

TRANSATLANTIC VISIONS

Culture cinematografiche italiane
negli Stati Uniti del secondo dopoguerra

a cura di
Enrico Carocci, Ilaria A. De Pascalis,
Veronica Pravadelli

INDICE

IL CINEMA COME OGGETTO E COME MEDIATORE UN'INTRODUZIONE AGLI SCAMBI TRA ITALIA E STATI UNITI, DAL SECONDO DOPOGUERRA AGLI ANNI SETTANTA <i>Enrico Carocci</i>	7
PER UNA STORIA TRANSATLANTICA DELLA MODA E DEL CINEMA I <i>FASHION FILM</i> DELLA "SETTIMANA INCOM", 1946-1953 <i>Eugenia Paulicelli</i>	31
HOLLYWOOD E IL TEVERE. CAPITALI E FILM DI INTERESSE AMERICANO IN ITALIA, DAL 1946 AL 1973 <i>Federico di Chio</i>	51
LA DONNA TRANSATLANTICA SECONDO LE SORELLE FONTANA IL TOUR PROMOZIONALE DE <i>LE RAGAZZE DI PIAZZA DI SPAGNA</i> NEGLI STATI UNITI <i>Ilaria A. De Pascalis</i>	71
RETROMODERNITÀ. NOSTALGIA E INNOVAZIONE NEL CINEMA ITALIANO E AMERICANO, 1964-74 <i>David Forgacs</i>	91
LO SPAGHETTI WESTERN, IL GENERE TRANSATLANTICO PER ECCELLENZA <i>Mary Ann McDonald Carolan</i>	105
IL CINEMA NEOREALISTA E LA LIBERAZIONE SESSUALE IN AMERICA <i>Giuliana Muscio</i>	123
DAL FOTOGIORNALISMO MAGNUM ALLA HOLLYWOOD SUL TEVERE IL CINEMA ITALIANO RACCONTATO DA "LIFE" <i>Massimiliano Gaudiosi</i>	137

IL SUD DI TENNESSEE WILLIAMS E ANNA MAGNANI A HOLLYWOOD <i>Sabrina Vellucci</i>	149
LA RICEZIONE DEL CINEMA ITALIANO DEL DOPOGUERRA NELLA PENNSYLVANIA OCCIDENTALE <i>Chris Hite</i>	163
LA DISTRIBUZIONE TRANSATLANTICA DE <i>LA DOLCE VITA</i> : CINERIZ, PATHÉ, ASTOR <i>Valerio Coladonato, Luana Fedele, Damiano Garofalo</i>	175
“A SYMBOL OF SOMETHING FOR ALL THE GIRLS”. LA MASCOLINITÀ ITALIANA SULLE PAGINE DI “LIFE” <i>Gabriele Landrini</i>	193
CINEMA E SNODI TRANSATLANTICI IL CASO DE <i>LA DECIMA VITTIMA</i> <i>Giuseppe Gatti</i>	205
TRA MONDI E ARTI. SPAZI, IMMAGINI, OGGETTI E SUONI NELLA SINTESI FILMICA NELLA COSTRUZIONE DELL’IDENTITÀ OLIVETTI <i>Marta Averna</i>	225

ENRICO CAROCCI

IL CINEMA

COME OGGETTO E COME MEDIATORE

Un'introduzione agli scambi tra Italia e Stati Uniti,
dal secondo dopoguerra agli anni Settanta

Premessa: il lavoro creativo e lo stile italiano

Nel 1968 Federico Fellini fu incaricato da Peter Goldfarb, produttore per la rete americana NBC, di realizzare un programma televisivo da inserire nella serie "Experiment in Television". Si trattava di una serie antologica eterogenea ma interessante, che in forme varie portava sul piccolo schermo personaggi di rilievo culturale (nel 1967, ad esempio, un episodio della prima stagione era stato dedicato alla teoria dei media di Marshall McLuhan). Fellini racconta di aver scelto di progettare e dirigere un documentario quando nel 1968, mentre era già avviata la lavorazione del *Satyricon*, Goldfarb insistette nel voler formalizzare l'incarico per un episodio da inserire nella terza stagione del programma. Il documentario "creativo" *Fellini: A Director's Notebook* fu trasmesso dalla NBC nel marzo del 1969, e solo alcuni anni dopo (nel 1972) anche dalla Rai in edizione italiana, accorciata e intitolata *Block-notes di un regista*. Nel frattempo però, considerato il buon successo di pubblico del programma statunitense, la Rai aveva pensato di importare il modello sperimentale in Italia, affidando al regista la realizzazione di un documentario televisivo (*I clowns*, 1970) trasmesso in tv e presto uscito anche nelle sale (cfr. Fellini 1972).

L'invito da parte della NBC era senz'altro significativo, sia perché collocava il cineasta italiano all'interno di un ideale "pantheon" di personaggi d'eccellenza della cultura contemporanea, sia perché ne attestava la notorietà, mostrando come Fellini fosse divenuto popolare negli anni Sessanta presso il pubblico statunitense (aveva peraltro già vinto due Oscar prima de *La dolce vita*, film che lo rese definitivamente celebre). All'epoca del *Notebook* il suo ultimo lungometraggio risaliva comunque al 1965, e suo il rapporto con gli Stati Uniti era fragile da tempo (già nel 1958 Oriana Fal-

laci aveva intitolato un articolo *Federico Fellini, il regista che ha paura di Hollywood*, a seguito tra l'altro del rifiuto di importanti offerte provenienti dall'industria americana, alla ricerca di talenti "post-neorealisti").

Non dobbiamo dunque pensare a una fase apicale della carriera del regista, nonostante l'invito di Goldfarb fosse celebrativo negli intenti; nel 1968 Fellini aveva avviato una svolta con *Toby Dammitt* (episodio del film collettivo italo-francese *Tre passi nel delirio*) ma era appena uscito da una crisi che, in particolare, aveva comportato l'interruzione della lavorazione del mai più realizzato *Viaggio di G. Mastorna*. Il set del *Mastorna* era stato allestito tra l'altro presso Dinocittà, i nuovi studi che De Laurentiis aveva costruito sulla via Pontina e che, pensati per ospitare anche grandi co-produzioni internazionali, aveva recentemente ospitato la lavorazione della *Bibbia* di John Houston (1966); era cioè un set per così dire "abitato" dal fantasma del grande intrattenimento statunitense, oltre che di un più vecchio progetto che non andò in porto, un film biblico internazionale collettivo nel quale Fellini stesso era stato inizialmente coinvolto. Non è un caso che in *Intervista* (1987), film co-prodotto dalla Rai e in parte ispirato al *Notebook* del 1969, Fellini abbia nuovamente messo in scena il proprio lavoro raccontando la lavorazione di un immaginario film tratto da *America* di Franz Kafka, lo scrittore visionario che Fellini amava, e che in America non era mai andato.

