



Citation: D. F. A. Elia (2020) La costruzione di un'identità nazionale contrapposta all'alterità in Età liberale. Pregiudizi culturali nei confronti dell'Africa nelle immagini dei marchi depositati presso l'Archivio Centrale di Stato. *Rivista di Storia dell'Educazione* 7(1): 99-114. doi: 10.36253/rse-9397

Received: January 31, 2020

Accepted: May 26, 2020

Published: July 9, 2020

Copyright: © 2020 D. F. A. Elia. This is an open access, peer-reviewed article published by Firenze University Press (<http://www.fupress.com/rse>) and distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

Data Availability Statement: All relevant data are within the paper and its Supporting Information files.

Competing Interests: The Author(s) declare(s) no conflict of interest.

Editor: Pietro Causarano, Università di Firenze; William Grandi, Università di Bologna.

La costruzione di un'identità nazionale contrapposta all'alterità in Età liberale. Pregiudizi culturali nei confronti dell'Africa nelle immagini dei marchi depositati presso l'Archivio Centrale di Stato

Building national identity in opposition to otherness in liberal Age. Racial prejudices in trademark images in Central State Archives

DOMENICO FRANCESCO ANTONIO ELIA

Università di Chieti G. D'Annunzio, Italia

E-mail: domenico.elia@unich.it

Riassunto. Il presente contributo intende analizzare la genesi della costruzione di un'identità nazionale italiana fortemente contrapposta a quella rappresentata dall'«alterità», costituita dalle popolazioni delle colonie conquistate tra la fine dell'Ottocento e gli anni Venti del Novecento. La presente analisi, tenendo conto degli studi in campo storico-educativo, tra gli altri, di Gabrielli (2013, 2015), e degli indirizzi più generali nel campo della storia coloniale tracciati da Del Boca (1988) e Labanca (2002), intende esplorare una serie di stereotipi razzistici sviluppatasi in contesti non scolastici, costituiti dalla diffusione e conseguente ricezione da parte dei consumatori delle immagini dei «marchi» delle aziende italiane attive in quell'arco temporale, che hanno fortemente influenzato la rappresentazione italiana dell'«alterità» negli anni compresi fra la costituzione della prima colonia italiana (Eritrea, 1890) e l'avvento del Fascismo (1922).

Parole chiave. Marchi, immagini, Italia, colonialismo, Ottocento, alterità.

Abstract. The paper analyses the origins of Italian national identity in opposition to the «otherness» of the African peoples subject to colonization between the end of the 19th century and the 1920s. The paper takes into consideration background studies in the history of pedagogy, among which, Gabrielli (2013, 2015) and colonial studies as Del Boca (1988) and Labanca (2002) in order to investigate the development of racial stereotypes outside the school. Racial stereotyping increased in advertising and emerged in trademark images of Italian companies so that it influenced the idea of otherness between 1890 – i.e. the conquest of Eritrea – and 1922 – i.e. the advent of Fascism.

Keywords. Trademark, images, Italy, colonialism, 19th Century, otherness.

LA COSTRUZIONE DEL SENSO DI ALTERITÀ
NELL'ITALIA LIBERALE

Un recente volume di Bassi conferma l'interesse della storiografia italiana coloniale nei confronti degli studi culturali «affiancando la ricostruzione cronologica dell'esperienza coloniale con lo studio dell'immagine pubblica del suddito e quindi la percezione del colonizzato nel colonizzatore» (Bassi 2018, 7). Sulle suggestioni euristiche emerse dalla connessione fra gli studi culturali e coloniali, già accennate nell'opera di Nicholas B. Dirks, *Colonialism and Culture* (1992), si segnala il fondamentale studio di Labanca, *Imperi immaginati* (2000, 145-168): alcuni elementi attinenti alla storia culturale, ad ogni modo, erano già apparsi negli studi condotti a partire dalla fine degli anni Cinquanta del Novecento (Battaglia 1958; Rochat 1972; Del Boca 1988), «contribuendo a narrare non solo ciò che era accaduto in Africa, ma anche ciò che si osservava in Italia, nella cultura italiana, a proposito delle colonie». (Bassi 2018, 25). L'obiettivo degli studi culturali in relazione all'oggetto di ricerca coloniale si caratterizza dunque per privilegiare non solo l'aspetto militare che sottostà alla conquista delle regioni africane da parte del Regno d'Italia, ma anche le rappresentazioni, le forme, le idee e i meccanismi dell'immaginario, seguendo in questo modo le indicazioni euristiche indicate nell'opera di Edward Said *Orientalism* (1991), il quale ha valorizzato il fondamentale ruolo ricoperto dalla cultura all'interno della storia coloniale. La letteratura coloniale, come evidenziato da Bassi, ebbe l'incarico di svolgere da preparatore culturale non solo per i coloni, ma anche per l'opinione pubblica italiana metropolitana, legittimando così la necessità di una missione di civiltà da parte della potenza coloniale italiana nei territori africani sulla base della loro presunta inferiorità sociale e culturale. L'insistenza su questi stereotipi, intesi come «una serie di informazioni su una categoria di oggetti o di persone che consente la riproduzione e la trasmissione sociale inalterata del pregiudizio» (Comberiati 2010, 184) fu resa necessaria per assicurare la tenuta dell'impresa coloniale prima e dell'amministrazione dei territori sottomessi in seguito, assicurando, come conseguenza non trascurabile, una visione semplicistica della storia dei popoli assoggettati. In Italia è doloroso constatare come ancora oggi, a distanza di oltre un secolo dall'attuazione delle prime politiche espansionistiche in Africa, «prevalgono gli *immaginari* costruiti e sedimentati nel periodo coloniale» (Triulzi 1999, 167). La rivisitazione del colonialismo italiano e il sorgere di un nuovo interesse per le «comunità immaginate» (Anderson, 1996) hanno portato a rivitalizzare il dibattito sulla cultura coloniale italiana e in partico-

lare sul «ruolo che la rappresentazione dell'alterità ha incarnato nella costruzione dell'universo iconografico coloniale» (Triulzi 1999, 167), come dimostrano gli studi sul fondo fotografico della Società africana d'Italia (Palma 1995, 199-212). Le riflessioni euristiche che Triulzi solleva nel suo saggio si articolano in due punti principali tra loro interconnessi. L'autore si domanda, infatti, se in Italia sia mai esistita una cultura coloniale diffusa e quale ruolo abbia tenuto «l'altro» nel costruirla attraverso stereotipi perdurati nel tempo sino all'attualità. La costruzione dell'alterità coloniale aveva certamente lo scopo di depotenziare quella interna alla nazione stessa: da qui la necessità di immagini forti e immaginari collettivi da sottoporre all'attenzione della società post-unitaria «capaci da un lato di annullare l'alterità interna – l'altra Italia [quella meridionale] e dall'altro distanziarla da quella esterna – l'altro coloniale – riconoscendo in ciò stesso una pericolosa vicinanza di fondo che occorreva esorcizzare e trasformare in differenza» (Triulzi 1999, 169). Le fotografie del primo periodo ritraggono solo i soldati: l'Africa è sullo sfondo, ha una sorta di valenza virtuale e non tangibile, come lo era stato nei primi anni post-unitari il Meridione. L'Africa si trasforma nel nemico, implacabile e vile, dopo le prime sconfitte di Dogali (1887), e Adua (1896), lasciando così lo spazio alla rimozione dell'evento stesso. Nella successiva fase di espansionismo coloniale, culminata nella guerra del 1911-12 contro l'Impero ottomano per il possesso delle sue province africane, i mezzi di comunicazione rappresentati da stampa illustrata e fotografia si sforzarono di creare consenso intorno alla conquista militare: in particolare, si evidenzia quella che Triulzi definisce «alterità a contrasto», ossia la contrapposizione fra le truppe coloniali africane fedeli all'Italia e i ribelli arabo-senussiti, che ha ancora oggi effetti sulla crisi identitaria prodotta dal colonialismo in Libia. La ricerca storico-filologica sulla fotografia coloniale ha permesso così di iniziare a indagare «le strutture mentali e i molteplici spazi di reciproca invadenza che hanno accomunato creatori e fruitori di immagini coloniali nella formazione del vasto patrimonio iconografico di fine secolo» (Triulzi 1998, 257). L'Africa di fine Ottocento assume sembianze idealizzate ovvero demonizzate per l'opinione pubblica europea, mentre dell'Africa reale e del suo difficile intreccio fra popoli e culture diverse si ignora quasi tutto. Si potrebbe sostenere, dunque, l'esistenza di una vera e propria invenzione iconografica dell'Africa (Triulzi 1998, 258). L'analisi storica, d'altra parte, non può fare a meno di osservare che mentre l'impresa coloniale italiana in Africa non fu adeguatamente preparata a livello istituzionale e militare, lo fu invece da un movimento di idee che, alimentatosi attraverso la stampa e la letteratura di consu-

