

Elena Gipponi, Chiara Grizzaffi

## Intorno ai luoghi comuni. La figura del produttore tra fonti audiovisive e trade press (1949-1976)

(doi: 10.17397/109030)

L'avventura (ISSN 2421-6496)

Fascicolo Speciale, december 2023

**Ente di afferenza:**

()

Copyright © by Società editrice il Mulino, Bologna. Tutti i diritti sono riservati.

Per altre informazioni si veda <https://www.rivisteweb.it>

### **Licenza d'uso**

Questo articolo è reso disponibile con licenza CC BY NC ND. Per altre informazioni si veda <https://www.rivisteweb.it/>

# Intorno ai luoghi comuni

La figura del produttore tra fonti audiovisive e trade press (1949-1976)

Elena Gipponi, Chiara Grizzaffi

---

Around Clichés: The Film Producer between Audiovisual Sources and the Trade Press (1949-1976)

The essay offers a discussion of the clichés, the stereotypes, and more in general the discourses regarding the role and profession of the film producer, as well as their (self)representations, as proposed by the trade press. The analysis will focus in particular on two trade presses, *Araldo dello spettacolo* and *Cinema d'oggi*, which devote particular attention to production-related issues, advocating the demands of trade associations such as ANICA – of which *Cinema d'oggi* is the official magazine. By establishing a dialogue between these materials and other sources – in particular audiovisual sources, from newsreels to Rai programmes – the essay investigates the rhetorical strategies that aimed to recognize and legitimize the role of the producer. The article will follow a diachronic path along the time span of the Prin research project *Modes, Memories and Cultures of Italian Film Production (1949-1976)*. It will investigate not only the discursive practices and the imagery concerning the film producer but also the ways in which this professional role has been understood and redefined in accordance with the major transformations that have affected the history of the film and media industry in Italy.

**Keywords:** Film Producer, Trade Press, (Self)-representation, ANICA, Newsreels

Elena Gipponi, Università IULM, Dipartimento di Comunicazione, Arti e Media, Via Carlo Bo 1, 20143 Milano.

elena.gipponi@iulm.it, <https://orcid.org/0000-0003-2325-7119>

Chiara Grizzaffi, ricercatrice indipendente, chiara.grizzaffi@gmail.com

*Il presente contributo è stato concepito e realizzato congiuntamente dalle due autrici. A fini pratici, i paragrafi Introduzione e «Capitani coraggiosi» contro «scorpioni»: la trade press e i cinegiornali tra stereotipi e strategie di legittimazione sono stati redatti da Chiara Grizzaffi, mentre il paragrafo Scomporre e ricomporre il monolite: il produttore e i suoi antagonisti nella trade press del decennio 1967-76 è stato redatto da Elena Gipponi.*

## Introduzione

«Se Dio in persona scendesse in terra a fare il produttore cinematografico, si riderebbe di lui senza conoscerlo» (Anonimo 1949a, 1), scrive un redattore dell'*Araldo dello spettacolo* in risposta a un'intervista di Indro Montanelli a René Clair pubblicata nel 1949 sul *Corriere della Sera*. Nell'articolo di Montanelli, infatti, fa la sua comparsa il produttore italiano L., «con un fiore all'occhiello e la sua aria da commendatore»:

«Eh certo... Proust... – dice L., che è stato ad ascoltare con molto rispetto, ma senza capirci nulla, l'esposizione di Clair – Proust, certo. Eh...» e fa un gesto come a dire «è un affare grosso». Pensa un poco, poi aggiunge: «Non si potrebbe tirar fuori qualcosa da qualche suo libretto? [...] Proust è un nome che potrebbe anche fare cassetta... Pensateci Clair...» «Alla cassetta?» «No, a Proust». (Montanelli 1949, 3)

Poco importa che lo stesso Clair confermi all'*Araldo dello spettacolo* che si era trattato di un'invenzione letteraria di Montanelli (Anonimo 1949b, 2): si stampi la leggenda, o meglio, il luogo comune, quello che vuole il produttore cinematografico come un ignorante insensibile all'arte, ma molto sensibile al denaro e al prestigio, che non esita perfino a ricorrere a mezzi illeciti per arricchirsi.

Non sorprende, del resto, che siano spesso caricature e luoghi comuni a dominare la messa in discorso di una figura il cui statuto è incerto, mutevole, instabile: se è facile ridurre a macchietta il produttore, è ben più difficile comprendere le specificità e le funzioni di un ruolo a cavallo fra due istanze apparentemente opposte – arte e commercio – e capace, dunque, di coniugare un sapere economico e gestionale con una sensibilità artistica (Spicer, McKenna e Meir 2014, 10). Quella del produttore, spiega chiaramente Barbara Corsi, è una funzione manageriale che trova la sua identità nella «capacità di armonizzare input tecnici e creativi eterogenei, al fine di conferire al meccanismo di produzione la massima efficienza e alle scelte creative una qualità tale da incontrare il massimo successo di pubblico» (Corsi 2012, 8); a questa definizione, certamente ampia, corrispondono tuttavia molteplici declinazioni di un ruolo di cui sfuggono molti aspetti, anche per via di una «sostanziale rimozione dell'aspetto industriale del cinema» (Corsi 2012, 10) dal dibattito storico e teorico, di una diffidenza innanzitutto culturale di cui le macchiette dei produttori si alimentano.

A questi ritratti caricaturali del ruolo del produttore si contrappone, abbiamo visto, la difesa d'ufficio di una rivista *trade press* come l'*Araldo dello spettacolo*, una pubblicazione a uso soprattutto degli addetti ai lavori, e dunque uno di quelli «che John T. Caldwell chiamerebbe “deep industrial texts”, paratesti pensati appositamente per una circolazione “in a greatly delimited public sphere, but a public sphere nevertheless, as promotional and industrial artifacts and professional events”» (Dotto 2021, 98). In questo tipo di stampa, il cinema viene considerato innanzitutto come «fatto industriale», come risultato di processi

produttivi più o meno standardizzati che richiedono una filiera articolata e la cooperazione di professionalità diverse, di cui la stampa tecnico-industriale si fa spesso carico di illuminare gli aspetti meno evidenti. Ma soprattutto, queste testate rappresentano uno «spazio relazionale attraverso il quale transitano, si consolidano e si negoziano le strategie retoriche, i registri espressivi, i sistemi di valore in uso tra gli addetti ai lavori» (Dotto 2021, 99).

Nelle pagine che seguiranno, si intende esplorare questo spazio per analizzare le altre narrazioni, le altre (auto)rappresentazioni, forse anche gli altri luoghi comuni intorno al produttore, che spesso, come si evince dall'esempio citato in apertura, nascono in opposizione agli stereotipi più diffusi, in una tensione fra caricatura e difesa d'ufficio, fra derisione e legittimazione, entro cui sembrano oscillare le retoriche legate al ruolo e alla figura del produttore. L'arco temporale che si prenderà in considerazione, che va dal 1949 al 1976, coincide con quello di interesse del PRIN *Modi, memorie e culture della produzione cinematografica italiana (1949-1976)*, nell'ambito del quale questa ricerca è stata sviluppata. Intrecciando Production studies e Cultural studies, il progetto PRIN si interroga, da un lato, su questioni di ordine sistemico, mettendo in luce le dinamiche relazionali che sussistono fra le imprese produttive e gli *stakeholder* dell'industria cinematografica e analizzando in particolare alcune tipologie produttive, come le co-produzioni; dall'altro, prende in esame tanto la dimensione materiale e organizzativa del lavoro, quanto quella culturale,

vale a dire le pratiche discorsive riguardanti le percezioni, rappresentazioni e le auto-rappresentazioni dei soggetti, che progressivamente mettono in evidenza la professionalizzazione dei ruoli, delle funzioni, la stratificazione e specializzazione delle competenze attraverso percorsi di presa di coscienza collettiva e di affermazione pubblica<sup>1</sup>.

