-Achse und Kulturkampf. Die Beziehungen zwischen «Drittem Reich» und faschistischem Italien in den Bereichen Medien, Kunst, Wissenschaft und Rassenfrage*, Frankfurt/M., Lang, 1998.

già prevedeva contatti a livello ufficiale, si colloca una serie di scambi epistolari riguardanti la ricerca di un coordinamento tra i due Paesi, non a caso risalente proprio al giugno-luglio 1940.

L'entrata in guerra dell'Italia rende necessaria in misura ancora maggiore dell'attuale una coordinazione delle misure tedesche ed italiane nel campo della propaganda, della politica di stampa e della politica culturale. Per raggiungere un chiaro parallelismo politico delle misure delle due parti è stato stabilito che tutti gli accordi, intese e conversazioni nel settore della stampa vengano presentati ai competenti Uffici Italiani solo per il tramite della via diplomatica attraverso l'Ambasciata di Germania a Roma, informandone in pari tempo il R. Ministero degli Affari Esteri. Sarebbe molto gradita da parte tedesca, se un'analogia regolazione potesse prendersi in considerazione anche per la trasmissione di desideri, suggerimenti ed iniziative italiane agli uffici interni tedeschi.⁸⁵

È probabile che le autorità italiane non fossero state messe al corrente dell'iniziativa su larga scala intrapresa dalla Wehrmacht con "Signal". Anche quest'ultima accortezza, che sembra essere l'esito indiretto della sospensione della distribuzione della rivista più che una conseguenza della discesa in campo dell'Italia, mostra lo stesso carattere di unilateralità, tant'è vero che si affermava espressamente che il coordinamento «è stato stabilito [...] da parte tedesca»,⁸⁶ ma si esortava vivamente alla reciprocità.⁸⁷

⁸⁵ ACS, *Ministero della Cultura Popolare* [d'ora in poi *Minculpop*], *Gabinetto*, b. 69, fasc. 448, *Germania varie*, comunicazione dell'ambasciata tedesca a Roma, 19 giugno 1940, probabilmente pervenuta al Minculpop in allegato alla lettera di Ciano a Pavolini del 29 giugno 1940. Una tale disposizione era già stata presa dal Ministero degli Esteri del Reich nel 1937, ma «a Berlino era cosa risaputa che una disposizione del genere, considerando per esempio le grandi rivalità con il Ministero della Propaganda, fosse poco più che un pio desiderio» (PETERSEN, *L'accordo culturale fra l'Italia e la Germania*, p. 342).

⁸⁶ ACS, *Minculpop*, *Gabinetto*, b. 69, fasc. 448, *Germania varie*, lettera della Presidenza del Consiglio dei Ministri, «Coordinamento rapporti di cultura, stampa e propaganda italo-tedeschi», non datata.

⁸⁷ Sempre al giugno 1940 risalgono i primi contatti tra Goebbels e Pavolini per uno scambio di conoscenze specialistiche a livello dei quadri tecnici dei due ministeri. Cfr. ACS, *ivi*, Goebbels a Pavolini, 26 giugno 1940 e il resoconto del viaggio in Germania della delegazione guidata dal colonnello Sergio Pinelli, in visita all'OKW/WPr, in ACS, *Minculpop*, *Gabinetto*, b. 69, fasc. 449, *Germania - Rapporti e contatti tra il Ministero della C. P. e il Ministero Propaganda del Reich anni 1939/40/41*.

Di fronte alla propensione di Ciano ad approvare l'iniziativa tedesca, Pavolini rivendicava un maggiore margine di libertà, facendo risalire tale necessità al modo di procedere del suo Ministero.⁸⁸ Le sue preoccupazioni vennero recepite dalla circolare del capo di gabinetto della Presidenza del Consiglio, che, indirizzata a tutti i Ministeri, stabiliva che

Questa presidenza, convenendo col Ministero degli Affari Esteri sulla opportunità del provvedimento, ritiene necessario che le iniziative di cui sopra è cenno, provenienti da parte italiana, facciano capo al Ministero anzidetto, il quale ne informerà il governo germanico per tramite della nostra Ambasciata a Berlino.

confermando comunque che

Per ciò che si riferisce ai servizi stampa, che per il loro carattere di immediatezza e di contingenza si svolgono normalmente o di persona o per telefono, è tuttavia opportuno che il Ministero della Cultura Popolare si valga di una maggiore elasticità continuando a trattare direttamente con la nostra Rappresentanza a Berlino, e con l'Ambasciata tedesca a Roma.⁸⁹

