

# Guerra civile spagnola e mercato dei media

**Luisa Cicognetti**

---

Storicamente, 4 (2008).

ISSN: 1825-411X. Art. no. 7. DOI: [10.1473/stor370](https://doi.org/10.1473/stor370)

---

La Guerra civile spagnola si caratterizza tra le guerre del Novecento per una straordinaria copertura e risonanza da parte dei media. Per la prima volta un conflitto, oltre ad essere commentato in modo tradizionale dalla stampa – con uno scarto temporale tra evento e racconto – viene “raccontato” in tempo quasi-reale dalla radio, dando così l’illusione dell’“immediatezza” che verrà man mano alimentata dal lavoro dei reporter, arrivando alla creazione di un mito, un obiettivo da perseguire nel raccontare una notizia o nel catturare un’immagine. Questa nuova “tendenza” dilaga nei rotocalchi di tutto il mondo e viene diffusa nei cinema coi cinegiornali.

È con la Guerra civile che esplose il mercato dei media e diventa globale. L’immagine analogica aveva già illustrato le guerre dell’Ottocento e la prima guerra mondiale, e molte pellicole erano state girate. Ma è all’inizio degli anni ’30 che le tecnologie del mezzo fotografico e cinematografico permettono una diffusione sistematica e di massa. La domanda diventa enorme. Inoltre cambia il ruolo della fotografia di guerra: finora l’immagine di guerra era confinata per lo più al ruolo di documentazione degli stati maggiori, non di rado coperta da segreto militare. Ora il mercato ne cambia completamente l’uso.

Un altro dato importante è quello sullo sviluppo della stampa periodica. All’inizio del secolo esistevano due tipi di settimanali: quelli d’élite, come l’«Illustrated London News» in Gran Bretagna, l’«Illustration» in Francia, l’«Illustrazione italiana» in Italia, che davano uno spazio notevole alla fotografia, mentre i periodici più popolari si limitavano a riprodurre incisioni e

disegni. Solo alla fine degli anni '20 si impose, in Europa, la fotografia nei periodici popolari. Anche l'informazione cinematografica a metà degli anni '30 aveva subito notevoli trasformazioni. Con l'avvento del sonoro si era assistito ad un boom nella produzione di cinegiornali.

Le immagini entrano in un vorticoso circuito di mercato: a questo punto non importa se un'immagine tedesca viene comprata da un cinegiornale francese: quel che conta è in che contesto e con quale didascalia o commento viene proposta al pubblico. All'epoca, non si conservava il cosiddetto materiale di repertorio, o d'archivio. Gli scarti e le riprese non utilizzate immediatamente venivano per lo più distrutte. Né i giornali avevano, come oggi, archivi.

I giornali spagnoli e europei furono presi dal panico quando la radio annunciò i fatti del 19 luglio 1936: non avevano niente per illustrare l'evento; furono costretti a stampare vecchi negativi senza relazione con la ribellione. Alcuni giornali francesi utilizzarono alcuni fotogrammi di un film a soggetto del 1935 sulla legione straniera spagnola, *La bandera*: tutto sommato, un legionario è sempre un legionario...

Il mercato chiedeva e le redazioni non erano pronte: la guerra di Spagna fu l'occasione per un importante mutamento.

La nascita della figura del reporter, il mito, e il nuovo ruolo dell'immagine, le agenzie di stampa: il libro di Irme Schaber ben ricostruisce il farsi di questo processo. Il periodo parigino dei primi anni '30 è emblematico, con la nascita delle agenzie di stampa si assiste allo sviluppo di quella circolazione delle immagini che piano piano diventa sempre più un fatto di mercato piuttosto che l'espressione di un racconto individuale. Con la leggerezza delle attrezzature (non più la vecchia camera *Ermanvox* ma la *Rolleiflex 6x6* e soprattutto la *Leica* con pellicola Kodak 35 molto maneggevole, che rivoluzionò il mercato e anche il modo di fotografare) si potevano realizzare vere "istantanee". Inoltre con la pellicola Kodak i fotografi erano in grado di sviluppare i propri rullini e diffondere intere sequenze a giornali diversi. I reporter più anziani non erano abituati a questa nuova politica commerciale. Una sola immagine bastava a decretare la fama di un reporter. La domanda