mo – strumenti di divulgazione efficaci – fu in grado di rendere le ambizioni espansionistiche nazionali «appetibili e accettabili anche all'opinione pubblica» (Surdich 1992, 6). Gli esiti del processo costruttivo dell'alterità perdurano ancora oggi: a distanza di oltre centocinquanta anni dalla nascita dello Stato unitario, Neri Serneri notava come il concetto di italianità risulti essere maggiormente incentrato su un sentimento di repulsione nei confronti dell'alterità, piuttosto che su una rappresentazione, per quanto sommaria e abbozzata, di sé, sottolineando in questo modo lo stato di condizione dualistico esistente tra noi e gli altri allo scopo di «normare a proprio vantaggio le pluralità socio-culturali» (Neri Serneri 2010, 104). Nel ricostruire le ragioni del conflitto – latente o meno – che si pone alla base della costruzione di un'identità occidentale, e dunque italiana, è indispensabile recuperare gli studi di Said per comprendere «le forme e le modalità di trasmissione del pregiudizio» (Labanca et al. 2005, 726). La mancata attribuzione di una specifica rilevanza ricoperta dalla fase coloniale nel processo di *nation-building* nel caso italiano, secondo Labanca «continua ad essere motivata con il fatto che il colonialismo italiano [...] sarebbe stato incapace di dare quel rilevante contributo alla costruzione di un'identità nazionale degli italiani che invece ha dato: e che nonostante tutto continua a dare» (*Ivi*, 717). L'alterità – ricorda ancora Nani – svolge un ruolo primario nella rappresentazione della nazionalizzazione «per contrasto» (Nani 2004, 95-119), un tema sul quale solo recentemente gli studiosi italiani si sono soffermati, maggiormente presi, in precedenza, dall'«ossessione di lungo periodo della cultura politica italiana per l'identità nazionale [che] ha portato gli storici alla ricerca degli ammanchi e delle loro cause» (Nani 2006, 19-20). Nella visione imperialista che sarà adottata dall'Italia, l'autorità della potenza coloniale avrebbe dovuto reggersi su una rappresentazione dei popoli locali assoggettati in grado di esaltarne un'alterità sulla quale gravava sinistra, tuttavia, l'inferiorità nei confronti degli Europei.

LA CULTURA COLONIALE NELL'ESPERIENZA ITALIANA: TRA RAZZISMO E NATION-BUILDING

La ricostruzione delle vicende inerenti al colonialismo italiano di Età liberale – oggetto di questo contributo – si baserà sulla fondamentale opera di Nicola Labanca, *Oltremare* (2002), definita come «l'unico lavoro di sintesi di recente pubblicazione e di eccellente qualità» (Pergher 2007, 61). L'autore, nella sua premessa, invitava gli studiosi ad approcciarsi a questo argomento con uno sguardo che non privilegi più esclusivamente il profilo

politico dell'espansionismo italiano: «come comprendere se il caso italiano fu un caso di socioimperialismo, cioè di espansionismo esterno volto ad integrare all'interno ceti e classi sociali, senza farne una storia sociale e culturale?» (Labanca 2002, 12). La cultura coloniale – prodotta all'interno degli Stati colonizzatori – svolse infatti un ruolo di primo piano nell'offrire slancio al processo imperialistico di conquista, affermando, con un processo parallelo, la negazione dell'esistenza della civiltà indigene (Nani 2006, 47 e segg.). La costruzione dell'«alterità» nei confronti dell'Africa e delle sue numerose etnie fu intrinsecamente connessa con la nazionalizzazione delle masse italiane in Età liberale, come dimostrano le ricerche intraprese da Gianluca Gabrielli, che ha approfondito, in particolare, il ruolo svolto dalle istituzioni scolastiche nel contribuire alla formazione di un'identità coloniale italiana: «abbondanti tracce di questo potente agente di nazionalizzazione – scriveva nel 2013 – le possiamo trovare, ad esempio, proprio nei testi scolastici, che fin dagli anni Ottanta dell'Ottocento [...] [nutriro] la costruzione didattica dell'orgoglio nazionale con la descrizione degli eroismi esotici dei militari bianchi e con la stigmatizzazione di nemici selvaggi e votati al tradimento» (Gabrielli 2013a, 324).

I paesaggi africani furono in un primo momento caratterizzati da un'aurea di fascino esotico strettamente connesso alla natura primordiale di quei luoghi; in un secondo tempo, invece, in virtù dei processi di conquista da parte delle potenze europee occupanti dei quali furono vittime, tali peculiarità si fusero irrimediabilmente con quelle di un mondo naturale reso, tuttavia, addomesticato dalla mano laboriosa dei colonizzatori (Gabrielli 2014, 19-21).

Nel processo di costruzione dell'alterità Gabrielli nota come due concetti fondamentali siano presenti: «il sottinteso “razziale” e l'attribuzione di un'inferiorità strutturale. [...] Accanto alla lente «razziale», ogni immagine di un africano porta come sottinteso il segno della propria alterità e inferiorità». (Gabrielli 2015, 224). L'analisi di Gabrielli, che si concentra sullo studio dei programmi e dei libri di testo adottati in Italia dall'Unificazione sino all'età repubblicana, evidenzia l'evoluzione di una cultura coloniale che, irrobustita dalle teorie sviluppatesi in quegli anni a proposito dell'appartenenza degli italiani a una «razza caucasica» superiore e generatrice della civiltà occidentale europea, a partire dalle guerre condotte in Etiopia durante l'età crispina (1887-1896), «rafforzò l'idea che gli italiani [...] avevano un destino imperiale collegato alla loro identità “razziale”» (*Ibidem*). Il razzismo, d'altra parte, aveva già svolto un ruolo di primo piano nella costruzione dell'identità culturale degli italiani negli anni successivi all'unificazione

della penisola. Cesare Lombroso, considerato il fondatore dell'antropologia criminale e della Scuola positiva di diritto penale, sosteneva che esistesse un alto grado di affinità fra criminali e selvaggi (Veronica 2010, 155; Mosse 1980, 50); i suoi studi influenzarono profondamente i successivi sviluppi della scienza sociale italiana del primo Novecento che «contribuirono a fare del razzismo il principio fondante della legittimazione delle conquiste territoriali, della rapina coloniale e dell'asservimento delle popolazioni da parte dell'imperialismo capitalista (Miele 2012, 128). Le logiche di stigmatizzazione promosse da Lombroso e, più in generale, dall'antropologia criminale dell'epoca, assumono grande rilevanza perché sono in grado di colpire sia alterità interne – costituite dai delinquenti, dagli omosessuali, dagli zingari e da altri soggetti considerati devianti – sia gli elementi ambigui e/o discontinui riscontrabili nell'alterità esterna (Nani 2009, 165-174; Nani 2019). Pur senza costituire tema di ricerca in questa sede¹, è opportuno ricordare come nelle colonie italiane – a partire dall'Età liberale sino a quella fascista – siano stati attivi molteplici tipi di razzismo coloniale, integratisi in forma compiuta a partire dagli anni Trenta: il razzismo fascista, infatti, include al suo interno sia «affermazioni di tipo biologico che sottolineano una distanza incolmabile, sia quelle di tipo nazionalistico che ipotizzano un'assimilazione subordinata» (Gabrielli 2013b, 371). Labanca distingue così, all'interno del razzismo coloniale, diverse caratterizzazioni: «nell'Oltremare italiano – egli scrive – si assiste ad uno specifico razzismo istituzionalizzato (per via legislativa, almeno a partire dal 1937), ad una politica del razzismo, o ad un razzismo politico (cioè legato alle grandi scelte della politica coloniale dell'Italia, liberale prima e fascista) e ad un razzismo quotidiano, diffuso e di massa» (Labanca 2002, 413).

La democratizzazione delle masse – processo avviato in Italia in età giolittiana – inaugurò nuovi canali di trasmissione della cultura coloniale, non limitati esclusivamente all'ambito scolastico: «libri, opuscoli, conferenze irrobustirono una pedagogia imperiale avviata sin dai banchi di scuola e rafforzata dalle esperienze visive delle grandi esposizioni» (Nani 2006, 50). Le rappresentazioni non riguardarono solamente i caratteri dell'alterità esterna ma anche quelli dell'identità che si definisce in rapporto ad essa, riducendo al contrario l'alterità interna, anche in ottica migliorativa dell'immagine nazionale in

Europa (Ivi, 92). Il processo di affermazione dei nazionalismi nel corso dell'Ottocento aveva rafforzato la produzione e il conseguente consumo di una pubblicistica razziale «da una parte rafforzando (e non di rado costruendo di sana pianta) tradizioni nazionali e sentimenti di appartenenza comune, dall'altra – con identiche finalità – escludendo nemici e stranieri» (Burgio-Gabrielli 2012, 101-102). Attraverso le politiche identitarie portate avanti dalle élites al termine dei processi unitari in Italia e in Germania, si rafforzarono una serie di miti fondativi, molti dei quali inventati per l'occasione, come dimostra il pregevole saggio di Eric Hobsbawm e Terence Ranger *L'invenzione della tradizione* (1983), allo scopo di edificare un carattere nazionale fondato su diversi aspetti e tradizioni: naturali, storici, culturali e individuali.

FIGURE AFRICANE TRA STEREOTIPI E PROCESSI PRIVATIVI

La cultura coloniale sviluppava tra i suoi stereotipi quello della figura del selvaggio africano, «una costante del racconto sulle guerre coloniali» (Montino 2007, 206), nonostante – almeno per l'area etiopica – si potesse parlare di una serie di rapporti privilegiati con gli Europei, in particolare in virtù della condivisione di un comune credo religioso (Novati Calchi 2005, 224), del riconoscimento, almeno parziale, dell'esistenza di una civiltà etiopica che riscuoteva un credito positivo in termini di tradizione storica (Polezzi 2008, 290) e per la sua posizione strategica nell'Africa orientale (Novati Calchi 2005, 225), anche se non mancavano giudizi negativi sulla persistenza di pratiche culturali, sociali e giuridiche ritenute pregne di barbarie (*Ibidem*, 227-235). La sopraffazione dei popoli arabi della Tripolitania, d'altro canto, era affermata come necessaria anche negli scritti del premio Nobel per la pace Ernesto Teodoro Moneta (1833-1918), laddove egli sosteneva come fosse «una triste fatalità che anche nel presente come nel passato i popoli esuberanti di uomini e di energie non possano penetrare nei paesi ancora barbari o semibarbari senza l'uso della forza» (Novati Calchi 2005, 240).