Nonostante l'evidente laboriosità del progetto, l'edizione italiana di "Signal" non si differenziava nei contenuti dall'edizione standard tedesca, che veniva concepita a Berlino, presso la sede del Deutscher Verlag; dalla centralissima Kochstraße partivano le matrici che avrebbero raggiunto diverse tipografie sparse su tutto il territorio tedesco, scelte in relazione alla loro maggiore vicinanza al mercato del rotocalco nella specifica lingua di traduzione – per l'edizione italiana era stata scelta la città di Dresda.⁹⁰

Gli articoli sulla situazione italiana comparivano irregolarmente, se si eccettua il secondo numero di gennaio 1942, dedicato quasi per intero al nostro Paese, come è evidente fin dalla pagina di copertina, in cui le parole d'ordine «Credere, obbedire, combattere» accompagnano l'istantanea, scattata dal corrispondente di guerra delle *Propaganda-Kompanien* Kenneweg,

⁸⁸ Cfr. ACS, *Minculpop, Gabinetto*, b. 69, fasc. 448, *Germania varie*, Pavolini a Ciano, 6 luglio 1940.

⁸⁹ ACS, *ivi*, *Circolare del Sottosegretario di Stato*, 21 luglio 1940.

⁹⁰ Cfr. RUTZ, *Signal*, p. 90.

che ritrae un bersagliere a torso nudo nell'atto di lanciare eroicamente una bomba a mano.⁹¹ Fin dalle prime pagine del fascicolo sovrabbondano, nelle fotografie e nei testi, i riferimenti all'unità d'azione di Germania e Italia, definite nazioni accomunate dalla battaglia per il futuro dell'Europa,⁹² come attestato anche delle immagini di un incontro tra Ciano e il feldmaresciallo Göring.⁹³ A seguire, un disegno di Hans Liska presenta metaforicamente la Penisola quale enorme portaerei, indicando in che modo l'Italia, collocandosi al centro del bacino del Mediterraneo, potesse, almeno secondo la propaganda, dominare facilmente con la sua flotta aerea l'Europa meridionale.⁹⁴ Una pagina dedicata a Mussolini, ritratto in due diversi momenti, durante un viaggio che si dice portarlo verso le truppe italiane impegnate sul fronte orientale e mentre studia con Hitler una carta geografica,⁹⁵ precede una lunga e dettagliata descrizione delle azioni delle forze armate italiane nei primi mesi di guerra, condotta dal colonnello dell'aeronautica militare Delio Vecchi e tendente, secondo la filosofia di "Signal", a fornire una rappresentazione consona agli obiettivi della propaganda più che un resoconto oggettivo degli avvenimenti.⁹⁶ L'articolo, introdotto da una requisitoria nei confronti degli inglesi, accusati di aver voluto la guerra e di aver distolto l'Italia dai compiti di pace, economici ed organizzativi, necessari al consolidamento delle conquiste coloniali in Africa, si profonde a spiegare al lettore, attraverso una serie di giustificazioni, in alcuni casi poco plausibili, i motivi per i quali l'esercito italiano si sarebbe spesso trovato in difficoltà in Africa e nei Balcani. Passando in rassegna la marina militare e pur ammettendo l'inferiorità, in termini di navi da guerra e incrociatori disponibili, rispetto alla flotta inglese, si loda l'audacia e il coraggio dei militari, che avrebbero permesso di sconfiggere comunque il nemico in alcune battaglie. L'articolo, dopo aver riservato anche all'aeronautica un giudizio palesemente favorevole, si conclude ribadendo la «fratellanza d'armi» tra Germania e Italia, rinnovata ogni giorno grazie ad azioni militari con-

⁹¹ DIETRICH KENNEWEG, *Credere, obbedire, combattere (Glauben, Gehorchen, Kämpfen)*, in "Signal", n. 2, gennaio 1942, copertina. (vedi fig. 3)

⁹² Cfr. *ivi*, pp. 4-5.

⁹³ OTTO PHILIPP HÄFNER, *Vom Sinn dieses Krieges*, *ivi*, pp. 6-7.

⁹⁴ HANS LISKA, *Flugzeugträger Italien*, *ivi*, p. 8.

⁹⁵ *Der Duce an der Ostfront*, *ivi*, p. 9.