Il programma per la NBC, ad ogni modo, costituisce un caso notevole sotto diversi aspetti. Fellini iniziava allora a mettersi in scena (secondo modalità formali esaminate in Pravadelli 2017) raccontando al pubblico selezionato ma ampio della tv statunitense la propria avventura di autore in crisi, in un percorso che lo vedeva innanzitutto abbandonare il set di Dinocittà (un desolato ibrido temporale in cui una cattedrale gotica era frequentata da un gruppo di hippies); poi evocare il successo del suo secondo Oscar, *Le notti di Cabiria* (1957), mostrandone peraltro una scena censurata allora inedita; e infine immergersi progressivamente nella Roma contemporanea alla ricerca di visioni della Roma antica per il nuovo *Satyricon* da fare (dapprima al Colosseo e sull'Appia antica, ma poi preferendo la contemporanea e anonima profondità di una metropolitana popolata da fantasmi di un'epoca antica), così da reinventare un immaginario italico peraltro riadattato nel *peplum*, un genere ancora relativamente fortunato nel decennio che si accingeva a concludersi (Di Chiara 2016).

Il cinema era insomma nel *Notebook* insieme oggetto e mezzo di uno scambio culturale che raccontava il processo creativo di un artista italiano, ne sottolineava la problematica modernità, e ne esaltava il radicamento in tradizioni arcaiche e recenti, consolidate e innovative. Pensiamo alla scena in cui si fa la parodia del kolossal muto, celebre all'estero, e di cui il cineasta restituiva al pubblico statunitense la dimensione "locale" della fruizione in provincia, all'epoca della sua infanzia; ma pensiamo anche alla sua rievocazione implicita nel nome di Cabiria e poi ancora, indirettamente, alle nuove grandi co-produzioni storico-bibliche di Dinocittà e, in maniera più evidente, alla tendenza introspettiva del cinema autoriflessivo d'autore, accompagnata da un nuovo divismo (la villa di Mastroianni a Porta San Sebastiano che diventa tappa di un pullman di turisti alla ricerca di nuovi monumenti). Il "Made in Italy" felliniano presentava così al pubblico statunitense una fitta rete di storia passata e modernizzazione, espressione artistica e alto intrattenimento, consumo di massa e di nicchia, produzione industriale e artigianale, radicamento nel Mediterraneo e proiezione verso l'Atlantico (su questi tratti generali, al di fuori del contesto cinematografico, cfr. Dellapiana 2022).

Il nodo di scambi culturali transatlantici non escludeva peraltro la dimensione industriale. Il *Notebook* statunitense aveva ispirato i *Clowns* italiani, come abbiamo detto; fu cioè un prodotto Made in Italy così fortunato che la tv italiana se ne appropriò, riadattandone il modello per il pubblico nazionale. Esso inoltre, nato su commissione ma realizzato all'insegna della libertà espressiva, celebrava il successo ottenuto dal cineasta in passato, e insieme contribuiva a mostrare la genesi creativa e dunque a lanciare il *Fellini Satyricon* (1969) presso il pubblico statunitense, seguendo così l'interesse dei distributori internazionali della United Artists che avevano organizzato per il film un considerevole lancio promozionale, accompagnato peraltro nel 1968-69 dalle riprese sul set realizzate dal giornalista Gideon Bachmann per il documentario italo-americano-svedese *Ciao, Federico!* (1971) cui seguì la pubblicazione di un diario dal set scritto da Eileen Lanouette Hughes (1971) del magazine "Life", pure inviata in Italia per raccontare la genesi di un capolavoro annunciato.

Anche i riferimenti del *Satyricon* erano nobili e inediti, se pensiamo che si trattava di un Petronio liberamente adattato e riletto attraverso il filtro psicoanalitico junghiano, ispirato da Ernst Ber-

nhard e poi ammirato dallo psicoanalista americano James Hillman (Bentivoglio 2003). Il nuovo e antico immaginario che emergeva dal film – generando una sorta di “rottura epistemologica” nella tradizione italiana (Carrera 2019, p. 82) – intendeva capovolgere come accennato l’imponente tradizione del grande filone storico, e confermava così il motivo della dissoluzione di una civiltà che, come avrebbe notato Italo Calvino, somigliava un po’ alla dissoluzione del mondo contemporaneo all’epoca della Hollywood sul Tevere raccontata ne *La dolce vita* (cfr. Volpi e Morreale in Fofi 2019, pp. 41 e 46). Col *Satyricon* Fellini iniziava inoltre, forse in linea con queste intenzioni, a mostrarsi ancor più ispirato che in precedenza ai modelli “deformanti” della caricatura o del fumetto, come testimoniano i suoi molti disegni presto pubblicati in volume (Betti 1970) nonché il frequente riferimento a un paradossale modello di “fantascienza” ambientata in un mondo sconosciuto ma antico anziché futuro (Fellini 1969), una metafora proposta più volte dal cineasta alla ricerca di “immagini corrispondenti all’idea di un passato che modella l’immaginario moderno” (Bondanella 1992, p. 200).

Il confronto con la realtà culturale contemporanea infine, evocato nel *Notebook* e poi ripreso anche in *Roma* (1972) ma evidentemente già presente nel lungometraggio del 1969 (si vedano a proposito i documentari di Bachmann, *Fellinikon* [Italia-USA 1969] e il già citato *Ciao, Federico!*), fu probabilmente magnificato dall’anteprima del *Satyricon* all’American Square Garden di New York. La proiezione si svolse davanti a un pubblico prevalentemente colto e giovanile, tra eroina e hashish: “Nel caos totale il film andava avanti implacabilmente su uno schermo gigantesco che sembrava restituire l’immagine riflessa di ciò che accadeva in sala”, disse Fellini (2004, pp. 137-138). Dopo la Seconda guerra mondiale, in effetti, gli Stati Uniti avevano iniziato a reinventare progressivamente il sistema dell’intrattenimento puntando proprio sull’individuazione di una nuova nicchia giovanile, sempre più ampia e interessata al consumo cinematografico, la quale si mutò poi in una “controcultura di massa” (Banti 2017); nel corso degli anni Settanta questa nuova fetta di mercato ispirò anche la Hollywood Renaissance che a sua volta, come pure è noto, si nutrì di cultura cinematografica italiana, e non soltanto ad opera di cineasti di origini italo-americane come Francis Ford Coppola o Martin Scorsese (cfr. Bondanella 2004; Muscio 2018).

Nato come efficace strumento di *soft power*, insomma, il sistema dell'intrattenimento audiovisivo statunitense fu ispirato all'inizio del Novecento dalla tradizione epica del muto italiano, che consentiva tra l'altro al cinema di guadagnare rispettabilità (Bertellini 1999; cfr. anche Fadda e Noto in Scaglioni 2020, pp. 39-54); e più avanti, per un ventennio circa – tra gli anni Cinquanta e i Settanta, in un contesto mediale profondamente mutato – quel sistema intercettò i gusti di un pubblico giovanile istruito e attento alle evoluzioni degli stili cinematografici (Alonge e Carluccio 2015), delineando così un nuovo modello di spettatore per il quale il cinema italiano del dopoguerra costituiva senz'altro un riferimento, ma anche un marchio che assegnava un nuovo e diverso tipo di rispettabilità al consumo cinematografico *tout court* e insieme al prodotto culturale italiano.