Allo scopo di analizzare gli stereotipi sorti in ambito coloniale, può essere d'aiuto esaminare le rappresentazioni di due differenti soggetti, sottoposti entrambi ad azioni educative formali e informali che miravano alla loro subalternità, l'uno esemplificato dall'ascaro – il soldato indigeno tradizionalmente reclutato in Eritrea – l'altro dalla donna africana. Le pratiche di subalternità, tuttavia, sortivano effetti differenti: se il primo era additato «come esempio da imitare, dai manuali scolastici destinati a coloro che sempre più insistentemente veni-

¹ La trattazione del tema dell'«alterità» presente nelle immagini allegate ai marchi registrati nel periodo fascista è stata oggetto di analisi in un altro contributo dell'autore dal titolo *New sources of cultural history of education: Italian trademark pictures as vehicles of colonial prejudices in the Fascist age*, pubblicato sulla rivista «Pedagogia Oggi», 2020, n. 1, pp. 269-288.

vano considerati soprattutto nella loro utilità di “futuri soldati d'Italia”» (Palma 2007, 234), alla donna era riservato un trattamento differente, che la trasformava in «un polo di attrazione sensoriale ed emozionale che richiamava automaticamente motivi ed immagini di eccitazione e seduzione, posto sullo stesso piano di un tramonto, di una foresta vergine, di una battuta di caccia grossa» (Surdich 2003, 48). In questa logica aberrante il possesso carnale del corpo dell'indigena – conseguito mediante lo stupro, metafora dell'espansione coloniale – equivaleva al dominio sul continente africano. La rigida stratificazione alla quale era sottoposta la popolazione indigena coloniale, cui non era garantito il diritto a una cittadinanza a pieno titolo, richiamava in modo palese le politiche educative metropolitane dell'Ottocento che legittimavano, perciò, «sotto il profilo etico e giuridico, l'ordinamento rigidamente classista della società e il sistema di valori propugnato dalle élites borghesi» (Ascenzi, Sani 2016, 90), irrobustite da prassi e, successivamente – in età fascista – da ordinamenti giuridici razzisti. D'altra parte, lo sviluppo di una cultura italiana coloniale fu un processo complesso, a tratto ambiguo, che non seppe risvegliare la medesima partecipazione emotiva che animava le classi sociali popolari di quegli Stati, come Francia e Regno Unito, che avevano alle spalle una più solida tradizione coloniale: «di ciò furono gli stessi circoli coloniali ad essere consapevoli, con quel loro mai essere soddisfatti della profondità e della stabilità della “coscienza coloniale” degli italiani» (Labanca 2002, 223). Questa affermazione, tuttavia, non deve indurre a ritenere che l'opinione pubblica italiana non fosse pienamente inserita all'interno dell'età dell'imperialismo: l'«Altro» era presente in Italia da tempo, indipendentemente dalle conquiste coloniali. La mancanza di propri possedimenti oltremare, tuttavia, aveva reso le masse popolari italiane ignoranti delle realtà africane, conosciute soprattutto a livello iconografico e narrativo, non privo di tendenze verso l'esotismo.

Un nuovo slancio si verificò dopo la sconfitta di Adua, per effetto della costituzione dell'Istituto Coloniale Italiano nel 1906 e la formazione del Ministero delle Colonie nel 1912, che posero le basi per una moderna struttura centrale della propaganda coloniale in Italia.

Lo scopo di questa pubblicazione è analizzare la genesi della costruzione di un'identità nazionale fortemente contrapposta a quella rappresentata dall'«alterità», costituita dalle popolazioni delle colonie conquistate tra l'Ottocento e la fine della guerra italo-turca del 1911-1912 per il possesso della Libia: a questo fine, la ricerca perseguirà l'obiettivo di indagare le tipologie di una serie di stereotipi culturali originatesi in contesti non scolastici, ma dalla forte pregnanza educativa, costituiti dalla

diffusione e conseguente ricezione da parte dei consumatori delle iconografie proprie dei marchi delle aziende attive in Età liberale, che hanno contribuito a influenzare profondamente la rappresentazione italiana dell'«alterità» nell'arco temporale compreso fra l'acquisizione della baia di Assab in Eritrea da parte dello Stato italiano (1882) e la Marcia fascista su Roma (1922). Lo studio di questo repertorio iconografico, pertanto, rientra a pieno titolo all'interno di quella storia culturale dell'educazione, intesa, secondo la felice definizione sviluppata da Fulvio De Giorgi, come la ricostruzione della genesi e degli sviluppi in senso diacronico «delle mentalità, dei comportamenti, dei costumi, dei simboli, dei modelli, dei miti che hanno avuto nei rapporti intergenerazionali, una dimensione formativa» (De Giorgi 2004, 263).

UNA NUOVA FONTE: LO STUDIO DELLE IMMAGINI DEI MARCHI DEPOSITATI PRESSO L'ARCHIVIO CENTRALE DI STATO

Il focus della ricerca condotta in questa sede indaga lo spazio pubblico, inteso – riprendendo gli studi del sociologo Émile Durkheim (1858-1917) – come

quel complesso di ideologie, passioni civili e religiose, tradizioni e sentimenti, comune alla media dei membri della società [...] [al cui interno] includiamo i dibattiti scientifici, politici, culturali, parlamentari, le riviste disciplinari, le informazioni che popolano i mezzi di comunicazione, i romanzi e la letteratura [...] e tutti quei provvedimenti istituzionali che vengono normalmente sottoposti a un intenso lavoro argomentativo e ideologico (Padovan 2006, 225-226).

Nello spazio pubblico si evidenzia un'occasione inedita di indagine all'interno di quelli che Gabrielli definisce «tracciati informali», le copertine dei quaderni scolastici e le figurine (Gabrielli 2014, 215-251), che può estendersi non solo ai diari di privati cittadini che ebbero modo di conoscere in prima persona la realtà delle colonie (Brezzi 2017, 123-151) o alle pratiche ludiche – laddove «si trattava di mettere alla berlina il “diverso”, di sanzionarne con una messa in scena l'inferiorità» (Gibelli 2005, 294) evocando lo stereotipo del «negro» – ma anche all'iconografia propria dei marchi depositati presso l'Ufficio della Proprietà Intellettuale. La metodologia applicata in questa ricerca, perciò, riprende l'invito rivolto dall'antropologa Clara Gallini alla comunità accademica esortandola a «cercare la chiave di lettura della logica costruttiva di tutto questo insieme di pratiche e di discorsi simbolici per interrogarci sulla natura di somiglianze e differenze e giungere infine a darci

ragione di ogni singola variante» (Gallini 1996, 17). Lo studio delle immagini a scopo pubblicitario è stato un tema trascurato in Italia, al contrario di quanto è avvenuto in Francia già negli anni Ottanta del secolo scorso, laddove si è provveduto a una campionatura estesa di materiali iconografici (Bachollet *et al.* 1997): una prima ricerca condotta da Gabrielli in questa direzione mostrava «l'esistenza di un fenomeno – quello dell'utilizzazione degli stereotipi e dei pregiudizi sui neri a scopo pubblicitario – che sicuramente necessita di campionature più vaste a livello nazionale e di studi più approfonditi» (Gabrielli 1998, 36).

La metodologia applicata alla presente ricerca riprende gli studi di David Hamilton (2009, 303-310) su una tipologia di fonte storica, fino a tempi recenti trascurata dalla storiografia educativa, costituita dai «marchi», soffermandosi in modo particolare sulle immagini e relative descrizioni che ne accompagnavano la registrazione presso gli uffici competenti e che sono ora disponibili presso la piattaforma on-line dell'Archivio Centrale di Stato al portale <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>.

Nel motore di ricerca sono state inserite le seguenti parole chiave, attinenti all'esperienza di conquista condotta oltremare dall'Italia: Abissinia; Africa; Colonia; Eritrea; Etiopia; Impero; Libia; Somalia e Società coloniale italiana, producendo, al termine dell'indagine, un totale di 96 marchi, distribuiti lungo un arco temporale compreso fra il 1870 e il 1922.

L'utilizzo di questa fonte storica non può prescindere da alcune considerazioni di ordine metodologico: i marchi non sono in grado di indicare la reale diffusione e incidenza dei prodotti fabbricati e commercializzati dalle imprese attive sul territorio nazionale nell'arco temporale considerato; ciò nonostante, mediante l'incrocio critico di queste fonti con il contesto nel quale si sviluppavano, lo studioso «dovrebbe puntare a determinare la domanda alla quale la realizzazione di quel dato oggetto tentava di rispondere, la sua effettiva diffusione e dunque la sua reale incidenza pedagogica» (Meda 2016, 161).