⁹⁶ DELIO VECCHI, *In Sand und Steppe, auf See und in der Luft: Italien im Kriege*, *ivi*, pp. 11 ss.



Figura 3 – Credere, obbedire, combattere. DIETRICH KENNEWEG, *Credere, obbedire, combattere (Glauben, Gehorchen, Kämpfen)*, in "Signal", n. 2, gennaio 1942, copertina.

dotte congiuntamente. Ciò che maggiormente colpisce, nel modo in cui viene presentata l'analisi di Vecchi, è la sproporzione tra i riferimenti: se nel testo, infatti, è in sostanza assente ogni richiamo al fronte orientale, eccetto per un accenno di poche righe nel paragrafo conclusivo, le fotografie riportate fanno quasi esclusivamente riferimento proprio all'avanzata in territorio sovietico. È probabile che l'inconveniente derivi dal fatto che, difformemente dalla prassi, l'articolo principale non è firmato né da un redattore, né da un corrispondente dal fronte delle *Propaganda-Kompanien*, abituato a fornire contemporaneamente immagini e testo, bensì da un analista esterno alla redazione, privo dei mezzi e forse anche delle competenze di cui facevano vanto i propagandisti della Wehrmacht.

Il fascicolo del gennaio 1942 prosegue con un articolo di colore sulla donna italiana, costellato di stereotipi,⁹⁷ e con un sintetico servizio dedicato al «principe del Sahara», il duca Amedeo d'Aosta.⁹⁸ Inoltre compaiono due interessanti articoli, uno di Alessandro Pavolini, all'epoca ancora Ministro della Cultura Popolare, l'altro di Curzio Malaparte. Se di Malaparte viene proposto, certo non a caso, un racconto tratto dal suo libro *Donna come me*, in cui egli ricorda l'amore del padre tedesco per Goethe, dando nondimeno conto del suo forte legame con l'Italia,⁹⁹ l'articolo di Pavolini, invece di illustrare, come ci si potrebbe forse attendere, argomenti culturali o politici, tratta sorprendentemente del divieto per gli automobilisti di usare segnalazioni acustiche a Roma, provvedimento inteso a restituire alla capitale la tranquillità.¹⁰⁰ Nella forma di una lettera scritta ad un amico, Pavolini risponde alle critiche di coloro che accusano le autorità di aver ridotto la città al silenzio; egli afferma che Roma è stata liberata semplicemente dai rumori fastidiosi, così che è possibile udire i suoni della città che si costruisce e cresce, nonché, metaforicamente, l'eco del passo marziale delle camicie nere che risuona fin dal 1919. La presenza di due firme come Malaparte e Pavolini, figure di rilievo del regime in quel periodo, anche se per motivi diversi, contrastava con la politica abitualmente tenuta da "Signal", ovvero pubblicare articoli scritti da personalità di secondo piano nel panorama giornalistico e culturale, come lo era lo stesso Delio Vecchi,

⁹⁷ *Zuerst die Familie - Bild der Italienerin*, *ivi*, p. 18.

⁹⁸ HORST CLAUS, *Der Prinz der Sahara: Herzog Amedeo von Aosta*, *ibid.*

⁹⁹ CURZIO MALAPARTE, *Goethe und mein Vater*, *ivi*, pp. 21-22. Cfr. C. MALAPARTE, *Donna come me*, Firenze, Vallecchi, 2002 (1 ed. Milano, Mondadori, 1940).

¹⁰⁰ ALESSANDRO PAVOLINI, *Die Stimme Roms*, *ivi*, p. 20.

probabilmente perché più manipolabili e meno in grado di far valere il loro punto di vista rispetto a quello della redazione. Il fatto che Pavolini e Malaparte abbiano scritto di argomenti del tutto marginali – anche se certo non privi di interesse – corrisponde tuttavia alla necessità di controllo assoluto da parte della redazione su ogni riga pubblicata.

