

Martina Zanco

La fiera del cinema. House organ della Titanus

(doi: 10.17397/109031)

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/>

La fiera del cinema

House organ della Titanus

Martina Zanco

La fiera del cinema. The Titanus House Organ

«Dearest Dr. Rossetti, we learn from Dr. Lombardo of Titanus, who has been in communication with our American representatives, that LA FIERA DEL CINEMA would be interested in publishing serial excerpts from THE LION'S SHARE, by Bosley Crowther [...]. Please let us know how many excerpts [...] you would like to publish». It was 1960 when the Director of the trade press *La Fiera del Cinema* (1959-1963) received this letter from the Agenzia Letteraria Internazionale (Ali): a leader in the foreign rights field. The fact that the Ali's request is attributable to Lombardo and concerns Crowther's history of «the inventions, artistic progress, commercial and social evolution of the cinema and the development and destiny of Metro-Goldwyn-Mayer» (Crowther 1961) is quite significant. Published by Cronograph, an establishment aggregated to the Italian major, this house organ is the result of complex editorial strategies that hinged on the prestige of the company but were also complementary to the production guidelines promulgated by Lombardo.

Keywords: Italian Film Industry, Periodical Studies, Trade Press, House Organ, Titanus

It's Coming Home

Questo contributo vuole indagare un periodico pubblicato in Italia per pochi anni, tra il 1959 e il 1963: *La fiera del cinema*. Venduta nelle edicole con cadenza mensile e a un prezzo di duecento lire, la pubblicazione consta in media di una novantina di pagine patinate ed è caratterizzata da una peculiare cura tipografica e iconografica. *La fiera* si occupa di aspetti industriali del cinema dedicando, in

Martina Zanco, Università degli Studi di Udine, Dipartimento di Studi Umanistici e del Patrimonio Culturale, Vicolo Florio 2/B, 33100 Udine.
martina.zanco@uniud.it, <https://orcid.org/0009-0002-6041-6772>

misura minore, alcuni approfondimenti su questioni riguardanti il teatro o la televisione.

Gli studiosi che si sono occupati delle attività della casa cinematografica Titanus, si sono trovati a spendere alcune considerazioni anche su questo giornale. Daniela Manetti, per esempio, ha recentemente osservato come questo venga generosamente finanziato da Goffredo Lombardo e dia particolare rilievo ai dettagli tecnico-progettuali di pellicole prodotte presso l'azienda da lui capitanata. Valutando inoltre la presenza di interventi lombardiani sin dal numero unico inaugurativo della testata, divulgato nel giugno del 1959 in occasione del Convegno Titanus tenutosi a Stresa, *La fiera* viene ricondotta alle operazioni di promozione della Titanus, senza tuttavia fornire ulteriori dettagli sul tipo di legame che intercorre tra la rivista e questa impresa (Manetti 2022, 200-1)¹.

La mancanza di un «ritorno a casa» ufficiale della pubblicazione, se si considera come nella denominazione o in altre zone paratestuali non vi sia alcun elemento utile a far luce sulla natura di *La fiera*, sembra pregiudicare anche la sua assenza tra le fila della stampa aziendale italiana prettamente intesa². Come sostiene Giorgio Bigatti (2016, 3), la formula editoriale dell'*house organ* trova la sua origine attorno alla fine dell'800 – con *La Riviera ligure di Ponente* (1895-1919), edito dalla ditta olearia P. Sasso e figli o la *Rivista Fiat* (1913-1927) –, si diffonde in Italia nel corso degli anni '20 – si vedano la *Rassegna dell'azienda Marzotto* (1926) o gli *Echi della Rinascente* (1929) – per conoscere una discreta fortuna nel secondo Dopoguerra. In questi anni vengono distribuite sia pubblicazioni note come la *Rivista Pirelli* (1948-1972) e *Civiltà delle Macchine* (1953-1979), bimestrale edito per conto del gruppo Iri e Finmeccanica, che testate afferenti a imprese minori, tutte riconducibili a settori strategicamente rilevanti per l'industria italiana.

Nel 1956 le testate «padronali aziendali» risultano essere una sessantina; l'anno successivo sono 82; all'inizio degli anni '60 il settore giunge quindi a superare il centinaio di riviste (tralasciando nei conteggi i bollettini o i notiziari, anch'essi

¹ Prima di Manetti, identifica *La fiera del cinema* in qualità di «espansione» cartacea della Titanus Francesco Di Chiara (2013). Per un approfondimento generale sull'attività della Titanus si vedano inoltre Bernardini e Martinelli 1986 e Barlozzetti et al. 1986.

² In tal merito, bisogna specificare con Giorgio Bigatti che nell'ambito degli studi sui periodici italiani, i contributi dedicati al fenomeno degli *house organs* sono ridotti (2016, 4). Proprio Bigatti, assieme a Carlo Vinti, è a capo di un progetto di «censimento descrittivo» delle riviste aziendali pubblicate in Italia. Tra le testate rintracciate ed esaminate e in quanto al mondo dell'industria cinematografica compare solo *Ferrania. Rivista mensile di fotografia, cinematografia e arti figurative* (1947-1967). Si veda <https://www.houseorgan.net/it/> (ultima consultazione: 2 luglio 2023). Nel campo di studi sul cinema, gli studiosi si sono invece concentrati soprattutto sulla disamina della *trade press* in generale (Noto 2019; Di Chiara 2021). Per quanto concerne gli *house organs* e la *trade press* internazionale si rimanda dunque a Laib 1955; Hoyt 2022. Circa le ricerche sui rapporti tra cinema ed editoria più recenti si vedano almeno De Berti 2000; Cardone 2004 e 2009; Bonifazio 2020; Maina 2019.

di larga diffusione) con una tiratura media di 10.000 copie, e viene occupato soprattutto da imprese metalmeccaniche, elettriche o petrolifere (Bigatti 2016, 4).

Si tratta, nel complesso, di pubblicazioni dalla natura eterogenea. Queste possono, ad esempio, essere destinate a un pubblico di dipendenti oppure a un lettore più generico. Variano conseguentemente i contenuti, che spesso esulano dalla dimensione prettamente lavorativa (rubriche imperniate su attività creative, assistenziali o su natalità e mortalità, premi di anzianità ecc.) per spaziare in svariati argomenti di taglio culturale. Le riviste prevedono, infatti, la collaborazione di intellettuali di una certa importanza; alla già menzionata rivista *Pirelli* collaborano nomi di spicco come Eugenio Montale, Salvatore Quasimodo, Umberto Eco, Elio Vittorini, Dino Buzzati e Renato Guttuso; Enrico Mattei affida invece la redazione di *Gatto Selvatico* (1955-1965) ad Attilio Bertolucci, e così via.

Alla base di queste iniziative editoriali, che non a caso cominceranno a ridursi sul finire degli anni '60 ossia con l'affermarsi della sindacalizzazione, è riconoscibile primariamente l'intento di unire la comunità di dipendenti e aumentare il loro senso di «patriottismo aziendale». Le pubblicazioni veicolano nel mondo degli addetti ai lavori un sapere tecnico corredato da una dimensione culturale e umanistica. Concorrono inoltre alla costruzione dell'immagine pubblica dell'impresa, fungendo verosimilmente anche da strumento di intermediazione tra mondo industriale ed esterno nonché di modernizzazione dei modelli di vita e di consumo (Bigatti 2016, 3-6).

