

## Dalle carte rosa a fumetti alla pellicola: nuovi intrecci intermediali tra il fotoromanzo e il cinema

Nike Francesca Del Quercio  
(Università di Bologna)

Pubblicato: 23 aprile 2026

**Abstract** – This article traces an unusual – and in a sense ‘reverse’ – trajectory of intermedial exchanges between cinema and the photoromance, highlighting the bidirectional nature of their relationship. Far from being a mere derivative of the cinematic medium, the photoromance emerges as a space where popular culture and auteur cinema intersect. Through the case studies of three prominent Italian filmmakers – Michelangelo Antonioni, Federico Fellini, and Cesare Zavattini – the article demonstrates how illustrated romance magazines, such as «Grand Hotel», «Sogno», and «Bolero Film», originally shaped by cinematic aesthetics and atmospheres, came to inspire certain auteur films in turn. Each of these directors recognized the fotoromanzo as a medium capable of capturing everyday desires and postwar social transformations. By reconsidering the fotoromanzo not as a mere appendix of cinematic paratexts but as a dialogic interlocutor, the article proposes a reassessment of its relationship with cinema as well as its cultural significance within the history of Italian visual storytelling.

**Keywords** – cinema; intermediality; media convergence; photoromance; popular culture.

**Abstract** – Il presente articolo traccia un percorso insolito – e in un certo senso ‘al contrario’ – di intrecci intermediali tra cinema e fotoromanzo, mettendo in luce la natura bidirezionale del loro rapporto. Lontano dall’essere una semplice derivazione del medium cinematografico, il fotoromanzo si rivela infatti uno spazio in cui cultura popolare e cinema d’autore trovano un punto d’incontro. Attraverso i casi studio di tre registi italiani di rilievo – Michelangelo Antonioni, Federico Fellini e Cesare Zavattini – l’articolo mostra come riviste di romanzi rosa a fumetti, quali «Grand Hotel», «Sogno» e «Bolero Film», nate dall’estetica e dalle atmosfere cinematografiche, abbiano finito per ispirare a loro volta pellicole d’autore. I registi sopracitati, ciascuno a modo proprio e nel proprio stile, hanno saputo infatti vedere nel fotoromanzo un prodotto capace di cogliere i desideri quotidiani e le trasformazioni sociali del dopoguerra italiano. Riconsiderando il fotoromanzo non come una semplice appendice dei paratesti cinematografici, ma come suo interlocutore dialogico, l’articolo propone una nuova valutazione del suo rapporto con il cinema nonché della sua rilevanza culturale nella storia della narrazione visiva italiana.

**Parole chiave** – cinema; convergenza dei media; cultura popolare; fotoromanzo; intermedialità.

Del Quercio, Nike Francesca, *Dalle carte rosa a fumetti alla pellicola: nuovi intrecci intermediali tra il fotoromanzo e il cinema*, «Finzioni», n. 10, 5 - 2025, pp. 47-62.

[nike.delquercio2@unibo.it](mailto:nike.delquercio2@unibo.it)

<https://doi.org/10.60923/issn.2785-2288/24869>

[finzioni.unibo.it](http://finzioni.unibo.it)

Copyright © 2025 Nike Francesca Del Quercio

The text in this work is licensed under Creative Commons BY-SA License.

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

### 1. Introduzione

Il presente studio compiendo un percorso insolito e in un certo senso ‘al contrario’ di intersezionalità tra il cinema e il fotoromanzo pone in nuova luce un rapporto fino a questo momento visto esclusivamente come unidirezionale, in cui il secondo sarebbe stato solo una derivazione del primo, e mostra come il cinema abbia invece a sua volta tratto in alcune occasioni ispirazione da un genere così a lungo sottostimato quale fu il fotoromanzo.

Tale prodotto editoriale ha rappresentato un fenomeno di massa che ha coinvolto milioni di lettori, prima in Italia e poi anche in altri paesi del mondo, dalla fine degli anni Quaranta agli inizi degli anni Ottanta del secolo scorso<sup>1</sup>. Questa «opera doppia» in cui testo e immagine sono reciprocamente interconnessi<sup>2</sup>, nonostante l'enorme diffusione, ha subito la stessa sorte toccata a molti altri generi della cultura popolare o mediatica finendo col soffrire per decenni non solo di una mancanza di riconoscimento ma soprattutto di una «mal conoscenza», come nota Jan Baetens, studioso nonché appassionato del genere<sup>3</sup>.