L'immagine degli italiani che in definitiva emerge sfogliando "Signal" è quella di militari preparati, soprattutto nell'aviazione¹⁰¹ e nella battaglia sottomarina, pronti ad azioni eroiche a sostegno dell'alleato,¹⁰² un popolo amico della Germania, con grandi doti nel campo artistico¹⁰³ e una tradizione culturale di primissimo piano.¹⁰⁴ Mussolini è spesso rappresentato come uomo di stato, in immagini a colori anche su pagina intera, a volerne indicare lo spessore umano e la rilevanza politica,¹⁰⁵ anche se in un caso ne viene presentato un aspetto inconsueto, ovvero il suo interesse per il teatro, attraverso i drammi *Giulio Cesare*, *Cavour* e *Cento giorni (Campo di maggio)* composti con Gioacchino Forzano.¹⁰⁶ Alla sua liberazione sul Gran Sasso viene perfino dedicato un numero speciale di 4 pagine, anche se ad essere al centro dell'attenzione è principalmente la squadra che ha condotto l'azione: il duce già appare, in un'inquadratura significativamente in campo lungo, smagrito nel lungo paltò nero e con il cappello calcato sulla fronte mentre, avviandosi verso l'aereo, accoglie il saluto romano dei suoi liberatori.¹⁰⁷

Nel momento in cui l'armistizio del settembre 1943 è annunciato anche ai lettori di "Signal" – cosa che avviene soltanto nel primo numero di novembre – è Giselher Wirsing a prendere la parola per congratularsi sarcasticamente con il presidente Roosevelt, vero vincitore su re Vittorio Emanuele III e su Badoglio. Dopo avere solo pochi mesi prima, in giugno, lodato le capacità di resistenza dell'Italia,¹⁰⁸ affermando che il Paese non era affatto il punto debole dell'Asse, Wirsing si ritrova a

¹⁰¹ Cfr. *Marschall Italo Balbo* †, in "Signal", n. 8, 25 luglio 1940, p. 17.

¹⁰² Cfr. *Unser Italiener Oblt. Celentano*, in "Signal", n. 13, luglio 1942, copertina e articolo all'interno.

¹⁰³ Cfr. *Augusto Genina - Meister des heroischen Films*, in "Signal", n. 14, ottobre 1940, pp. 37 ss.

¹⁰⁴ Cfr. *Hauptstadt europäischer Kunst: Florenz*, in "Signal", n. 21, novembre 1942, p. 33.

¹⁰⁵ Cfr. *Der Staatsmann*, in "Signal", n. 17, dicembre 1940, p. 9. (vedi tav. XXV).

¹⁰⁶ *Ivi*, pp. 8-10.

¹⁰⁷ Cfr. il servizio fotografico in "Signal", n. 22, novembre 1943, p. 10.

¹⁰⁸ G. WIRSING, *Heute in Italien*, in "Signal", n. 11, giugno 1943, pp. 8 ss.

giustificare la resa italiana. La politica americana adottata nei confronti dell'Italia viene presa come termine di paragone per ogni altra eventuale avanzata degli Alleati in Europa e viene identificata nel controllo dell'economia, nella rieducazione e nell'abolizione della libertà d'opinione, nella perdita delle colonie, nel sovvertimento della politica demografica e soprattutto nella condivisione di ogni decisione con i sovietici.¹⁰⁹ Se in un primo tempo i redattori di "Signal" descrivono l'avvenuto sbarco degli angloamericani in Africa e poi in Europa come «strategia difensiva» nazista, negandone la rilevanza e minimizzandone le conseguenze,¹¹⁰ proprio l'alleanza del nemico occidentale con il bolscevismo porta anche per la situazione italiana a valersi del citato metodo della «Kraft durch Furcht».¹¹¹ Il riconoscimento dell'insuccesso, che non può avvenire nella corrispondenza dal fronte, si fa palese nelle pagine dedicate alla propaganda per una nuova Europa: Wirsing sostiene che i popoli del continente non erano ancora maturi per un'unità politica e spirituale,¹¹² ed è questo l'unico modo possibile per riconoscere la sconfitta, la sola ammissione che uno strumento di propaganda della Wehrmacht può consentire.

La pubblicazione di "Signal" in Italia non provocò come unica reazione la temporanea sospensione del quindicinale e la successiva nascita dell'edizione bilingue: nel 1940 si fece strada anche la concorrenza dell'editore Arnoldo Mondadori che, tramite il figlio Alberto, mise in pratica un progetto ambizioso, nato proprio sulla scorta del periodico della Wehrmacht, ovvero le edizioni straniere del rotocalco "Tempo". Il successo editoriale europeo di "Signal" aveva infatti convinto la Mondadori, già interessata al mercato estero per le traduzioni, a seguirne l'esempio; si riteneva infatti che "Tempo", che voleva far incontrare il modello del settimanale illustrato di divulgazione con quello del periodico letterario,¹¹³ potes-

¹⁰⁹ G.W. [G. WIRSING], *Ein Lorbeerkrantz...*, in "Signal", n. 21, novembre 1943, pp. 2 ss.