Su queste premesse, l'importanza di collocare *La fiera del cinema* tra gli *house organs* italiani di questi anni dovrebbe essere piuttosto evidente. Avviandosi infatti da un simile presupposto e provando, in primo luogo, come la diffusione del giornale sia in effetti dovuta alla Titanus³, è plausibilmente possibile effettuare una lettura più esaustiva delle strutture e dei contenuti della pubblicazione nonché delle funzioni svolte dal periodico per conto della casa cinematografica: finalità che si direbbero discostarsi dalla dimensione prettamente celebrativa.

Cronograph Spa

Invitando gli scrittori più avvezzi alle questioni riguardanti il mondo del cinema a esprimere la loro opinione su aspetti generali o problematiche che caratterizzano l'industria del periodo, *La fiera del cinema* si presenta in qualità di *trade press* «di proprietà e lavorazione indipendente» (Laib 1955, 31): un terreno di confronto «aperto, senza preconcetti, al di fuori di interessi particolari» (Anonimo 1959a). La partecipazione, negli anni, di giornalisti più o meno noti alla sua redazione

³ In particolare attraverso lo scavo di materiali d'archivio, ossia i documenti riguardanti *La fiera del cinema* e disponibili presso il fondo dell'Agenzia Letteraria Internazionale (Ali)-Erich Linder (Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori di Milano) e nel fondo Presidenza del Consiglio dei Ministri, Servizio informazioni e Ufficio proprietà letteraria, artistica e scientifica (Archivio Centrale dello Stato, Roma).

(come Adele Cambria, Orazio Gavioli o Ezio Praturlon) e di figure operative a diverso titolo nella filiera cinematografica (critici cinematografici per riviste importanti come *Film*, *Cinema*, *Bianco e nero*; sceneggiatori o avvocati specializzati sul medium come Giorgio Moscon)⁴ sembrerebbe confermare ulteriormente una tale svincolata impostazione.

È, tuttavia, piuttosto sintomatico il fatto che la direzione del periodico venga inizialmente – ovvero fino al maggio del 1960, quando al vertice subentrerà il giornalista e collaboratore del settimanale *L'espresso* Enrico Rossetti⁵ – affidata a Ettore G. Mattia: articolista con precedenti esperienze redazionali nel quotidiano *Il momento* e personaggio noto per le attività di critico e attore in campo cinematografico, responsabile per un periodo dell'Ufficio Stampa della Titanus (Anonimo 1982, 12). Tale «commistione di maestranze» risulta infatti indicativa di quanto ravvisabile più in generale, a un livello produttivo. Stampatrice ed editrice di *La fiera* è la Società per Azioni Cronograph: un'azienda fondata il 26 marzo 1953 con sede principale in Via Tiburtina 1180, una zona industriale di Roma a 300 metri dai terreni acquistati dal fondatore della Lancio, Arturo Mercurio. Si tratta di uno stabilimento moderno, che dà lavoro a un centinaio di operai specializzati nel campo delle arti grafiche e affini (tipografia, fotoincisione, offset, fotolito e rotocalco) e che, negli anni '60, diverrà operativo anche come casa editrice: le edizioni Cronograph o F.M.⁶

Come si può evincere dai dati forniti nel *Bollettino delle Società per Azioni*, la Cronograph rientra tra le proprietà dello stesso Goffredo Lombardo, il quale istituisce l'azienda assieme a un industriale napoletano, il dott. Giovanni di Umberto Scarpati, e a un pensionato originario di Cuneo, il dott. Michele di Felice Avalle: redattore e co-proprietario, dal 1955, dei periodici *I grandi drammi dello schermo* (1954-?), *I grandi spettacoli dello schermo* (1954-1955) e *I grandi successi dello schermo* (1954-?) nonché di riviste a loro volta connesse con le produzioni filmiche gestite dal capitano⁷.

⁴ Compagiono inoltre tra i segnatari dei contributi di *La fiera*: Fernaldo Di Giammatteo, Giuseppe Marotta, Mino Argenterì, Adriano Baracco, Luigi Costantini, Callisto Cosulich, Tullio Kezich, Luigi Locatelli, Giulia Massari, Domenico Meccoli, Fabio Rinaudo, Maria Livia Serini, Giorgio Bontempi, Adele Cambria, Luigi Chiarini, Ivano Cipriani, Giorgio Moscon e Franco Rispoli.

⁵ Roma, Archivio Centrale dello Stato, *Servizio informazioni e Ufficio proprietà letteraria, artistica e scientifica*, b. 70, fasc. 3649.

⁶ In un sollecito di pagamento del 18 maggio 1961 inviato dall'Ali alle Edizioni Cronograph Riviste mensili *Fiera del cinema Mondo Sommerso* di Roma vengono infatti riportati gli estremi inerenti allo stabilimento Arti grafiche. Si veda Milano, Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori, *Fondo Agenzia Letteraria Internazionale-Erich Linder*, Serie 1961, b. 18, fasc. 15. Si segnala che da qui in avanti per richiamarsi all'archivio si impiegherà l'abbreviazione Faam, Ali.

⁷ Il dato è riportato nel *Bollettino Ufficiale delle Società per Azioni*, fasc. 23, 18 giugno 1953. L'attività editoriale di Avalle, legata, come si può evincere dal nome della casa, a quella dell'Editrice AVA, è invece descritta in Archivio Centrale dello Stato, *Ministero dell'interno*.

Le *Arti Grafiche Cronograph* risultano afferire direttamente alla Direzione Generale della casa cinematografica e vengono istituite per fornire alla Titanus «una sempre più completa indipendenza oltre a una più esauriente risposta alle sue esigenze tecniche» (Ufficio stampa e pubblicità della Titanus 1955, 29). L'azienda lavora, in realtà, anche per aziende esterne, in particolare major come 20th Century Fox, Paramount e MGM⁸, o per il Partito Comunista Italiano, istituzione con cui Lombardo sembra avere dei legami (Barlozzetti et al. 1986) e per cui la società stampa *flyers* propagandistici o progetti maggiormente ambiziosi⁹. L'azienda divulga, in aggiunta, riviste varie – 77. *Motivi quindicinali di varietà* (1956-?), *Mondo Sommerso* (1959-), *Carosello: periodico di politica, cultura, varietà* (1960-?), *Motor. Settimanale italiano del motore* (1962-1965?) –, e fotoromanzi – *Polvere di stelle: i fotoromanzi del venerdì* (1957-1962) e *Romances films* (1959-1964), testata diffusa in Francia.

La restante parte delle attività è quindi dedicata ai bisogni aziendali. La Cronograph realizza «manifesti e striscioni in fotolito e cromo, fotobuste, brochure, locandine, guide, ecc. ecc.» (Ufficio stampa e pubblicità della Titanus 1955, 30). Produce, in aggiunta, dei veri e propri «*media apparatuses*» (Bonifazio 2020, 65) di opere realizzate dall'azienda, secondo idee editoriali confacenti alle strategie cinematografiche perseguite. A partire dal 1956, l'editrice Cronograph compare per esempio accreditata sulla già menzionata serie di cinefotoromanzi *I grandi successi dello schermo*. La collana, diretta da Carlo Zama e redatta da Gabriele Goggi, prosegue la serie omonima divulgata dal 1954 dalla romana Editrice Ava ed è a capo della diffusione di fotoromanzi tratti da film melodrammatici per la maggior parte prodotti o distribuiti dalla Titanus: il n. 2 del 1956, *La bella mugnaia*, viene tratto dal film omonimo del 1955 diretto da Mario Camerini e distribuito dal produttore; il n. 5, *Difendo il mio amore*, dalla pellicola di Giulio Macchi (1956) prodotta e distribuita dalla Titanus; un discorso simile si può fare in aggiunta per il n. 7 (da *Quando l'amore è poesia*, M. Zampi, 1956), per il n. 8 del 1957 (da *Paris Canaille*, P. Gaspard-Huit, 1955), per il n. 15 del 1958 (da *Povere ma belle*, D. Risi, 1957), per il n. 16 del medesimo anno (da *Classe di ferro*, T. Vasile, 1957) ecc.