Con il termine fotoromanzo si indica il genere iconotestuale composto dalle narrazioni ‘rosa’ messe su carta con didascalie, vignette, fotogrammi e balloon, seguendo la tecnica del fumetto, antenato da cui si distacca facendo prevalere il registro verbale sul registro iconico. Pur essendo infatti fruiti entrambi in simultaneità, secondo una «meccanica pendolare» che oscilla dall'uno all'altro<sup>4</sup>, nel fotoromanzo la parola può in teoria sussistere senza l'immagine garantendo comunque da sola la comprensione della storia; viceversa, la sola componente iconica, senza testo, porterebbe a una sequenza di immagini prive di senso<sup>5</sup>, tanto che il critico Saint-Michel<sup>6</sup> giocando con il termine francese ‘roman-photo’ lo ribattezzò il *roman (avec) photo*, il ‘romanzo’ con ‘le foto’.

Diversamente dai fumetti, nel fotoromanzo, infatti, le porzioni di testo nei balloon e nelle didascalie sono spesso dei veri e propri muri di testo che occupano spazi equivalenti a quelli delle immagini, rompendo la regola aurea del *comics*, secondo cui il testo non dovrebbe essere troppo lungo per non nascondere particolari interessanti della scena<sup>7</sup>. Ciò avviene perché nel

<sup>1</sup> Per la storia del genere si rimanda a E. Detti, *Le carte rosa: storia del fotoromanzo e della narrativa popolare*, Firenze, La Nuova Italia, 1990.

<sup>2</sup> F. Milani, *1945-1961: L'Italia del dopoguerra*, in G. Benvenuti (a cura di), *La letteratura italiana dal 1895 a oggi. Una storia intermediale*, Torino, Einaudi, 2025, pp. 175-256: 227.

<sup>3</sup> J. Baetens, *Il fotoromanzo: immagini di una storia*, «Arabeschi - Rivista internazionale di studi su letteratura e visualità», 4, 2014, pp. 203-228: 204.

<sup>4</sup> A. Abruzzese, *Fotoromanzo*, in A. Asor Rosa, *Letteratura italiana. Storia e Geografia III: L'età contemporanea*, Torino, Einaudi, 1989, pp. 1269-1288: 1280.

<sup>5</sup> G. Sergio, *Liala, dal romanzo al fotoromanzo. Le scelte linguistiche, lo stile, i temi*, Milano-Udine, Mimesis, 2012, p. 84.

<sup>6</sup> S. Saint-Michel, *Le roman-photo*, Paris, Larousse, 1979, p. 39.

<sup>7</sup> E. Jacobelli, *Istruzioni pratiche per la realizzazione del fotoromanzo*, Milano, Editrice Politecnica Italiana, 1956, p. 67.

fotoromanzo le fotografie sono orientate a spiegare meno l'azione e più la situazione<sup>8</sup>, sbilanciando a favore della parola la sinergia testo-immagine su cui si costruisce solitamente il fumetto<sup>9</sup>, dotato di una rappresentazione iconografica polisemica da decifrare tanto quanto le parole nei balloon. Le scene del fotoromanzo, invece, raffigurano generalmente interni borghesi in cui si muovono personaggi in pose plastiche, rappresentati un momento prima o un momento dopo che l'azione si compia ma nella sua acme.

## 2. *Dai cineromanzi ai fotoromanzi: nascita di un fenomeno di massa*

Prima di addentrarsi nel discorso sul rapporto tra cinema e fotoromanzo, è utile fare qualche cenno a un antecedente di quest'ultimo, che costituì in un certo senso un punto di congiunzione tra i due media: il cineromanzo, un genere paraletterario poco noto, nato in Italia a cavallo tra le due guerre mondiali e oggetto in passato di forti pregiudizi sociologici e politici<sup>10</sup> riflesso delle tensioni e le trasformazioni della cultura di massa italiana nel periodo della sua affermazione.