delle redazioni era altissima. Ben si vede questo nel volume su Gerda Taro, con David Seymour, la stessa Taro ma soprattutto con Robert Capa e la famosa foto del miliziano. L'idea che si era diffusa, legata al "mito" dell'immediatezza di cui dicevamo all'inizio, era quella di "catturare l'attimo", fotografare la morte. L'immagine vincente del reporter è il fotografo che sfida la morte per immortalare un evento: «se le foto non sono abbastanza buone è perchè non si è abbastanza vicini», diceva Capa, come riporta Schaber. Questo faceva molta impressione sul pubblico ma anche sui direttori dei periodici. Da questo punto di vista la foto del miliziano venduta parecchie volte da Capa è tipica. Non vogliamo criticare un uomo molto coraggioso, che era spesso in prima linea e fu ucciso, nel 1954, perché era troppo audace. Ma, oggi, non c'è più nessun dubbio: il miliziano non muore, cade sfortunatamente durante una esercitazione[1].

La foto venne pubblicata, per la prima volta, sul settimanale francese «Vu» il 23 settembre del 1936 e il suo impatto fu tale che «Life» la comprò per il suo numero del 12 luglio del 1937. L'emozione sollevata dalla foto venne, sicuramente, accresciuta dalle didascalie. Quella di «Vu» era lirica: «... petto al vento, fucile alla mano, una pallottola fischia, un bellissimo fratricidio e il loro sangue viene bevuto dalla terra madre». Il commento di «Life» era più "oggettivo" (se si può dire, visto che tutto era falso): «La macchina da presa di Capa coglie un soldato spagnolo nel momento stesso in cui viene abbattuto da una pallottola in testa davanti a Cordoba». Un altro dato da sottolineare è che «Life» dichiarava di attenersi rigorosamente all'attualità – ma non esitava a stampare una foto vecchia di quasi un anno.

Gerda Taro e Robert Capa non erano imparziali, condividevano la speranza che vicesse il fronte repubblicano. Questo è visibile nelle loro foto e l'autrice lo sottolinea: puntavano sugli individui, su uomini e donne, sui dettagli. Questo chiama in causa un aspetto di cui ci siamo occupati tempo fa [2]: il tema di come è stata rappresentata visivamente dai due fronti la Guerra civile spagnola.

Da parte franchista, gli italiani furono i primi a usare sistematicamente il cinema come strumento di propaganda. Le loro intenzioni erano quelle,

almeno sulla carta, di fare del campo di battaglia una scuola d'eroi. Inoltre posero l'accento in particolar modo sulla guerra aerea: attraverso un montaggio cinematografico rapidissimo, mostravano aerei sfavillanti che compivano eccellenti evoluzioni in volo. L'influenza degli italiani sul racconto della guerra fatto dai franchisti è manifesta. Una battaglia proiettata su uno schermo nazionalista era un inferno di rumori di guerra e una successione ininterrotta di lampi; le riprese, brevissime, non lasciavano il tempo di vedere: bombe cadevano, fucili, mitragliatrici, cannoni sparavano, uomini correvano, saltavano. Si vedevano ombre, particolari di un corpo, elmetti, dita che premevano il grilletto: l'intenzione era quella di creare un'impressione di grande fervore, non di spiegare cosa stava succedendo.

I primi film sulla guerra girati da parte repubblicana manifestavano invece il piacere di filmare e, dopo l'azione, di rivedersi insieme ai compagni: le riprese erano lunghe, spesso ridondanti, il racconto fiacco: ci si accontentava di mettere in fila le sequenze, una dopo l'altra. Coll'arrivo dei cineoperatori sovietici, lo stile cambiò. Karmen e Macasseiev solevano scrutare i volti, fermarsi sui sorrisi o sui movimenti di una mano: si sforzavano di mostrare la guerra come un duro impegno. Scrive Roman Karmen all'amico moscovita Roman Grigoriev:

«A Toledo ho cercato di non limitarmi alla battaglia e di fornire un quadro degli avvenimenti. La città, la chiesa, le file, un museo distrutto, una crocifissione, una fucilazione, i profughi, le ragazze. Sono riuscito nel mio intento?[3]»