Gabinetto (1814-1990), b. 162, fasc. 1523D. Per un affondo sui cinefotoromanzi editi in Italia nel periodo si vedano De Berti 2004; Autelitano e Re 2006; Morreale 2007; Maina 2018; Landrini 2022.

⁸ Si vedano a titolo esemplificativo i manifesti di *La tigre*, *Missili in giardino*, *L'angelo azzurro* (film prodotti o distribuiti da 20th Century Fox) o le versioni italiane dei manifesti delle produzioni Paramount *Eravamo fratelli*, *La conquista dello spazio*, *All'ombra del patibolo*.

⁹ Ossia materiali curati dal Pci come *Un Miliardo per l'Unità e per il Pci sottoscrivete* (1962), *La classe operaia in prima linea* (1963) o il programma della Festa dell'Unità del 1961. Rientrano nell'operato della struttura anche progetti di stampa più corposi riconducibili al partito come il fotoromanzo *La grande speranza* (1958) e la *drawn novel* *Il destino in pugno* (1959).

Le edizioni F.M. risultano invece responsabili della pubblicazione di veri e propri volumi dedicati, nella serie *Il cinematografo* curata da Enrico Rossetti, a sceneggiature o materiali extra. Due di questi, *Il Disordine* di Franco Brusati e Francesco Ghedini (1962) e *Le quattro giornate di Napoli* a cura di Vittorio Ricciuti (1962) sono dedicati a film realizzati dall'impresa lombardiana. Al medesimo editore si deve poi la collana di libri *I grandi romanzi del cinema* (1962), incentrata analogamente su novellizzazioni di film prodotti e distribuiti dalla casa: *Sodoma e Gomorra* (R. Aldrich, 1962) e *Cartouche* (P. de Broca, 1962).

Il 9 marzo del 1962 il direttore editoriale delle edizioni F.M., un certo Henry Krasnig, contatta, per ampliare la collana di romanzi-film, l'editore americano del volume *Hatari!* di Michael Milner (dal film diretto da Howard Hawks del 1962). Nella missiva si chiariscono anche alcune condizioni utili a desumere le tattiche stanti all'origine dell'operazione editoriale:

Siamo interessati a pubblicare sceneggiature di film o romanzi relativi a film che stanno per uscire in Italia. La Paramount Films of Italy Inc ci ha detto di rivolgerci a lei per i diritti di pubblicazione del film *Hatari* e saremmo quindi interessati a sapere [...] quali sono le condizioni alle quali potremmo stipulare un accordo [...]. Tale romanzo cinematografico potrebbe rientrare in un'edizione tascabile che noi venderemmo in edicola al prezzo di copertina di 300 lire o, con rilegatura leggermente migliore, a 400 lire al pezzo. Le vendite sarebbero effettuate dal nostro distributore all'ingrosso, i signori G. Ingoglia, con uno sconto del 37%. Ogni edizione conterebbe 20.000 copie, ma non ci aspettiamo che la vendita media effettiva vada oltre il 50% o 60%. Sottolineiamo questi punti perché possiate considerare la differenza sostanziale delle possibilità del mercato italiano rispetto a quello americano. È più una questione di prestigio che un vero e proprio business¹⁰.

La fiera del cinema rientra, dunque, all'interno di un ampio ventaglio di operazioni di «diversificazione» (Forgacs 1992 [1990], 208) attuate dalla Titanus in campo editoriale. Prodotti eterogenei come riviste, cinefotoromanzi, raccolte di sceneggiature, materiali extra o romanzi-film vengono stampati e/o editi dal compartimento grafico dell'azienda e ideati talora per concorrere alla costruzione dell'immagine della casa, innalzandone il pregio, e condizionare, plausibilmente, la ricezione delle pellicole realizzate imprimendo una sorta di «marchio qualitativo cartaceo»¹¹. Per comprendere però come *La fiera*, ossia la

¹⁰ Faam, Ali, Serie 1962, b.12H, fasc. 24, 9 marzo 1962, trad. dell'autore.

¹¹ La proposizione di libri legati a film in uscita nel Paese, in un momento durante il quale si cerca di presentare a un nuovo tipo di pubblico la visione del film nei termini di consumo *highbrow*, si profila infatti come un tentativo di conferire un'aura culturale alle realizzazioni dell'azienda. La divulgazione dei volumi, e non necessariamente l'acquisto o la lettura, sembra infatti contribuire al conferimento di una certa «aura culturale alle pellicole in risposta alle esigenze del consumatore del periodo e di quel complessivo vagheggiamento

rivista più segnatamente «aziendale» della gamma di periodici e volumi etichettati Cronograph, rivesta ruoli circoscritti e per certi versi analoghi, occorre dare uno sguardo più approfondito alla sua configurazione.

Commistioni strategiche

La fiera del cinema reca numerose rubriche stabili, che, nonostante alcune variazioni di titolatura o posizionamento, perdurano pressoché in tutto l'arco cronologico in cui viene pubblicata la rivista. Parte delle sezioni permanenti ruota, in primo luogo, attorno alla *publicity* ossia ai materiali che, in maniera non dissimile da quanto accade nella stampa generalista, vengono rielaborati a partire dalle comunicazioni degli uffici stampa delle case (Di Chiara 2021, 140). Posta in apertura, la rubrica «Il giornale» propone, ad esempio, news sull'industria cinematografica come progetti in cantiere o notizie sulle vicissitudini degli attori che giungono dal *landscape* nazionale e internazionale (Francia, Spagna, Gran Bretagna, Stati Uniti). All'interno di «Che fanno» vengono inoltre condensati gli aggiornamenti riguardanti più segnatamente dive, divi o personaggi noti del mondo del cinema: Alida Valli, Irene Papas, Yves Montand, Giancarlo Zagni, Burt Lancaster, Maria Schell, Alain Delon, Judy Garland, John Cassavetes, Vittorio De Sica, Ugo Gregoretti ecc., limitandosi ad alcuni dei nomi citati all'interno di un solo numero (Anonimo 1963a, 15). A essi vengono dedicati talvolta anche lo spazio «I soliti noti», contenenti pillole maggiormente estese sui protagonisti del mondo dello spettacolo e l'approfondimento di più pagine «Il personaggio del mese». Dal taglio più mondano, *Cocktail Party* si focalizza invece su gossip o notizie bizzarre. Nel numero dell'agosto 1961 si può leggere, ad esempio, come «Il record dell'avarizia» non sia più detenuto da Alberto Sordi ma da Yvonne de Carlo.

Altrettanto frequenti sono poi le sezioni industrialmente più specializzate. Sono infatti previsti all'interno di *La fiera* elenchi dei «Film in preparazione»; «Si gira», in particolare, dà conto in maniera dettagliata di quanto accade dietro le quinte di produzioni italiane ed estere. *I film del mese* contengono schede con *credits* e trame delle pellicole in uscita. Un discorso similare vale dunque per «Le prime nel mondo», corredate anche di estratti dalle critiche pubblicate nella stampa estera.

