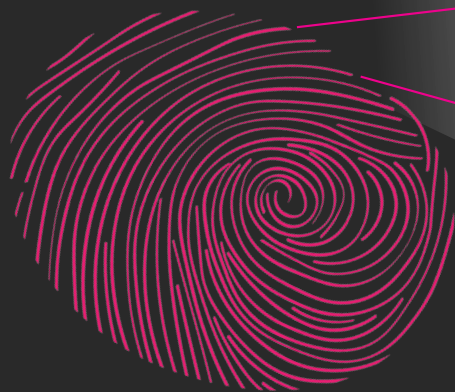


# m STORIA FILM FEST



LA STORIA  
RIVEDUTA  
E SCORRETTA  
GUERRA  
CINEMA  
CARTOON  
PROPAGANDA

PROGRAMMA

7-10.11 2024 | CERRO V.SE | TEATRO E PIAZZA ANGELO VINCO

# partner

## ORGANIZZATORI



ASSOCIAZIONE CULTURALE  
STORIE VIVE  
*No profit - Verona*

## PARTNER ISTITUZIONALI



DESTINATION  
VERONA GARDA

VISIT  
**Lessinia**  
LA MONTAGNA DI VERONA



VISIT  
VERONA  
.IT



BIBLIOTECA  
**BERTO BARBARANI**  
CERRO VERONESE

## PARTNER STRATEGICI



VERONA ETS

**\_matre**

## PATROCINIO



Fondazione  
**Don Carlo Gnocchi**  
Onlus

## CON IL SOSTEGNO



CASSA RURALE  
VALLAGARINA  
CREDITO COOPERATIVO ITALIANO



DA FABIO  
PIZZA & CUCINA

## PARTNER EDITORIALE



libreria  
verona

## MEDIA PARTNER

VERONA  
NETWORK  
**PANTHEON**

**HERALD**

# STORIA FILM FEST

“Arrivo di un treno alla stazione di La Ciotat” è il titolo di uno dei primi film della storia del cinema. Realizzato da Auguste e Louis Lumière, viene proiettato per la prima volta il 6 gennaio del 1896 a Parigi. Per quella visione, i giornali dell'epoca riportano scene di panico, gente che fugge terrorizzata e i giornali parlano di un'isteria di massa che in realtà non ci fu mai.

Il cinema si propone alle classi meno alfabetizzate che prendono per verità assoluta ciò che gli viene proposto. Il racconto della storia passa anche dal fumetto che non nasce come prodotto rivolto a un pubblico giovane, anche se saranno loro a determinarne il successo. Nella prima guerra mondiale troviamo cartoni animati di propaganda, prodotti e usati dagli stati belligeranti.

La tecnica cinematografica propagandistica affina il linguaggio. Nella seconda guerra mondiale raggiunge un livello mai raggiunto prima con le produzioni della Walt Disney, e le firme di Fritz Lang, John Ford e tanti altri, tanto da parlare di una «hollywood che va alla guerra».

Cinema di propaganda in tempo di guerra, l'uso dei cinegiornali e dei cartoon per divulgare notizie alterate. Dal passato al presente, dove troviamo forme di comunicazione dal tono propagandistico e ansiogeno che si rincorrono e rimbalzano quotidianamente. Falsi e falsari percorrono la storia come un filo rosso, determinandone gli esiti e i destini. La pubblicità odierna è la sintesi di un sistema persuasivo delle masse finalizzato “all'acquisto”, che sia prodotto o ideologia. I nuovi media trasformano abitudini e comportamenti, schiacciandoci in un eterno presente, dove il passato e la memoria non trovano spazio.

Esistono tecniche ipnotiche che possono condizionare il comportamento delle masse? Come riconoscerle? Propaganda e ipnosi hanno il potere di ghezzizzare le persone? Quale ruolo gioca l'analfabetismo funzionale che in Italia coinvolge il 28% della popolazione tra i 16 e i 65 (dati Ocse 2019)?

Storia Film Fest, rassegna cinematografica dedicata a storia antica e moderna, personale e sociale, di tendenze e cultura, di tradizione, costume e territorio, cercherà di dare una risposta attraverso incontri pubblici con esperti del settore, talk didattici e proiezioni di rari filmati d'epoca.