Evidentemente, il nostro contributo si focalizza soprattutto su quest'ultimo aspetto, indagato attraverso un'approfondita ricerca d'archivio. Le fonti principali che si prenderanno in considerazione sono le riviste *trade press* *Araldo dello spettacolo* e *Cinema d'oggi*. Il primo, diretto da Ugo Ugoletti, è un quotidiano (diventerà settimanale dal 1972) di informazione di settore indipendente, anche se a partire dal 1951 diviene l'organo di comunicazione ufficiale dell'Anica; il secondo è invece un settimanale d'informazione pubblicato dall'Anica a partire dal 1967 e diretto da Enrico Giannelli. In entrambi i casi c'è, dunque, uno stretto legame con la principale associazione di categoria, che si traduce in una particolare attenzione alle istanze legate alla produzione, mentre altre testate, come il *Bollettino dello Spettacolo* o il *Giornale dello Spettacolo*, vantano un legame più stretto con Agis e si fanno portavoce soprattutto delle questioni legate all'esercizio. Nel caso delle testate *trade press*, lo spoglio riguarderà in particolare le annate

<sup>1</sup> <https://cineproduzione.uniud.it>.

dell'*Araldo dello spettacolo* dei quinquenni 1949-1954, 1958-1963 e 1971-76; per quanto riguarda *Cinema d'oggi* lo spoglio ha coperto il decennio 1967-1976<sup>2</sup>.

Si intende poi mettere in dialogo questa «delimited public sphere» con il versante più visibile – letteralmente – di queste rappresentazioni e autorappresentazioni, e cioè, con i principali cinegiornali, come la *Settimana Incom*, e con i programmi televisivi Rai in onda nel periodo di interesse della nostra ricerca, nel tentativo di comprendere il ruolo giocato da questi prodotti audiovisivi nella dialettica fra legittimazione e squalifica che coinvolge, appunto, i media dell'epoca.

L'analisi, dunque, si muoverà su due assi: quello sincronico appena descritto, e quello diacronico, con l'obiettivo di comprendere come il ruolo del produttore e la sua identità professionale sono stati intesi o ridefiniti nell'arco temporale preso in esame.

## «Capitani coraggiosi» contro «scorpioni»: la *trade press* e i cinegiornali tra stereotipi e strategie di legittimazione

Contrariamente a quanto si potrebbe pensare, nella *trade press* non sono del tutto assenti ritratti umoristici e salaci dei produttori cinematografici, e qualche strizzata d'occhio ai peggiori stereotipi legati alla professione. Rubriche dell'*Araldo* come «Contropelo», «Notizie da Cinelandia» (poi diventata «Piccolo mondo di Cinelandia») o «Camera oscura» – i cui redattori, non a caso, ricorrono a *nom de plume* come Il Barbiere di Cinestriglia, Califano o L'Acido – ospitano, di quando in quando, aneddoti non dissimili, per registro e contenuti, da quelli che si possono leggere sui rotocalchi: c'è il «grande produttore» impegnato con «il grande regista» e il «grande soggetto» a progettare un film che segni finalmente il superamento del neorealismo, senza «scugnizzi che rubano biciclette» e con «ambienti di lusso, gran dame, ladri sì, ma maggiorenni» (Il Barbiere di Cinestriglia 1949); c'è il produttore che si vorrebbe suicidare per debiti, ma si ricorda dei premi governativi, scopre che lo Stato non li ha ancora pagati, e si consola dicendosi che con i suoi creditori si comporterà esattamente allo stesso modo (L'Acido 1951, 3); c'è il racconto di ambiziose trasposizioni che si rivelano truffe:

L'annunciato film siculo *Nedda*, tratto dall'omonima novella di Verga, per il quale erano stati ordinati i costumi alla Sartoria Antonelli, è andato all'aria. Infatti il Produttore del film, un certo Dalia, è risultato essere uno sfollato abitante in una casa di ferrovieri e il giovane regista, Verga junior (nipote) era in momentanea licenza da una Casa per infermità mentale. Tutto ciò, naturalmente, rientra nel clima ideale di certa

<sup>2</sup> Entrambe le riviste sono state digitalizzate nell'ambito del suddetto progetto PRIN. Uno dei prodotti della ricerca, infatti, è un catalogo digitale di periodici specializzati che verrà reso accessibile alla comunità scientifica a conclusione del progetto.

produzione a ruota libera che con tanto zelo, fa il possibile per screditare il Cinema Italiano e disgustare il pubblico più indulgente. (Califano 1950, 2)

Che si tratti di invenzioni di fantasia o di notizie che le riviste commentano – come quella di uno scandalo a sfondo sessuale che coinvolge «piccoli (ma grassi) produttoriini» (Anonimo 1960a, 2) o quella di un produttore che rifila ai propri finanziatori rulli di pellicola vecchia al posto del film promesso (Anonimo 1952a, 1) – questi aneddoti sono funzionali a mettere a fuoco e a colpire uno dei nemici più temibili per l'industria cinematografica: i piccoli produttori improvvisati, gli avidi speculatori, quelli che, come dichiara l'onorevole Ariosto, «vivono lo spazio di pochi mesi e muoiono come gli scorpioni» (Ariosto 1951, 4), inquinando il mercato e contribuendo alla cattiva fama del settore. Sia nel primo che nel secondo dei quinquenni presi in esame c'è un costante riferimento alla minaccia rappresentata da questa categoria. Non si fanno quasi mai esplicitamente i nomi; piuttosto, si allude continuamente, nell'arco di tutto il periodo compreso fra il 1949 e il 1963, a questo imprecisato numero di spregiudicati o sprovveduti produttori che si avventurano in imprese cinematografiche «con una sigla, un telefono e cinquantamila lire di capitale» (Monaco 1960, 7), illudendosi di poter trarre profitto dai fondi elargiti dal governo: se nei primi anni '50 con la loro «faciloneria» e «improvvisazione» minacciano la «fervida ripresa dell'attività produttiva» (Anonimo 1951a, 3), durante il boom produttivo degli anni '60 sono piuttosto coloro che approfittano della congiuntura favorevole, godono «di tutti i privilegi concessi dalla legge» (Monaco 1960, 7), e così minano «il prestigio [della produzione] nell'ambito della qualità»<sup>3</sup>.

La *trade press*, insomma, si affanna ad attribuire quei tratti negativi che i luoghi comuni sul produttore descrivono solo a poche «mele marce», soggetti privi di esperienza e senza capitale iniziale, che minacciano il settore a colpi di cambiali non pagate e di filmetti a basso costo e di dubbia moralità. Tuttavia, dedica soprattutto gran parte dei propri sforzi a operazioni di legittimazione della figura del produttore, mettendo in atto una serie di strategie volte a evidenziare la parte sana e industriosa del settore cinematografico.

*In primis*, soprattutto nel quinquennio 1949-1954, in cui è necessario dare il segnale della ripartenza di un'industria fortemente colpita dal secondo conflitto mondiale, l'*Araldo dello spettacolo* dà voce e volto a numerosi produttori, per esempio in rubriche espressamente dedicate alle interviste, come «Oggi parla». La pluralità di soggetti intervistati è funzionale a restituire l'idea di un settore vivace, trainato da «un manipolo di produttori coraggiosi» (Anonimo 1950a, 1): si raccolgono le opinioni, tra gli altri, di Salvo D'Angelo, Ermanno Donati,

<sup>3</sup> Non vi è dubbio, per i redattori dell'*Araldo*, che i grandi industriali del cinema producano per soddisfare la domanda in crescita, mentre sono i piccoli produttori di filmetti a buttarsi sulla produzione soprattutto per approfittare delle condizioni legislative, specie all'inizio degli anni '60, quando la normativa vigente viene più volte rinnovata (si veda Anonimo 1960b, 6).