Nel periodico lombardiano non mancano nemmeno i vari «indicatori barometrici» relativi all'andamento dei film in Italia e negli altri Paesi e si vedano, in tal merito, le classifiche degli *Incassi* a Roma, Milano e New York. Compaiono inoltre con cadenza regolare anche corrispondenze con i lettori (edite nella «Giostra del Saracino» o nel «Vagone postale»), vignette sul mondo del

di comportamenti caratterizzanti gli *status symbols* sociali elevati». Per queste dinamiche si veda dunque Cadioli 1981, 63.

cinema (generalmente dalla mano di Luigi Gian o da quella di collaboratori sporadici come Furio Scarpelli o Ettore Scola), strisce a fumetti («Li'l Abner e il mostro»), rubriche dedicate all'editoria cinematografica (libreria, «Scaffale», e da edicola, «Le riviste») e a «I dischi» ossia alle colonne sonore di film. Completano infine la testata pubblicità di pacchetti di film presentati da produttori/distributori, di materiali e di contatti utili per le produzioni cinematografiche ecc.



Fig. 1. Franco Gentilini, «L'estate violenta», *La fiera del cinema*, giugno 1959.

Sin da questa brevissima carrellata emergono alcune peculiarità e funzioni che si direbbero contraddistinguere *La fiera*. Dovrebbe, innanzitutto, essere piuttosto palese il fatto che il giornale si presenti primariamente nei termini di strumento informativo, contenente nella sostanza tutti i dati utili al monitoraggio complessivo della «vita d'officina» dello scenario cinematografico nostrano e internazionale. In gioco non vi è però una mera sequela di ragguagli tecnici; sin dal primo fascicolo, infatti, la testata si propone di costituire anche un «saldo aggancio del mondo del cinema a quello della cultura» (Anonimo 1959a, s.n.p.) agendo nel solco degli *house organs* divulgati dalle altre industrie. Le 48 pagine del periodico che ospitano le opere di 22 pittori chiamati, nel medesimo numero, a reinterpretare immagini di produzioni in procinto di essere presentate dalla Titanus per affiancare «sul piano dell'arte il cinema e la pittura» («Ventidue pittori per il cinema», 1959, s.n.p.)¹² risultano infatti emblematici di come la rivista si proponga di essere un

¹² Nel numero unico si possono trovare, più precisamente, le opere di Carlo Levi (*Rocco e i suoi fratelli*), Giovanni Omiccioli (*Il terremoto a Messina*), Aldo Natili (*I magliari*), Fausto

terreno di confronto tra le «due culture» (Bigatti 2016, 3): un punto di incontro tra la cultura cinematografico-manageriale e quella artistico letteraria.

Dall'altro canto, meditando sulle copertine della rivista, imperniate esclusivamente su figure femminili ed evocative talora di ben note strategie erotizzanti (Gariglio 2013; Mandelli e Re 2017) o, soprattutto, sulla fisionomia delle rubriche, mutuata in tutta evidenza dai periodici cinematografici più divulgativi (De Berti 2003 e 2006), si può desumere anche come *La fiera* svolga un'ulteriore azione di mediazione tra mondo aziendale e pubblico, un ruolo programmatico e giustificabile non solo dalla mobilità delle professionalità coinvolte nella redazione. Gli inserti che annunciano la preparazione dei numeri speciali del periodico dedicati ai festival di Cannes o di Venezia precisano come i fascicoli prevedano una distribuzione estesa, a «produttori, importatori, noleggiatori, esercenti, registi, attori e al pubblico» (Anonimo 1961a, s.n.p.). Gli spazi di confronto, come quelli riservati alle corrispondenze, convogliando comunicazioni industriali plurisettoriali o che giungono da lettori non specializzati, danno perciò ulteriore prova di un simile taglio del giornale.

Con una iniziale tiratura di 10000 numeri¹³, lo standard delle pubblicazioni aziendali del periodo, e adottando le strutture del rotocalco, *La fiera del cinema* vuole consegnarsi dunque a un parco di lettori decisamente ampio per influire potenzialmente su tutte le branche del settore, interne ed esterne all'impresa, secondo una delle strategie «vincenti» della Titanus (Manetti 2022, 240). In concomitanza di ciò l'*house organ* si propone negli intenti, in un momento in cui la qualità comincia a fare box office nel settore, di cogliere suggestioni eterogenee per conferire anche alla dimensione più «arida» dell'industria cinematografica una valenza culturale.

Una patina di gioco

A rafforzare il canale relazionale tra i diversi settori destinatari di *La fiera* vi sono i concorsi e referendum presenti nel giornale. L'espedito non è di certo nuovo e risulta in auge sin dalla metà degli anni '50 per avvicinare produttori, esercenti e pubblico (si consideri il caso del *Cinereferendum a premi* pubblicato nel periodico

Pirandello (*En Plein Soleil*), Enotrio Pugliese (*La battaglia di Maratona*), Giorgio de Chirico (*Ferdinando Re di Napoli*), Sante Monachesi (*Risate di gioia*), Giuseppe Migneco (*Il coprifuoco*), Franco Villosi (*A Double Tour*), Anna Salvatore (*Il magistrato*), Luigi Montanarini (*Les Liaisons Dangereuses*), Franco Gentilini (*L'estate violenta*), Giovanni Stradone (*Ring around a Rogue*), Mario Cimara (*L'ufficiale*), Giovanni Consolazione (*La 100 chilometri*), Eliano Fantuzzi (*Primo drappello*), Alberto Ziveri (*L'affaire St. Fiacre*), Mino Maccari (*I soliti noti*), Fulvio Saini (*Voulez Vous Danser avec Moi*), Virgilio Guzzi (*La sposa bella*) e Marcello Avenali (*Le clochard*).

¹³ Roma, Archivio Centrale dello Stato, Servizio informazioni e Ufficio proprietà letteraria, artistica e scientifica, b. 70, fasc. 3649.

Tempo nel 1958 e promosso da Anica, Agis, Sipra, Opus in collaborazione con Alfa Romeo) e sondare i gusti dello spettatore.

Nel periodico lombardiano queste trovate spaziano tra le più differenti tipologie. Il «Grande concorso nazionale 44+44 Attori di fama internazionale» indetto nel 1963 (Anonimo 1963b, 4-5) riporta per esempio a piena pagina 100 fotografie di attori noti chiedendo di riconoscere, deducibilmente previa visione del film o tramite il ricorso a determinati «aiuti»¹⁴, i 12 interpreti non presenti nel film *Il giorno più corto* (S. Corbucci, 1963), prodotto e distribuito dalla Titanus.

L'iniziativa «I vostri Nastri d'Argento», tenutasi nel 1961 e nel 1963, prevede, diversamente, la votazione dei lettori di *La fiera* in parallelo a quella ufficiale, per «verificare fino a qual punto le preferenze del pubblico qualificato coincidano con quelle dei critici» (Anonimo 1961a, 22).



Fig. 2. Inchiesta su «I dimenticati», *La fiera del cinema*, ottobre 1960.

