

ROSANNA POZZI

## I NOMI DEI GIORNALI DI TRINCEA (DOPO CAPORETTO)

*Abstract:* This paper analyzes names found in the 'trench newspapers' published under the Italian Military Supreme Authority control after the defeat of Caporetto (1917). The author divides the results of her research into four semantic areas: objects of everyday use, geographical nouns, propaganda slogans, journalistic terminology. Her aim is to show that any names published in a newspaper could be used for war propaganda.

*Keywords:* Trench newspapers, newspaper names, Caporetto, war propaganda

Dopo la disfatta di Caporetto (24 ottobre 1917) il Comando Supremo dell'esercito italiano, il 29 marzo del 1918, emanava una circolare a proposito della Propaganda Patriottica, con la quale si consentiva e si favoriva la «compilazione dei giornaletti satirico-umoristici di Armata. Da diffondersi tra le truppe il più largamente possibile, ai quali, come già si pratica, i militari saranno ammessi a collaborare».<sup>1</sup> I giornali dovevano motivare le truppe al combattimento, sollevare il morale nei momenti di riposo con umorismo e ironia, ricompattare lo spirito d'unità e d'appartenenza all'armata, all'esercito, alla patria, sostenerle nella vita militare di tutti i giorni. D'altro canto gli Stati Maggiori dei paesi coinvolti nel conflitto, dell'Intesa e della Triplice Alleanza avevano già fatto ricorso alla propaganda giornalistica e all'importanza dell'uso della parola, come s'evince da una serie di studi dedicati all'argomento tra i quali ad esempio quelli di Jacques Ellul,<sup>2</sup> Massimo Ragnedda,<sup>3</sup> Mario Mondini. Del saggio di quest'ultimo si riporta qui di seguito un passaggio significativo: «La parola venne messa in campo per serrare le fila, rinvigorire gli animi, infondere coraggio, rappresentare il nemico come indegno, togliergli [...] valore, schiacciando nel contempo chiunque desistesse».<sup>4</sup> La pubblicistica di trincea, per il Comando Supre-

<sup>1</sup> La circolare in oggetto fu l'ultima di tre, datate rispettivamente 1° e 27 febbraio 1918. Si legga in merito di LIVIO VANZETTO, *Buona stampa*, in *La Grande Guerra: dall'Intervento alla «vittoria mutilata»*, a c. di Mario Isnenghi e Daniele Ceschin, Torino, UTET 2008, p. 813.

<sup>2</sup> JACQUES ELLUL, *Storia della propaganda*, Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane 1983.

<sup>3</sup> MASSIMO RAGNEDDA, *Comunicazione e propaganda. Il ruolo dei media nella formazione dell'opinione pubblica*, Roma, Aracne 2011.

<sup>4</sup> MARCO MONDINI, *Parole come armi. La propaganda verso il nemico nell'Italia della Grande Guerra*, Rovereto, Museo Storico Italiano della guerra 2009.

mo, aveva dunque l'obiettivo di indottrinare il soldato scoraggiato e deluso, di convincerlo nuovamente a resistere al fronte, di rimotivarlo alla guerra, così come affermava Giuseppe Lombardo Radice nel suo saggio dedicato alla propaganda pedagogica:

Furono creati i giornali di trincea, ricchissima letteratura di guerra alla quale collaboravano i soldati stessi, con scritti e con disegni, con caricature [...]. Il fante aveva il gusto del giornale suo, fatto da lui, del quale conosceva spesso gli umili e simpatici redattori, e nel quale vedeva celebrato il suo reparto e rappresentata la sua vita d'eccezione con amabile umorismo.<sup>5</sup>