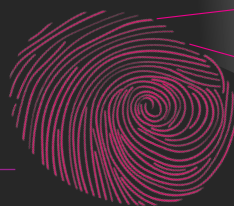
Proveremo a scandagliare impronte del passato, attraverso la grammatica cinematografica per dare una lettura critica a fatti e storie, declinandola anche sul nostro presente.

MARCO L. ZANCHI  
direttore artistico

**LUCE**

**100**

**1924 - 2024**



## MAURO V. QUATTRINA

STORICO E REGISTA

## ALESSANDRO NORSA

PSICOLOGO E PSICOTERAPISTA

### IPNOTISMO DELLE COMUNICAZIONI E FENOMENI DI MASSA

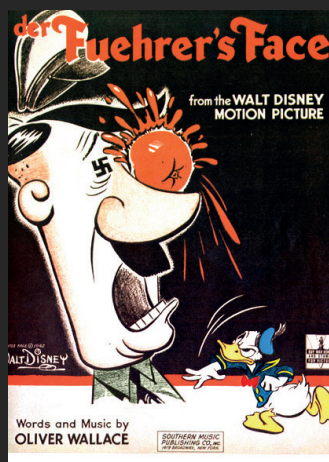
Comunicazioni dal tono propagandistico generatrici di un clima ansioso si rincorrono quotidianamente tra mass-media televisivi e messaggi social. Esistono tecniche ipnotiche che possono condizionare il comportamento delle masse? Come si possono riconoscere? Possono propaganda e ipnosi arrivare a dividere le persone, farle



sentire più sole, spaventate, tristi o indifferenti? Sono le domande a cui si vuole dare risposta attraverso un'accurata indagine in cui viene ricostruita la storia della manipolazione mentale dalla fine dell'Ottocento ai nostri giorni. Il punto di partenza è il noto lavoro psico-sociologico di Gustave Le Bon dal titolo "Psicologia delle Folle" scritto nel lontano 1895 completato da uno studio di Alessandro Norsa che si addentra nella conoscenza delle sofisticatissime metodiche propagandistiche e delle tecniche ipnotiche più all'avanguardia per indurre il condizionamento delle masse.

### STORIA E PROPAGANDA DI CARTOON

Rassegna di cortometraggi della Walt Disney con Topolino, Pluto, Paperino e la sua banda utilizzati per promuovere arruolamento per lo "Zio Sam". Altri documenti e fumetti provenienti dall'Istituto Luce e dall'archivio Quattrina, appartenenti alla propaganda del ventennio.



TEATRO\_ **ORE 20.45**

INGRESSO LIBERO

**DOCUMENTARI**

**CONVERSAZIONE**

**FONDAZIONE  
DON GNOCCHI**

**MAURO V. QUATTRINA**

STORICO E REGISTA

## **FIORI NELLA BUFERA I BAMBINI CI GIOCANO**

Documentari ideati e prodotti da don Carlo Gnocchi – oggi beato - a cavallo tra gli Anni Quaranta e Cinquanta del secolo scorso per sensibilizzare bambini e ragazzi al dramma delle bombe



e delle mine inesplose e per chiedere sostegno all'Opera da lui avviata in quegli anni nel Paese a favore dei piccoli mutilati. Ai due lavori prestarono la propria collaborazione nomi di spicco come

Vittorio De Sica e Cesare Zavattini, altri (tra i quali il maestro Arturo Toscanini) non fecero mancare il proprio contributo.

## **LA STORIA RIVEDUTA E SCORRETTA**

Cinema di propaganda in tempo di guerra, l'uso dei cinegiornali e dei cartoni animati per la divulgazione di false informazioni verso la popolazione. E molto prima assistere ad immagini in movimento, in schermi di grandi dimensioni dove il pubblico partecipava applaudendo o ritraendosi alla proiezione (gennaio del 1896 la famosa locomotiva che andava incontro al pubblico).



Ecco quindi la nascita di un mito «falso». Il cinema arrivava diretto anche alle classi meno alfabetizzate che prendevano per verità assoluta quello che vedevano e sentivano. Ecco quindi che già nella prima guerra

mondiale troviamo reels di propaganda da parte di tutti gli stati belligeranti ed addirittura cartoni animati. La tecnica cinema/propaganda iniziò sempre più a svilupparsi tanto che raggiunse un alto punto di perfezione in Italia grazie ai filmati del fascismo.