Nell'analisi della documentazione iconografica dei marchi è «necessario quindi aver presente le manifestazioni, la mentalità, la cultura del razzismo ed è altresì necessario collocare queste immagini per ciò che esse sono e rappresentano nel periodo storico, nel momento in cui furono prodotte» (Goglia 1994, 28). Questi elaborò una serie di categorie iconografiche, suddividendo le cartoline illustrate della guerra etiopica secondo queste specie: «simboliche, delle unità militari, militari varie, di propaganda non caricaturali, di propaganda a carattere umanistico-satirico, donne nere, varie (religiose, poetiche, geografiche ecc.)» (*Ivi*, 29). In virtù di questa

premessa, le categorie sono state rimodulate, congiungendo in un'unica specie le immagini afferenti alle unità militari e alle militari varie, e scorporando quella indicata come «varie» in «paesaggistiche», «etnografiche» e «storiche». Un'ultima tipologia, infine, è stata elaborata per raccogliere quelle immagini che, pur facendo riferimento al commercio o alla fabbricazione di oggetti attinenti allo spazio pubblico coloniale, non presentano indicazioni esplicite per poter essere incluse all'interno di una delle categorie già elencate in precedenza. Le immagini visive stereotipate o minacciose sono in grado di comunicare un significato razziale dispregiativo più sottilmente rispetto a un'affermazione verbale equivalente (Mendelberg 2001, 9). In un'Italia largamente analfabeta, le immagini dei marchi risultavano essere ancora più efficaci da utilizzare come veicoli di un messaggio di supremazia razziale e di alterità degli italiani rispetto agli africani, ancora più della stampa, con la quale condividevano una duplice operazione semiotica: per un verso contribuire «alla ridefinizione dei cliché, aggiornata all'evoluzione delle conoscenze etnologiche e geografiche, ma anche alla situazione politica determinata dall'espansione coloniale europea», dall'altro «in quanto strumento di mediazione culturale [risultare] veicolo di una più ampia circolazione degli stereotipi» (Nani 2006, 91).

Nel 1998 il Centro di Documentazione del Museo etnografico “Tamburo Parlante” di Montone (Pg) aveva raccolto all'interno della mostra «Immagini e Colonie» una serie di iconografie raffiguranti l'alterità, allo scopo di avviare una riflessione sull'immaginario coloniale italiano. Enrico Castelli, uno dei curatori della mostra, aveva ipotizzato una suddivisione dei periodi di produzione delle immagini in cinque fasi, che coprono il periodo temporale compreso fra il 1870 e il 1960 (Castelli 1998, 58-62).

La prima fase è compresa tra il 1870 (completamento delle guerre risorgimentali) e il 1884, inizio della conferenza di Berlino, tradizionalmente considerata il principio della corsa europea all'acquisizione di territori coloniali in Africa. In questo periodo l'istituzione di «musei antropologici, società geografiche e commerciali di preparazione del colonialismo italiano permise di definire gli obiettivi di un'espansione verso l'Africa che sembrò ineluttabile» (*Ivi*, 59).

Nella seconda fase (1885-1914) si assistette alla fondazione delle prime colonie italiane, mentre gli altri Paesi europei consolidarono i loro possedimenti in terra africana. A differenza degli altri Paesi, in Italia la produzione di consenso sembra assumere un ruolo essenziale: in particolare la guerra italo-turca non fu campagna coloniale, ma guerra a carattere nazionale (*Ivi*, 59-51). In questo periodo si segnala perciò la sovrabbon-

danza di elementi propagandistici a scapito degli elementi informativi.

Nella terza fase (1915-1922) si registra una scarsa attenzione italiana alle proprie colonie, a causa del ruolo secondario riservato a esse nella politica internazionale in seguito allo scoppio della guerra nel teatro europeo.

Nella quarta fase (1923-1941), corrispondente all'ascesa e al consolidamento del regime fascista sino alla perdita dell'Africa Orientale a opera delle armate britanniche, si colloca la Campagna d'Etiopia (1935-1936), intesa come guerra nazionale sia per il numero di soldati italiani coinvolti, sia per il buon livello di efficacia raggiunto dalla propaganda interna, in grado di garantire al governo un alto grado di consenso nazionale.

La quinta e ultima fase (1942-1960) include gli anni finali del secondo conflitto mondiale fino all'indipendenza della Somalia, affidata, con la risoluzione Onu n° 289, in amministrazione fiduciaria all'Italia per il decennio 1950-1960. Questa scansione temporale è stata qui ripresa, condividendone le argomentazioni costitutive e tuttavia limitando, per ragioni di spazio, l'analisi alle prime tre fasi che si svilupparono all'interno dell'Età liberale. Le immagini non costituiscono una fonte privilegiata solo per l'elemento iconografico che le caratterizza; al contrario non devono essere sottovalutate le didascalie di accompagnamento, attraverso le quali «operò la propaganda coloniale, costruendo un'immagine dell'alterità a cui l'origine fotografica [e aggiungerei anche iconografica, NdA] dava patente d'autenticità, mentre la didascalia permetteva di veicolare quegli elementi che andavano a far parte dell'immaginario collettivo» (Ivi, 66). In secondo luogo, è necessario ricordare che le illustrazioni comunicavano messaggi precisi: «l'immaginario è allo stesso tempo creatore di immagini che servono a confermare e potenziare i suoi miti» (Ibidem). I temi dell'immaginario hanno permesso così a tanti italiani di ritenere come naturale la loro superiorità nei confronti degli africani. Non è semplice affermare quali fossero i referenti naturali dell'iconografia che promuoveva la registrazione dei marchi: l'aspetto economico è uno tra quelli meno approfonditi del colonialismo italiano (Pergher 2007, 59). Le ricerche di Gian Luca Podestà, tuttavia, hanno lumeggiato come l'espansione italiana in Africa orientale sul finire dell'Ottocento si collochi all'interno del processo espansivo economico europeo, collegandosi, in ambito interno, alla politica economica protezionistica adottata dall'Italia in quel periodo (Podestà 1996). Secondo l'autore, una parte fondamentale in questo ruolo fu svolta, nonostante i suoi limiti, dalla borghesia italiana: per questa ragione è legittimo ritenere che i messaggi veicolati dalle immagini e dai testi dei marchi avessero come destinatari quella piccola borghesia

umanistica «impregnata di un'ingenua e superficiale retorica patriottarda» (Preti 1965, 8).

Il più antico marchio presente nell'Archivio Centrale di Stato è proprietà della ditta del sig. Cesare Filistrucchi, il quale nel 1877 presentava una domanda per registrare una lozione dal nome «Acqua Africana», la cui descrizione era la seguente: «disco contenente nel centro una testa di un'africana ed attorno la legenda *Acqua Africana C. Filistrucchi*»². Adottando i criteri di analisi e suddivisione delle immagini attinenti alla complessa relazione fra l'alterità africana e la cultura italiana, appare evidente come questa prima illustrazione possa essere catalogata all'interno della categoria attinente all'immaginario femminile africano.

Nella seconda fase (1885-1914) sono inclusi 83 marchi afferenti al tema dell'alterità. Una crescita impetuosa, rispetto al periodo precedente, nella quale spiccano le icone ascrivibili alla categoria «etnografica» (15), seguita dalle illustrazioni riconoscibili nelle specie «simboliche» (13), «paesaggistiche» (12) e «propaganda» (12). Un dato comune a questa scansione temporale e a quelle successive è rappresentato dalla presenza di un numero elevato di marchi (17) la cui iconografia non è riconducibile a nessuna categoria: si tratta di aziende che, pur commercializzando nel campo dei prodotti coloniali, mantenevano questa specificità onomastica solo nell'intestazione sociale ovvero nell'indicazione della categoria merceologica di riferimento, senza, tuttavia, presentare connessioni alle immagini scelte per registrare e pubblicizzare il prodotto di riferimento.

Peculiare di questa fase storica è la predominanza dell'iconografia riconoscibile nella categoria «etnografica»: al suo interno sono comprese quelle immagini che ritraggono i caratteri somatici di uomini e donne indigeni dei territori reclamati dall'Italia, sovente ponendo attenzione alla rappresentazione degli abiti e delle acconciature locali, avendo cura di non sveltire, allo stesso tempo, i soggetti ritratti. La ditta Dilsizian's Sheatings di Milano, attiva nel settore della produzione dei tessuti di cotone greggio, ad esempio, introduceva nei propri marchi le figure di esponenti della società abissina: un giovane uomo³, un negus⁴, e perfino – a conferma della presenza di una certa sensibilità dell'illustratore nei confronti delle commistioni culturali allora attive fra il regno etiopico e le principali potenze europee occidentali – «la figura, a mezzo busto, di un Ras abissino in divisa militare all'europea»⁵. La riproduzione dei caratteri somatici africani non si limitava a ritrarre