Non è questa la sede per compiere verifiche circa l'efficacia di tale pubblicistica di guerra e neppure per verificare la fattiva e concreta partecipazione dei soldati alla sua stesura o ideazione, nonché alla lettura, forse non sempre possibile a causa dell'alto tasso d'analfabetismo diffuso tra i soldati; di certo si sa che per la loro redazione fu fondamentale l'apporto e il controllo del *Servizio P*, che, come annota Gatti, sostituì il termine «Servizio Propaganda [...] perché occorreva evitare, quanto più ci si avvicinava ai reparti di truppa, di parlare di propaganda e propagandisti».<sup>6</sup> Tale *Servizio* era costituito dagli *Ufficiali P.*, scelti tra i soldati che si erano distinti per intelligenza, capacità organizzative, spirito patriottico, valore militare, o tra coloro che disponevano di capacità culturali, intellettuali e umane. Ne veniva assegnato uno a ciascun reggimento: costui aveva l'incarico di «ufficiale di collegamento con le prime linee»<sup>7</sup> ed era stato scelto sulla base dell'irrinunciabile caratteristica d'essere dotato d'una spiccata facondia e di un'altrettanto convinta fede nella causa bellica. Con l'aiuto di altri soldati, gli *Ufficiali P.* avevano il compito di monitorare il morale delle truppe e, per evitare di essere considerati spie, cercavano di rendersi amici e familiari alle truppe, svolgendo contemporaneamente il ruolo di uomini di comando e organizzatori nonché di responsabili di vite umane e d'anime, come fece senza dubbio Piero Jahier, secondo il profilo che ne delineò Isnenghi<sup>8</sup> nel suo fondamentale saggio dedicato ai giornali di trincea. Non tutti gli studiosi e gli storici convergono sul delineare un profilo positivo degli *Ufficiali P.*: sul loro conto si sono formate opinioni e tesi divergenti, che accentuano ora la loro funzione pedagogica, ora quella repressiva. In linea con il gio-

<sup>5</sup> GIUSEPPE LOMBARDO RADICE, *Nuovi saggi di propaganda pedagogica*, Torino, Paravia 1922, p. 31.

<sup>6</sup> GIAN LUIGI GATTI, *Il servizio P*, in *Dopo Caporetto. Gli ufficiali P nella Grande guerra: propaganda, assistenza, vigilanza*, Gorizia, Libera Editrice Goriziana 2000, p. 375.

<sup>7</sup> Ivi, p. 5.

<sup>8</sup> MARIO ISNENGI, *Giornali di trincea (1915-1918)*, Torino, Einaudi 1977, p. 99.

vane studioso Alberto Coghi<sup>9</sup> si può effettuare la seguente sintesi: Giovanni Belardelli<sup>10</sup> li poneva sullo stesso piano dei cappellani militari, preposti alla cura morale e spirituale dei soldati; Piero Melograni ne accentuava l'aspetto di controllori e commissari politici, del tipo di quelli dell'esercito russo, definendoli «eminenze grigie» in quanto liberi di muoversi senza rispettare le gerarchie e le regole in esse vigenti;<sup>11</sup> Gian Luigi Gatti, invece, metteva in rilievo aspetti positivi e negativi del *Servizio*, esaminando tutte le azioni che da esso venivano messe in campo (ad es. l'assistenza, la vigilanza e la motivazione alla guerra sorretta dalla propaganda).<sup>12</sup> Prendendo in esame in questa sede alcuni dei compiti svolti dagli *Ufficiali P.* si noterà che, per contribuire al sostegno morale del soldato e contemporaneamente alla diffusione di informazioni e di ideali filtrati dal Comando Supremo, il metodo utilizzato era quello di riferirsi sempre all'esperienza bellica nella sua declinazione più reale e concreta, puntando a rafforzare le motivazioni a sostegno della guerra, la volontà di resistenza e di vittoria. In linea con tali intenti risulta pertanto significativa la scelta dei titoli dei giornali, legati ad oggetti, luoghi, espressioni o strumenti che facevano parte della vita militare, quali *La Tradotta*, *La Trincea*, *La Ghirba*, *Signor sì*, *L'Astico*, *Il Montello*, *Il Tascapane*, *L'Elmetto*, *La Baionetta*, *La Marmitta*. Tali vocaboli o espressioni richiamavano immediatamente la dura vita del soldato al fronte e costituivano un primo strumento per coinvolgerlo, incuriosirlo e avvicinarlo come lettore e redattore. E se molti dei titoli<sup>13</sup> facevano riferimento a realtà belliche note ai più, si trattava comunque soprattutto di esperienze vissute in prima persona solo dai soldati: si citavano infatti il convoglio ferroviario che conduceva i militari al fronte, la tradotta, la linea fortificata di appostamento dell'esercito di fronte al nemico, la trincea, il copricapo di ferro, cioè l'elmetto, l'arma bianca da infilare sulla canna del fucile, cioè la baionetta, la borsa in tessuto che veniva portata a tracolla nella quale riporre cibo e altri generi di conforto, dunque il tascapane, così come il colore della divisa dei soldati italiani, il grigio verde, divenuto, per metonimia, sinonimo della divisa stessa, e infine la grande pentola nella quale veniva cucinato il rancio per i soldati al fronte, la marmitta. Altri titoli, invece, contenevano parole che facevano riferimento a un gergo esclusivo, noto soltanto al soldato che

<sup>9</sup> ALBERTO COGHI, *Gli ufficiali P.* in *Combattere e seminare. «L'Astico» e i giornali di trincea dopo Caporetto*, Università degli Studi di Milano, Anno accademico 2012-2013, pp. 43-63.