La seconda guerra mondiale trovò un apice mai raggiunto prima con produzioni di Walt Disney, Fritz Lang, John Ford e tanti altri. Negli Stati Uniti si conìò il termine: «hollywood va alla guerra».

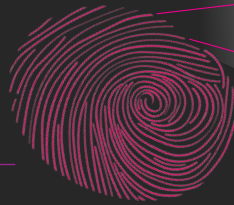
**TEATRO\_ ORE 17.00**

INGRESSO LIBERO

**TEATRO\_ ORE 18.30**

INGRESSO LIBERO

ven\_8.11



FILM

## LEONARDO TIBERI

REGISTA

### FANGO E GLORIA. LA GRANDE GUERRA

Prima Guerra Mondiale. Mario, figlio della borghesia di provincia, è convinto che l'Italia non entrerà nel conflitto, e frequenta l'amico donnaiolo Emilio e la fidanzata Agnese convinto che tutti e tre invecchieranno insieme nella quiete dell'Emilia Romagna. Invece sia Mario che Emilio vengono arruolati e mandati al fronte, dove combatteranno sperando di tornare a casa vivi. Questo docu-film è un curioso esperimento cinematografico, che

collega immagini di repertorio tratte dagli archivi dell'Istituto Luce con sequenze di fiction che raccontano ciò che potrebbe nascondersi dietro ogni milite ignoto, irricognoscibile ma ricco di storia, speranze ed affetti prima di incontrare la propria sorte fatale. Immagini di archivio, brillantemente montate e musicate, colorizzate in un modo rispettoso e coerente con l'epoca che raccontano. Uno sguardo inedito sulla guerra sporca e sfiancante, il freddo, la paura negli occhi dei soldati, l'orrore dei cadaveri sparpagliati, la stanchezza delle marce e l'umiliazione delle ritirate, ma anche le carovane degli sfollati, le donne al lavoro nell'industria bellica, le parate, i funerali di Stato.



TEATRO\_ ORE 20.45

INGRESSO LIBERO



FANGO E GLORIA

LA GRANDE GUERRA

ITALIA, 2014

REGIA: LEONARDO TIBERI

GENERE: DRAMMATICO, GUERRA

CAST: EUGENIO FRANCESCHINI,  
VALENTINA CORTI, DOMENICO FORTUNATO,  
FRANCESCO MARTINO, ALBERTO LO PORTO

DISTRIBUTORE: CINECITTÀ LUCE

DURATA: 90'

CONVERSAZIONE

JOHNNY CALÀ

REGISTA

## LINGUAGGIÒ DEI FUMETTI E PROPAGANDA

In Italia i comics americani arrivano nel 1908, importati e tradotti dal Corriere dei Piccoli. In seguito, il successo italiano del genere fumettistico si consolida soprattutto con la pubblicazione di Topolino (dal 1932) e con i successi ottenuti dall'editore Bonelli grazie ai personaggi di Tex (1948), Martin Mystere (1982), Dylan Dog (1986).

Nonostante la sua storia sia quindi relativamente breve, il fumetto ha saputo conquistare una popolarità progressivamente crescente, certamente più come prodotto di consumo che come forma artistica. Il suo successo è dovuto al fatto che in esso è possibile trovare non solo un momento di divertimento, ma anche un luogo simbolico nel quale far vivere "modelli" possibili, eroi, figure immaginarie ma non per ciò meno reali (Zamuner e Cavarra, 2002).



CONVERSAZIONE

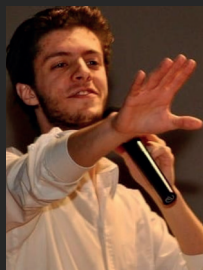
PIETRO BECCHERLE

STORICO CONTEMPORANEISTA

## MINISTERO DELLA VERITÀ BUCHI NELLA MEMORIA

I classici del passato ci vengono in soccorso per comprendere la contemporaneità. In «1984» George Orwell, ci catapulta in una dimensione distopica governata dal Grande Fratello, entità minacciosa, ispirata per molti versi ai dittatori del secolo scorso e descrive la vita di un impiegato del ministero della Verità, ente pubblico destinato alla censura della storia, alla cancellazione di ogni nome o evento ostile alla narrazione univoca del regime. «Se tutti i documenti raccontavano la stessa favola, ecco che la menzogna diventa un fatto storico, quindi vera», scrive Orwell.