Nell'ottobre 1960 si richiede invece un parere in materia di attori dimenticati a seguito di un servizio esplicativo di Gaetano Carancini: chi tra Valeria Moriconi, Amedeo Nazzari o Alida Valli o tra gli altri attori citati «è stato ingiustamente

¹⁴ Comperando il numero di febbraio della rivista *Mondo Sommerso* si possono infatti trovare 6 dei nomi da scoprire per vincere viaggi a Tahiti e al Cairo, televisori, lavatrici, radio transistor, rasoi elettrici o abbonamenti alla rivista nautica.

trascurato dai produttori italiani?», «Pensate che Alessandra Panaro abbia le stesse doti e le stesse possibilità di Sandra Dee?», «Come interprete di un personaggio italiano preferireste vedere: Giorgio De Lullo o Jean-Claude Brialy, Valentina Cortese o Emmanuelle Riva, Alberto Lupo o Jean M. Bory, Rossella Falk o Anouk Aimée, Giorgio Albertazzi o Serge Reggiani?», «Quando leggete nel cast di un film il nome di un attore che è stato interprete di fotoromanzi o di film di produzione B pensate a priori che il film sia scadente?», «Credete che Valeria Moriconi, Amedeo Nazzari, Alida Valli avrebbero potuto essere impiegati in qualcuno dei film italiani e di coproduzione più recenti? Se sì, in quali film e con quali ruoli?» (Carancini 1960, 20-1). Alla data del 30 novembre le risposte che giungono in redazione sono 1684. 285, per esempio, sono i partecipanti che per aggiudicarsi un posto tra i vincitori di un'annata di *La fiera*, avrebbero visto ottimamente Valeria Moriconi interpretare il ruolo di Emma nel film *La dolce vita* (F. Fellini, 1960) al posto di Yvonne Furneaux, 349 Amedeo Nazzari nella pellicola *Il magistrato* (L. Zampa, 1959) in sostituzione di Josè Suarez e così via (Anonimo 1960, 7).

In concomitanza del sondaggio sugli attori e attrici viene avviata anche una nuova inchiesta-referendum di Luigi Costantini, *La canzone ha tradito*, dove, riscontrando che milioni di italiani leggono i settimanali dedicati alle canzoni o che la vendita dei dischi tocca nel paese venti milioni di copie all'anno, si sondano le ragioni che determinano una perdita di pubblico del film musicale, offrendo a un numero di rispondenti sorteggiati cinquanta dischi microscolco 33 giri di successi RCA. Ai lettori si domanda, nello specifico:

1. Credete che in Italia si possano fare dei film musicali di qualità pari a quelli americani?
2. Vorreste che i produttori italiani si dedicassero di più al genere musicale?
3. Siete mai andato a vedere un film musicale italiano?
4. Se sì, quali vi sono piaciuti di più?
5. Quale cantante italiano vi è piaciuto di più sullo schermo?
6. Se foste il produttore di un film in cui la protagonista dovesse cantare qualche canzone, chi scegliereste per la parte: a) una vera cantante? b) un'attrice, dotata di voce, insegnandole a cantare?
7. Quali dei cantanti italiani credete che abbiano le qualità dell'attore cinematografico?
8. Quali delle cantanti? (Costantini 1960, 20-1)

Tenuto in tre edizioni, il «Concorso pronostici» risulta essere forse il più articolato ed interessante essendo ideato per «saggiare [...] il fiuto nel valutare le possibilità commerciali di un film». A partire da una scelta di 25 pellicole di prossima programmazione – *Il boom* (V. De Sica, 1963), *I compagni* (M. Monicelli, 1963), *Il demonio* (B. Rondì, 1963), *Il fornaretto di Venezia* (D. Tessari, 1963), *Ieri, oggi, domani* (V. De Sica, 1963), *Italiani brava gente* (G. De Santis, 1964) ecc. – di cui viene proposta una piccola scheda con genere, *credits* e trama, nel 1963 si chiede al pubblico di valutarne 8: «Avete mai provato a pronosticare la

vita commerciale di un film sulla semplice base del suo tema, e del nome del suo regista e dei suoi interpreti? Questo gioco di previsioni è lo sforzo che fanno tutte le persone legate all'industria e al commercio del film». Premi vari spettano a chi indica il maggior numero di incassi corretti nelle prime visioni di Roma e di Milano e viene persino previsto un punto di penalità per ogni milione di differenza tra la cifra indicata dal concorrente e quella dell'effettivo incasso. I partecipanti sono inoltre sollecitati a indicare sulla scheda quali dei film elencati si ripromettono di «vedere senz'altro» (Anonimo 1963c, 8).

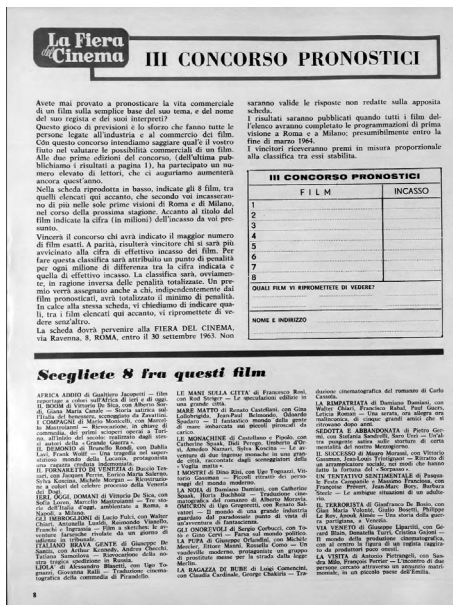


Fig. 3. Regolamento del «Concorso pronostici», *La fiera del cinema*, agosto 1963.

Che valore dare, dunque, a questa sorta di anticipatoria «patina di gioco calata su [...] attività umane che ludiche in partenza non sono» (Salvador 2015, 12) ossia su aspetti alquanto specifici della produzione cinematografica nostrana? In primo luogo, si può ipotizzare che attraverso la pubblicazione di simili competizioni, *La fiera* miri a profilarsi, dati anche i molteplici destinatari della rivista, in qualità di strumento di «human relation» (Bigatti 2016, 3): uno spazio, beninteso, dove ci si premura di sollecitare la partecipazione degli addetti ai lavori alle dinamiche aziendali con ricadute, talora, anche sul piano commerciale (pensando al caso del concorso modulato a partire dal film di Corbucci). Il giornale, allo stesso tempo, viene impiegato come un terreno ideale per compiere particolari indagini di mercato onde acquisire e fornire un riscontro ulteriore circa le linee prescelte da Lombardo. Le iniziative sui «dimenticati» e sul genere musicale ruotano infatti

attorno alle politiche perseguite nel periodo dalla Titanus, azienda che tra il 1959 e il 1964 direziona il settore basso della produzione dal film canzone a pellicole costruite attorno ad attori che dominavano il box office nel Dopoguerra.

Rispetto a questi punti, non si deve tuttavia sottovalutare lo scopo propeudeutico delle competizioni. Le domande riguardanti dettagli assai specifici della produzione nostrana e il «Concorso pronostici» sono assimilabili a una sorta di ludica operazione di «educazione industriale»¹⁵ destinata a figure più o meno connesse al comparto produttivo. I quesiti vertono invero su alcune delle competenze cardine del produttore cinematografico, come la «capacità di raccontare una storia» di gradimento del pubblico o la gestione del «capitale immateriale (star, registi, sceneggiatori)» (Nicoli 2009, 729).

«Riusciranno i nostri produttori a dar corso a questi orientamenti ed a queste tendenze?»