Abbiamo provato a sintetizzare un caso esemplare, che è nodo di un'articolata dinamica di scambi cinematografici tra Italia e Stati Uniti, attiva nei due sensi ma con una quantità di implicazioni e retroazioni che rendono difficile l'individuazione di un "impatto" unilaterale. L'immaginario cinematografico di Fellini si era sviluppato fin dagli anni Cinquanta, e fu un prodotto Made in Italy di successo che elaborava peraltro anche la ricezione italiana dei modelli cinematografici hollywoodiani (cfr. Minuz 2012); modelli che, così elaborati, tornarono poi agli Stati Uniti come parte di un più generale stile italiano artistico ed "esotico", secondo una sensibilità che non pretendeva di trovare alcun equilibrio tra le sue componenti, e anzi viveva di tensioni e rimandi di vario tipo che abbiamo qui schematicamente abbozzato.

Il progetto di ricerca: gli scambi transatlantici come reti di relazioni

Questo volume è parte di una ricerca sul ruolo giocato dall'Italia nel rinnovamento degli stili, dei modi di produzione e diffusione, nonché delle pratiche del consumo culturale statunitensi nel secondo dopoguerra. Gli scritti qui raccolti si concentrano sull'industria e sulla cultura del cinema, ma teniamo a far presente al lettore il quadro del progetto multidisciplinare *Transatlantic Transfers: The Italian Presence in Post-war America (1949-1972)*, che ha dato peraltro origine alla collana editoriale per la quale questo volume è

pubblicato. Seguendo un presupposto generale del progetto, anche in questa sede si abbandona la pretesa di esaustività e si privilegia l'indagine di dinamiche e casi di vario impatto ed estensione, prestando attenzione alla molteplicità delle traiettorie che caratterizzano l'influenza italiana sugli Stati Uniti nel corso di poco più di un ventennio. Si tratta di un'influenza molteplice, insieme esercitata e recepita, il cui peso varia comunque a seconda dei settori che si considerano, e che riguarda tanto il piano della produzione industriale e culturale quanto quello della circolazione degli immaginari e delle forme del consumo.

Vorremmo evitare ad ogni modo, in questa sede preliminare, l'equivoco secondo cui la prospettiva transatlantica possa essere intesa esclusivamente come una versione della più tradizionale "storia d'oltremare" (su cui cfr. Henk Wesseling in Burke 2001, pp. 81-110), notoriamente caratterizzata dopo il 1945 dal declino dell'Europa, dall'ascesa di nuove potenze mondiali e dai processi di decolonizzazione. La competizione economica e culturale messa in atto dagli Stati Uniti, che in quegli anni aspiravano in effetti ad assicurarsi un impatto durevole in diversi settori, si esercitava attraendo o valorizzando persone, opere e immaginari provenienti anche dall'Italia e dall'Europa – cioè non si limitava a sopprimerli, assoggettarli o prevaricarli secondo modalità assimilabili esclusivamente a nuove forme di "colonizzazione". Se poi si capovolge la prospettiva e si sposta il fuoco dell'indagine sulla prospettiva italiana, diventa tanto più chiaro che l'"influenza" non si descrive in maniera adeguata se ci si limita a riferirsi a processi unidirezionali di colonizzazione culturale. Le indagini qui svolte, in altri termini, riguardano oggetti o fenomeni specifici, ma il metodo e in definitiva gli obiettivi della ricerca mirano a individuare, evidenziare e comprendere gli "scambi transatlantici" considerandoli come *reti complesse di interazione*.

Portare l'attenzione su prodotti, attori, eventi e congiunture significa non escludere e anzi valorizzare la rilevanza dei nessi, dei "mondi" (nell'accezione sociologica di Becker 1982) e più in generale dei "contesti" intesi appunto come cornici e sistemi relazionali (Morin 2011). Un tale approccio comporta almeno due conseguenze notevoli, che è bene sottolineare. Va da sé, in primo luogo, che la prospettiva adottata non aspira a esaurire la complessità ma non intende neanche ignorarla: si assume pertanto che

ogni capitolo di questo volume, per quanto focalizzato su casi e attraverso metodi d'indagine particolari, è da ricondurre all'ideale cornice sistemica e relazionale qui tratteggiata. Di conseguenza, e in secondo luogo, ricordiamo che l'"influenza" italiana di cui il progetto si occupa non dev'essere pensata in nessun caso nei termini di un'ipotetica serie di traiettorie lineari; le dinamiche di scambio più interessanti emersero invece, nel periodo considerato, dalla convergenza o dalla cooperazione di forze diverse, anche secondo cicli di retroazioni circolari che a seconda dei casi finivano per favorire oppure contenere o respingere l'incipiente diffusione di un moderno *Made in Italy*.

Il quadro offerto dalla prospettiva transatlantica, in sostanza, prende in considerazione la natura *dialogica* dei processi culturali, o almeno la coesistenza delle voci che li compongono (Burke 2008, p. 75), sebbene questo principio possa essere seguito e reso funzionale in modi diversi e a diversi livelli, anche a seconda dei criteri di pertinenza metodologica che ogni indagine ha voluto darsi. Non necessariamente un contesto dialogico prevede che i soggetti coinvolti contribuiscano in eguale misura allo scambio, o che abbiano un eguale peso o potere; ciò nonostante, però, non si comprendono ruoli e dinamiche se ci si colloca al di fuori di quel contesto dialogico, nella misura in cui non è possibile cogliere il valore di un processo prescindendo dalla co-presenza o interazione di almeno due soggetti.

Le dinamiche di "italianizzazione" della cultura statunitense, se così si può dire, non possono essere isolate dai più consistenti processi di "americanizzazione" della cultura italiana ed europea, a lungo analizzati o interpretati come forme di imposizione di modelli o esercizio unilaterale di potere. Comunque si voglia intendere la relazione tra questi termini – e senza considerare le origini e la pluralità delle implicazioni che i riferimenti all'"americanizzazione" portano con sé (Kuisel 2020) – è proprio questa unilateralità che il progetto nel suo complesso aspira a discutere e comprendere diversamente. Per ragioni del genere si è scelto di parlare di *presenza* oltre che di "influenza" dell'Italia; e di scambi culturali da considerare come dinamiche di sistema, esaminando appunto gli andamenti e le forze materiali e immateriali che alla "presenza italiana" hanno dato corpo, consentendole di guadagnare progressivamente *rilevanza* con grado e misura da stabilire di volta in volta.

La reinvenzione della qualità: l'intrattenimento industriale e il cinema d'autore

Le dinamiche di scambio economico, socio-politico e culturale tra Italia e Stati Uniti in ambito cinematografico non costituiscono un'eccezione rispetto a quanto detto fin qui; non si comprendono realmente, cioè, se inquadrati in modelli teorici rigidi o a senso unico. Selezioniamo qui di seguito, per ragioni di sintesi e di opportunità, alcuni parametri rilevanti.