¹¹⁰ RUTZ, *Signal*, pp. 228 ss. Cfr. HUBERT NEUMANN, *Der zweite Aufmarsch. Ereignisse, die die Lage in Italien bestimmten*, in "Signal", n. 1, gennaio 1944, pp. 18 ss.

¹¹¹ Cfr. G. WIRSING, *Das große Probestück. Südtalien – „die glücklichste Zone Europas“*, in "Signal", n. 8, aprile 1944, pp. 10 ss., in cui Togliatti è citato con lo pseudonimo di Ercole Ercoli, e *Beispiel Italien*, in "Signal", n. 13, luglio 1944, pp. 27-30.

¹¹² RUTZ, *Signal*, pp. 303-306.

¹¹³ Cfr. RICCARDO LASCIALFARI, "Tempo". *Il settimanale illustrato di Alberto Mondadori 1939-1943*, in "Italia contemporanea", n. 228, settembre 2002, p. 442.

se trovare lettori anche all'estero. Grazie al sostegno finanziario del Ministero della Cultura Popolare, il quale vedeva di buon occhio la diffusione della cultura italiana al di là dei confini dell'impero, la pubblicazione iniziò nel 1940¹¹⁴ e le edizioni straniere furono otto,¹¹⁵ per una tiratura totale di oltre un milione di copie se si considera anche l'edizione italiana. Almeno per le principali edizioni estere e diversamente da quanto accadeva per "Signal", ogni numero di "Tempo" non veniva meramente tradotto, ma era la fonte dalla quale trarre articoli e temi da inserire in un rotocalco per l'estero quindicinale, ulteriormente arricchito da contributi esclusivi non pubblicati nell'edizione principale.¹¹⁶ L'impresa fu un successo per Mondadori e un'autentica spina nel fianco per "Signal" nei territori di distribuzione al di fuori dall'Italia; tuttavia lo sbarco degli Alleati nella Penisola fece in modo che quell'esperienza si concludesse nell'autunno del 1943.¹¹⁷

Moderno e premoderno in "Signal"

Il rotocalco per l'estero della Wehrmacht rivela molti aspetti interessanti nella molteplicità degli approcci possibili – lo studio della propaganda nazista in Europa, l'organizzazione interna degli uffici del Reich, la biografia delle singole personalità, redattori, fotoreporter, disegnatori, coinvolti nella sua realizzazione. Nondimeno è il ruolo dell'immagine, vera

¹¹⁴ Cfr. ENRICO DECLEVA, *Arnoldo Mondadori*, Torino, Utet, 1993, pp. 257 ss.

¹¹⁵ In tedesco, spagnolo, croato, greco, rumeno, albanese, francese e ungherese.

¹¹⁶ Cfr. LASCIALFARI, "Tempo", p. 448.

¹¹⁷ Cfr. RUTZ, *Signal*, pp. 84-85. Una differenza evidente tra i due rotocalchi riguarda il fatto che le edizioni straniere di "Tempo" avevano un grande successo pur presentandosi esclusivamente in bianco e nero. Inoltre, la qualità della riproduzione delle fotografie era inferiore a quella di "Signal", a causa di restrizioni su inchiostro e carta che il rotocalco tedesco non subì (cfr. LASCIALFARI, "Tempo", p. 456): è probabile dunque che a colpire favorevolmente non era tanto la qualità, bensì l'immagine in sé, il taglio, l'atmosfera. In realtà la differenza più evidente fra i due quindicinali consisteva nel fatto che quella di Mondadori era un'impresa commerciale interessata principalmente al profitto, mentre per il periodico della Wehrmacht il tornaconto economico passava decisamente in secondo piano rispetto all'elemento propagandistico; se, infatti, "Signal" era nato all'interno dell'istituzione della Wehrmacht, "Tempo", pur finanziato dallo Stato, restava il prodotto di un privato, anche se sottoposto alle ferree leggi della censura, delle veline e del condizionamento ideologico.