Valentino Brosio, Giulio Manenti, Mario Ingrams, Enzo Merusi, Fabio Franchini, Mario Borghi. Al di là delle interviste, non mancano profili e ritratti di altri nomi più o meno rilevanti, come Gualino, Guarini o Rovere. Questa polifonia in parte si perde nel quinquennio 1958-1963, in cui si lascia, invece, più spazio ai produttori di case medio-grandi come Goffredo Lombardo, Dino De Laurentiis o Carlo Ponti, anche se la testata non manca di occuparsi del produttore impegnato per eccellenza, Alfredo Bini, o di figure specializzate nel cinema di genere, come Fortunato Misiano.

A interviste e ritratti si aggiungono, inoltre, altre forme di promozione della figura del produttore: a presentarlo come un imprenditore industrioso e di successo contribuiscono per esempio le rubriche di aggiornamento sui film in produzione («Cronache del film italiano», «Fuori e dentro i teatri di posa», «La produzione italiana» ecc...), oppure gli apparati fotografici che, nel dare un volto ai produttori, li ritraggono sul set, in pranzi di lavoro, in occasioni mondane come premi o serate di gala. Fra gli inserti fotografici, una menzione a parte merita l'esibizione della corrispondenza: non è raro, infatti, trovare riprodotti nella rivista dei telegrammi destinati ai produttori, i cui mittenti sono esercenti che annunciano il successo trionfale, nelle loro sale, di una determinata pellicola. È il caso del telegramma dell'esercente Giovanni Amati che fa i complimenti a Enzo Merolle della Glomer film, in quanto produttore di *Costa Azzurra* (V. Sala, 1959), che ha incassato «oltre 12 miliardi nei primi tre giorni» (Amati 1959, 3); oppure di un esercente bresciano, William Quilleri, che si congratula con Donati e Carpentieri per l'ottimo riscontro di *Giuseppe venduto dai fratelli* (I. Rapper, L. Ricci, 1960) «malgrado giornate estive» (Quilleri 1961, 4). «Elevare a motivo iconografico l'asciuttezza informativa di un telegramma – spiega Simone Dotto – serve a fornire una garanzia evidenziataria alla promessa di buoni affari formulata dalle inserzioni, una forma di simulata *disclosure* espressa nel registro, “telegrafico” appunto, che si conviene a uomini d'affari senza troppo tempo da perdere» (Dotto 2021, 98).

Lungi dall'averne, però, una funzione meramente informativa o di legittimazione di una categoria, immagini e articoli dedicati ai produttori si spingono oltre, contrapponendo ai luoghi comuni negativi altrettanti stereotipi positivi, fino alla creazione di una vera e propria mitologia eroica del produttore cinematografico. Quest'ultima affermazione è meno paradossale di quanto possa sembrare, specie se si guarda ad articoli come *I Dioscuri del cinema italiano*, in cui, non senza una certa autoironia, si fa un peana dei fratelli Mario e Pietro Francisci paragonandoli letteralmente a personaggi della mitologia classica (Perrone 1950a, 2).

In generale, la *trade press*, nel descrivere i produttori, è prodiga di aggettivi e di formule elogiative ricorrenti: Valentino Brosio è «intelligente e tenace» (Anonimo 1950b, 1); Geo Taparelli è il «panzer-produttore» (Anonimo 1950c, 2); Roberto Amoroso è «uno degli uomini più dinamici, immaginosi e immaginifici» (Perrone 1952, 3); Giambartolomei ha «una sensibilità eccezionale» (Anonimo

1954a, 2); Enzo Merolle «è un uomo solido, che questa solidità esprime in ogni gesto, in ogni espressione del viso, in ogni momento della sua laboriosa giornata» (Triggiani 1954, 3); Goffredo Lombardo è «un giovane e animoso produttore» (Anonimo 1959a, 2); Arturo Gallea era un «esperto produttore ed un conoscitore accorto e sensibile di tutti i problemi della nostra industria» (Anonimo 1959b, 2); Luigi Rovere «uno fra i più quotati piemontesi del nostro cinema» (V. 1949, 4), «sensibile quanto desto, abile quanto coraggioso» (Anonimo 1951b, 2). Proprio il coraggio è l'attributo in assoluto più associato al racconto dei produttori e della produzione, spesso descritta come impresa eroica, una «battaglia» per la quale sono necessarie «tenacia e fede» (Anonimo 1960c, 1-6).

Non manca, poi, la retorica del produttore come lavoratore indefesso e come «buon padre» o «buon padrone»: la prima è molto evidente in necrologi e articoli commemorativi in cui del defunto, immancabilmente, si sottolinea che «morì lavorando» (Comitato promotore della commemorazione 1954, 1). A riprova della seconda troviamo invece, per esempio, una fotografia di Emimmo Salvi impegnato a distribuire doni natalizi per la sua «grande famiglia», i tecnici e le maestranze (Anonimo 1960d, 6); oppure, un articolo dedicato a Enzo Merolle in cui questi viene descritto come un «creatore di lavoro» che

non lesina soddisfazioni ai suoi collaboratori e li fa partecipi, a seconda dei meriti, dei felici risultati che sotto la sua ferma guida essi possono raggiungere. Soprattutto [sic] dei tecnici e delle maestranze, egli si preoccupa: «Non debbono essere dimenticati – dice – perché sono i collaboratori più oscuri ed i più leali. Debbono essere sempre pagati: costi quel che costi». Ed aggiunge: «Ci si dovrebbe vendere il letto, se fosse necessario per pagare il settimanale ad un operaio». (Triggiani 1954b, 3)

C'è, insomma, nella descrizione dei produttori, e anche nel modo in cui questi ultimi si autorappresentano nelle pagine della *trade press*, un evidente tratto paternalistico che del resto appartiene, più in generale, alle culture del lavoro e dell'industria nel nostro Paese (Baglioni 1974; Guiotto 1979; Benenati 1999). Questo stesso paternalismo, ma più in generale questo stesso registro enfatico, accomuna la stampa tecnico-industriale, e in particolare l'*Araldo*, ai cinegiornali che in questo stesso arco temporale raccontano il cinema, non solo nei suoi aspetti più glamour e mondani, ma anche come settore chiave dell'industria italiana. La *Settimana Incom*, in particolare, «con la sua enfasi sul progresso economico della nazione, col suo essere, secondo l'acuta osservazione di Pierre Sorlin, “uno strumento di comunicazione per il capitalismo”, si conferma l'alleata ideale per promuovere un'immagine competitiva ed efficiente del cinema italiano» (Grizzaffi 2021, 120) nel quinquennio (1949-1954), o per sostenere l'idea di una produzione di qualità, oltre che quantitativamente rilevante, in quello successivo (1958-1963). Se si guarda oltre le ovvie differenze fra i cinegiornali e la *trade press* – i primi hanno un respiro decisamente più ridotto e non hanno alcuna funzione di analisi o



di approfondimento dei fenomeni di cui danno notizia, mentre la seconda presenta una grandissima ricchezza informativa, che accompagna all' articolata produzione discorsiva descritta in precedenza anche la costante raccolta e il monitoraggio di dati quantitativi – si possono, insomma, evidenziare alcuni tratti comuni. Non sono solo il registro e le convenzioni retoriche adottate a essere simili: entrambi collaborano alla costruzione di un immaginario comune della produzione e del produttore. Anche i cinegiornali, per esempio, nei primi anni '50 adottano spesso la metafora bellica per descrivere la produzione cinematografica (si veda la *Settimana Incom* del 18 agosto 1954), e offrono un carosello di nomi e di volti di produttori funzionale a restituire l'idea di un settore industriale vivace e vitale, mostrandoli in quegli stessi luoghi – le feste, le premiazioni, i pranzi di lavoro, il set – che ritroviamo nelle fotografie della *trade press*. Negli anni '60, quando sulla stampa tecnico-industriale ci si concentra soprattutto sulle figure di alcuni produttori considerate esemplari di una seria fattura industriale della produzione, anche i cinegiornali dedicano spazio principalmente ad alcuni soggetti – Lombardo, Ponti, De Laurentiis, Rizzoli – che diventano il volto ideale di un cinema di indiscutibile qualità e pronto a mietere successi a livello internazionale.