La politica culturale, in primo luogo. Geoffrey Nowell-Smith (in Cooke 2007, pp. 122-137) ha messo in evidenza tra l'altro la non univocità che nell'Italia del secondo dopoguerra ha caratterizzato perfino la celebre nozione di "sogno americano"; bisognerebbe ad esempio ridimensionare, secondo lui, la funzione "alternativa" che talvolta alla cultura italiana già all'epoca si attribuiva, quasi che essa trovasse ragione esclusivamente all'interno di un'ipotetica vocazione all'opposizione rispetto al sistema economico, politico e culturale statunitense. Ammesso peraltro che quest'ultimo costituisse un plesso coeso e monolitico di interessi, progetti e sinergie: non lo era sempre né necessariamente, perché anzi il sistema hollywoodiano, in crisi dopo il 1948, si caratterizzò per un'intrinseca permeabilità, elasticità e capacità di "dialogo" interculturale oltre che imprenditoriale (cfr. Cooke 2007, p. 9; in un volume che fin dal titolo ricorre comunque alle virgolette quando si riferisce al "dialogo"). Anche sul piano economico le influenze furono reciproche, benché nel quadro di scambi non sempre biunivoci (Ellwood 1996); e tutto questo non implica, ripetiamo, che non vi fossero per gli Stati Uniti nodi strategici da controllare in maniera salda, in primo luogo la censura, per orientare l'impatto ideologico e sociale dell'intrattenimento (Maltby 2000), e la distribuzione, inclusa quella all'estero, che continuò a costituire un cardine della stabilità del sistema industriale oltre che un veicolo di promozione culturale (Puttnam 1997, p. 27).

Nel corso della Seconda guerra mondiale, com'è noto, un regime protezionista ridimensionò drasticamente in Italia la presenza e dunque l'impatto dei film hollywoodiani; ma questo, appunto, avvenne limitatamente al periodo intorno al 1939-1945 (Forgacs e Gundle 2007, p. 207). Nell'arco temporale che qui consideriamo, invece, il cinema *mainstream* statunitense tornò ad avere successo, indipendentemente dal nuovo "bisogno di realismo" che la cultura italiana

manifestava in quegli stessi anni, peraltro non necessariamente in chiave anti-americanista. Non è utile, a questo proposito, presupporre alcuna pervasiva e rigida distinzione in “blocchi”, pure talvolta evocata soprattutto a partire dal dibattito intorno al neorealismo, le cui opzioni estetiche, tematiche e produttive pure non trovavano esclusiva ragione nell’opposizione ai modelli statunitensi o al sistema dell’intrattenimento *tout court* (Casetti e Malavasi 2003; Parigi 2014). Le ripercussioni della guerra fredda, in altri termini, erano senz’altro in gioco nelle interazioni politiche, economiche e culturali tra Italia e Stati Uniti, e si avvertivano a diversi livelli; tuttavia esse erano più spesso oggetto di negoziazioni o compromessi che non di schieramenti monolitici e, come ha ricordato già Giuliana Muscio (2000, p. 1461), si comprendono meglio al di fuori di quadri ideologici statici; la divisione in “blocchi” è talvolta evocata, e non soltanto nei dibattiti dell’epoca, ma è da intendere più come prodotto del contesto culturale “bipolare” del periodo che non come criterio d’indagine da privilegiare.

Per altri versi ancora, l’Italia possedeva un sistema produttivo sufficientemente evoluto che, lungi dall’essere smantellato dopo la guerra a favore di assetti alternativi, sperimentò nuovi modelli di sviluppo (Corsi 2012) tornando a trarre lezioni dall’industria hollywoodiana, evidentemente senza arrivare a eguagliarla, e mettendo in atto invece una forma di appropriazione ibrida e selettiva (Gundle 2020) che rese peraltro possibile la ripresa di scambi sotto il profilo commerciale (sulla cui storia cfr. di Chio 2021). Bisogna dunque sottolineare l’importanza della nuova cultura imprenditoriale (Della Casa 2003), che contribuì all’epoca a diffondere all’estero uno “stile italiano” anche sul piano produttivo. L’espansione nel territorio nazionale dell’esercizio, in questa prospettiva, è da intendere come parte di una complessa dinamica di rilancio della filiera (Mosconi 2003), fortunata sebbene non priva di irregolarità (Fanchi 2019). Hollywood, in sintesi, non avrebbe potuto rendere fruttuosa l’interazione industriale con l’Italia se questa fosse stata priva di un sistema sufficientemente organizzato; ma non lo avrebbe fatto neanche se questo sistema si fosse sviluppato al punto da eguagliare quello statunitense, cioè se i due fossero stati portatori di interessi e partner di interazioni alla pari (anche politico-economiche, cfr. Treveri Gennari 2011). Ma questo non significa, appunto, che le dinamiche di scambio siano da sottovalutare in sede di ricostruzione storica

né a maggior ragione, come si vedrà nel corso del volume, che non offrano un quadro utile alla comprensione di casi specifici.

Il fenomeno della Hollywood sul Tevere ad esempio (Della Casa e Viganò 2010), che caratterizzò un periodo di scambi economici e culturali pur senza giungere a individuare un genere o un modo di produzione specifico, si comprende se si considera in primo luogo la necessità per gli Stati Uniti di spostare le produzioni all'estero, in strutture tecniche che garantivano qualità con costi inferiori o in condizioni di agevolazione (Steinhart 2019). Ma si comprende altrettanto se si considerano le intenzioni italiane di rilanciare un'industria culturale (Colombo 2004) in grado di promuovere, sul territorio e all'estero, autori, film, divi, prodotti, marchi industriali e patrimoni culturali o paesaggistici tradizionali, trasformando così la cultura popolare italiana in moderna cultura "di massa" (Manzoli 2013) e insieme proponendo un modello di "stile italiano" che potesse rivolgersi anche a un pubblico internazionale, con ripercussioni culturali tangibili anche oltre i limiti del periodo qui indagato (cfr. Carolan 2014). Il settore cinematografico da valorizzare, in sostanza, è stato all'epoca un *mediatore*, cioè un veicolo di punta per la legittimazione e la diffusione di un tradizionale e moderno patrimonio culturale italiano (su cui cfr. Forgacs 1996) che iniziava a includere il cinema stesso tra i suoi prodotti di punta.

C'è da aggiungere che, grazie all'intreccio di circostanze e soggetti diversi, film provenienti da altre parti del mondo cominciarono a circolare in maniera inedita sugli schermi statunitensi, proprio a partire dal secondo dopoguerra. Una figura come Joseph Levine, ad esempio, ebbe un ruolo importante nella diffusione del cinema italiano (cfr. McKenna 2016); ricordiamo qui in particolare il suo accordo con Carlo Ponti, che favorì la crescita divistica di Sophia Loren nonché, più in generale, la circolazione oltreoceano di film di genere, cioè delle forme più popolari e meno austere del cinema italiano (nonostante il fatto che, su un altro piano, i modelli di genere italiani e statunitensi non fossero del tutto sovrapponibili; cfr. Fink 2003). È noto inoltre, come abbiamo visto, che anche l'Italia manifestava all'epoca l'esigenza di un cinema d'intrattenimento produttivamente più solido (Wagstaff 1998), e dunque di maggiori investimenti per rinforzare e proteggere il mercato interno oltre che per aumentare le possibilità di successo all'estero. Per questo l'Italia tentò progressivamente di valorizzare lo statuto divistico dei propri attori, anche ricorrendo a strategie formali

di tipo hollywoodiano (Vitella 2021), e in generale di modernizzare il proprio cinema di genere, dal melodramma alla commedia ai film musicali (Eugeni 2004), con buon successo sul territorio nazionale (Treveri Gennari *et al.* 2021) e talvolta con esiti realmente esportabili (pensiamo al western “italianizzato” negli anni Sessanta e poi restituito al pubblico statunitense, cfr. Uva 2019).