<sup>10</sup> GIOVANNI BELARDELLI, *Il mito della «nuova Italia»: Gioacchino Volpe tra guerra e fascismo*, Roma, Edizioni Lavoro 1988, pp. 56-57.

<sup>11</sup> PIERO MELOGRANI, *Storia politica della Grande Guerra. 1915-1918*, Roma, Laterza 1972, p. 476.

<sup>12</sup> GATTI, *Dopo Caporetto...*, cit., pp. 116-120.

<sup>13</sup> Per la lettura dei fogli e dei giornali di trincea si rimanda al blog di Francesco Maggi: <http://www.giornaliditrincea.it/>

stava al fronte. È questo il caso di *La Ghirba*, uno tra i migliori giornali di trincea, fantasioso e salace, che perseguiva lo scopo di attenuare con l'allegria l'amarezza della guerra, in linea con il motto «uomo allegro il ciel l'aiuta». Era diretto, sia per le immagini che per i testi, dalla creatività di Ardengo Soffici e si avvaleva della collaborazione, tra gli altri, di Giorgio De Chirico e Carlo Carrà. Con l'uso nella titolazione del termine 'ghirba' si faceva contemporaneamente riferimento all'otre di pelle usato per trasportare l'acqua e alla 'pelle' stessa del soldato: nel gergo bellico, infatti, l'espressione 'portare a casa la ghirba' significava portare a casa la pelle, ossia la vita. Anche per il *Signor sì* era stato scelto un titolo che ricordava immediatamente al soldato un'espressione ben nota e comune, frequente e d'obbligo nei confronti dei superiori: si trattava del giornale dell'Armata degli Altipiani, uscito per la prima volta nel giugno del 1918 e pubblicato in 11 numeri complessivi. Diversamente dalla dichiarazione d'intenti iniziale, proclamata in prima pagina, con la quale ci si proponeva di «recare ai soldati delle nazioni sorelle un palpito ed un sorriso di gaiezza nell'aspra vicenda della trincea», come si evinceva dal titolo stesso, il giornale ebbe il limite di essere troppo serio, ma anche il merito di aver pubblicato racconti, poesie, novelle in varie lingue europee – in italiano, inglese, francese e cecoslovacco – allo scopo di raggiungere e intrattenere anche i soldati delle truppe interalleate.

In alcuni casi la titolazione richiamava la località geografica presso la quale i soldati erano impegnati al fronte con il loro battaglione o la loro armata. È questo il caso di *L'Astico. Giornale di Trincea*, diretto da Piero Jahier, scritto e stampato nell'omonima valle attraversata dal fiume Astico, in provincia di Vicenza (e pubblicato dal 14 febbraio 1918 al 10 novembre dello stesso anno). Lo stesso dicasi di *Il Montello*, giornale quindicinale dei soldati del Medio Piave, caratterizzato da toni scanzonati e ironici, illustrato da immagini eleganti e stampe a colori, cui collaborarono per i testi Massimo Bontempelli e per la grafica il futurista Francesco Gargiuolo, con la partecipazione di Mario Sironi. Anche *La voce del Piave* e il numero unico *Candelù* adottarono quale titolo l'indicazione del nome di una zona in cui erano in atto operazioni militari, il primo facendo riferimento all'omonimo e ben noto fiume, il secondo alla sconosciuta frazione di Maserada sul Piave.