Queste rappresentazioni e autorappresentazioni, dunque, si affannano a dimostrare che i luoghi comuni intorno al produttore sono, appunto, solo luoghi comuni, ma nel farlo ne costruiscono, per converso, un'immagine spesso altrettanto vaga e idealizzata. Quando si tratta, infatti, di definire per esempio quali siano i percorsi che garantiscono la preparazione e la competenza del produttore, non ci si preoccupa eccessivamente di individuarli con precisione<sup>4</sup>. Talvolta, l'*Araldo dello spettacolo* sottolinea come qualità di alcuni produttori il fatto che si tratti di «gente che viene su dalla gavetta e conosce tutti i segreti e i trucchi del cinema» (Anonimo 1952c, 3); tuttavia, per la rivista si può essere buoni produttori perfino provenendo da settori dell'industria e dell'imprenditoria niente affatto affini al cinema, come nel caso dell'industriale bolognese Alberto Giovagnoni, che «si è dato» al cinema «con quella serietà d'ingegno con cui un uomo largamente noto nel mondo degli affari può accingersi ad una nuova impresa» (G.S. 1951, 1).

Alla contraddittorietà di certe affermazioni o all'elogio pieno di formule e stereotipi di alcuni produttori si accompagna, tuttavia, il sostegno, da parte della rivista, ad alcune proposte concrete, avanzate da Anica, che servirebbero a separare il grano dalla zizzania, i buoni produttori dai famigerati improvvisati. Ci si riferisce all'ipotesi, ribadita costantemente nell'arco dei decenni presi in esame, di istituire alcune pratiche di legittimazione e di difesa della categoria di stampo corporativo, come l'introduzione di un albo dei produttori o l'attribuzione del marchio Anica ai film. Lo spauracchio del produttore come spregiudicato truffatore viene agitato a più riprese, tanto da Eitel Monaco che dai redattori

<sup>4</sup> La stessa vaghezza si riscontra, in effetti, su *Cinema d'oggi*. Nella rubrica che la rivista dedica ai percorsi di formazione alle professioni del cinema, «Come si diventa», fra i mestieri che mancano c'è proprio quello del produttore.

dell'*Araldo*, per giustificare la proposta dell'istituzione di un albo dei produttori, tutti afferenti all'Anica naturalmente, ai quali lo Stato avrebbe dovuto concedere i finanziamenti<sup>5</sup>, tagliando fuori di fatto quei piccoli soggetti che non avevano sufficiente capitale iniziale<sup>6</sup> o che non erano affiliati alla principale associazione di categoria. Anche la proposta di dotarsi di un sistema di autocensura, sul modello del Codice Hays, attraverso l'istituzione del cosiddetto «marchio Anica» – proposta che nasceva in risposta all'inasprirsi, nei primi anni '60, del dibattito sulla censura e alla crescente insofferenza di autori e produttori – tradisce l'intenzione dell'associazione di farsi unico mediatore tra la produzione cinematografica e lo Stato.

Intorno alla legittimazione della figura del produttore, dunque, si gioca in questa fase una partita che va oltre la mera questione reputazionale, ma che concerne gli equilibri, le regole e i rapporti di forza su cui si regge l'intero sistema, e in particolare la complessa dinamica relazionale tra il settore dell'industria cinematografica e lo Stato. Del resto, una delle contraddizioni più evidenti di questa rappresentazione del produttore come abile imprenditore, promossa da una rivista di orientamento liberista come l'*Araldo*, risiede proprio nell'impossibilità che questi operi senza i finanziamenti statali. Una contraddizione ben espressa proprio dalle parole di un produttore, Luigi Rovere: «Come liberale convinto sono portato ad auspicare l'affermarsi di una industria completamente libera ed autosufficiente. Ma, d'altro canto, nello stadio attuale di assestamento, riconosco l'utilità e l'opportunità delle norme vigenti» (Anonimo 1951c, 1). La promozione di una certa immagine del produttore, sia da parte dell'*Araldo dello spettacolo* che di un cinegiornale come la *Settimana Incom* – realtà formalmente indipendenti, ma di fatto entrambe vicine alle posizioni dell'Anica<sup>7</sup> – costituisce dunque una precisa strategia di posizionamento.

## Scomporre e ricomporre il monolite: il produttore e la *trade press* del decennio 1967-76

Se uno dei mandati della *trade press* che qui stiamo analizzando è quindi la difesa a oltranza della figura del produttore, questa si rende più che mai necessaria a

<sup>5</sup> Sull'*Araldo* si fa riferimento all'albo, tra gli altri, nei seguenti articoli: Anonimo (1952b, 1; 1954b, 1; 1959c, 1; 1960e, 2).

<sup>6</sup> Per aderire all'Anica, infatti, era necessario che le imprese di produzione possedessero un capitale minimo la cui soglia veniva di volta in volta fissata dall'associazione. Nel 1961, era stabilita a 30 milioni di lire (Anonimo 1961, 1).

<sup>7</sup> Sandro Pallavicini, all'epoca in cui dirigeva la *Settimana Incom*, era anche consigliere dell'Unione Nazionale Produttori; per quanto riguarda i legami fra l'*Araldo* e l'Anica, questi erano talmente noti da venire spesso chiamati in causa negli attacchi rivolti alla rivista. Di fatto, «sia pure per semplice coincidenza, come ebbe una volta a scrivere il suo direttore, [l'*Araldo*] rispecchiava [...] le posizioni dell'ANICA» (Quaglietti 1980, 210).

partire dalla seconda metà degli anni '60, quando, tramontata l'era dei cinegiornali, è la tv a guadagnarsi progressivamente il centro della scena mediale e a riservare proprio al produttore un trattamento non certo di favore. L'immagine del produttore cinematografico plasmata dai programmi di intrattenimento della Rai, in particolare dai varietà della rete ammiraglia, offre infatti, accanto ad alcuni ritratti complici e indulgenti, soprattutto una spietata galleria di calchi deformanti dei mogul più potenti (in primis Ponti e De Laurentiis), quando non vere e proprie caricature macchiettistiche che mirano a farsi beffe della figura percepita come la più potente dell'assetto professionale del nostro cinema, quanto meno sul piano economico (Gipponi 2021). L'idea che il produttore sia sostanzialmente un cialtrone ricorre con insistenza, nel decennio 1967-1976, anche sulla stampa generalista, tanto che una rubrica come «Stampagiuro», curata su *Cinema d'oggi* da un certo Snoopy, procede a raccogliere, commentare e smentire, in toni piuttosto accesi, i luoghi comuni sui produttori circolanti su riviste e rotocalchi. Alcuni esempi: Marcello Mastroianni, che a Lietta Tornabuoni su *L'Europeo* parla di «zoo del cinema, personaggi ambigui, loschi, intrallazzatori, cravattari», è accusato di sputare nel piatto in cui mangia (Snoopy 1967a, 4); Callisto Cosulich scrive su *ABC* dell'ignoranza dei produttori ma la critica gli si ritorce contro (Snoopy 1967b, 2); in un'altra occasione è Lia Quilici a scrivere su *L'Espresso* che i produttori «hanno pelle distesa, abiti di taglio, mogli o amanti ufficiali, barca, villa, uffici con segretarie snelle e di voce bassa, dipendenti solerti e molti telefoni sempre occupati» (Anonimo 1971, 4). Le viene risposto che

accomunare in una figura standard tutta una categoria è disonesto e stupido. I produttori cinematografici sono diversissimi tra di loro, alcuni uomini di cultura e di impeccabili maniere, altri invece di diverso tipo. Alcuni hanno la barca, altri soffrono il mal di mare. Come comun denominatore hanno soltanto quello d'essere tutti – meno i falliti – uomini che creano prodotti di consumo e li vendono secondo i canali appositi. (Anonimo 1971, 4)