Fin qui alcuni elementi di contesto. Abbiamo detto di come gli scambi transatlantici dell’epoca si siano coagulati intorno all’invenzione di un nuovo tipo di intrattenimento “di qualità”, da rinforzare soprattutto in Italia e insieme da esportare. A questo aggiungiamo l’invenzione di una categoria culturale e di mercato nuova anche per il pubblico statunitense, quella di *art film*; anche in questo caso procederemo seguendo pochi punti, in modo da delineare un quadro nei suoi tratti essenziali.

Bisogna innanzitutto sottolineare il fatto (su cui cfr. ancora Wagstaff 1998) che anche i film neorealisti di maggiore impatto potevano contenere elementi di genere marcati, e questo può aver contribuito non marginalmente alla loro fortuna oltreoceano, seppure in forme all’epoca non tematizzate dalla critica (sul caso di *Roma città aperta* cfr. ad es. Forgacs 2018). Per altri versi però, nel periodo che consideriamo, un ruolo cruciale nella reinvenzione della *quality* cinematografica fu giocato dal nuovo cinema impegnato e d’autore in quanto tale: dal successo di Rossellini e di molti film neorealisti a quello di cineasti come Antonioni o Fellini e poi, tra gli esordienti degli anni Sessanta, di Pasolini o Bertolucci. In alcuni casi si trattò di successi anche nel circuito *mainstream*; ma i circuiti alternativi e in seguito i festival ebbero talvolta un ruolo anche più rilevante, soprattutto se si pensa alle tematiche di questi film, che erano spesso “adulte” secondo una duplice accezione – alcuni di essi erano infatti “per adulti” in quanto riservati a un pubblico colto, altri erano osteggiati per ragioni di censura legate ai temi trattati, e spesso le due accezioni potevano intrecciarsi e giungere a qualificare uno stesso prodotto (cfr. ad es. Guback 1985).

Più in generale la “maturità” dei film stranieri precludeva talvolta l’accesso ai circuiti maggiori, ma allo stesso tempo favoriva il successo presso pubblici selezionati sempre più cospicui; per altri versi inoltre, almeno in alcuni casi, essa poteva generare un impatto (anche involontario, come nel caso di *Ladri di biciclette*) sul modo in cui questi film venivano promossi e sull’aspettativa da parte degli

spettatori, che cresceva magari amplificata dai dibattiti intorno alla censura. Sebbene poi non tutti i film importati fossero d'autore, essi erano generalmente ben accolti nella misura in cui introducevano alternative nella rappresentazione delle questioni che in precedenza il Codice Hays imponeva di ignorare, o invitava a ridimensionare e restituire indirettamente (ad esempio attraverso lo stile, cfr. Pravadelli 2007). Anche a causa del modo di produzione non sempre industriale in senso forte, inoltre, i film di autori stranieri apparivano talvolta "più personali" rispetto agli standard industriali, e questo contribuì al loro successo, al punto che nel periodo che qui consideriamo divenne raccomandabile per gli esercenti favorirne la circolazione cercando di attrarre pubblici differenziati.

Barbara Wilinsky (2001) ha ricordato come nel secondo dopoguerra, mentre emergeva negli Stati Uniti una nuova cultura di classe media, si diffusero rapidamente gli *art film theatres*, sale inizialmente denominate dai professionisti della grande industria "sure seats", cioè luoghi semideserti nei quali non sarebbe stato difficile trovare posti a sedere; salvo poi dover abolire il sarcasmo che aveva originato l'espressione quando, appunto dalla fine degli anni Quaranta (dopo il successo di *Roma città aperta*), essa finì per capovolgersi di senso e indicare luoghi che avrebbero invece senz'altro trovato spettatori paganti. Si contribuiva così alla fioritura di nuove forme di fruizione, che consentivano l'accesso a nuove forme di legittimazione o prestigio per un pubblico *highbrow*, selezionato ma non ristretto a una nicchia elitaria. "Culture alternative in un'industria commerciale", sintetizza Wilinsky (p. 128), riaffermando in definitiva come il modo di produzione poteva differenziarsi da quello hollywoodiano ma non costituiva l'unico elemento caratterizzante, perché a qualificare gli *art films* erano anche altri fattori tra cui, oltre evidentemente allo stile, l'aura creata dal lancio promozionale e quella legata al tipo di consumo che se ne faceva.

Questo modello fu particolarmente fortunato nel periodo del secondo dopoguerra: le *art houses* divennero una realtà solida nel corso degli anni Cinquanta, si moltiplicarono col passaggio al nuovo decennio, e la situazione mutò soltanto all'inizio degli anni Settanta, quando alcune di esse furono costrette a programmare film a luci rosse o a sposare logiche di un mercato *mainstream* ormai mutato, perdendo gran parte dell'atmosfera elegante che ne aveva fatto fino a quel punto dei luoghi di "distinzione culturale" (Bourdieu 1979).

Soprattutto in città come New York o Chicago l'*art film* era diventato una categoria di mercato che si riferiva tanto ai luoghi, cioè ai nuovi circuiti di sale, quanto a un tipo di spettacolo "di qualità", che includeva tanto l'intrattenimento industriale quanto un tipo di film legato a un canone di cineasti-autori che di quei prodotti si facevano garanti (molti di essi erano italiani, ma si accompagnavano a nomi internazionali di prestigio come quelli di Kurosawa o Bergman). L'*art film* prevedeva insomma un nuovo approccio al racconto e allo stile, ma più in generale corrispondeva a una categoria di prodotti realizzati o ideati all'estero e insieme "per adulti"; e sebbene non fosse in contrasto bensì in frequente negoziazione con il sistema industriale di successo, esso si individuava anche grazie alla diffusione presso sofisticate sale dedicate.

Il settore dell'esercizio, in altri termini, era garante ma allo stesso tempo, in qualche modo, promotore di film da considerare come opere d'arte. Tino Balio, nel suo studio dedicato alla rinascita dei film stranieri sugli schermi americani nel secondo dopoguerra (2010), ha sottolineato il ruolo di apripista del neorealismo, grazie al quale si sviluppò un *art film market* che allargò la rete delle sale e su un altro piano potenziò il ruolo della stampa, il che portò a uno sviluppo dell'attività critica e in alcuni casi perfino degli studi accademici (si pensi al ruolo di Arthur Knight), contribuendo alla diffusione anche di massa della cultura cinematografica, secondo una tendenza che continuò a svilupparsi fino all'inizio degli anni Settanta. A questo proposito Balio utilizza come termini di riferimento il 1946 e il 1973, gli anni in cui uscirono in America due film peraltro italiani: *Roma città aperta*, che inaugurò il processo, e *Ultimo tango a Parigi*, caso in cui si percepì con chiarezza la progressiva contrazione della nicchia di pubblico poco prima in espansione, a causa di un mutato contesto mediale e culturale (legato anche al nuovo sistema di rating, istituito nel 1968) che sotto diversi aspetti annunciava l'imminente declino e trasformazione di un'epoca.