nota distintiva e fonte di vita del rotocalco, a dimostrarsi particolarmente significativo: il successo di "Signal" può essere compreso solo facendo riferimento alla cultura visiva impostasi in Germania fin dall'epoca della Repubblica di Weimar. Il duro scontro politico aveva reso la stampa uno strumento primario di lotta, costringendo editori e redattori a perseguire in ogni aspetto – dalla produzione, all'impaginazione, al materiale offerto al lettore per il "consumo" – la *modernità*,¹¹⁸ che negli anni Venti del Novecento prese la forma di quella che i teorici tedeschi, e in particolare Astrid Deilmann, hanno definito «irruzione del visuale».¹¹⁹ Con tale formulazione s'intende indicare il mutamento dell'approccio alla realtà esterna nell'acquisizione di informazioni e nella conoscenza da parte del pubblico di lettori a partire dal primo dopoguerra: la fotografia, il cinema, ma anche l'illuminazione elettrica e quindi le pubblicità luminose, sono aspetti della stessa rivoluzione mediatica basata sul senso della vista. Proprio i rotocalchi contribuirono a stimolare questo nuovo approccio. L'onnipresenza delle immagini faceva del visuale un'esperienza estetica collettiva, forse la prima autenticamente di massa:¹²⁰ la possibilità di condividere le stesse immagini portò alla costruzione del consenso attorno alle medesime questioni di gusto e, come sarebbe stato chiaro con il nazismo, alle stesse concezioni politiche, facendo in modo che con le notizie venissero assimilati anche stili di vita e modi di pensare. Le distanze temporali e spaziali venivano annullate di fronte alla concretezza delle fotografie riprodotte sulla carta stampata; la crescente fame di immagini dei lettori poteva essere in parte saziata e nuovamente stimolata, soprattutto se le fotografie erano a colori.¹²¹ In un ambiente sempre più veloce, latore di curiosità e attività sempre nuove, il visuale divenne sinonimo di progresso, perché poteva comunicare al meglio sia il dinamismo – sempre appaiato ad ogni

¹¹⁸ Cfr. SCHOTTENLOHER - BINKOWSKI, *Flugblatt und Zeitung*, pp. 116-122, PROSS, *Zeitungsreport*, pp. 41-45 e REICHEL, *Der schöne Schein des Dritten Reiches*, pp. 48-55.

¹¹⁹ Cfr. DEILMANN, *Bild und Bildung*, p. 78.

¹²⁰ Cfr. *ivi*, p. 404.

¹²¹ Fu l'onnipresenza delle immagini a decretarne l'importanza nella Repubblica di Weimar: stampa, cinema, fotografia erano parte di un circuito mediale che si basava sulla possibilità di riprodurre immagini e di distribuirle in massa. Questo sistema di rimandi determinò il fascino delle rappresentazioni visive così come l'impulso coercitivo all'immagine stessa, il cui attuarsi in un presente avvertito come moderno assumeva tratti emblematici. Il compito dei periodici illustrati consisteva dunque nello stimolare la fame di immagini, non nel placarla (*Ivi*, p. 398).

forma del moderno – sia il fascino futurista della tecnica: l'«abitudine alla visualità»,¹²² passata attraverso i periodici illustrati, era divenuta un irrinunciabile aspetto della modernità di Weimar.

Il fotogiornalismo tedesco negli anni che precedettero l'avvento al potere del nazismo era stato assolutamente all'avanguardia. A sfruttare il forte desiderio di immagini furono proprio i periodici illustrati, di cui "Signal" sarebbe stato degno successore: in buona misura favorita dal maneggevole apparecchio fotografico per formato 24x36 (Leica, 1929), la fotografia poté divenire il fulcro dello sviluppo giornalistico di quegli anni, grazie al suo impiego per il reportage, che ambiva a relegare la parola scritta nelle didascalie e a stupire mostrando scatti arditi e fotostorie emozionanti e coinvolgenti.¹²³ Dal punto di vista del contenuto, la necessità di avvicinarsi ai gusti del lettore portò inoltre molte riviste a perdere il carattere spiccatamente politico-borghese di cui erano state portatrici, affidandosi all'intrattenimento e alla divulgazione scientifica in chiave popolare, una sorta di *infotainment*. Di questo genere giornalistico i servizi fotografici possedevano la stessa facilità di comprensione e fruibilità, nonché lo stile piacevole e tendenzialmente leggero, che è proprio della comunicazione visiva.¹²⁴ L'insegnamento principale di professionisti quali Korff e Szafranski consisteva nel fare in modo che fosse il materiale fotografico a disposizione della redazione a determinare il contenuto della rivista e non viceversa.¹²⁵ Si trattava di un procedimento che permetteva di organizzare la disposizione delle immagini in modo tale che il montaggio di più scatti consecutivi potesse rendere un evento nella sua completezza, procedimento talora adottato anche in "Signal", ancora una volta per dare l'impressione di poter vivere in maniera diretta l'evento bellico. A fronte di un mondo che veniva messo in scena come contrassegnato da velocità e tecnica, il fotogiornalismo manifestava in questo modo la quintessenza della modernità stessa, così come veniva intesa dai contemporanei: esso era un bene di consumo conforme ai tempi perché evidenziava lo stato di avanzamento della tecnologia e la nuova modalità di percezione basata principalmente sulla vista, ma era anche la puntuale descrizione di un presente accelerato.¹²⁶

¹²² Cfr. *ivi*, pp. 89 ss.