La stampa tecnico-industriale mira perciò, anche nel decennio 1967-76, a onorare la complessità di un settore tutt'altro che monolitico – «Such a monolith does not exist», è una mera convenzione retorica, come ricorda Caldwell (2008, 7) –, a esaltare la *specificità* di una professione difficile e, a detta dei suoi esponenti, poco tutelata (L'analista 1974, 5). Una strategia retorica ricorrente a questo riguardo è il suo accostamento ad altre professioni e altri settori produttivi, più o meno nobili, ma tutti invariabilmente privilegiati rispetto alla produzione cinematografica, come il caldarrostaio (L'analista 1972a, 5) o l'industria alimentare (Bini, ad esempio, intervistato dal *Corriere* in merito alla proliferazione di titoli erotici, istituisce un confronto tra l'industria cinematografica e l'industria alimentare per quanto riguarda le norme igieniche, Anonimo 1969, 4). Il caso di Giuseppe Zaccariello, che prima di darsi al cinema produceva ceramiche, è

convocato proprio in virtù del suo sguardo vergine da outsider che renderebbe il suo giudizio «oggettivo»<sup>8</sup>:

Il cinema è difficile [...] perché è diverso da altri campi industriali. Mi riterrei uno che non ha capito niente se dicessi che qui è tutto più superficiale e sbrigativo. È un'impressione esteriore che forse avevo anch'io prima di entrare nel mondo del cinema. Ritengo invece che la realizzazione di un film, con tutti i mille problemi finanziari, burocratici e organizzativi che essa comporta, sia più faticosa di altri lavori. Io ho visto nella mia vita fatiche molto dure, ma questa, credetemi, è tra le più estenuanti. Guai a sbagliare...!! (Zeta 1973, 2)

In realtà, tra le forme di auto-rappresentazione del ruolo del produttore rinvenute su *Cinema d'oggi* ne spicca una dal registro comico-satirico infarcita di stereotipi denigratori analoghi a quelli in uso nelle parodie televisive e nei discorsi giornalistici sopra menzionati: si tratta della rubrica «La mia vita è un film», che appare a partire dal terzo numero della rivista e vive per oltre un centinaio di numeri, fino all'aprile 1969. Suo estensore è il fantomatico Vito Gargiulo, con tutta evidenza uno pseudonimo, il quale approda al cinema proprio secondo quelle traiettorie fortuite che la *trade press* mira a stigmatizzare fin dal dopoguerra: napoletano di stanza a Frascati, a pochi chilometri da Cinecittà, sciucià e poi cameriere in via del Tritone per intercessione di Rossellini, diventa ragioniere e piazzista di elettrodomestici (dice di sé: «Sono un "persuasore occulto"», Gargiulo 1967, 5). In risposta a un annuncio sul giornale, viene assunto da un produttore cinematografico, un mai meglio precisato Commendatore, «sempre un tantinello nervoso [...] che dice di non farcela più perché "la burocrazia è l'oppio dei popoli"» (Gargiulo 1967, 5):

Ma commendatore! – gli ho detto – stiamo scherzando? La burocrazia ci fa ridere! Li conosco tutti, figuriamoci, dall'uscire al Capo divisione, per via dei tanti elettrodomestici che gli ho rifilato. Nei ministeri, commendatore bello, sono tutti napoletani; e se c'è qualche siciliano o qualche milanese [...] gli faccio credere di essere siciliano, sardo, calabrese, magari piemontese, quello che vuole. Sono una specie di Alighiero Noschese dei dialetti, posso avere subito la situazione in pugno!

Per domani [...] devo preparare, insieme all'amministratore della società, tutti i documenti per fare un film. Pare si tratti di un lavoro complicatissimo, ma sono sicuro che sarà uno scherzo, per me. (Gargiulo 1967, 5)

<sup>8</sup> In realtà il luogo della massima «oggettività/obiettività» su queste testate sono le rubriche giuridiche, presenze fisse a cura di alcuni avvocati specializzati nella materia, come Augusto Fragola e Massimo Ferrara Santamaria (anche consulente giuridico della Fiapf all'inizio degli anni '70), che testimoniano la costante necessità di aggiornamento dei vecchi quadri normativi (ad esempio sul diritto d'autore e sulla tutela dell'opera d'arte) al mutato panorama mediale. In questione è spesso proprio la definizione giuridica di produttore.

Di primo acchito, Vito Gargiulo sembrerebbe così il solito furbo determinato ad aggirare leggi e decreti con i suoi modi all'italiana, riproponendo di fatto l'abusato cliché sul produttore scaltro e disonesto che si avvale di un uomo di fiducia (o di *sfiducia*) della stessa risma (come il Loffredo immaginato nell'omonimo racconto di Kezich, 1962). In realtà la spavalderia del Gargiulo – che si autodefinisce «il Factotum dei Ministeri, il Flagello della Burocrazia, il Maigret delle Pratiche Inevase, il Rocamboles della Carta Bollata...» (Gargiulo 1969, 5) – si muterà ben presto in incredula impotenza di fronte agli inaggirabili cavilli e diktat della burocrazia statale. A dispetto della cornice finzionale, infatti, ogni numero della rubrica affronta in realtà con scrupolo *vere* procedure grandi e piccole che i professionisti della produzione devono seguire (ad esempio l'interminabile elenco di documenti necessari per avviare le riprese di un film in co-produzione o per ottenere il riconoscimento di nazionalità italiana necessario per accedere alla programmazione obbligatoria), generando così un vero e proprio ribaltamento del bersaglio polemico: i toni iperbolici dell'estensore della rubrica sono funzionali a colpire non i produttori ma all'opposto l'apparato statale, di cui è denunciato il parossismo e l'ostruzionismo, soprattutto all'indomani del varo, nel novembre 1965, della legge Corona («Lo sciopero bianco contro il cinema dura ormai da tre anni», Gargiulo 1969, 5). In certi casi, con effetto rafforzativo, la rubrica satirica è, tra l'altro, impaginata accanto a un pezzo che approfondisce in maniera circostanziata le medesime questioni, ad esempio le norme sul collocamento dei lavoratori: poiché, per una dimenticanza, non fu inviata all'ufficio di collocamento la denuncia di cessazione dell'incarico di un operaio specializzato ingaggiato anni prima per pochi giorni, il Commendatore ha continuato a pagarlo pur di non far perdere al film, in base alle norme vigenti, i benefici di legge. L'operaio, ormai anziano, continua così ad aggirarsi per i teatri di posa nella più completa inoperosità: «Ma chi è? [...] Qualcuno che ha fatto lo sbarco di Marsala con Garibaldi?» (Gargiulo 1968a, 5). Con l'arma della comicità, uno degli intenti della rubrica – e della testata più in generale – è perciò l'esercizio di un'azione di rivendicazione e di lobbying nei confronti delle autorità competenti al fine di ottenere le semplificazioni e gli snellimenti del caso.