Un nuovo regime del gusto: la circolazione del Made in Italy e la quarta "F"

L'Italia ha avuto dunque una funzione rilevante nella formazione di un nuovo senso della *quality* negli Stati Uniti, sia sul piano

stilistico-formale che su quelli della produzione-distribuzione e del consumo cinematografico e culturale in genere. Abbiamo detto sinteticamente “l’Italia”, ma ci riferiamo sempre alle reti relazionali nazionali e internazionali al cui interno, come abbiamo visto, è difficile stabilire una volta per tutte il peso di un impatto unidirezionale (anche in sede di valutazione retrospettiva; cfr. ad es., sul neorealismo, Pitassio 2019). È comunque la rete transatlantica cinematografica qui indagata ad aver contribuito in maniera decisiva a generare le condizioni per un’inedita circolazione oltreoceano di opere, autori e divi, nell’epoca di un travagliato processo di ripensamento di un’identità nazionale (Brunetta 2020) nonché di reinvenzione di un immaginario che attraverso i film italiani promuoveva luoghi, storie, stili di vita e per altri versi prodotti culturali di alto livello – dalla musica alla letteratura, dal design alle arti visive, dal cinema stesso alla moda (Paulicelli 2020).

Nelle pagine che seguono sono raccolti contributi che in larga parte rielaborano le ricerche presentate, e i temi di discussione che ne sono derivati, nell’ambito del convegno internazionale *Transatlantic Visions: Italian Film Cultures and Modernisms in Post-war America (1949-1972)*, organizzato dai curatori del presente volume e tenutosi a Roma nel novembre del 2022 presso il Teatro Palladium – Università Roma Tre. È stata tuttavia preziosa, e teniamo dunque a menzionarla, la funzione propulsiva delle diverse occasioni di scambio che a studiosi e studiosi sono state offerte dagli incontri di avvio, sviluppo e disseminazione organizzati nell’ambito del progetto di ricerca.

Le traiettorie qui indagate sono molte e diverse, si focalizzano su fenomeni specifici oppure su reti di relazioni, e coprono archi temporali ristretti o variamente estesi. Il lettore troverà casi esemplari che danno conto tanto di scambi che caratterizzarono in maniera peculiare il periodo considerato (si pensi di nuovo alla Hollywood sul Tevere o alla presenza di divi e professionisti italiani in produzioni statunitensi), quanto di linee di tendenza che in quel periodo si rinnovarono pur affondando le proprie radici in epoche precedenti (si pensi alla circolazione dell’intrattenimento storico o della moda, anche in relazione al cinema), o ancora fenomeni che non hanno smesso di svilupparsi negli anni successivi (si pensi alle diverse forme di contaminazione tra immaginari e generi, oppure appunto alla diffusione, ricezione e conseguente influenza dei film neorealisti o

del cinema d'autore italiano). Il periodo di riferimento, cioè l'arco temporale intorno a cui ruotano queste dinamiche, copre comunque poco più di un ventennio a partire dal secondo dopoguerra; possiamo considerarlo come una fase di avvio, riarticolazione o rilancio di relazioni transatlantiche dotate di un'individuazione sufficientemente specifica sul piano economico, socio-politico o culturale – con esiti che talvolta si esaurirono nell'arco di pochi anni e talaltra, almeno sotto determinati aspetti, si prolungarono anche oltre l'inizio degli anni Settanta e in alcuni casi perdurano, magari ulteriormente rafforzati o trasformati.

Gli ambiti tematici entro cui i contributi possono essere raggruppati sono essenzialmente tre, e non necessariamente si escludono. In primo luogo l'ambito industriale, che include gli scambi produttivi e distributivi che hanno consentito al cinema italiano, o alla cultura italiana attraverso esso, di circolare variamente nei sistemi statunitensi dell'intrattenimento o del consumo culturale. In secondo luogo quello che include la fruizione in sala, la promozione e la discussione critica, che hanno fatto sì che opere, storie e figure di spicco italiane diventassero note a un pubblico colto o di massa, con notevole impatto che come abbiamo accennato ha influenzato anche gli studi accademici sul cinema. In terzo luogo e di conseguenza, sebbene a un altro livello, l'ambito che riguarda la comprensione, appropriazione o elaborazione sul piano della ricezione di uno "stile italiano", inteso nel duplice senso di qualità del prodotto culturale e di stile di vita, che emergeva per i pubblici statunitensi come risultante del consumo di opere diverse, o dell'esposizione mediatica di personaggi e artefatti che nel loro complesso configuravano un sistema valoriale e un immaginario non privo di coerenza, anche se come si è detto eterogeneo nelle sue manifestazioni.

Un nuovo modello di *gusto*, diremmo insomma per concludere, tenendo presente che un "regime del gusto" si individua nell'intreccio tra la diffusione, la fruizione dei prodotti e l'attribuzione ad essi di significato, ed è dunque oggetto di negoziazione tra gli stili, i giudizi che li accompagnano e le pratiche che nel consumo stesso radicano il valore di un oggetto (Arsel e Bean 2018). Se il gusto corrisponde a una forma di distinzione, insomma, è vero anche che esso costituisce una categoria dinamica, non irregolare ma neanche immobile, e integrata in pratiche e contesti anch'essi mutevoli.

Nonostante affondasse le radici in una più antica elaborazione della storia e della cultura italiana, il nuovo regime del gusto qualificò nel secondo dopoguerra – negli ambiti del design o dei marchi industriali, per citare due esempi – il moderno Made in Italy. Si tratta di una categoria che non si esaurisce nell’accezione produttiva o merceologica, né si caratterizza in maniera rigida sul piano realizzativo o stilistico, perché intreccia queste due dimensioni aggiungendo ad esse un valore terzo, non più materiale: come ha ricordato ad esempio Vanni Codeluppi (2023), non tutti i prodotti realizzati o progettati nel Paese sono “Made in Italy”, perché la categoria privilegia quegli ambiti che più facilmente si identificano con un numero ristretto di tratti ritenuti coerenti con l’identità italiana all’estero, e che riguardano in particolare i settori che corrispondono alle tre “F”: Fashion, Furniture, Food.

Come sia stato possibile inserire nel dopoguerra, in questo significativo ma articolato intreccio, una quarta “F”, quella di “Film”, è difficile da stabilire in maniera univoca. Il prodotto Made in Italy non è soltanto realizzato, ma anche ideato o pianificato in Italia; il che, lungi dall’individuare tratti culturali italiani specifici, induce il fruitore internazionale a operare una sintesi che si risolve in un’aura emergente, per così dire, che restituisce una visione sensuale e creativa della vita – sofisticata ma non necessariamente intellettualistica, come peraltro già in Fellini (Bauman 2020) – cui corrisponde un modo di consumare e valorizzare i prodotti artistici, attribuendo ad essi una reputazione che il sistema produttivo e promozionale può eventualmente sfruttare o mettere a sistema. Questo non impedisce evidentemente la generazione di stereotipi, che pure sono parte di sistemi di scambi non unilaterali da indagare anche sul piano storico: potremmo citare l’esempio del film *To Rome with Love* (2012) di Woody Allen come risultato di un’iniziale ricezione della cultura italiana, in gran parte risalente al periodo che seguì il secondo dopoguerra, la quale fu poi restituita al pubblico internazionale come coacervo di stereotipi o motivi di uno “stile italiano” che il cinema, incluso quello di Allen stesso, ha elaborato e contribuito a diffondere nel corso dei decenni.