Ispezione, ricerca e conoscenza; questo è ciò che anima lo storico. Attraverso la nebbia dei depistaggi, delle censure, delle modifiche, dei tribunali, della propaganda e dei silenzi, gli storici si muovono su terreni friabili, dove le fonti e i fatti divergono da quanto viene affermato dal potere costituito. Scopriremo alcuni fatti storici, come vennero raccontati e come invece gli storici ne hanno ricostruito i fatti, seguendo piste, fonti, prove e domande ancora aperte. La storia in età contemporanea si fa scienza del sospetto, mentre il potere vuole fornire certezze.



TEATRO\_ ORE 15,30

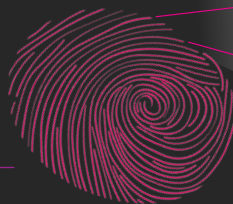
INGRESSO LIBERO

TEATRO\_ ORE 18,00

INGRESSO LIBERO



sab\_9.11



**INCONTRO  
CON L'AUTORE**

**FILM**

## LEONARDO TIBERI

REGISTA

### IL DESTINO DEGLI UOMINI

Film incentrato sulla figura di Luigi Rizzo, siciliano di Milazzo, eroe atipico: antimilitarista e di idee democratiche.

Il Destino degli Uomini riporta alla memoria degli italiani la storia di questo uomo positivo, difensore delle proprie idee e della propria terra. Sentendone parlare da chi vive lontano dalla Sicilia e da Milazzo, si comprende quanto poco è stato



fatto per esaltare i valori positivi di questo "Eroe dei Mari". Leonardo Tiberi prosegue nella sua rievocazione del conflitto

'15-'18 completando la trilogia iniziata con "Fango e gloria" e proseguita con "Noi eravamo", che ha adottato la strategia creativa - ben prima di Peter Jackson e del suo They Shall Not Grow Old - di utilizzare immagini di repertorio, restaurate e colorizzate, per riportare in vita un periodo storico in gran parte relegato alle fotografie in bianco e nero dei nonni.

Un sistema filmico che fa interagire gli attori con le immagini di archivio custodite presso l'Istituto Luce.



**IL DESTINO DEGLI UOMINI**

**ITALIA, 2018**

**GENERE: FILM DRAMMATICO**

**REGIA LEONARDO TIBERI**

**CAST: ANDREA SARTORETTI, MARTA ZOFFOLI,  
RALPH PALKA, RICARDO ANGELINI**

**DISTRIBUZIONE: CINECITTÀ LUCE**

**DURATA: 71 MINUTI**

**TEATRO\_ ORE 20.45**

**INGRESSO LIBERO**

## CONVERSAZIONE ONLINE

MASSIMO CENTINI

ANTROPOLOGO

### LA PAURA DEL DIVERSO SEDUZIONE DELL'EFFIMERO

L'influenza del potere persuasivo può essere visibile nella politica, nelle notizie e nella pubblicità e questo a sua volta ci influenza. La persuasione può essere indefinibile, e la nostra risposta a tali ondeggiamenti dipende da una



varietà di fattori. Il sociologo e filosofo Marshall McLuhan sostiene che le azioni pubblicitarie, che apparentemente hanno un unico scopo di conoscenza e vendita del prodotto, in realtà contribuiscono sempre, in qualche misura, alla cognizione, più in generale, del modus vivendi. La pubblicità non comunica solo un certo messaggio, ma anche l'atmosfera, la cultura, l'ambiente che lo precedono e lo seguono. L'obiettivo dichiarato del messaggio pubblicitario è quello di preparare o sviluppare le vendite, informando il consumatore su determinati prodotti. In realtà la comunicazione pubblicitaria non si limita ad informare, ma cerca di creare intorno al prodotto un desiderio, un'aspettativa, o meglio, un bisogno. Uno spot televisivo efficace seduce il consumatore, lo porta dalla parte del prodotto e, se occorre, gli fa cambiare radicalmente le sue abitudini.