In *La fiera del cinema* le rubriche stabili e i concorsi si intervallano a inchieste su particolari questioni, a interviste e a servizi su argomenti vari. A tal proposito, occorre precisare come, da parte della redazione del periodico, vi sia uno stretto controllo degli approfondimenti via via diffusi e, talvolta, sia persino lo stesso Lombardo a effettuare una selezione dei contributi per la pubblicazione. In una lettera inviata all'Agazia Letteraria Internazionale (Ali) nell'agosto del 1960 per l'acquisto dei diritti italiani del volume *La parte del leone. Storia dell'impero della Metro Goldwin Mayer* di Bosley Crowther (critico cinematografico di *The New York Times* e opinionista sull'industria cinematografica americana), si può leggere infatti:

Gentilissimo Dottor Rossetti,
dal dottor Lombardo della Titanus, che è stato in comunicazione con i nostri rappresentanti americani, apprendiamo che LA FIERA DEL CINEMA sarebbe interessata a pubblicare a puntate estratti dall'opera THE LION'S SHARE, di Bosley Crowther, autore da noi rappresentato per l'Italia.

Voglia cortesemente farci sapere quanti estratti LA FIERA DEL CINEMA desidererebbe pubblicare, e quale offerta massima è disposta a fare per i diritti di prima pubblicazione italiana a puntate. Potremo poi ottenere, nel giro di pochi giorni, l'assenso dell'Autore, inviandole un regolare contratto.

Con i migliori saluti
p.p. Agazia Letteraria Internazionale
(Erich Linder)¹⁶

¹⁵ Circa analoghe operazioni di «addestramento» riscontrabili, per esempio, sulle fan magazine cinematografiche dell'età dell'oro hollywoodiana si rimanda a Orgeron 2009, 3-23.

¹⁶ Faam, Ali, Serie 1960, b. 20 c, fasc. 44, 29 agosto 1960.

La traduzione di Francesca Pardi, per evidente volere del dirigente dell'azienda, verrà edita sotto forma di dispensa a puntate e con i capitoli meno interessanti per il lettore italiano sunteggiati in corsivo tra il febbraio e l'agosto del 1961: anno in cui Lombardo sigla un accordo con la major. Da ciò è possibile, perciò, evincere come alcuni degli approfondimenti che si susseguono negli anni all'interno di *La fiera* siano connessi ai piani produttivi della Titanus e siano credibilmente proposti, nel caso specifico, per far «familiarizzare» le maestranze nostrane con il sistema hollywoodiano. Ricorda in merito alla collaborazione con la Metro Silvio Clementelli:

La verità è che non avevamo esperienza e che purtroppo non sempre bastava rimboccarsi le maniche e fare le acrobazie per venirne fuori dignitosamente. Se eravamo in grado di assicurare con il nostro artigianato, che tanti sospetti suscitava inizialmente, un livello professionale e una confezione di grande qualità [...] non eravamo in grado di capire la velocità con cui il mercato americano cambia e brucia le formule del successo. (cit. in Barlozzetti *et al.* 1986, 36)

Sembra voler rispondere proprio a una simile necessità anche la pubblicazione, nel medesimo anno, di uno scritto di Orazio Gavioli dedicato ai dieci anni della nuova United Artists: «Non di rado, nel cinema», sostiene il giornalista nell'articolo

la storia di una grande industria è più interessante di quanto non lo siano quella dei suoi divi e dei suoi prodotti, proprio perché – soprattutto in un sistema così rigidamente accentrato come quello hollywoodiano – sono le grandi imprese che creano i divi e li mantengono in vita, che condizionano, o sapientemente assecondano, le tendenze del pubblico, fino a creare un'epoca, un gusto, uno stile, nel prodotto cinematografico. (Gavioli 1961, 28)

Come si è detto, simili tentativi di alimentare, per mezzo di contenuti non prettamente tecnici, una lungimirante «visione d'impresa» presso gli addetti ai vari settori del mondo cinematografico nostrano non sono isolati. Tra il 1959 e il 1963, oltre a intraprendere la via hollywoodiana, la Titanus, com'è noto, mette a punto «una strategia bilanciata» che, di contro a una diffusa idea di «domanda indifferenziata e consumo abitudinario e scarsamente selettivo» (Manetti 2022, 201), prevede la produzione di colossal d'autore per ampliare il mercato e di film a opera di misconosciuti registi: la cosiddetta «operazione giovani autori» intrapresa da Lombardo sulla scia dei successi della francese *nouvelle vague*. Soffermandosi, quindi, su quest'ultima direttiva, si può constatare che nelle prime annate di *La fiera* parole come «nuovo» divengano non solo dei veri e propri *topoi* che innervano diffusamente le rubriche stabili ma trovino anche una collocazione di rilievo in articoli più estesi. Sin dal primo fascicolo, nonché tra il 1959 e il 1960, si succedono tra le pagine del giornale servizi generali sulla

nouvelle vague francese, su registi e sugli attori più rappresentativi della corrente (in particolare su Brigitte Bardot e Jean-Paul Belmondo).

Una valutazione degli scritti e delle immagini pubblicate a corredo fa dedurre come non si tratti esclusivamente di dare eco alla cultura lombardiana. Nel contributo di Marialivia Serini edito nel luglio 1960 e dedicato a Belmondo viene per esempio argomentato dettagliatamente il fatto che «i canoni che determinano il successo o il fiasco d'un attore» siano «mutati radicalmente negli ultimi dieci anni». Sembra conseguentemente essere finalizzata a educare lo sguardo degli addetti ai lavori alle «nuove fisionomie», la descrizione, anche fotografica, delle caratteristiche che contraddistinguono il tipo attoriale in voga:

Quella sua faccia proterva e scontenta, quella sua bocca larga e impudica, quegli occhi cupi da mastino, l'andatura svagata e oscillante, le risate singhiozzanti e le impennate improvvise sono le caratteristiche d'una generazione di ragazzi inquietanti, ma inoffensivi, ancora alla ricerca d'un profeta. (Serini 1960, 54).



UN RAGAZZO PIENO DI PACE

collettivo o da qualsiasi campagna pubblicitaria. Belmondo piace perché è un giovane uomo, ce ne sono tanti, un ragazzo che forse può ispirare che qualcosa. Quella sua faccia proterva e scontenta, quella sua bocca larga e impudica, quegli occhi cupi da mastino. L'andatura svagata e oscillante, le risate singhiozzanti e le impennate improvvise sono le caratteristiche d'una generazione di ragazzi inquietanti, ma inoffensivi, ancora alla ricerca d'un profeta. La sua personalità e il suo temperamento sembrano riflettere i dubbi e l'insicurezza del suo costume.

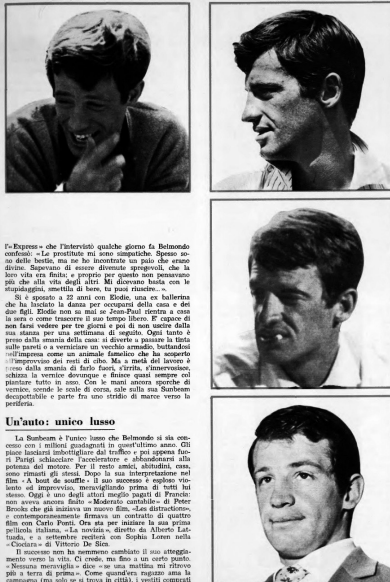
Quanto piace per le strade di Montmartre, Belmondo è sempre circondato da uno stuolo di ragazze che gli si stagliano attorno, ornate con gli occhiali e i ricami trasognati come lui, con le scurpe di corda e le giacche di tweed nella concezione di linea rosa. Le spalle sottili, gli abiti che sembrano sempre sul punto di cadergli di dosso, i ricicciati sul collo, il sorriso sfidante ed esivo, il naso storto per un incidente nel ring, mantengono un'immediata suggestiva. Il suo tipo sembra ricomporre l'immagine ideale che di se stesso si sono fatti i ventenni della sua generazione. Non è il giovane lombardo dai lineamenti precisi e dal corpo d'atleta, ma uno come tanti, con i vestiti in disordine, l'insolitudine comune e il viso facile.