L’esportazione e ricezione oltreoceano del cinema italiano, e più in generale gli scambi transatlantici indagati nell’ambito di questo volume, hanno contribuito senz’altro alla produzione di almeno un tratto identitario ancora oggi stabile, quello dell’autorevolez-

za di un cinema d'autore che, come scrive Giacomo Manzoli (in Scaglioni 2020, p. 17), “ha una naturale vocazione a confrontarsi con un gusto e con moduli espressivi transnazionali” e che è sostanzialmente esclusivo, cioè mira a “intercettare pubblici per lo più di nicchia”. Non ci chiederemo qui se, alla luce del contesto contemporaneo, si debba individuare in questa tendenza un limite oppure un fattore di cui prendere atto; le culture del consumo sono inevitabilmente intrecciate ai contesti mediali (Iqani 2018), e quella del cinema italiano non fa eccezione. L'origine o il consolidamento moderno delle dinamiche di reinvenzione filmica di tratti distintivi percepiti all'estero come *italianità*, ad ogni modo, possono utilmente essere comprese investigando il contesto che risale al periodo qui considerato. A un periodo, cioè, in cui il cinema costituiva il più potente canale di promozione per un'industria e un patrimonio culturale, storico e geografico; oltre che, non secondariamente, un mezzo per migliorare la rispettabilità di quel patrimonio attraverso i film stessi, intesi come prodotti garantiti dal prestigio di una visione autoriale o da una solidità imprenditoriale variamente contaminata con pratiche culturali di massa e modi di produzione tradizionali. Un cinema inteso insomma come oggetto ma anche come vettore o mediatore, nella complessa rete di scambi transatlantici che supportarono la nascita di un moderno Made in Italy artistico e culturale.

Riferimenti bibliografici

Alonge, G., Carluccio, G.

2015 *Il cinema americano contemporaneo*, Laterza, Roma-Bari.

Arsel, Z., Bean, J.

2018 *Social Distinction and the Practice of Taste*, in E. J. Arnould, C. J. Thompson (eds.), *Consumer Culture Theory*, SAGE, London, pp. 276-294.

Balio, T.

2010 *The Foreign Film Renaissance on American Screens, 1946-1973*, The University of Wisconsin Press, Madison.

Banti, A. M.

2017 *Wonderland. La cultura di massa da Walt Disney ai Pink Floyd*, Laterza, Bari-Roma.

Bauman, R.

2020 *The Fellini Brand: Marketing Appropriations of the Fellini Name*, in F. Burke, M. Waller, M. Gubareva (eds.), *A Companion to Federico Fellini*, Wiley Blackwell, Hoboken, pp. 391-402.

Becker, H. S.

1982 *Art Worlds*, University of California Press, Berkeley-Los Angeles; tr. it. *I mondi dell'arte*, il Mulino, Bologna.

Bentivoglio, L.

2003 "Per me è stato l'uomo del sogno", in "La Repubblica", 1 novembre, p. 33.

Bertellini, G.

1999 *Epica spettacolare e splendore del vero. L'influenza del cinema storico italiano in America (1908-15)*, in G. P. Brunetta (a cura di), *Storia del cinema mondiale. Vol. II*: Gli Stati Uniti*, Einaudi, Torino, pp. 227-265.

Betti, L.

1970 *Federico A.C. Disegni per il Satyricon di Federico Fellini*, Milano Libri, Milano.

Bondanella, P.

1992 *The Cinema of Federico Fellini*, Princeton University Press, Princeton; tr. it. *Il cinema di Federico Fellini*, Guaraldi, Rimini 1994.

2004 *Hollywood Italians: Dagos, Palookas, Romeos, Wise Guys, and Sopranos*, Continuum, New York.

Bourdieu, P.

1979 *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Minuit, Paris; tr. it. *La distinzione. Critica sociale del gusto*, il Mulino, Bologna 1983.

Brunetta, G. P.

2020 *L'Italia sullo schermo. Come il cinema ha raccontato l'identità nazionale*, Carocci, Roma.

Burke, P.

2008 *What Is Cultural History?*, 2nd ed., Polity Press, Cambridge; tr. it. *La storia culturale*, il Mulino, Bologna 2009.

Burke, P. (ed.)

2001 *New Perspectives on Historical Writing*, 2nd ed., Pennsylvania State University Press, University Park; tr. it. *La storiografia contemporanea*, Laterza, Roma-Bari 2007.

Carolan, M. A. McDonald

2014 *The Transatlantic Gaze: Italian Cinema, American Film*, State University of New York Press, Albany.

Carrera, A.

2019 *Fellini's Eternal Rome: Paganism and Christianity in the Films of Federico Fellini*, Bloomsbury, London.

Casetti, F., Malavasi, L.

2003 *La retorica del neorealismo*, in C. Cosulich (a cura di), *Storia del cinema italiano. Vol. VII: 1945-1948*, Marsilio-Edizioni di Bianco & Nero, Venezia-Roma, pp. 176-190.

Codeluppi, V.

2023 *Che cos'è il Made in Italy?*, in "Doppiozero", 23 aprile, <<https://www.doppiozero.com/che-cose-il-made-in-italy>> (ultima consultazione 30/5/2023).

Colombo, F.

2004 *Industria culturale e cultura del consumo*, in S. Bernardi (a cura di), *Storia del cinema italiano. Vol. IX: 1954-1959*, Marsilio-Edizioni di Bianco & Nero, Venezia-Roma, pp. 315-328.

Cooke, P. (ed.)

2007 *World's Cinema's "Dialogues" with Hollywood*, Palgrave Macmillan, Basingstoke.

Corsi, B.

2012 *Produzione e produttori*, Il Castoro, Milano.

Della Casa, S. (a cura di)

2003 *Capitani coraggiosi. Produttori italiani 1945-1975 / Captains Courageous. Italian Producers 1945-1975*, Mondadori Electa, Milano.

Della Casa, S., Viganò, D. E. (a cura di)

2010 *Hollywood sul Tevere. Anatomia di un fenomeno*, Electa, Napoli.

Dellapiana, E.

2022 *Il design e l'invenzione del Made in Italy*, Einaudi, Torino.

Di Chiara, F.

2016 *Peplum. Il cinema italiano alle prese col mondo antico*, Donzelli, Roma.

di Chio, F.

2021 *Il cinema americano in Italia. Industria, società, immaginari dalle origini alla Seconda guerra mondiale*, Vita e Pensiero, Milano.

Ellwood, D.W.

1996 *L'impatto del Piano Marshall sull'Italia, l'impatto dell'Italia sul Piano Marshall*, in G. P. Brunetta (a cura di), *Identità italiana e identità europea nel cinema italiano dal 1945 al miracolo economico*, Edizioni della Fondazione Giovanni Agnelli, Torino, pp. 87-114.