Gli anni Trenta in Italia sono infatti un periodo caratterizzato da un particolare fermento culturale: nasce la moderna industria culturale italiana<sup>11</sup>, l'editoria delle riviste si rinnova grazie all'uso della fotografia che, insieme al cinema, cambia non solo le modalità di creazione ma anche di fruizione dell'arte<sup>12</sup>, fanno il loro ingresso tra i mass-media i grandi rotocalchi popolari<sup>13</sup>, in generale ci si avvia verso la diffusione di una letteratura di consumo rivolta a una ampia platea di lettori occasionali che hanno più tempo libero da poter dedicare alla lettura<sup>14</sup>. Questa nuova prospettiva culturale si riversa anche nel cinema che si lega in modo crescente alla letteratura e al teatro, al punto che quasi la metà dei film prodotti tra il 1930 e il 1943 sono tratti da testi letterari<sup>15</sup>.

In questo gioco di intrecci e rimandi intermediali, le pellicole danno vita a un percorso circolare e se da un lato attingono le trame dai romanzi, dall'altro restituiscono quelle narrazioni alla carta in forma mediata, alleggerita e popolare, attraverso un prodotto editoriale inedito per il paese, il cineromanzo appunto, che scompone e riassume film di successo sotto forma di

<sup>8</sup> S. Saint-Michel, *Le roman-photo*, cit., p. 38.

<sup>9</sup> S. Morgana, *La lingua del fumetto*, in I. Bonomi, S. Morgana (a cura di), *La lingua italiana e i mass media*, Roma, Carocci, 2016, pp. 221-256: 222.

<sup>10</sup> J. Baetens, *The Film Photomovel. A Cultural History of Forgotten Adaptations*, Austin (TX), University of Texas Press, 2019, p. 6.

<sup>11</sup> Cfr. F. Colombo, *La cultura sottile. Media e industria culturale in Italia dall'Ottocento agli anni Novanta*, Milano, Bompiani, 1998.

<sup>12</sup> L. Torti, *1929-1944: Industria culturale e propaganda*, in G. Benvenuti (a cura di), *La letteratura italiana dal 1895 a oggi*, cit., pp. 257-382: 287.

<sup>13</sup> E. Mosconi, *Figure femminili tra cinema ed editoria popolare*, in R. De Berti, E. Moscone (a cura di) *Cinepopolare. Schermi italiani degli anni Trenta*, «Comunicazioni Sociali», 4, 1998, pp. 634-652.

<sup>14</sup> F. Milani, *1945-1961: L'Italia del dopoguerra*, cit., p. 177.

<sup>15</sup> Cfr. L. Miccichè, *Il cinema italiano sotto il fascismo: elementi per un ripensamento possibile*, in M. Argenterici (a cura di), *Risate di regime. La commedia italiana 1930-1944*, Venezia, Marsilio, 1991, pp. 37-63: 46-47.

racconti d'appendice composti da fotogrammi accompagnati da brevi testi, prima in forma di didascalia e poi come veri e propri 'fotoromanzi'<sup>16</sup>, avviando proprio con quest'ultimo un processo di *changing partner*, tutt'altro che neutro o trasparente<sup>17</sup>.

L'espedito ha successo dal momento che per buona parte della popolazione italiana, poco scolarizzata se non proprio analfabeta<sup>18</sup>, il cinema costituisce la principale forma di divertimento<sup>19</sup> seppur a un costo elevato per l'epoca di circa 200 lire<sup>20</sup>. Il cineromanzo allora va incontro in un certo senso a questo problema permettendo allo spettatore, con 10 lire, di rivivere quanto già visto sullo schermo e prolungare l'esperienza filmica; accanto a questa funzione accessoria però, come nota De Berti<sup>21</sup>, la rivista acquisisce fin dagli esordi – almeno a livello del consumo – vita propria, risultando fruibile anche per un pubblico che non abbia visto la pellicola originale. Sostituendo la visione della sala cinematografica o affiancandola con una lettura fatta a casa propria, i 'film di carta'<sup>22</sup> si pongono come un dispositivo visivo che, mentre riconferma l'importanza della pellicola, supera il binomio film/visione in sala, «preludendo a quel decentramento del prodotto filmico tipico dell'età contemporanea»<sup>23</sup>.