Mentre sul versante della produzione si mira infatti a scomporre il monolite per far emergere la complessità e l'eterogeneità del comparto produttivo del cinema italiano, ritroviamo su queste stesse pagine una compattezza monolitica e semplificatoria nella costruzione dello Stato come antagonista. Sia *Cinema d'oggi* sia l'*Araldo dello spettacolo* alimentano infatti nel decennio in questione una polarizzazione radicale e invero tartufesca tra pubblico e privato: i capitali *privati* investiti da imprenditori assennati si contrappongono allo sfruttamento di denaro *pubblico* da parte di autori e registi emergenti. L'ostilità corporativa dell'Anica è particolarmente virulenta nei confronti di coloro che beneficiano dell'art. 28 della nuova Legge Cinema, ovvero del fondo particolare che finan-

zia film ispirati a finalità artistiche e culturali (fino a un massimo del 30% del costo di produzione), a sostegno, appunto, di autori italiani esordienti, anche organizzati in cooperative. «Cooperativa, e va bene: ma il produttore chi lo fa?» – si chiede Gargiulo con la consueta ostentata ingenuità. E il Commendatore risponde:

Il più furbo dei contestatori, naturalmente; quello che è riuscito finora a monopolizzare, o quasi, i premi ai cortometraggi e che, per mettere le mani sul danaro dello Stato, ovvero del Contribuente, non si farà chiamare “produttore” ma “organizzatore culturale”. Che poi organizzi la divisione della torta, non ha importanza. [...] vive bene, spende meglio, porta le attricette a mangiare nei ristoranti di lusso, ma non risponde del finanziamento, né dell’eventuale deficit della Società cooperativa: paga papà, cioè lo Stato. (Gargiulo 1968b, 5)

L’acrimonia è tale che sulle pagine di *Cinema d’oggi* si consuma un’autentica infantilizzazione dei registi-autori, dipinti letteralmente come bambini capricciosi che giocano col cinema: in una vignetta del settembre 1968 intitolata «Registi d’avanguardia» uno scolarecchio con grembiule e cartella rivela a due compagni: «La riapertura delle scuole mi ha rovinato: dovevo dirigere un film!» (Anonimo 1968a, 2). Anche sull’*Araldo* del resto si legge, in riferimento ai finanziamenti dell’art. 28: «la possibilità che il credito sia a fondo perduto [...] porta all’irresponsabilizzazione del produttore, snaturandone quel carattere imprenditoriale su cui si basa la struttura dell’industria cinematografica» (Anonimo 1973a, 12). In un lungo articolo dal titolo «Problemi e sogni di un produttore di film» Cesare Lanza, amministratore delegato della Euro International Film e consigliere dell’Unione Nazionale Produttori Film (una delle branche in cui si ramifica l’Anica), dopo la consueta *lamentatio* relativa alla natura atipica ed economicamente irrazionale dell’impresa cinematografica, finge di abbandonarsi al sogno della «nazionalizzazione, la statalizzazione rapida e globale che liberi l’imprenditore dalle sue responsabilità [...]» (Lanza 1971, 6). Ma senza indulgere troppo in questa fantasticherie, si affretta a concludere: «quando mi sveglio, penso che la statalizzazione forse toglierebbe al pubblico la possibilità di vedere certi film come quelli che in passato abbiamo fatto, ed allora abbandono “pro tempore” il comodo sogno della fuga dalla responsabilità» (Lanza 1971, 6).

La qualità che più spesso viene attribuita ai produttori privati in questo frangente è quindi la responsabilità, da coltivare anche contro le sirene del sostegno statale e in aperta opposizione alla condotta irresponsabile di autori e cooperative, i quali «aspettano solo di eliminare l’“ostacolo” dell’imprenditore privato per avere un rapporto diretto con lo Stato» (Lanza 1971, 6)<sup>9</sup>.

<sup>9</sup> L’orizzonte della responsabilità è convocato anche in merito al dibattito sulla riforma della censura. In questo caso, i produttori reclamano «il massimo della libertà nel massimo

Al suono di titoli e slogan quali «Perché il cinema non si addice allo Stato» (Anonimo 1973b, 4), o «Se c'è qualcuno che sottrae soldi al cinema, non sono i produttori ma lo Stato» (Anonimo 1971, 4), viene tuttavia taciuta una parte significativa di verità, ovvero il carattere assistito anche della produzione a iniziativa privata, che beneficia comunque del sostegno statale. Mentre tra le pagine qui in esame Anica e Anac, ovvero produttori e registi/autori, sono acerrimi nemici, furono invece compatti, in fase di elaborazione della legge Corona, nel voler preservare a ogni costo il sistema dei ristori, cioè un contributo percentuale sugli incassi, che la prima bozza della legge intendeva eliminare – furono calati dal 16% al 13% (Corsi 2001, 138); sulla *trade press* se ne lamenta semmai la lentezza nella corresponsione. È insomma evidente come la stampa tecnico-industriale più vicina ad Anica del periodo 1967-76 sia una campana molto parziale, pronta a battere forte sul tasto della pressione fiscale che stritola i produttori, ma strategicamente incapace di riconoscere il sostegno ricevuto dallo Stato.

La polarizzazione tra due tipologie di produttori – il produttore *tout court* e l'organizzatore culturale, o il mercante e lo sfruttatore, secondo una formulazione più capziosa (Gargiulo 1968c, 7) – trova una corrispondenza pressoché biunivoca in due tipologie di film: il «“Film pseudo culturale, politico impegnato” il che tradotto nel gergo della gente che va al cinema (e che paga il biglietto) significa semplicemente “Film noioso” con le ovvie conseguenze economiche» (Ugoletti 1972, 10) e «film consumistici, digestivi, di routine» (L'analista 1971, 4). Il termine cultura viene così ammantato di sospetto, conducendo all'attivazione del vieto luogo comune arte *versus* commercio, veicolato da siparietti abusati quale il seguente: un certo don Pascalone Del Frate si presenta affranto a Vito Gargiulo supplicandolo di aiutarlo a espatriare poiché ha scoperto una cosa terribile, che potrebbe costargli la vita: gli piacciono i film di consumo: «Giuratemi su san Genaro che non lo rivelerete a nessuno! È un peccato gravissimo!» (Gargiulo 1968d, 5). Per «curarlo», Gargiulo non trova niente di meglio che invitarlo l'indomani a vedere «un film di contestazione, è un po' lungo, cinque ore e venticinque, ma in compenso si può dormire in sala...» (Gargiulo 1968d, 5).

Il termine contestazione ricorre ossessivamente nel biennio 1968-69, quando si registra una più generale politicizzazione dei toni, che vorrebbe tutti i film culturali come film politicamente schierati (ovviamente a sinistra): «“Io facevo il regista, mio figlio invece ha preferito l'attività politica”. “E cosa fa?” “Il regista!”», recita una vignetta che ritrae il figlio in questione con baffoni spioventi, pantaloni a zampa e camicia fiorata (Anonimo 1968b, 2). Su queste pagine non si esita insomma ad attaccare gli «avversari» tramite immagini stereotipiche – quale quella dell'autore impegnato e viziato, tutto proclami politici e spider in garage – e macchiette non meno grossolane di quelle che proprio l'Anica dichiara di soffrire quando riguardano i produttori. A questo proposito, a incorrere negli strali di chi

della responsabilità», e in questo caso si tratta di responsabilità morale invece che finanziaria (Anonimo 1973e, 1).

scrive su queste due testate è anche, inevitabilmente, la critica cinematografica più militante, quale quella espressa dal neonato quindicinale *QC: Questocinema*, dileggiato ferocemente da Vito Gargiulo come «il giornalino che fanno gli studenti della Biblioteca e che parla tanto male del Cinema, dell'Anica, di me e di tutti i miei amici [...] una cosa nera, luttuosa [...] sussiegoso, saputello, importantino, istruttitino, culturaletto...» (Gargiulo 1968e)<sup>10</sup>.