Eugeni, R.

2004 *Sviluppo, trasformazione e rielaborazione dei generi*, in S. Bernardi (a cura di), *Storia del cinema italiano. Vol. IX: 1954-1959*, Marsilio-Edizioni di Bianco & Nero, Venezia-Roma, pp. 77-97.

Fallaci, O.

1958 *Federico Fellini, il regista che ha paura di Hollywood*, in "L'Europeo", n. 44.

Fanchi, M.

2019 *For Many but Not for All: Italian Film History and the Circumstantial Value of Audience Studies*, in D. Biltereyst, R. Maltby, Ph. Meers (eds.), *The Routledge Companion to New Cinema History*, Routledge, London-New York, pp. 387-394.

Fellini, F.

1969 *Fellini Satyricon*, a cura di F. Zanelli, Cappelli, Bologna.

1972 *Fellini Tv. Block-notes di un regista. I clowns*, a cura di R. Renzi, Cappelli, Bologna.

2004 *Intervista sul cinema*, a cura di G. Grazzini, Laterza, Roma-Bari.

Fink, G.

2003 *Distanze di sicurezza: modello americano e cinema italiano*, in L. De Giusti (a cura di), *Storia del cinema italiano. Vol. VIII: 1949/1953*, Marsilio-Edizioni di Bianco & Nero, Venezia-Roma, pp. 223-238.

Fofi, G.

2019 *L'Italia secondo Fellini*, e/o, Roma.

Forgacs, D.

1996 *Italian Cultural Studies: An Introduction*, Oxford University Press, Oxford.

2018 *"Rome, Open City": Before and after Neorealism*, in "Journal of Italian Cinema & Media Studies", vol. 6, n. 3, pp. 301-313.

Forgacs, D., Gundle, S.

2007 *Cultura di massa e società italiana, 1936-1954*, il Mulino, Bologna.

Guback, T. H.

1985 *Hollywood's International Market*, in T. Balio (ed.) *The American Film Industry*, The University of Wisconsin Press, Madison, pp. 463-486.

Gundle, S.

2020 *"We Have Everything to Learn from the Americans": Film Promotion, Product Placement and Consumer Culture in Italy, 1945-1965*, in "Historical Journal of Film, Radio and Television", vol. 40, n. 1, pp. 55-83.

Hughes, E.L.

1971 *On the Set of "Fellini Satyricon": A Behind-the-Scenes Diary*, Morrow, New York.

Iqani, M.

2018 *Consumer Culture and the Media*, in O. Kravets, P. Maclaran, S. Miles, A. Venkatesh (eds.), *The SAGE Handbook of Consumer Culture*, SAGE, London, pp. 275-289.

Kuisel, R. F.

2020 *The End of Americanization? Or, Reinventing a Research Field for Historians of Europe*, in "The Journal of Modern History", vol. 92, n. 3, pp. 602-634.

Maltby, R.

2000 *Cinema, politica e cultura popolare a Hollywood nel dopoguerra, 1945-60*, in G. P. Brunetta (a cura di), *Storia del cinema mondiale. Vol. II***: *Gli Stati Uniti*, Einaudi, Torino, pp. 1397-1435.

Manzoli, G.

2013 *Da Ercole a Fantozzi. Cinema popolare e società italiana dal boom economico alla neotelevisione (1958-1976)*, Carocci, Roma.

McKenna, A. T.

2016 *Showman of the Screen: Joseph E. Levine and His Revolutions in Film Promotion*, University Press of Kentucky, Lexington.

Minuz, A.

2012 *Viaggio al termine dell'Italia. Fellini politico*, Rubbettino, Soveria Mannelli.

Morin, E.

2011 *La sfida della complessità*, Le Lettere, Firenze 2011.

Mosconi, E.

2003 *Tanti punti di proiezione*, in L. De Giusti (a cura di), *Storia del cinema italiano. Vol. VIII: 1949/1953*, Marsilio-Edizioni di Bianco & Nero, Venezia-Roma, pp. 177-187.

Muscio, G.

- 2000 *Cinema e guerra fredda*, in G. P. Brunetta (a cura di), *Storia del cinema mondiale. Vol. II**: Gli Stati Uniti*, Einaudi, Torino, pp. 1437-1461.
- 2018 *Napoli/New York/Hollywood: Film Between Italy and the United States*, Fordham University Press, New York; tr. it. *Napoli/New York/Hollywood. La storia dell'emigrazione artistica italiana che ha cambiato il cinema americano e l'immagine degli italiani negli USA*, Audino, Roma 2020.

Parigi, S.

- 2014 *Neorealismo. Il nuovo cinema del dopoguerra*, Marsilio, Venezia.

Paulicelli, E.

- 2020 *Moda e cinema in Italia. Dal muto ai giorni nostri*, Bruno Mondadori, Milano.

Pitassio, F.

- 2019 *Neorealist Film Culture, 1945-1954: Rome, Open Cinema*, Amsterdam University Press, Amsterdam.

Pravadelli, V.

- 2007 *La grande Hollywood. Stili di vita e di regia nel cinema classico americano*, Marsilio, Venezia.
- 2017 *Italian 1960s Auteur Cinema (and Beyond): Classic, Modern, Post-modern*, in F. Burke (ed.), *A Companion to Italian Cinema*, Wiley Blackwell, Hoboken, pp. 228-248.

Puttnam, D.

- 1997 *The Undeclared War: The Struggle for Control of the World's Film Industry*, HarperCollins, London; tr. it. *La guerra del cinema. Storia e ragioni dello scontro USA-Europa dal secondo dopoguerra a oggi*, Audino, Roma 2010.

Scaglioni, M. (a cura di)

- 2020 *Cinema made in Italy. La circolazione internazionale dell'audiovisivo italiano*, Carocci, Roma.

Steinhart, D.

- 2019 *Runaway Hollywood: Internationalizing Postwar Production and Location Shootings*, University of California Press, Oakland.

Treveri Gennari, D.

- 2011 *Post-War Italian Cinema: American Intervention, Vatican Interests*, Routledge, New York-London.

- Treverì Gennari, D., O'Rawe, C., Hipkins, D., Dibeltulo, S., Culhane, S.
2021 *Italian Cinema Audiences: Histories and Memories of Cinema-going in Post-war Italy*, Bloomsbury, London.
- Uva, Ch.
2019 *L'italianizzazione del mito americano nel western di Sergio Leone*, in V. Pravadelli (a cura di), *Forme del mito e cinema americano*, Roma Tr-E Press, Roma, pp. 163-171.
- Vitella, F.
2021 *Domanda divistica e "vedettizzazione" dell'attore. L'entrata della star nel cinema italiano del secondo dopoguerra*, in "L'Avventura. International Journal of Italian Film and Media Landscapes", n. 2, pp. 159-180.
- Wagstaff, Ch.
1998 *Italian Genre Films in the World Market*, in G. Nowell-Smith, S. Ricci (eds.), *Hollywood and Europe: Economics, Culture, National Identity 1945-95*, BFI, London, pp. 74-85.