² Vol_4-5-6_0127.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

³ 127-128-129_0139.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

⁴ 127-128-129_0140.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

⁵ 127-128-129_0145.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

individui ideali, come lo era, ad esempio, il ras abissino a cavallo ritratto nel logo delle Manifatture Riunite di Parabiago (MI)⁶, o «la figura a mezzo busto di un negus abissino vista di fronte con un turbante in testa, manto fregiato intorno al busto, gioiello con croce al collo, decorazioni e medaglie sul petto»⁷ impressa nel marchio della ditta di Turri Davide di Seriate (BG). La Ditta Livierato Brothers di New York, infatti, sceglieva come immagine «un'impronta raffigurante la testa di Menelik II di Abissinia [1844-1913, NdA] con la faccia barbata vista di profilo e con una triplice corona, sotto la quale si vede un fazzoletto, che cade come un drappo sulla nuca»⁸. Menelik era soggetto privilegiato anche dalla Società Coloniale Italiana di Milano, che nel 1905 lo ritraeva «visto di profilo con corona in testa, il tutto accompagnato dal leone abissino e dalla scritta *Società Coloniale Italiana Milano*»⁹ per illustrare un marchio per la vendita di tessuti di cotone e altri generi. L'anno seguente la stessa Ditta registrava un secondo marchio per il commercio di tessuti di cotone all'interno del quale figurava «un'impronta portante l'effigie a mezzo busto di Menelik accompagnata da una corona a destra e da un leone coronato, che regge l'asta con la croce, a sinistra»¹⁰ e un terzo, con le stesse finalità commerciali, avente come icona un'impronta costituita dall'effigie a mezzo busto dell'imperatore Menelik con cappello»¹¹. L'iconografia dei marchi non dimostrava univocamente la propria attenzione nei confronti dei soggetti di sesso maschile: la Società Coloniale Italiana nel 1906 registrava un marchio raffigurante l'effigie a mezzo busto dell'imperatrice Taitù [Batùl 1849-1918, moglie del negus Menelik II, NdA] accompagnata da una corona e dal leone abissino»¹². La Ditta V.G. Behar di Asmara, invece, privilegiava un'impronta a contorno rettangolare, contenente il ritratto di Ligg Jasu [1895-1935, reggente di Etiopia, NdA] avente in alto a sinistra la figura del leone della Tribù di Giuda e a destra la corona imperiale etiopica, e in basso il nome *Ligg Jasu* in caratteri amarici»¹³. L'attenzione verso l'alterità non sempre era rivolta ai soggetti africani: in almeno un caso, infatti, l'illustrazione era costituita dalla figura di un guerriero amerindo ritratto in abiti tradizionali, la cui presenza, all'interno di una ditta operante a Massaua come quella del sig. Crico Marco non è facilmente spiegabile, in assenza di ulter-

riori elementi esplicitativi¹⁴ o da un arabo con cammello – certamente un soggetto più vicino all'area geografica considerata – costituente l'icona del marchio registrato dalla Società Coloniale di Milano nel 1906¹⁵. Non sempre, tuttavia, le immagini erano così ben definite come appariva nel caso dei marchi della ditta Dilsizian's Sheatings di Milano: in altri casi, infatti, l'iconografia si riduceva a ritratti di dimensioni minori, come è possibile osservare nell'illustrazione della Ditta Fratelli Spada, che nel 1904 vedeva riconosciuto il suo marchio nel quale spiccava una minuta figura di un soggetto maschile etiope, la cui nazionalità era legata a quella di provenienza del cotone che questa ditta commerciava¹⁶. A commento dell'iconografia che caratterizzò questa fase si può notare come essa abbia privilegiato le élites abissine, riservando, allo stesso tempo, poca attenzione a individui appartenenti alle classi popolari; questa tendenza non può dirsi confermata nella fase successiva, l'ultima dell'Italia liberale (1915-1922), poiché questa categoria risulta assente.

Questa fase storica, tuttavia, non si segnala solo per l'attenzione nei confronti dell'alterità da un punto di vista etnografico; al contrario, al suo interno si registra un'alta percentuale (14% del totale) di iconografie attinenti alla propaganda coloniale. Il più antico marchio censito, fra quelli appartenenti a questa categoria, appartiene alla Società Coloniale Italiana, che nel 1906 registrava un'impronta rappresentante una bandiera [tricolore, NdA] spiegata col monogramma intrecciato S.C.I., il tutto sormontato dalla scritta *Società Coloniale Italiana Milano*»¹⁷; il tricolore, inoltre, è ripreso nell'etichetta del marchio della Società Anonima La Commerciale Francioli – agente nel settore merceologico della produzione di cordiali – il cui legame con l'apparato istituzionale era sottolineato dalla presenza, nel marchio illustrato, dello stemma di Sua Altezza Reale la Duchessa di Genova¹⁸; è nel corso della guerra italo-libica (1911-1912), tuttavia, che le illustrazioni propagandistiche si affermano pienamente nel panorama dell'iconografia coloniale. Il primo marchio che illustra l'impresa militare condotta nelle province africane dell'Impero ottomano è quello della Società Disinfettante Bacterol di Milano: nell'etichetta registrata da questa ditta, infatti, appaiono «due emisferi terrestri, dei quali quello di sinistra reca le parole *Tripolitana* ed *Eritrea* sulle terre così denominate»¹⁹.

⁶ Vol_91-92-93_0016.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

⁷ Vol_64-65-66_0009.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

⁸ 106-107-108_0305.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

⁹ Vol_67-68-69_0233.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

¹⁰ Vol_67-68-69_0075.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

¹¹ Vol_67-68-69_0232.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

¹² Vol_67-68-69_0199.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

¹³ 109-110-111_0095.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

¹⁴ 112-113-114_0094.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

¹⁵ Vol_67-68-69_0198.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

¹⁶ Vol_29-29-30_0144.jpg; Vol_61-62-63_0065.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

¹⁷ Vol_67-68-69_0257.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

¹⁸ 109-110-111_0196.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

¹⁹ 109-110-111_0302.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>



Fig. 1. Società Disinfettante Bacterol 1911

Alle indicazioni meramente geografiche, tuttavia, si sostituirono ben presto le icone che richiamavano esplicitamente la personificazione dell'Italia volta alla conquista della colonia libica: questo caso è osservabile nell'illustrazione del marchio della Ditta Collo Modesto di Torino, che nel 1912 richiese all'Ufficio della Proprietà Intellettuale la registrazione di una «vignetta [...] raffigurante, sopra uno sfondo di mare e terra, con città africana, una donna vestita da guerriera [l'Italia, NdA], seduta sopra un cannone e reggente con la mano destra una bandiera italiana spiegata dietro la sua persona»²⁰. Si tratta della prima illustrazione nella quale appare evidente – accanto all'interesse etnografico nei confronti dell'alterità, evidenziato nel precedente paragrafo – la sottomissione dell'indigeno nei confronti dell'occupante europeo: «con l'altra stringe la mano di un arabo ingi-



Fig. 2. Ditta Collo Modesto 1912

nocchiato; ai piedi della vignetta trovasi un nastro con la scritta *M. Collo Torino Caramelle Tripoli*»²¹.

La sottomissione del nemico arabo è ripresa anche dall'etichetta della Ditta di Giulio Di Nola di Gragnano (Na), attiva nel settore di produzione di pasta alimentare, la quale registrava un'immagine a colori – fra le prime appartenenti a questa tipologia grafica – «portante la scritta *Tripoli Brand*, la figura di una grande stella a cinque punte, la veduta di un paesaggio africano e la figura di una donna araba in atto di baciare il lembo di una bandiera nazionale sorretta da un ufficiale italiano»²². L'immagine dell'Italia trionfante è ripresa anche da un'altra illustrazione a colori della ditta di Francesco Albergamo, reclamizzante un liquore, nella quale appare «la figura di una donna rappresentante l'Italia, che sulla costa libica spinge soldati e marinai alla conquista di quelle terre»²³; si noti che nell'immagine vi è spazio anche per un fante ascaro eritreo, a suggellare l'ideale alleanza fra i contingenti nazionali e quelli coloniali.

²¹ *Ibidem*.

²² 118-119-120_0039.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

²³ 118-119-120_0245 in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

²⁰ 112-113-114_0170.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>



Fig. 3. Ditta di Giulio Di Nola 1912

Altri marchi privilegiavano una propaganda orientata verso contenuti simbolici, come attesta il caso dell'immagine registrata dalla Ditta Amoruso & Sforza di Milano, la quale raffigurava «un'aquila in atto di spiccare il volo, sovrastante alla riproduzione del continente africano, sul quale sta la parola *Africa*»²⁴. Gli artigli del rapace reggono con forza proprio quei territori che corrispondono alla colonia libica. In almeno un caso, inoltre, la colonizzazione della Libia – smentendo la dura resistenza degli indigeni al dominio italiano – è rappresentata come un evento accettato positivamente dalle popolazioni locali: nel 1912 la Ditta C. Tacconis di Torino, infatti, registrava un marchio la cui illustrazione a colori «portante la scritta *Smalto Porcellana Bengasi* [mostrava] la riproduzione di un paesaggio della Libia»²⁵ al cui interno la presenza italiana era simboleggiata da un arabo



Fig. 4. Ditta C. Tacconis 1912



Fig. 5. Unione Manifatture «Parabiago» 1912

che tinteggiava tre tronchi di palma con i colori della bandiera nazionale²⁶.

Il soggetto del soldato italiano all'interno dei motivi propagandistici delle etichette dei marchi registrati in questa fase non riscuoteva un particolare successo: solo in un caso, infatti – nell'immagine presentata nel 1912 dall'Unione Manifatture «Parabiago» – è presente l'iconografia del bersagliere in uniforme coloniale, il quale, baionetta innestata, si appresta a combattere in Libia²⁷. Degno di interesse, in questa illustrazione, è un dettaglio di fondamentale importanza, sottaciuto, tuttavia, nel testo descrittivo dell'immagine stessa: la presenza di una bandiera dell'Impero ottomano, lacerata in alcuni punti, che giace ai piedi del bersagliere e viene da questi calpestata con disprezzo²⁸.