Alle titolazioni d'area geografica nazionale si aggiungono anche quelle che fanno riferimento a luoghi fuori confine, come *Il ghibli*, titolo graficamente riprodotto sulla prima pagina come un forte soffio che esce dalla bocca di un coloniale, con chiaro riferimento al vento del deserto africano, dove i soldati italiani erano impegnati sul fronte tripolitano. *La Vojussa*, invece, raccoglieva articoli dei soldati che si trovavano sul fronte greco-albanese e faceva riferimento al nome del fiume presso il quale erano appostati gli

schieramenti militari. I titoli di questo tipo si rivolgevano ai soldati impegnati sui vari fronti, coinvolgendoli nella stesura del giornale, facendoli sentire uniti e legati tra di loro, anche e soprattutto in relazione ai luoghi nei quali per lungo tempo erano costretti a soggiornare e a combattere, fianco a fianco, condividendo fatiche, pericoli e rischi. In *L'Astico*, ad esempio, in linea con l'intento didattico ed educativo che informava il giornale, vennero pubblicati alcuni articoli di taglio storico e toponomastico per istruire i soldati sulla storia e sui nomi dei luoghi e delle popolazioni che nel corso dei secoli si erano avvicinate in quei territori. Allo scopo era stata creata una rubrica apposita intitolata *Passeggiate in Val d'Astico*, curata dal Cappellano Militare Don Silvio Solero.<sup>14</sup> Anche il titolo del periodico trimestrale dell'VIII Corpo d'Armata, *San Marco*, faceva riferimento a Venezia e alle terre circostanti e celebrava allo stesso tempo la memoria storica della Repubblica Veneziana. Vi si leggeva, infatti, nel primo numero, stampato il 24 maggio 1918:

Abbiamo dato al nostro giornale il nome ben augurante di San Marco non per obbedire ad un vezzo retorico e letterario [...] ma poiché San Marco significa la libertà di una nazione marinara quale l'Italia è. San Marco significa Venezia, e con Venezia, ahimè, l'Adriatico. Ma significa anche le mete prossime nostre: Udine e Cividale e Feltre e Belluno, ma anche Rovereto e Trento, Gorizia e il Carso, Trieste e Pola, Zara e Valona.

Più dettagliata e specifica era poi la titolazione dei giornali o dei fogli di trincea che si richiamavano all'appartenenza alla brigata o all'armata, come nel caso del foglio *La brigata Acqui*, pubblicato in numero unico per celebrare le azioni eroiche di cui i soldati erano stati protagonisti nella zona del basso Isonzo e di Monfalcone prima, a Trento poi, verso la fine della guerra. Su questa linea si muove anche *Il 13*, giornale settimanale del XIII Corpo d'Armata, pubblicato in 15 numeri dal 12 maggio al 15 ottobre del 1918. Esso costituì l'evoluzione di un precedente foglio dattiloscritto e poi ciclostilato nel 1916 dall'antierico ed eloquente titolo *Il Fifaus*, termine che in modo scanzonato faceva riferimento alla 'fifa', ossia alla paura del soldato al fronte.

Per altri giornali o fogli di trincea, invece, il titolo era stato scelto con un'ottica scopertamente patriottica. Mi riferisco a *La Vittoria*, numero unico dell'VIII armata, così chiamato poiché si ispirava alla frase di Vittorio Emanuele III riportata in seconda pagina:

<sup>14</sup> La rubrica uscì in quattro puntate, precisamente sul n. 3 del 28 febbraio 1918, p. 3; sul n. 5 del 14 marzo 1918, p. 4; sul n. 7 del 28 marzo 1918, p. 3; sul n. 10 del 18 aprile 1918, p. 2.

Alla vittoria dobbiamo tendere con tutte le nostre forze e con tutto l'animo nostro; dobbiamo conseguirla per la memoria dei fratelli caduti e la liberazione dei fratelli oppressi, per la grandezza d'Italia e la vittoria della causa della civiltà, per la quale combattiamo al fianco dei nostri alleati.<sup>15</sup>

Di tenore simile era il titolo *Resistere*, numero unico della Brigata Volturno, sottotitolato *Munizioni per la coscienza*, giornale che si allineava con quelli stampati dall'Ufficio Propaganda, tra i quali si ricorda, uno per tutti, *Volontà*, pubblicazione assai corposa che constava di 12 pagine, ognuna su due colonne. Nel primo numero era stata esplicitata con tono enfatico la ragione di quel titolo patriottico: «Prima di essere parola Volontà fu vita aspra e coraggiosa nelle trincee dell'Isonzo, fu fede provata con sacrificio di giovinezza di alcuni di coloro che la pensarono quale espressione di vigorosa coscienza italiana». L'invito a resistere e a sostenere lo sforzo bellico era similmente il contenuto del numero unico *L'Arma occulta*, nel quale venne trascritta la Conferenza tenuta ai soldati in zona di guerra dal tenente Bartolo Bottazzi (Comando I armata sezione P) con l'obiettivo di presentare la possibilità di un armistizio quale arma occulta del nemico per arrivare alla vittoria. Anche il numero unico *Le fiamme*, prodotto dalle truppe d'assalto, era animato da intenti fortemente patriottici. Era stato stampato in otto pagine con illustrazioni a colori, fotografie storiche e brevi testi in prosa o poesia, fra i quali *Inno degli arditi*, caratterizzato dal ritmo fortemente cadenzato e dal tono battagliero e aggressivo.