¹²³ Cfr. SCHOTTENLOHER - BINKOWSKI, *Flugblatt und Zeitung*, p. 119.

¹²⁴ DEILMANN, *Bild und Bildung*, p. 394.

¹²⁵ *Ivi*, p. 389.

¹²⁶ *Ivi*, p. 116.

Alla luce di tali rilevanti mutamenti è possibile comprendere quanto fosse importante per la redazione di "Signal" avere al proprio servizio i migliori fotogiornalisti e non lesinare sugli investimenti tecnologici. Il nazionalsocialismo seppe infatti sfruttare, nella sua azione di propaganda, l'irruzione del visuale, penetrando nell'immaginario dei tedeschi e dei popoli sottomessi proprio attraverso le rappresentazioni visive – le SS ordinatamente in marcia, gli oratori infervorati, le masse esultanti; tali immagini permisero di far leva sull'elemento emozionale, in contrapposizione all'«arido linguaggio della democrazia».¹²⁷ Con il binomio eroismo-estetica, come è stato da più parti sottolineato, il nazismo faceva di fatto un'offerta che i sistemi politici repubblicani, a livello emozionale, non potevano rilanciare:¹²⁸ di tale accostamento "Signal" rappresentava una delle massime espressioni, poiché il fotogiornalismo di cui era portatore sapeva comunicare in maniera vivida l'illusione di partecipare all'avvenimento bellico, distogliendo altresì lo sguardo dei lettori da certi aspetti del nazismo e facendo in modo che esso venisse rivolto esclusivamente alle immagini idilliache con cui l'Europa veniva inondata, in una sorta di «educazione a guardare oltre».¹²⁹

In questo senso era paradossalmente necessario per i regimi totalitari ricorrere all'avanguardia: ufficialmente rifiutata in ogni campo, dall'arte¹³⁰ alla scienza politica e all'economia, essa venne comunque recuperata e ripresa, anche se in altri contesti e con diversi punti di riferimento. Se un tale inseguimento spasmodico del moderno in ogni sua forma non sembra rispecchiarsi nell'evoluzione politica tedesca, perché l'ideologia nazista appare quanto di più distante dal concetto di modernità che ci è familiare, con l'esaltazione del *Volk*, della *Gemeinschaft*, del darwinismo

¹²⁷ Cfr. GERHARD PAUL, *Aufstand der Bilder. Die NS-Propaganda vor 1933*, Bonn, Verlag J. H. W. Dietz Nachf., 1990, pp. 11 ss. e THOMAS MATHIEU, *Kunstauffassungen und Kulturpolitik im Nationalsozialismus*, Saarbrücken, Pfau, 1997, pp. 301-303.

¹²⁸ Cfr. REICHEL, *Der schöne Schein des Dritten Reiches*, p. 76. La rivoluzione culturale avvenuta nella Repubblica di Weimar, che fu apertura al visuale e alla sfera pubblica, fu lo scenario dell'estrema estetizzazione della politica. L'elemento estetico, con l'esaltazione del sentimento rispetto al freddo intelletto, del caos rispetto all'ordine, della bellezza e della volontà contro il parassitismo e la passività, era centrale dell'ideologia nazista (cfr. *ivi*, pp. 48 ss., pp. 104-105, p. 158).

¹²⁹ Cfr. SACHSE, *Die Erziehung zum Wegsehen*, pp. 14-18.