Il suo ambiente

Quando andiamo al Conservatorio, Belmondo ci riceve ripieno contentamente. «Con la faccia che hai non potrai mai trovare una donna? Come? Altrimenti uno meno il teatro cosa dalle risate? Oggi le donne sono disposte a cedere al primo baci».

Belmondo è riuscito a vincere una grossa battaglia, dimostrando che un attore brutto può battere un attore bello nello stesso terreno: quello del sex-appeal. Come Jeanne Moreau è stata la prima a far saltare nel cinema l'antidoto barriera fra grandi attori da un lato e attrici e chiacchi di cui Dariofo. Spostando, gli piacerebbe un giorno con Fellini e l'intelligenza d'un tecnico deciso a gettare un ponte attraverso la Manica.

Non risulta nemmeno che sia un mostro d'intelligenza. I professori a scuola, lo consideravano un alunno sve-



gliato e zingari i mentiti al Conservatorio la gioielleria di lusso e un po' l'altro. Il fratello di Belmondo che non avrebbe potuto mai essere lui.

Jean-Paul uscì dalla casa paterna a 17 anni. Lasciò il padre (uno scultore piuttosto modesto) e il madre (defusa di un poter costante su un figlio dolce ed affettuoso) con delle fessure in mano, una vecchia valigia di filles e un biglietto: «Me ne vado perché soffro di claustrofobia». Di rendersi dalle parti di noi del Lombardo, sprofondato da una camera mobiliata ed un'altra. Gli piaceva fare la notte, nelle sottile vicina ai mercati generali e prolungare il viaggio fino alle prime ore del pomeriggio, quando il destino con la bocca aperta per le lingue sagomate finta di una grande per a noi bevuto la sera prima. Le strade, i battenti, le ragazze facili, le compagnie chiavono e modesti aveva finalmente trovato il suo ambiente.

Un flirt dopo l'altro

S'infatica al Conservatorio e nello stesso tempo comanda e frequenta la palestra di Maurice Auzan. Aveva un buon destro e un ottimo gioco di gambe, ma non sapeva imporsi una disciplina. «Avevo una terribile paura dei pugni e racconta: «e portavo duro per paura di incassare». Spesso arrivava sul ring con gli occhi gonfi di sangue, i gesti impacciati, la lingua spessa. «Non dimenticherò nessuno se non impazziva a vivere gli giorni Auzan, a Jean-Paul rispondere con un'attenta di quelle in quell'ambiente, di avere creato dove ogni settimana un ragazzo si aveva qualcosa in testa e aveva un'opposta o all'opposta per divertire un pubblico di alta «poveri cialtroni» o veniva tuttavia a uno solo. Anzi più che fu i pensieri insegnanti del Conservatorio e gli attori imbrocchiati che frequentavano la casa del padre.

Gli piaceva bene in compagnia, a battere con i pugni sul tavolo per sostenere i suoi argomenti, usando un linguaggio che aveva imparato fra i facchini delle Halles e i chiacchi di cui Dariofo. Spostando, gli piacerebbe un giorno con Fellini e l'intelligenza d'un tecnico deciso a gettare un ponte attraverso la Manica.

Non risulta nemmeno che sia un mostro d'intelligenza. I professori a scuola, lo consideravano un alunno sve-

Lo Sarbom è l'unico uomo che Belmondo si sia occupato con i migliori giocatori in quest'ultimo anno. Gli piace lasciarsi imbrogliare dal traffico e poi appena fatto il piano schizzare l'acceleratore e abbandonarsi alla potenza del motore. Per il resto amici, abitudini, costume rimasti gli stessi. Dopo la sua interpretazione nel film «A bout de souffle», il suo successo è esplosivo, violento ed improvvisamente, meravigliando prima di tutti lui stesso. Oggi è uno degli attori meglio pagati di Francia: non aveva ancora fatto «Madame cartolina» di Peter Breton che già si stava in un nuovo film. Una distribuzione, e contemporaneamente firmava un contratto di quattro film con Carlo Ponti. Ora sta per iniziare la sua prima pellicola italiana, «La malinconia» diretta da Alberto Lattuada, e, in partenza, quella con Scabini Lorenza nella «Cappella di Vittorio de Sica».

Il successo non ha nemmeno cambiato il suo atteggiamento nei confronti di noi. Come un feroce e un certo punto «Nessuna meraviglia» dice «è una mattina mi ritrovavo più o meno come prima». Come un'esplosione rapida sulla campagna (ma solo se si trova in città), i vestiti occupati di ogni ragazza (e così aveva un vestito nuovo)

Educare lo sguardo. *La fiera del cinema*, luglio 1960.

Figg. 4-5.

Gli sporadici parallelismi – «Generazione per generazione, credete davvero che quella capeggiata in Italia da Fellini o Antonioni valga meno di quella che ha a capogruppo a Parigi i Resnais e i Franju?» (Bianchi 1959, 51) – e la cospicua

presenza di articoli incentrati su registi o attori esordienti italiani fa perciò desumere ulteriormente come simili contributi siano pensati in qualità di oggettivi e magniloquenti *exempla* al fine di innescare procedimenti emulativi¹⁷. Auspica, invero, non casualmente Fernaldo Di Giammatteo: «Può anche darsi che oggi dopo aver letto sui giornali che in Francia esiste una certa cosa chiamata Nouvelle Vague e che questa cosa fa quattrini [i produttori italiani] decidano improvvisamente di tentarne una imitazione» (1959, 7-8).

Daniela Manetti rileva nel suo volume che Dino De Laurentiis, Carlo Ponti, Franco Cristaldi e Alfredo Bini «sposeranno in modo più o meno palese, la linea dettata dalla Titanus e saranno anch'essi protagonisti di un fenomeno che [...] investirà nel periodo 1960-1964 anche il nostro cinema, con 168 esordienti e 141 opere prime» (2022, 204): un'operazione, forse, coltivata in modo esteso anche «dal basso», grazie al lavoro dei redattori di un insospettabile giornale.

Ricondotta ufficialmente alla lunga mano di Goffredo Lombardo e della Titanus, *La fiera del cinema* può essere insomma ritenuta un *house organ* a tutti gli effetti: uno strumento culturalmente (e strategicamente) «misto», proiettato all'interno e all'esterno dell'impresa e i cui contenuti hanno un raggio plurisetoriale nonché molteplice valenza (celebrativa, relazionale, informativa, esplorativa ed educativa); un organo legato all'attività lombardiana di operatore economico che, nel suo piccolo, vuole agevolare i processi di modernizzazione del settore. Circa il felice esito della testata nulla è dato a sapersi. L'ambiziosità dell'operazione, in ogni caso, dà a presupporre che a conti fatti *La fiera* non rappresenti una delle rare eccezioni alle similari iniziative ritenute da molti di «constatata inutilità» (Bigatti 2016, 6). La pubblicazione si interromperà nell'ottobre del 1963. Nel 1964 la Titanus chiuderà il ramo produttivo e due anni dopo, nel luglio del 1966, il notaio Gustavo Adolfo Bavai dichiarerà il fallimento della Cronograph Spa¹⁸.