Risultano invece improntati ad un'apparente neutralità una serie di giornali di trincea la titolazione dei quali sembra richiamarsi semplicemente all'esigenza di fornire informazioni, sebbene pur sempre connotate in senso bellico. Si pensi al *Notiziario dei combattenti della I armata*, al *Notiziario dei combattenti dell'VIII armata*, a *Il Bollettino del soldato*, a *La notizia al fante*. In realtà, sfogliando e leggendo queste pubblicazioni si scopre che le notizie sono fitte di toni d'incitamento e di acceso patriottismo, tanto quanto lo erano i giornali più dichiaratamente patriottici, fra i quali *L'eco della trincea* e *La voce del Piave*. Sulla prima pagina di quest'ultimo ad es. si leggeva il seguente motto: «Vivi per combattere, combatti per resistere, resisti per vincere».

Da questo *excursus* si può già desumere come ogni aspetto dell'azione del *Servizio P.*, compresa la titolazione delle pubblicazioni destinate ai soldati, avesse il duplice intento di «rafforzare il morale da un lato e di inculcare la volontà di combattere dall'altro», a dimostrazione del fatto che, «sebbene la propaganda non possa da sola vincere la guerra, è un'arma di portata non

<sup>15</sup> Cfr. «La Vittoria», 19 luglio 1918, Numero unico dell'VIII Armata, p. 2.

inferiore a cannoni e bombe»,<sup>16</sup> soprattutto nei momenti nei quali si registra «uno smarrimento psicologico e sociologico favorevole all'influenza della propaganda».<sup>17</sup> I giornali di trincea, nella loro diversità e pluralità d'espressione, scritta o figurativa, seria o scanzonata, più o meno alla portata di tutti, dimostrarono di aver colto, già a partire dai loro titoli, le nuove direttive introdotte dal Generale Diaz,<sup>18</sup> che ebbe il «grande merito di [...] avere del soldato una concezione più umana», «di aver visto sotto l'uniforme l'uomo e il cittadino», «di aver finalmente compreso il carattere della nuova guerra di popolo».

*Biodata:* Rosanna Pozzi si è laureata sul testo teatrale *Ipazia* di Mario Luzi nel 1993 presso la Facoltà di Lettere dell'Università di Genova e nello stesso ateneo ha conseguito il titolo di dottore di ricerca con una tesi dedicata ai testi critici di Luzi (*Mario Luzi lettore dei poeti italiani del Novecento*, in stampa presso Cesati Editori). Oltre agli approfondimenti su alcuni aspetti della *pièce* *Ipazia* e al confronto con *Murder in the cathedral* di Eliot, ha dedicato un saggio all'onomastica dei personaggi di alcune opere teatrali luziane. Si è inoltre occupata della collaborazione di Luzi con il «Corriere della Sera» e di Luzi lettore d'arte, pubblicando saggi su varie riviste. In occasione del centenario della nascita del poeta ha raccolto in *Nove poeti per Mario Luzi* (Aracne 2014) altrettante interviste ad alcuni tra i maggiori poeti italiani contemporanei in merito all'influsso poetico dello scrittore. Nel centenario della Grande Guerra si è anche dedicata ad aspetti particolari della pubblicistica di guerra, partecipando ad alcuni convegni (Università di Philadelphia e Banja Luka).

pozzi.rosanna@virgilio.it

<sup>16</sup> RAGNEDDA, *Comunicazione e propaganda...*, cit., p. 79.

<sup>17</sup> ELLUL, *Storia della propaganda*, cit., p. 116.

<sup>18</sup> Armando Diaz venne nominato capo di Stato maggiore l'8 novembre 1917; sostituì Luigi Cadorna, per decisione del re e del presidente del Consiglio Vittorio Emanuele Orlando, per ottemperare alla richiesta-capestro degli alleati anglo-francesi, disposti ad inviare nuove truppe e rinforzi solo ed esclusivamente dopo la destituzione di Cadorna.