¹³⁰ Cfr. STEPHANIE BARRON (hrsg.), *„Entartete Kunst“. Das Schicksal der Avantgarde im Nazi-Deutschland*, München, Hirmer, 1992.

sociale e del sentimento antiebraico, gli aspetti avanguardistici ripresi nel giornalismo periodico permettevano di sfruttare l'elemento estetico come una carta preziosa nel quadro della propaganda. L'esperienza di "Signal" dimostra quanto la modernità, in senso tecnologico ed estetico, possa trasmettere contenuti premoderni: ciò che viene solitamente associato all'idea di modernità – i valori propugnati dalla rivoluzione francese, il liberalismo, la realtà sociale figlia della rivoluzione industriale – era il corrispettivo in chiave negativa dell'ideologia nazista, che filtrava dalle pagine del rotocalco.¹³¹ Già Walter Benjamin¹³² aveva intuito che la modernizzazione, in senso tecnologico e industriale, non comporta necessariamente un medesimo processo dal punto di vista politico, sociale e culturale:¹³³ forma e contenuto, che pure si contaminano a vicenda, sono sostanzialmente indipendenti. Il rotocalco di propaganda della Wehrmacht, sfruttando la modernità del fotogiornalismo tedesco, si fece promotore di valori reazionari, che si voleva propagandare come novità salvifica per l'intera Europa.

È chiaro che una ricognizione degli effetti concreti della propaganda di "Signal" sulla popolazione europea entrata in contatto con la pubblicazione della Wehrmacht è verosimilmente impossibile, vista anche la

¹³¹ Cfr. JEFFREY HERF, *Reactionary modernism. Technology, culture and politics in Weimar and the Third Reich*, Cambridge, Cambridge University Press, 1990, HARTMUT RUDDIES, *Flottierende Versatzstücke und ideologische Austauschbeffekte. Theologische Antworten auf die Ambivalenz der Moderne* e soprattutto LOUIS DUPEUX, "Kulturpessimismus", *Konservative Revolution und Modernität* in MANFRED GANGL - GÉRARD RAULET (hrsg.), *Intellektuellendiskurse in der Weimarer Republik. Zur politischen Kultur einer Gemengelage*, Frankfurt-New York, Campus Verlag, Editions de la Fondation Maison des Sciences de l'Homme, Paris 1994, rispettivamente pp. 19-35 e pp. 287-299.

¹³² HERF, *Reactionary modernism*, p. 34.

¹³³ Da tempo la storiografia ha appurato l'apparente paradosso, parlando di «modernismo reazionario» (Herf), di «modernizzazione priva di modernità» (Habermas), di «modernità totalitaria» (Emilio Gentile). Il «modernismo reazionario», in particolare, sta ad indicare come una corrente di pensiero autoritaria, irrazionale e illiberale patrocinasse ciò che di più all'avanguardia offrivano scienza e tecnica. Sebbene si trattasse di una congerie culturale comune anche ad altri Paesi europei (per l'Italia si pensi a Marinetti), a sorprendere è il fatto che essa divenne in Germania elemento costitutivo dell'ideologia nazionalista, mentre altrove fu relegata ad ambiti ristretti come cultura o scienza politica. La rapida industrializzazione e la debolezza della borghesia e dei suoi principi liberali rappresentarono, secondo Herf, i presupposti di una tale situazione (cfr. HERF, *Reactionary modernism*, pp. 47-48).

molteplicità degli stimoli che raggiungevano soprattutto le popolazioni sottomesse, certo non unicamente riconducibili al rotocalco in questione. Le altissime tirature, tuttavia, spingono a credere che, per quanto la coscienza individuale, con l'aiuto della contropropaganda, potesse discernere le menzogne più grossolane, le immagini forse più che il contenuto degli articoli¹³⁴ abbiano lasciato un segno indelebile nei lettori dell'epoca. Questo è avvenuto, se non nel senso di cognizioni e pregiudizi, almeno nell'approccio all'informazione: in seguito all'esperienza di "Signal" la richiesta di prodotti d'alta qualità e di fotografie a colori non poteva che crescere, a conferma del fatto che la dimensione del messaggio non verbale va oltre il significato attribuitogli dalla propaganda. Il panorama giornalistico in cui, per i suoi cinque anni di vita, "Signal" si è inserito, accompagna la nascita dei periodici illustrati di attualità e intrattenimento del secondo dopoguerra, ai quali le edizioni per l'estero del rotocalco della Wehrmacht hanno contribuito in maniera decisiva, almeno nell'immaginario collettivo.

¹³⁴ Cfr. HALE, *Presse in der Zwangsjacke*, pp. 318-319 e KAAREN M. MOORES, *Presse und Meinungsklima in der Weimarer Republik. Eine publizistikwissenschaftliche Untersuchung*, Mainz, Dissertation, 1997, pp. 11-29.