La pubblicità non comunica solo un certo messaggio, ma anche l'atmosfera, la cultura, l'ambiente che lo precedono e lo seguono. L'obiettivo dichiarato del messaggio pubblicitario è quello di preparare o sviluppare le vendite, informando il consumatore su determinati prodotti. In realtà la comunicazione pubblicitaria non si limita ad informare, ma cerca di creare intorno al prodotto un desiderio, un'aspettativa, o meglio, un bisogno. Uno spot televisivo efficace seduce il consumatore, lo porta dalla parte del prodotto e, se occorre, gli fa cambiare radicalmente le sue abitudini.

TEATRO\_ ORE 11.00

INGRESSO LIBERO

## CONTEST PROIEZIONI E PREMIAZIONI

### STORIE RIVEDUTE E SCORRETTE.

#### CONTEST RAGAZZI

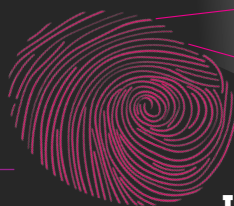
Video contest aperto a ragazzi della scuola secondaria di primo grado e superiore finalizzato alla realizzazione di un cortometraggio o videoclip, dove i partecipanti saranno invitati a realizzare un "falso storico" partendo da alcune nostre proposte o attingendo liberamente a fatti storicamente avvenuti. Premiazione delle truppe finaliste con proiezione dei cortometraggi realizzati.



TEATRO\_ ORE 15.00

INGRESSO LIBERO

# dom\_10.11



**AMARCORD**

**TEATRO TALK**

## **CAROSELLO, LA TRASMISSIONE PIU' AMATA DAGLI ITALIANI**

Carosello, il primo spazio televisivo dedicato alla pubblicità. In onda ogni sera alle 20,50 sul Programma Nazionale, allora unico canale Rai, Carosello dura all'inizio 10 minuti, con quattro short della durata massima consentita di due minuti e quindici secondi, pari a 64 metri e venticinque centimetri di pellicola. Ogni spazio era venduto alle aziende a un milione e cinquecentomila lire. Tutti i più grandi attori, registi, cantanti e disegnatori "lavoreranno a Carosello". Si calcola che, all'apice della fama, nel 1976, Carosello giungerà



a inchiodare davanti al video fino a 19 milioni di telespettatori.

I vent'anni di Carosello accompagnarono la grande trasformazione dell'Italia in una moderna società industriale-urbana, basata sulla progressiva diffusione dei consumi di massa e su profondi mutamenti dei costumi.

**TEATRO\_ ORE 18.00**

INGRESSO LIBERO

## **ARIANNA P. SAFONOV**

SCRITTRICE, ATTRICE /PERFORMER

## **STORIE DI MATTI. TALK. READING**

I matti della porta accanto sono un movimento sempre più evidente e distruttivo. Quelli malati di socialità sono a briglia sciolta all'apericena o in fila dal nutrizionista. La loro versione 2.0 è composta per la maggior parte da persone dichiarate normali, pregevoli, da conoscere, imitare o invitare alle feste. Ma la cosa che più ghiaccia il sangue è la loro evoluzione.

I matti odierni non solo si sono inseriti nel tessuto

sociale come se niente fosse, ma sono riusciti a piazzarsi ai piani alti dei grattacieli o dei governi. Oppure sono in vestaglia ad annaffiare i cespugli di bosso nel nostro pianerottolo ogni mattina alla stessa ora, sono in fila con noi al supermercato, pronti a linciarci se chiediamo di passare avanti perché abbiamo solo il detersivo da pagare. O, ancora, sono nel nostro letto da vent'anni. I nuovi pazzi sono i nostri sindaci, i nostri tabaccai, nostra moglie, nostro marito, il nostro amministratore delegato, l'amica di nostra figlia o semplicemente il tipo che ci siede accanto in treno. I pazzi sono tra noi e hanno un sacco di like.