I marchi registrati l'anno successivo alla conclusione formale delle ostilità (1913), celebravano l'acquisizione della nuova colonia e il valore delle forze armate impegnate nel conflitto coloniale: la Ditta Marzorati, il cui marchio contraddistingueva macchine da scrivere, registrava un'«impronta in oro costituita dalla scritta *Libia 1912*»²⁹; la Ditta Salvatore Salzano di Genova, inoltre, illustrava il marchio di un liquore di sua produzione con «la figura di una torpediniera in mare»,

²⁴ 121-122-123_0029.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

²⁵ 118-119-120_0128.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

²⁶ 12501-12600_0026.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

²⁷ 115-116-117_0029.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

²⁸ 12301-12400_0042.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

²⁹ 127-128-129_0302.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

sotto la quale era presente la seguente indicazione storica: «Dardanelli 19 luglio 1912»³⁰, a ricordo delle azioni dimostrative compiute dalla flotta militare nell'omonimo stretto. La medesima bevanda alcoolica – Spica – prendeva il nome da una delle torpediniere della 3° squadriglia utilizzata nella battaglia, la stessa ritratta nell'etichetta³¹. La categoria relativa ai marchi le cui iconografie rappresentano soggetti militari intesi come autonomi, tuttavia, dal contesto storico bellico nel quale si svolgevano le azioni di conquista dei territori libici, annovera al suo interno solo cinque occorrenze: la più antica è stata depositata dalla ditta Turri Davide, la quale nel 1905 ottenne la registrazione di un marchio per contraddistinguere tessuti di cotone, la cui immagine ritraeva «la figura di un milite in tenute africane»³². I marchi registrati negli anni successivi alla conclusione della guerra italo-turca per il possesso della Libia, invece, spostarono la loro attenzione, a livello figurativo, sugli ascari, i contingenti eritrei al servizio dell'Italia: sia la Fabbrica Toscana Luti, che la Società Anonima Idroelettrica Gallicanese di Massa-Carrara, entrambe specializzate nella produzione di filati da cucire, registrarono marchi le cui illustrazioni, molto simili fra loro, mostravano il profilo di un ascario³³, associato alla produzione di cotone eritreo³⁴. Il legame commerciale fra truppe coloniali e prodotti agricoli era ripreso, nel 1912, dalla ditta Iemmi Cervi & C., residente a Campegine (RE), la quale presentava domanda per registrare un marchio per la fabbricazione di pomodori e derivati i cui tratti peculiari erano «la figura di una testa di



Fig. 6. Ditta Iemmi Cervi & C. 1912

³⁰ 124-125-126_0005.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

³¹ 13401-13500_0014.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

³² Vol_64-65-66_0008.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

³³ 135-136_0080.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

³⁴ 13501-13600_0034.jpg; 141-142_0013 in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>



Fig. 7. Ditta Turi Tullio 1913

ascaro in mezzo a frutti di pomodoro, accompagnato dalla scritta *Marca Libia Depositata*»³⁵.

L'icona dell'ascaro eritreo trovava la sua utilizzazione anche in chiave propagandistica, ma in forma parodistica: il dentifricio eritreo fabbricato dalla ditta di Turi Tullio di Pistoia, infatti, mostrava «la figura di un ascario armato in corsa»³⁶, il cui sorriso sghembo, tuttavia, contribuiva a rendere il suo viso una sorta di immagine caricaturale dei tratti somatici africani³⁷.

I soggetti femminili presenti nell'iconografia dei marchi nel periodo 1885-1914 non si segnalano per originalità: un primo esemplare, registrato nel 1893 da parte dell'azienda di Bertoglio Enrico di Nervi (GE), ripropone un'idea classica di rappresentazione femminile per simboleggiare i diversi continenti: «l'Europa è contraddistinta da una figurina di donna italiana, l'Asia di donna giapponese, l'Africa di donna nera e l'America di pelle rossa»³⁸; un secondo – e ultimo – soggetto, registrato nel 1912, da parte dell'azienda di proprietà del sig. Cesare Singer di Milano, propone un'etichetta rettangolare con triplice contorno lineare, portante superiormente la figura a mezzo busto di una donna africana»³⁹. Maggiormente variegato, infine, è il quadro generale entro il quale iscrivere la natura delle iconografie appartenenti alla categoria simbolica, cui spetta il compito di definire tutte quelle etichette le cui immagini, pur evocando il rapporto con l'alterità e l'esperienza coloniale, non hanno funzionalità precise, ma la cui utilità, tuttavia, è imprescindibile per comprendere in quale misura gli ita-

³⁵ 127-128-129_0163.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

³⁶ 121-122-123_0203.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

³⁷ 13201-13300_0046.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

³⁸ Vol_25-26-27_0037.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

³⁹ 109-110-111_0040.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

liani fossero influenzati dagli stereotipi correnti dell'epoca nella costruzione del complesso e ambiguo rapporto con l'alterità. I 13 marchi riunibili in questa categoria, infatti, registrati fra il 1893 e il 1913, racchiudono al loro interno diverse sottocategorie: prima fra tutte, quella legata alla promozione di un'onomastica legata all'esperienza coloniale. Il termine «Africa»/«Africani» ricorre in cinque occorrenze⁴⁰, sei si considera il nome della Libia come al primo strettamente apparentato⁴¹; a pari merito si colloca la sottocategoria di marchi contenenti al loro interno nomi e/o illustrazioni rifacentesi ad animali considerati esotici (come la tigre, ad esempio⁴²) o simboli indiscussi di dominio (come l'aquila imperiale romana⁴³) associati, tuttavia, al simbolo nazionale per eccellenza, la bandiera nazionale oppure, in alternativa, lo scudo dei Savoia. Chiude, infine, la sottocategoria di marchi i cui nomi sono ispirati a località esotiche, come le «Perles de Nizam», registrato dalla ditta tedesca C. H. Knorr nel 1910⁴⁴, che alludevano alla sfarzosa linea dei sovrani dello Stato principesco indiano di Hyderabad. Un'altra categoria figurativa rappresentata in questa fase storica è costituita dai paesaggi naturali africani (15 occorrenze): pur nella diversità di approccio e nella scelta degli elementi rappresentati – che spaziano dalla presenza di un unico elemento inanimato o vivente⁴⁵ sino a illustrazioni più articolate⁴⁶ – un filo rosso lega fra loro queste diverse immagini ed è costituito dalla mancanza di soggetti umani. Molte immagini di questi marchi sono impreziosite dall'essere accompagnate dai nomi delle rispettive ditte scritti non solo in lingua italiana, ma anche aramaica, allo scopo plausibile di poter mostrare una maggior compenetrabilità di queste imprese nei mercati locali dell'Africa orientale. Conclude l'analisi dei marchi registrati in questo arco temporale la riflessione sulle immagini inquadrature nella categoria «Storica», composta di tre elementi, i cui soggetti privilegiavano tendenzialmente le rappresentazioni di personaggi ovvero scenografie ispirate agli eventi storici o mitologici occidentali. Le illustrazioni proponevano

una gamma diversificata di soggetti, che spaziavano da edifici coevi alla registrazione del marchio, come la torre Eiffel raffigurata dalla Ditta Svaldi⁴⁷, agli stemmi e all'araldica delle antiche repubbliche marinare, come Venezia⁴⁸ o Genova⁴⁹, a testimonianza degli sforzi intrapresi dalla cultura coloniale di sviluppare un legame privilegiato, per quanto artefatto, con gli antichi esploratori italiani. Nell'ultimo scorcio dell'Età liberale (1915-1922), il numero di marchi censiti non può che risultare inferiore, considerato il breve periodo preso in esame, riducendosi così a 12. La quota più elevata di questi marchi – la metà del totale – è catalogata nella sezione «paesaggistica»: i sei elementi censiti, dunque, confermano le caratteristiche proprie del periodo precedente, quale l'assenza di soggetti umani nei paesaggi ritratti⁵⁰ e l'uso di singoli soggetti nelle illustrazioni di riferimento, in questo periodo rappresentati principalmente dai marchi registrati dalla ditta H.P. Naum di Tripoli, le cui illustrazioni tratteggiavano frutti locali ed esotici⁵¹. Solamente un marchio a scopo propagandistico è stato rilevato per questo arco temporale: registrato da Amoroso Michele nel 1915, la cui ditta agiva nel commercio di tessuti, di alimenti e candele, rappresentava un'aquila tesa a protendere i suoi artigli verso l'Africa⁵². Non incrementa la propria presenza la tipologia dei marchi a scopo propagandistico-caricaturale, che si ferma a una sola occorrenza: essa, registrata nel 1921⁵³ rappresenta un pasticcere somalo – i cui tratti somatici sono stati palesemente calcati e deformati con un evidente intento parodistico – intento a presentare una torta composta, in realtà, da una torre di scatolette di carne «La Somalia», prodotte dalla ditta napoletana Società Anonima Coloniale.