È insomma lampante lo schieramento dei soggetti che queste riviste rappresentano su posizioni conservatrici, quando non apertamente reazionarie e qualunquiste (L'analista 1973, 5). Non stupisce, a questo proposito, che i toni diventino improvvisamente conciliatori quando si tratta di difendere, nel 1973, la «discesa» nell'arena della produzione cinematografica di un editore dichiaratamente anticomunista come Edilio Rusconi. L'iniziativa di Rusconi, additata da una non meglio specificata agenzia di stampa socialista come «un attentato alla libertà di comunicazione» (Anonimo 1973c, 3), solleva la domanda: può un uomo «di destra» produrre film? Per rispondere e placare gli animi viene interpellato Luchino Visconti (non a caso, a dire il vero: Rusconi gli produrrà *Gruppo di famiglia in un interno* l'anno seguente), il quale liquida la questione in modo apparentemente salomonico, con stiletta finale: «Non sono abituato a chiedere ai miei finanziatori atti di fede politica. [...] Ci preoccupiamo di solito di sapere se un produttore è di sinistra? [...] Stia pur certo, che nessuno dei giovani registi che protestano avrebbe rifiutato di fare un film con Rusconi. Accetterebbero perfino Almirante, come produttore» (Anonimo 1973d, 4). Il «monolite» cui si è fatto cenno sopra viene insomma esploso o ricompattato al bisogno, e della figura del produttore è esaltata l'eterogeneità o, viceversa, un'integrità che la collocherebbe al di sopra delle parti, dei partiti e delle dispute puerili. Una simile ambivalenza è ravvisabile nei confronti di un altro dei soggetti con cui il cinema italiano è chiamato a confrontarsi nel decennio 1967-76: la televisione, connotata come ente pubblico e per questo, di nuovo, contrapposta al cinema a iniziativa privata: «Se la televisione in Italia non fosse un monopolio di Stato [...] il problema dei rapporti fra cinema e televisione non si porrebbe. [...] Le possibilità che si realizzi una libertà d'espressione ed una libera concorrenza nel campo televisivo sono relegate fra i sogni da dover tenere chiusi nel cassetto» (Anonimo 1972, 1).

Da un lato la tv è un rivale sempre più temibile: in questa stagione «Il film è il piatto forte del menu televisivo» (S.M. 1967, 22), considerato alla stregua della polverina miracolosa, pubblicizzata in un Carosello, che trasforma l'acqua

<sup>10</sup> Nonostante rispecchi il versante degli industriali, o meglio proprio perché schierata su questo versante, la *trade press* lascia di tanto in tanto trasparire l'esistenza di un controcanto radicale ai discorsi in difesa del produttore cinematografico, sollecitando la necessità di procedere a un'analisi degli *altri* discorsi – sulla figura del produttore, o più propriamente dell'organizzatore culturale – circolanti sulla stampa marxista e comunista, su testate quali *Rinascita* e *Ombre rosse*, cui, per ragioni di spazio, in questa sede non ci possiamo dedicare.



in aranciata, poiché arricchisce i palinsesti di contenuti che registrano sistematicamente un alto gradimento, e ciò con una spesa e un rischio minimi da parte delle emittenti, le quali godono di frutti coltivati da altri (B.S. 1968, 12).

D'altro canto sulle stesse riviste è anche in atto una fiera rivendicazione di centralità del cinema rispetto alla tv, molto spesso snobbata come un fastidio trascurabile, disdegnata, persino denigrata, come una seccatura che non potrà davvero scalfire la tenuta e la gloria dell'industria cinematografica nazionale, «compiacente fratello maggiore» (B.S. 1968, 12): «l'Italia è, in Europa, l'unica Nazione industrialmente avanzata il cui cinema non è entrato in crisi, appunto perché dispone di una televisione per sottosviluppatisi» (L'analista 1972b, 5). O ancora: «Il "vuoto" di tante trasmissioni televisive ha consentito e consente il "pieno" in tante sale cinematografiche» (L'analista 1972c, 9), come a voler rovesciare, in uno scatto d'orgoglio, il quadro restituito dai grafici, pure ospitati tra le pagine di queste testate, che mostrano in realtà l'impetosa inversione di tendenza tra la curva degli spettatori cinematografici e quella degli abbonati alla Rai. Anche le sentenze della Corte Costituzionale del 1974 sulla legittimità dell'installazione di ripetitori esteri e sulla liceità delle trasmissioni via cavo, che cominciano a incrinare il monopolio, vengono incassate a testa alta ribadendo la libertà del cinema rispetto al piccolo schermo. Quella tra cinema e tv sulla *trade press* è insomma, come la definisce Mario Cecchi Gori, «Una storia d'amore moderna, a dispetto, cioè fatta di turpiloquio, sberle e corna» (Cecchi Gori 1971, 3).

Un'altra strategia tesa a sottolineare il presunto abisso che separa cinema e tv è l'enfasi sulla «differenza d'età» che le separa: il mezzo televisivo è un neonato se accostato all'industria cinematografica nazionale, di cui sono celebrati i fasti di lungo corso in alcuni servizi dedicati alle fortune ormai decennali delle principali case di produzione italiane, vere e proprie pietre angolari su cui si regge l'intero sistema (F.R. 1974, 4-5).

Se si prova ad allargare lo sguardo, questo doppio registro caratterizza più in generale l'auto-rappresentazione del produttore sulle testate tecnico-industriali qui esaminate: la celebrazione orgogliosa e rassicurante (al limite della tracotanza) dei successi e dell'affidabilità del mondo della produzione si alterna al grido d'allarme, agli strali apocalittici ed emergenziali, con titoli pseudo-ricattatori che minacciano a più riprese la paralisi: «Senza provvedimenti immediati inevitabile arresto della produzione» (Anonimo 1974, 1-2). Quest'immagine bifronte, tesa tra la lamentela e lo slancio ottimistico, tra il *cahiers de doléances* e la pacca sulla spalla, dimostra la natura liminale di queste pubblicazioni, che si rivolgono strabicamente sia all'interno dell'industria, sia al suo esterno, e cercano perciò di conciliare due diversi tipi di azione corporativa, alla ricerca di un equilibrio forse impossibile tra una comunicazione massimamente trasparente e la sua inevitabile opacità autoreferenziale.

## Riferimenti bibliografici

- Amati, Giovanni. 1959. «Telegramma a Enzo Merolle». *Araldo dello spettacolo* 206.
- L'analista. 1971. «La cartina di tornasole – Il caldarrostaio sì, il produttore no». *Cinema d'oggi* 26.
- L'analista. 1972a. «La cartina di tornasole – Il caldarrostaio sì, il produttore no». *Cinema d'oggi* 39.
- L'analista. 1972b. «La cartina di tornasole – La televisione di Stato manda la gente al cinema». *Cinema d'oggi* 10.
- L'analista. 1972c. «La cartina di tornasole – Televisione e spettacolo». *Cinema d'oggi* 25.
- L'analista. 1973. «La cartina di tornasole – Produttori reazionari». *Cinema d'oggi* 41.
- L'analista. 1974. «La cartina di tornasole – Il mestiere più rischioso». *Cinema d'oggi* 7.
- Anonimo. 1949a. «All'insegna (pericolosa) del luogo comune». *Araldo dello spettacolo* 113.
- Anonimo. 1949b. «René Clair smentisce Montanelli». *Araldo dello spettacolo* 117.
- Anonimo. 1950a. «Verso una schiarita della situazione cinematografica?». *Araldo dello spettacolo* 69.
- Anonimo. 1950b. «Oggi parla: Valentino Brosio». *Araldo dello spettacolo* 99.
- Anonimo. 1950c. «Piccolo mondo di Cinelandia». *Araldo dello spettacolo* 54.
- Anonimo. 1951a. «Capitani torna alla produzione». *Araldo dello spettacolo* 3.
- Anonimo. 1951b. «Assegnati i "Nastri d'Argento" ai migliori film della stagione». *Araldo dello spettacolo* 126.
- Anonimo. 1951c. «Dichiarazioni di Rovere sulla situazione dell'industria cinematografica». *Araldo dello spettacolo* 139.
- Anonimo. 1952a. «Scatole chiuse e sigillate». *Araldo dello spettacolo* 83.
- Anonimo. 1952b. «Previsioni ottimistiche di produttori italiani». *Araldo dello spettacolo* 103.
- Anonimo. 1952c. «Firmamento». *Araldo dello spettacolo* 15.
- Anonimo. 1954a. «Attività della Royal Film». *Araldo dello spettacolo* 5.
- Anonimo. 1954b. «Schermi e... schermaglie». *Araldo dello spettacolo* 73.
- Anonimo. 1959a. «Prossima ripresa dell'attività di Lombardo». *Araldo dello spettacolo* 144.
- Anonimo. 1959b. «Arturo Gallea». *Araldo dello spettacolo* 197.
- Anonimo. 1959c. «Giorno: Disciplina e indisciplina». *Araldo dello spettacolo* 57.
- Anonimo. 1960a. «Chi sono? Che fanno». *Araldo dello spettacolo* 119.
- Anonimo. 1960b. «II "nuovo boom" del cinema italiano». *Araldo dello spettacolo* 147.
- Anonimo. 1960c. «Ieri, oggi, domani». *Araldo dello spettacolo* 229.
- Anonimo. 1960d. «La grande famiglia di Emimmo Salvi». *Araldo dello spettacolo* 2.
- Anonimo. 1960e. «Una lettera dell'on. Tupini all'ANICA». *Araldo dello spettacolo* 108.
- Anonimo. 1961. «Importanti decisioni del Consiglio Generale ANICA». *Araldo dello spettacolo* 169.
- Anonimo. 1968a. «Registi d'avanguardia» – disegno di Folco. *Cinema d'oggi* 37.
- Anonimo. 1968b. «Padri e figli» – disegno di Folco. *Cinema d'oggi* 25.
- Anonimo. 1969. «Innanzitutto certezza del diritto. Il completamento di una intervista di Alfredo Bini». *Cinema d'oggi* 26.