I due campi avversi, pensavano di poter utilizzare cinema e fotografia per documentare le atrocità del campo avversario e sensibilizzare l'opinione pubblica mondiale sulla bontà ciascuno della propria causa. Nella vasta circolazione delle immagini, l'autrice segnala come alcune foto di Gerda Taro finissero in *magazine* "avversari". Ma questo faceva parte delle regole di mercato, come si accennava sopra: ciò che connotava il messaggio era la didascalia. In questo però c'era anche un importante aspetto ideologico: è

capitato spesso, ad esempio nei bombardamenti di Barcellona, che due *magazine* di campo avverso abbiano attribuito le devastazioni ciascuno all'altro fronte, attraverso l'uso di didascalie.

La guerra di Spagna è stata anche una palestra di strategie comunicative. Un esempio classico è quello dell'Alcazar di Toledo, che ha rappresentato però in questo caso un errore di strategia comunicativa. A Toledo, nella fase finale dell'assedio dell'Alcazar, il 18 settembre 1936, il governo repubblicano, sicuro di espugnare la fortezza dopo averla minata, chiama i reporter stranieri (Capa e Taro sono lì) perchè assistano alla caduta dell'Alcazar e documentino al mondo la vittoria contro i rivoltosi franchisti. I cronisti documenteranno invece l'eroica resistenza estrema dei nazionalisti e la liberazione dei rivoltosi da parte di Franco: una grande vittoria morale e propagandistica. Il governo repubblicano, incapace di contrastare efficacemente le incursioni aeree italiane e tedesche, si servì dei reportage e del cinema per denunciare al mondo la distruzione sistematica delle grandi città. I bombardamenti di Barcellona e di Guernica suscitavano indignazione in tutto il mondo.

Per contrastare le "versioni" repubblicane sui bombardamenti, i franchisti si servirono, anche loro, del cinema (*Noticiero Espanol*, numeri del giugno-agosto del 1938 e del gennaio-febbraio 1939). Fecero montaggi nei quali immagini girate in città ancora in mano ai repubblicani sembravano provenire dalla parte nazionalista. Per esempio, in mezzo a riprese fatte in un quartiere distrutto, venivano inserite riprese fatte in una città conquistata dai franchisti, nella quale si vedevano le divise nere della falange.

Infine vorrei solo accennare ad uno spunto di riflessione che ben emerge nel lavoro di Gerda Taro e che il libro di Irme Schaber ben sottolinea: il modo di rappresentare la donna in rapporto con la guerra. Nel lavoro di Gerda assistiamo all'evoluzione dell'immagine della donna da guerrigliera a lavandaia. All'inizio Gerda e i reporter scattarono foto di donne con i fucili o in divisa, che sfilano assieme ai maschi nelle parate. Questo si vede anche nei filmati degli anarchici, ad esempio *Aguiluchos de la Fai por tierras de Aragona*

, ma poi pian piano diventano le ausiliarie del *Noticiero Espanol* che si occupano della retroguardia e del benessere degli uomini al fronte, con pentole, padelle e macchine da cucire. Ma questo è un aspetto ancora tutto da studiare, nel momento in cui, tra l'altro, non siamo ancora in grado di capire bene quali e quante fotografie del sodalizio Taro-Capa siano da attribuire a Gerda Taro.

[[figure caption="Gerda Taro, [Three men in the window of the Hotel ColÛn, headquarters of the PSUC (United Socialist Party of Catalonia), Barcelona], August 1936, Gelatin silver print, © International Center of Photography."]]figures/2008/cicognetti/cicognetti\_2008\_01.jpg[[/figure]]

## Note

[1] Si veda su questo anche l'analisi di un'intera sequenza fotografica dello stesso rullino che contiene la foto del miliziano, fatta da Caroline Brothers nel suo *War and Photography. A Cultural History*, London-New York, Routledge, 1997.

[2] L. Cigognetti, P. Sorlin, *Quando si parla della guerra civile spagnola*, in: *Immagini nemiche*, Bologna, Compositori, 1999, 14-26.

[3] Lettera del 30 dicembre 1936, «Cinema 60», 39, sett. 1963, 32.