L'unica occorrenza censita per la categoria simbolica, infine, presenta, in modo analogo a quanto riscontrato nel periodo precedente, un'iconografia avente come oggetto la parola «Libia», registrata per reclamizzare «un tipo di penna»⁵⁴. Il quadro complessivo, inoltre, è completato dalla presenza di tre marchi non afferenti a nessuna tipologia, che presentano le medesime peculiarità riscontrate nella fase precedente, privilegiando, pertanto, l'uso di vocaboli e immagini non riconducibili alla dimensione dell'alterità. La ricerca condotta sui marchi registrati in questo scorcio temporale, dunque, non

⁴⁰ Vol_52-53-54_0061.jpg; 11301-11400_0063.jpg; Vol_100-101-102_0178.jpg; Vol_64-65-66_0212.jpg; Vol_25-26-27_0031.jpg;

⁴¹ 13701-13800_0047.jpg

⁴² 7301-7400_0014.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

⁴³ 6701-6800_0075.jpg; 7301-7400_0013.jpg; 11901-12000_0022.jpg; 11901-12000_0023.jpg; 13401-13500_0062.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

⁴⁴ Vol_91-92-93_0099.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

⁴⁵ 9201-9300_0098.jpg; 2001-2100_0091.jpg; 10501-10600_0016.jpg; 13201-13300_0101.jpg; 13201-13300_0102; 133-134_0063.jpg; 133-134_0151.jpg; 133-134_0152.jpg; 137-138_0054.jpg; 137-138_0055.jpg; 9501-9600_0037.jpg; 9701-9800_0094.jpg; 9701-9800_0095.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

⁴⁶ Vol_31-32-33_0245.jpg; 12601-12700_0071.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

⁴⁷ 1801-1900_0009.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

⁴⁸ 8001-8100_0030.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

⁴⁹ 8901-9000_0016.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

⁵⁰ 177-178_0048.jpg; 143-144_0202.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

⁵¹ 201-202_0201.jpg; 201-202_0202.jpg; 201-202_0203.jpg; 201-202_0204.jpg, in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

⁵² 143-144_0173.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

⁵³ 173-174_0111.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>

⁵⁴ 145-146-147_0088.jpg in <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>



Fig. 8. Società Anonima Coloniale 1921

sembra avvalorare, nel contesto coloniale italiano, la tesi di una radicalizzazione di quel lessico – terminologico ovvero espresso attraverso l'iconografia – del nazionalismo razzista (Burgio-Gabrielli 2012, 111). La presenza di un numero elevato di immagini afferenti alla categoria etnografica nella fase storica dell'Italia liberale, al contrario, conferma una tesi storiografica già esistente: «nei resoconti degli esploratori o dei viaggiatori ottocenteschi, lo sguardo sull'africano fu uno dei punti qualificanti della narrazione» (Labanca 2015, 257).

Si osserva una certa coerenza di fondo dei temi principali, a differenza di quelli marginali che in parte si modificano o addirittura scompaiono. Nel periodo liberale, mentre è possibile osservare una certa tendenza nei confronti del vedutismo, ben rappresentata dalle iconografie raccolte nella categoria «paesaggistica», non è possibile, allo stato attuale della ricerca, constatare la presenza del voyeurismo (Triulzi 1998, 269). Si tratta di una serie di paesaggi che si richiamavano a «descrizioni di tipo impressionistico tendenti a far vibrare le corde del sentimento e dell'immaginazione [piuttosto] che su annotazioni ed analisi precise e circostanziate» (Surdich 2003, 42), che avevano poca attinenza con la vita quotidiana dei popoli africani, legandosi, al contrario, alla «voglia di evasione» di una classe sociale piccola borghese che faticava a riconoscersi nella realtà di un'Italia che attraversava una fase di profonda trasformazione in senso sociale ed economico.

Nella letteratura di viaggio coloniale, d'altro canto, non è raro trovare riferimenti a una confusione semantica fra l'elemento antropico rappresentato dagli indigeni e quello naturale, basato sul paesaggio africano: in questo modo si avvalorava «l'equiparazione tra popolazioni africane e mondo animale, ripetutamente usato e proposto per sancire l'irredimibile condizione di non-umanità di quel mondo ritenuto ancora fermo ad uno stadio estremamente primitivo e bestiale» (Surdich 2003, 48). Una simile valutazione soggiaceva, dunque, all'«antropologia del degrado e del decadimento» (Solinas 1988, 41) che giudicava le etnie africane «in base al più rozzo evolucionismo fondato su certezze etnocentriche e funzionale alla sottomissione degli indigeni» (Surdich 2003, 54). Un'antropologia, dunque, all'interno della quale prevale l'identità del «noi [...] che si è aperto all'alterità dapprima per impulso romantico e per spirito d'avventura e poi, ben presto, per interessi commerciali e di conquista» (Pennacini 1999, 26). Non deve sorprendere, inoltre, la constatazione di una posizione marginale delle immagini pubblicitarie dell'alterità, suggerita non solo dal numero relativamente basso di icone censite (96), quanto, piuttosto dalla presenza di una categoria, discretamente rappresentata (20 occorrenze), che riunisce immagini estranee al tema in oggetto: questo fenomeno «è da mettere in relazione sia con la scarsa fiducia mostrata dal grande capitale nei confronti dell'avventura coloniale, sia dal provincialismo italiano [...]: ne risultò comunque una intrinseca debolezza nella creazione di una immagine del mondo coloniale incapace di trasformarsi in luogo di evasione e sogno per la massa degli italiani» (Castelli 1998, 64).

L'Africa nell'Ottocento rappresentò dunque quel «contorto insieme di seduzioni e repulsioni che la scoperta dell'alterità ha sempre comportato nella storia dell'uomo e che ancora oggi costituiscono i nostri antipodi interiori» (Triulzi 1989, 10).

CONCLUSIONI

L'analisi dei marchi registrati in Età liberale ha confermato un crescente interesse nei confronti dell'etnografia dei popoli africani con i quali entrarono in contatto gli Italiani, avvertibile soprattutto nella fase storica che interessò il processo di conquista e colonizzazione delle province libiche, nonostante mancasse un collocamento di questi soggetti umani – principalmente appartenenti all'élite abissina – all'interno del loro ambiente antropico, risultando posti, pertanto, in una condizione astratta, solo parzialmente riscattata dall'attenzione riservata ai dettagli della loro cultura materiale. Paral-

lelemente, tuttavia, si avverte la forte presa di coscienza di un crescente movimento imperialista che, assente o fortemente limitato nel periodo della conquista di Eritrea e Somalia, trova una sua forma più matura nel conflitto italo-turco del 1911-12: questo processo trova la sua espressione figurativa nella diffusione di soggetti iconografici aventi come oggetto non tanto l'andamento delle conquiste coloniali, quanto le allegorie dell'Italia trionfatrice sui propri nemici – anche grazie al supporto delle milizie indigene degli Ascari – dinanzi alla quale le immagini raccolte mostrano una pacifica, se non benevola, accoglienza da parte delle popolazioni locali, ben simboleggiata dall'entusiasmo e dall'ardore con i quali gli indigeni si apprestarono a verniciare i tronchi degli alberi di palma con i colori della bandiera nazionale. Un quadro idillico, quest'ultimo, che la resistenza turca capeggiata da Enver Bey (1881-1922) e poi proseguita negli anni successivi al termine del primo conflitto mondiale dalla confraternita islamica dei Senussi guidati da Omar al-Mukhatar (1858-1931) avrebbe, in realtà, drammaticamente smentito.

I marchi registrati in Età liberale, analogamente ai concorsi scolastici istituiti fra il 1938 e il 1942, non avevano interesse a incrementare la conoscenza delle colonie, ma intendevano far emergere «consapevolezza di superiorità, identità nazionale forte, teoria politica di dominio, lucidità nell'individuazione del proprio ruolo [...] inquadrato nella gerarchia dei conquistatori» (Gabrielli 2013b, 372). Il continente mostrato nelle immagini dei marchi non era altro che «un'Africa immaginata, idealizzata, classificata secondo criteri esterni e astratti che poco avevano a che fare con la sua vita reale, e molto con gli sconvolgimenti e le crisi epocali di un'Italia in forte transizione e cambiamento sociale» (Triulzi 1998, 270) nella quale alle ambizioni espansionistiche italiane si legava una voglia di evasione nutrita dalla piccola borghesia nostrana, per esorcizzare l'immagine di un'altra Italia, quella agreste del meridione, così vicina per certi versi a quella africana (selvaggia, arretrata, debole), che andava tenuta distante dal modello promozionale di un Paese che desiderava apparire molto più ricco e forte militarmente di quanto non fosse in realtà. Appare evidente, dallo studio delle immagini oggetto di questo articolo, che «decontestualizzati, proiettati su orizzonti puramente onirici, ritratti di fronte a fondali neutri, gli africani e le africane della *fiction* coloniale funzionano a dovere: le donne si conquistano, le guerre si vincono» (Ivi, 274). Dopo la sconfitta di Adua del 1896 l'incantesimo si rompe e l'immagine distorta e lontana dalla realtà africana non poteva più essere ricomposta, ma solo infrangersi in tanti pezzi, che ancora oggi costituiscono i frammenti della memoria colo-

niale che è stata rimossa in un'Italia nella quale i nuovi traumi e insicurezze collettivi sono alla base di una interpretazione ancora legata agli stereotipi, maturati in età coloniale, dell'Africa stessa. I prossimi studi sull'iconografia coloniale legata ai marchi industriali avranno lo scopo di approfondire le interconnessioni esistenti tra immagini i cui elementi peculiari appartengono a molteplici ambiti di natura culturale e simbolica: l'obiettivo di queste ricerche future sarà quello di verificare se esista la presenza di uno spazio ambivalente all'interno del quale i due soggetti umani dell'esperienza coloniale – l'europeo colonizzatore e l'africano colonizzato – avrebbero potuto costruire relazioni biunivoche attraverso le quali costruire la propria soggettività. Non bisogna trascurare, infine, la necessità di adottare, nelle prossime ricerche, una prospettiva transnazionale di studi comparati: «sarebbe interessante capire, ad esempio, fino a che punto la popolarità che i temi coloniali hanno avuto in Italia sia figlia dell'imperialismo italiano o non piuttosto connesso ad un esotismo e senso di superiorità razziale che avevano all'epoca ampia circolazione in Europa» (Pergher 2007, 59).