- Anonimo. 1971. «Il vero furbacchione». *Cinema d'oggi* 34.
- Anonimo. 1972. «Nodi al pettine. Incontro ANICA AGIS e RAI dopo un lungo periodo di rapporti difficili». *Cinema d'oggi* 6.
- Anonimo. 1973a. «Apertura di un dialogo». *Cinema d'oggi* 38.
- Anonimo. 1973b. «Perché il cinema non si addice allo Stato». *Araldo dello Spettacolo* 8.
- Anonimo. 1973c. «Rusconi Film. L'apporto di Rusconi ad una grande industria». *Araldo dello spettacolo* 23.
- Anonimo. 1973d. «La Rusconi Film». *Araldo dello Spettacolo* 22.
- Anonimo. 1973e. «La riforma è un passo indietro». *Cinema d'oggi* 13.
- Anonimo. 1974. «Senza provvedimenti immediati inevitabile arresto della produzione». *Cinema d'oggi* 23.
- L'Acido. 1951. «Camera oscura». *Araldo dello spettacolo* 126.
- Ariosto, Egidio. 1951. «L'on. Egidio Ariosto riafferma alla Camera un vasto, esauriente e documentato discorso, la necessita di difendere e valorizzare la cinematografia italiana». *Araldo dello spettacolo* 90.
- Baglioni, Guido. 1974. *L'ideologia della borghesia industriale nell'Italia liberale*. Torino: Einaudi.
- Il Barbiere di Cinestriglia. 1949. «Contropelo». *Araldo dello spettacolo* 11.
- Benenati, Elisabetta. 1999. «Cento anni di paternalismo aziendale». In *Tra fabbrica e società. Mondi operai nell'Italia del Novecento*, a cura di Stefano Musso, 43-81. Milano: Feltrinelli.
- B.S. 1968. «Sul video – La “polverina miracolosa”». *Cinema d'oggi* 34.
- Caldwell, John T. 2008. *Production Culture. Industrial Reflexivity and Critical Practice in Film and Television*. Londra – Durham: Duke University Press.
- Califano. 1950. «Piccolo mondo di Cinelandia». *Araldo dello spettacolo* 22.
- Cecchi Gori, Mario. 1971. «Un amore senza amicizia. Cinema e televisione: rapporto in via di sviluppo». *Cinema d'oggi* 3.
- Comitato promotore della commemorazione. 1954. «La commemorazione di Gustavo Lombardo». *Araldo dello spettacolo* 63.
- Corsi, Barbara. 2001. *Con qualche dollaro in meno. Storia economica del cinema italiano*. Roma: Editori Riuniti.
- Corsi, Barbara. 2012. *Produzione e produttori*. Milano: Il castoro.
- Dotto, Simone. 2021. «“Il cinema si fa con le cifre”. Note e concetti chiave per una mappatura della stampa tecnico-industriale». *L'Avventura. International Journal of Italian Cinema and Media Landscapes* n. s.: 97-111.
- FR. 1974. «La Titanus tra vecchio e nuovo. 70 anni con molto orgoglio». *Cinema d'oggi* 22.
- Gargiulo, Vito. 1967. «La mia vita è un film». *Cinema d'oggi* 3.
- Gargiulo, Vito. 1968a. «La mia vita è un film – La disdetta». *Cinema d'oggi* 2.
- Gargiulo, Vito. 1968b. «La mia vita è un film – Organizzatore culturale con profitto». *Cinema d'oggi* 39.
- Gargiulo, Vito. 1968c. «La mia vita è un film – Mercanti e sfruttatori». *Cinema d'oggi* 35.
- Gargiulo, Vito. 1968d. «La mia vita è un film – Don Pascalone e i “film di consumo”». *Cinema d'oggi* 34.
- Gargiulo, Vito. 1968e. «La mia vita è un film – QC». *Cinema d'oggi* 3.
- Gargiulo, Vito. 1969. «La mia vita è un film – Sciopero bianco rosso e verde». *Cinema d'oggi* 14.

- Gipponi, Elena. 2021. «L'incantatore di serpenti. Le Teche Rai e l'immagine del produttore cinematografico sul piccolo schermo». *L'Avventura* n.s.: 51-64.
- Grizzaffi, Chiara. 2021. «Culture della produzione e (auto)rappresentazioni. Interrogare le fonti audiovisive». *L'Avventura* numero speciale: 113-125.
- Guiotto, Luigi. 1979. *La fabbrica totale. Paternalismo industriale e città sociali in Italia*. Milano: Feltrinelli.
- Kezich, Tullio. 1962. *L'uomo di sfiducia*. Milano: Bompiani.
- Lanza, Cesare. 1971. «Problemi e sogni di un produttore di film. L'industria cinematografica nella spregiudicata analisi di un imprenditore». *Cinema d'oggi* 18.
- Monaco, Eitel. 1960. «Rassegna dell'attività cinematografica italiana a conclusione dell'assemblea generale dell'ANICA». *Araldo dello spettacolo* 29.
- Montanelli, Indro. 22-11-1949. «Incontri. René Clair». *Corriere della Sera*.
- Perrone, Giuseppe. 1950. «I Dioscuri del cinema italiano». *Araldo dello spettacolo* 61.
- Perrone, Giuseppe. 1952. «Città Canora». *Araldo dello spettacolo* 149.
- Quaglietti, Lorenzo. 1980. *Storia economico-politica del cinema italiano, 1945-1980*. Roma: Editori Riuniti.
- Quilleri, William. 1961. «Telegramma a Ermanno Donati e Luigi Carpentieri». *Araldo dello spettacolo* 172.
- S.G. 1951. «Oggi parla: Alberto Giovagnoni». *Araldo dello spettacolo* 15.
- S.M. 1967. «Al cinema con mezza lira. I privilegi della tv». *Cinema d'oggi* 1.
- Snoopy. 1967a. «Stampagiuro». *Cinema* 1.
- Snoopy. 1967b. «Stampagiuro – Ignoranti e anacoluti». *Cinema d'oggi* 8.
- Spicer, Andrew, McKenna, A. T., and Christopher Meir (eds.). 2014. *Beyond the Bottom Line: The Producer in Film and Television Studies*. New York: Bloomsbury.
- Triggiani, Giorgio. 24/25-01-1954. «Breve incontro con Enzo Merolle». *Araldo dello spettacolo*.
- Ugoletti, Emilio. 1972. «Il Controfestival». *Araldo dello Spettacolo* 8.
- V. 1949. «Da Torino Macario scoprirà l'America». *Araldo dello spettacolo* 40.
- Zeta. 1973. «Incontri: Giuseppe Zaccariello». *Cinema d'oggi* 5.