**TEATRO\_ ORE 20.45**

INGRESSO EURO 15 | **NO PRENOTAZIONE**

**CONVERSAZIONE | IN PRESENZA  
O IN COLLEGAMENTO  
DA UN TEATRO DI GUERRA**

**FAUSTO BILOSLAVO**

GIORNALISTA/INVIATO DI GUERRA

**GUERRA E PROPAGANDA.  
DOVE SI NASCONDE  
LA VERITA'. STORIE DI UN  
CORRISPONDENTE DI GUERRA**

Le orbite rossastre di un bimbo soldato che ha già visto troppo, lo sguardo terrorizzato di un prigioniero che attende il plotone di esecuzione, l'ultimo rigagnolo di vita nelle pupille di un ferito. Sono gli occhi della guerra incrociati in tanti reportage in prima linea. Ma gli occhi della guerra siamo anche noi, giornalisti, fotografi, cineoperatori fatalmente attratti da conflitti esotici, dimenticati o alle porte di case. Talvolta non sappiamo starne lontani, perché reportage e guerre non sono più un mestiere, ma la nostra vita e la nostra dannata, maledetta passione.



**GIORNO E ORARIO DELL'INTERVENTO  
SARANNO COMUNICATI TRAMITE SOCIAL  
E SUL SITO DEL FESTIVAL**

**SALETTA  
PROIEZIONI NO-STOP**

**ATRIO DEL COMUNE  
PIAZZA ANGELO VINCO**



**INEDITI FILMATI  
STORICI DI GUERRA  
E SULLA RICOSTRUZIONE  
POST-BELLICA  
DI VERONA**

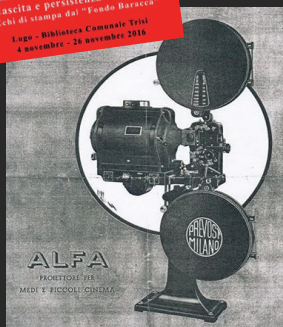
# piazza\_fest



**MOSTRA**  
**REPERTI STORICI**  
HALL DEL TEATRO



Nascita e persistenza  
Echi di stampa dal "Fondo Baracca"  
Lago - Biblioteca Comunale Trini  
4 novembre - 24 novembre 2016



**CHIOSCO**  
**DI BENVENUTO**  
GRUPPO ALPINI  
DI CERRO VERONESE



**VIN BRULÉ**  
**TÈ CALDO**  
**PANDORO**  
**CASTAGNE**

**BAR DEL FESTIVAL**  
CAFFETERIA  
ENOTECA



**APERITIVI**  
**BUFFET SALATO**

**L'APPUNTAMENTO**  
MESCOLANZE

**CONCERTO GOSPEL DI NATALE**

SPIRIT OF NEW ORLEANS GOSPEL CHOIR  
MIRACLES IN THE NIGHT CHRISTMAS



SABATO **28.12.2024** | ORE 20.30  
TEATRO CERRO

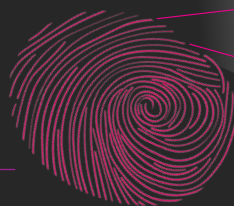
PIAZZA DON ANGELO VINCO

**INGRESSO € 20,00**  
**RIDOTTO UNDER 14 ANNI € 15,00**

**PRENOTAZIONE OBBLIGATORIA**

INFO@CONTRADADEMIRACOLI.IT

PAGAMENTO: CARTA DI CREDITO O PAYPAL



## CONTRADA DEI MIRACOLI

ASSOCIAZIONE CULTURALE ETS

MESCOLANZE FESTIVAL DIFFUSO | STORIA FILM FEST

### **PRESIDENTE**

DANIELE SCALA

### **DIRETTORE ARTISTICO**

MARCO L. ZANCHI

### **AMMINISTRAZIONE**

DANILO BRUNELLI

### **SEGRETERIA ORGANIZZATIVA**

GRAZIA PACELLA

### **SEGRETERIA**

MARISA CAMPEDELLI, ILENIA ZANONI,

ENRICO MARCOLINI, CRISTINA LESO

CONTRADA DEI MIRACOLI

VIA UNITÀ D'ITALIA, 3

37020 CERRO VERONESE | VERONA

TEL +39 348 2502992 | +39 329 4359477

INFO@CONTRADADEIMIRACOLI.IT

MESCOLANZE.CERRO@GMAIL.COM

L'organizzazione Mescolanze Storia Film Fest si riserva la facoltà di apportare modifiche al programma. Gli eventuali cambiamenti di ospiti, date, orari, luoghi e ogni altra variazione, saranno pubblicati sul sito [www.mescolanze.it](http://www.mescolanze.it) e sui canali social del festival

**m** STORIA  
FILM  
FEST