BIBLIOGRAFIA

- Anderson, Benedict. 1996. *Comunità immaginate. Origini e fortuna dei nazionalismi*. Roma: Manifestolibri.
- Ascenzi, Anna, e Sani Roberto. 2016. *Tra disciplinamento sociale ed educazione alla cittadinanza. L'insegnamento dei Diritti e Doveri nelle scuole dell'Italia unita (1861-1900)*. Macerata: EUM.
- Bachollet, Raymond, Yamgnane Kofi, e Molina Maurizio. 1997. *Négripub: l'immagine dei neri nella pubblicità*. Torino: Edizioni Gruppo Abele.
- Bassi, Gabriele. 2018. *Sudditi di Libia*. Milano-Udine: Mimesis.
- Battaglia, Roberto. 1958. *La prima guerra d'Africa*. Torino: G. Einaudi.
- Brezzi, Camillo. 2017. "Come una vita che si trova nei pressi dell'aconia. Diari dell'Italia coloniale." *Verbis* 1:123-151.
- Burgio, Alberto, e Gabrielli Gianluca. 2012. *Il razzismo*. Roma: Ediesse.
- Castelli Enrico, e Angelo Del Boca, cur. 1998. *Immagini & Colonie*. Montone: Centro di documentazione del Museo etnografico Tamburo parlante.
- Comberiati, Daniele. 2010. *Scrivere nella lingua dell'altro: la letteratura degli immigrati in Italia (1989-2007)*. Bruxelles: Lang.
- Del Boca, Angelo. 1988. *Gli italiani in Libia: 1860-1922*. Bari: Laterza.

- De Giorgi, Fulvio. 2004. "La storia dell'educazione come storia culturale." *Contemporanea* 2: 263-285.
- Dirks, Nicholas B. 1992. *Colonialism and culture*. Ann Arbor: University of Michigan press.
- Gabrielli, Gianluca, cur. 1998. *L'Africa in giardino: appunti sulla costruzione dell'immaginario coloniale*. Anzola dell'Emilia: Grafiche Zanini.
- Gabrielli, Gianluca. 2011. "Razze e colonie nella scuola italiana." *aut aut* 349: 69-102.
- Gabrielli, Gianluca. 2013a. "Il ruolo del dispositivo razzista nella storia del colonialismo italiano." *Educazione Interculturale* 3: 313-325.
- Gabrielli, Gianluca. 2013b. "Svolgimenti imperiali. Il colonialismo fascista nei temi scolastici tra il 1938 e il 1943." *Italia Contemporanea* 272: 343-373.
- Gabrielli, Gianluca. 2014. *Insegnare le colonie. La costruzione dell'identità e dell'alterità coloniale nella scuola italiana (1860-1950)*. PhD diss., Università di Macerata.
- Gabrielli, Gianluca. 2015. *Il curriculum «razziale». La costruzione dell'alterità di «razza» e coloniale nella scuola italiana (1860-1950)*. Macerata: EUM.
- Gallini, Clara. 1996. *Giochi pericolosi. Frammenti di un immaginario alquanto razzista*. Roma: Manifestolibri.
- Gibelli, Antonio. 2005. *Il popolo bambino. Infanzia e nazione dalla grande guerra a Salò*. Torino: G. Einaudi.
- Goglia, Luigi. 1994. "Le cartoline illustrate italiane della guerra del 1935-1936: il negro nemico selvaggio e il trionfo della civiltà di Roma". In *La menzogna della razza: documenti e immagini del razzismo e dell'antisemitismo fascista*, a cura di Centro Furio Jesi, 27-41. Bologna: Grafis.
- Hamilton, David. 2009. "Patents: a neglected source in the history of education." *History of Education* 2: 303-310.
- Hobsbawm, Eric J., e Ranger Terence. 1983. *L'invenzione della tradizione*. Torino: Einaudi.
- Labanca, Nicola. 2000. "Imperi immaginati. Recenti *cultural studies* sul colonialismo italiano." *Studi piacentini* 28: 145-163.
- Labanca, Nicola. 2002. *Oltremare. Storia dell'espansione coloniale italiana*. Bologna: il Mulino.
- Labanca Nicola, Vercellin Giorgio, Facchini Cristiana e Benvenuti Giuliana. 2005. "«Orientalismo» e oltre, di Edward Said." *Contemporanea* 4: 711-742.
- Labanca, Nicola. 2015. *Una guerra per l'impero: memoria della compagna d'Etiopia 1935-36*. Bologna: il Mulino.
- Meda, Juri. 2016. *Mezzi di educazione di massa. Saggi di storia della cultura materiale della scuola tra 19° e 20° secolo*. Milano: FrancoAngeli.
- Mendelberg, Tali. 2001. *The race card. Campaign strategy, implicit messages, and the norm of equality*. Princeton: Princeton University Press.
- Miele, Caterina. 2012. "Per un'archeologia del discorso razzista in Italia." In *La razza al lavoro*, a cura di Anna Curcio, e Miguel Mellino, 121-139. Roma: Manifestolibri.
- Montino, Davide. 2007. "Libro, quaderno e moschetto. Pedagogia della guerra nelle letture e nelle scritture scolastiche durante il regime fascista." *History of Education & Children's Literature* 2: 193-216.
- Mosse, George L. 1980. *Il razzismo in Europa dalle origini all'Olocausto*. Roma-Bari: Laterza.
- Nani, Michele. 2004. "La nazione e i suoi altri." *Storica* 30: 95-119.
- Nani, Michele. 2006. *Ai confini della nazione*. Roma: Carocci.
- Nani, Michele. 2009. "Lombroso e le razze." In *Cesare Lombroso cento anni dopo*, a cura di Silvano Montaldo, e Paolo Tappero, 165-174. Torino, UTET.
- Nani, Michele. 2019. "Il popolo dei lombrosiani. Scienze sociali e classi subalterne in Italia fra Otto e Novecento." *Contemporanea* 289: 209-234.
- Neri Serneri, Simone, cur. 2010. "Politiche dell'italianità. Interventi di Gabriella Gribaudi, Barbara Sorgoni, Anna Maria Vinci, Andrea Di Michele, Marie-Anne Matard-Bonucci, John Foot." *Contemporanea* 1: 103-150.
- Novati Calchi, Giampaolo. 2005. "Statualità africana ed espansione coloniale: la variante Menelik, imperatore d'Etiopia." *Studi Storici* 1: 219-241.
- Padovan, Dario. 2006. "Le scienze sociali e la costruzione dello spazio pubblico: il caso del razzismo fascista." *Rassegna Italiana di Sociologia* 2: 225-268.
- Palma, Silvana. 1995. "Le collezioni fotografiche della Società Africana d'Italia e dell'ex Museo Coloniale." In *Fotografia e storia dell'Africa*, a cura di Alessandro Triulzi, 199-212. Napoli: IUO.
- Palma, Silvana. 2007. "Educare alla subalternità. Prassi e politiche scolastiche nella colonia eritrea." In *L'Africa orientale italiana nel dibattito contemporaneo*, a cura di Bianca Maria Carcangiu, e Tekeste Negash, 211-238. Roma: Carocci.
- Pennacini, Cecilia, cur. 1999. *L'Africa in Piemonte tra '800 e '900*. Torino, Centro Piemontese di Studi Africani e Regione Piemonte.
- Pergher, Roberta. 2007. "Impero immaginario, impero vissuto. Recenti sviluppi nella storiografia del colonialismo italiano." *Ricerche di storia politica* 1: 53-66.
- Polezzi, Loredana. 2008. "L'Etiopia raccontata agli italiani". In *L'impero fascista: Italia ed Etiopia, 1935-1941*, a cura di Riccardo Bottoni, 285-306. Bologna: il Mulino.
- Podestà, Gian Luca. 1996. *Sviluppo industriale e colonialismo: gli investimenti italiani in Africa Orientale, 1869-1897*. Milano: A. Giuffrè.

- Preti, Luigi. 1965. *I miti dell'impero e della razza nell'Italia degli anni '30*. Roma: Opere Nuove.
- Rochat, Giorgio. 1972. *Il Colonialismo italiano*. Torino: Loescher.
- Said, Edward W. 1991. *Orientalismo*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Solinas, Pier Giorgio. 1988. "Coscienza coloniale e affari indigeni. L'Africa italiana da Ferdinando Martini a Giacomo De Martino." *La Ricerca Folklorica* 18: 41-47.
- Surdich, Francesco. 2003. "La rappresentazione dell'alterità italiana nei resoconti degli esploratori italiani di fine Ottocento." In *L'Afrique coloniale et postcoloniale dans le culture, la littérature et la société italiennes*, a cura di Mariella Colin, e Enzo R. Laforgia, 41-60. Caen, PUC.
- Surdich, Francesco. 1992. "L'impatto dell'esplorazione in Africa." *Materiali di Lavoro. Rivista di studi storici* 2-3/91-1/92: 5-33.
- Triulzi, Alessandro, cur. 1989. *L'Africa dall'immaginario alle immagini. Scritti e immagini dell'Africa nei fondi della biblioteca Reale*. S. Mauro (To): Berrino Printer.
- Triulzi, Alessandro. 1998. "L'Africa come icona. Rappresentazioni dell'alterità nell'immaginario coloniale italiano di fine Ottocento." In *Adua. Le ragioni di una sconfitta*, a cura di Angelo Del Boca, 255-281. Roma-Bari: Laterza.
- Triulzi, Alessandro. 1999. "La costruzione dell'immagine dell'Africa e degli africani nell'Italia coloniale." In *Nel nome della razza. Il razzismo nella storia d'Italia, 1870-1945*, a cura di Alberto Burgio, 165-181. Bologna: il Mulino.
- Veronica, Giuseppe. 2010. "Da non pubblicare. Occultamenti, ripensamenti e scarti nel Fondo fotografico Lavatelli." *I Sentieri della Ricerca. Rivista di Storia contemporanea* 12: 123-131.

WEBSITE

<http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/>. Ultimo accesso 24 gennaio 2020.