Riferimenti bibliografici

- Anonimo. 1959a. «S.t.». *La fiera del cinema*, numero unico: s.n.p.
- Anonimo. 1959b. «Ventidue pittori per il cinema». *La fiera del cinema*, numero unico: s.n.p.
- Anonimo. 1960. «Il nostro referendum. I dimenticati». *La fiera del cinema*, dicembre: 7.
- Anonimo. 1961a. «I vostri Nastri d'Argento». *La fiera del cinema*, gennaio: 22-23.
- Anonimo. 1961b. «Cannes 1961». *La fiera del cinema*, aprile: s.n.p.
- Anonimo. 1963a. «Che fanno». *La fiera del cinema*, febbraio: 15.
- Anonimo. 1963b. «Titanus. Grande concorso nazionale 44+44 Attori di fama internazionale». *La fiera del cinema*, febbraio: 4-5.

¹⁷ Per quanto concerne una simile diffusione dei meccanismi pubblicitari americani in Italia si rimanda a Gundle 2020.

¹⁸ Il dato è riportato nella visura storica della società Cronograph Spa.

- Anonimo. 1963c. «III Concorso pronostici». *La fiera del cinema*, agosto: 8.
- Anonimo. 1982. «Muore Ettore Mattia: scrisse di cinema e fu attore per “hobby”». *L'Unità*, 11 ottobre: 11.
- Autelitano, Alice, e Valentina Re (a cura di). 2006. *Il racconto del film. La novellizzazione: dal catalogo al trailer*. Pordenone: Forum.
- Barlozzetti, Guido, et. al. (a cura di). 1986. *Modi di produzione del cinema italiano: la Titanus*. Roma: Di Giacomo.
- Bernardini, Aldo, e Vittorio Martinelli (a cura di). 1986. *Titanus. La storia e tutti i film di una grande casa di produzione*. Milano: Coliseum.
- Bianchi, Pietro. 1959. «I puledri della nouvelle vague». *La fiera del cinema*, settembre: 50-51.
- Bigatti, Giorgio. 2016. «Gli House organ in Italia tra sperimentazione e ricerca del consenso». *Doppiozero* (www.doppiozero.com): 16 marzo.
- Bonifazio, Paola. 2020. *The Photoromance. A Feminist Reading of Popular Culture*. Cambridge: MIT Press.
- Cadioli, Alberto. 1981. *L'industria del romanzo*. Roma: Editori Riuniti.
- Carancini, Gaetano. 1960. «I dimenticati». *La fiera del cinema*, ottobre: 15-21.
- Cardone, Lucia. 2004. *Con lo schermo nel cuore. Grand Hôtel e il cinema (1946-1956)*. Pisa: Edizioni ETS.
- Cardone, Lucia. 2009. «Noi donne» e il cinema. *Dalle illusioni a Zavattini (1944-1954)*. Pisa: Edizioni ETS.
- Costantini, Luigi. 1960. «La canzone ha tradito». *La fiera del cinema*, novembre: 14-21.
- Crowther, Bosley. 1961. «La parte del leone. Storia dell'impero della Metro Goldwyn Mayer». *La fiera del cinema*, febbraio: s.n.p.
- De Berti, Raffaele. 2000. *Dallo schermo alla carta. Romanzi, fotoromanzi, rotocalchi cinematografici: il film e i suoi paratesti*. Milano: Vita e Pensiero.
- De Berti, Raffaele. 2003. «Il cinema fuori dallo schermo». In *Storia del cinema italiano, vol. XIII, 1949-1953*, a cura di Luciano De Giusti, 116-127. Venezia-Roma: Marsilio-Bianco e Nero.
- De Berti, Raffaele. 2004. «Leggere il film». *Bianco e nero* 548: 19-28.
- De Berti, Raffaele. 2006. «I rotocalchi illustrati». In *Storia del cinema italiano, vol. V, 1934-1939*, a cura di Orio Caldiron, 512-519. Venezia-Roma: Marsilio-Bianco e Nero.
- Di Chiara, Francesco. 2013. *Generi e industria cinematografica in Italia. Il caso Titanus (1949-1964)*. Torino: Lindau.
- Di Chiara, Francesco. 2021. *Sessualità e marketing cinematografico italiano: industria, culture visuali, spazio urbano (1948-1978)*. Soveria Mannelli: Rubbettino.
- Di Giammatteo, Fernaldo. 1959. «Timidi ma pieni di idee i nuovi registi italiani». *La fiera del cinema* ottobre: 7-8.
- Forgacs, David. 1992 [1990]. *L'industrializzazione della cultura italiana (1880-1990)*. Bologna: Il Mulino.
- Gariglio, Luigi. 2013. «Il corpo delle donne nelle notizie: 1945-1955. L'erotizzazione visiva nell'informazione italiana». *Studi culturali* 3: 403-429.
- Gavioli, Orazio. 1961. «La fenice del cinema ha stupito Hollywood». *La fiera del cinema*, giugno: 28-32.

- Gundle, Stephen. 2020. «“We Have Everything to Learn from Americans”: Film Promotion, Product Placement and Consumer Culture in Italy, 1945-1965». *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 40, 1: 55-83.
- Hoyt, Eric. 2022. *Ink-Stained Hollywood. The Triumph of American Cinema's Trade Press*. Oakland-California: University of California Press.
- Laib, Janet. 1955. «The Trade Press». *The Public Opinion Quarterly* 19, 1: 31-44.
- Landrini, Gabriele. 2022. *Fotogrammi di carta. I venticinque anni del cineromanzo italiano (1950-1975)*. Milano: Meltemi.
- Maina, Giovanna. 2018. *Corpi che si sfogliano. Cinema, generi e sessualità su «Cinesex» (1969-1974)*. Pisa: Edizioni ETS.
- Maina, Giovanna. 2019. *Play, Men! Un panorama della stampa italiana per adulti (1966-1975)*. Milano-Udine: Mimesis.
- Mandelli, Elisa, e Valentina Re. «“Le bellezze italiane sono tutte curve”. Identità in conflitto sulle pagine di Cinema nuovo (1952-1958)». In *Cinema e identità italiana*, a cura di Stefania Parigi, Christian Uva, e Vito Zagarrìo, 253-265. Roma: Roma TrE-Press.
- Manetti, Daniela. 2020. *La Settima arte. Storia e personaggi dell'industria cinematografica italiana*. Venezia: Marsilio.
- Morreale, Emiliano (a cura di). 2007. *Gianni Amelio presenta Lo schermo di carta. Storia e storie dei cineromanzi*. Milano: Il Castoro.
- Nicoli, Marina. 2009. «L'“educazione industriale” dei produttori cinematografici italiani». In *Imprenditorialità e sviluppo economico. Il caso italiano (secc. XIII-XX)*, a cura di Franco Amatori e Andrea Colli, 727-746. Milano: Egea.
- Noto, Paolo. 2019. «Una necessità strettamente professionale. Gli annuari come oggetto e fonte per lo studio del cinema italiano del dopoguerra». *Schermi* 5: 27-46.
- Orgeron, Marsha. 2009. «“You are Invited to Participate”. Interactive Fandom in the Age of the Movie Magazine». *Journal of Film and Video* 61, 9.
- Salvador, Mauro. 2015. *In gioco e fuori gioco. Il ludico nella cultura e nei media contemporanei*. Udine-Milano: Mimesis.
- Serini, Marialivia. 1960. «Un ragazzo pieno di paure». *La fiera del cinema*, luglio: 52-56.
- Ufficio stampa e pubblicità della Titanus (a cura di). 1955. *Questa è la Titanus*. Roma: Cronograph.