Il cineromanzo, come del resto gran parte dell'offerta culturale del paese, è però in quegli anni fortemente legato ai modelli mediatici americani in particolare del cinema hollywoodiano che domina incontrastato sulle pagine dei periodici d'intrattenimento, con una conseguente «trasformazione dei modelli culturali e sociali di riferimento»<sup>24</sup>. Quando, allora, nel 1938 il governo fascista decide di contrastare la deriva esterofila del cinema in Italia istituendo il monopolio sulle importazioni dei film con il conseguente ritiro delle principali case di produzione americane dal mercato italiano, i cineromanzi vengono privati del loro più importante bacino di storie sebbene – come sottolinea De Berti<sup>25</sup> – i modelli americani siano ormai ben radicati nella cultura di massa italiana.

Il provvedimento censura ma non estirpa la passione delle masse per i prodotti culturali di stampo americano e la caduta del regime qualche anno dopo corrisponde in Italia con la rinascita e la proliferazione delle riviste illustrate, tanto che il Paese si posiziona al terzo posto nelle classiche per numero di lettori di periodici illustrati in Europa<sup>26</sup>.

In questo clima di grande eccitazione politica, sociale e culturale – che vede la nascita della Repubblica Italiana – i fratelli Del Duca, già editori della rivista per ragazzi di successo,

<sup>16</sup> R. De Berti, *Dallo schermo alla carta. Romanzi, fotoromanzi, rotocalchi cinematografici: il film e i suoi paratesti*, Milano, Vita e pensiero, 2000, p. 68.

<sup>17</sup> J. Baetens, *The Film Photonovel*, cit. p. 16.

<sup>18</sup> Cfr. T. De Mauro, *Storia linguistica dell'Italia repubblicana dal 1946 ai giorni nostri*, Bari, Laterza, 2014.

<sup>19</sup> Cfr. D. Forgacs, S. Gundle, *Cultura di massa e società italiana: 1936-1954*, Bologna, il Mulino, 2007.

<sup>20</sup> S. Turzio, *Il Fotoromanzo. Metamorfosi delle storie lacrimevoli*, Milano, Meltemi, 2019, p. 19.

<sup>21</sup> R. De Berti, *Dallo schermo alla carta*, cit., p. 69.

<sup>22</sup> E. Detti, *Le carte rosa*, cit., p. 69.

<sup>23</sup> S. Alovisio, *Cineposta*, in E. Morreale (a cura di), *Lo schermo di carta. Storia e storie dei cineromanzi*, Milano, Il Castoro, pp. 143-159: 145.

<sup>24</sup> R. De Berti, *Dallo schermo alla carta*, cit., p. 75.

<sup>25</sup> Ivi, p. 77.

<sup>26</sup> D. Forgacs, S. Gundle, *Cultura di massa e società italiana*, cit., p. 139.

«L'intrepido»<sup>27</sup>, e il regista Damiano Damiani hanno l'idea di creare – sulla scia del fortunato esperimento del cineromanzo – una rivista che sia svincolata dalla produzione cinematografica e dai suoi tempi lunghi e che metta su carta storie nuove, magari liberamente ispirate a film o romanzi già esistenti, ma che comunque abbiano vita propria<sup>28</sup>.

L'intento non risponde solo a dinamiche di profitto, ma cela uno scopo più nobile e lo stesso regista in un'intervista dirà:

Per noi la cosa più importante, in quel momento, era fornire a masse sempre più vaste strumenti di lettura, e così contribuire alla loro emancipazione. Venivamo dal fascismo, quando la scelta per la maggior parte della gente era tra l'analfabetismo e la lettura di messaggi predeterminati e conformisti. Con il fotoromanzo [...] ci preoccupavamo di allargare l'area dei lettori, dell'acculturazione, utilizzando storie riconoscibili e comprensibili perché corrispondenti a valori e sentimenti allora assai diffusi.<sup>29</sup>

Così Cino e Alceo Del Duca, con la loro Edizioni Universo, lanciano sul mercato nel giugno 1946, a poche settimane dal referendum repubblicano, il primo fotoromanzo della storia, «Grand Hotel»<sup>30</sup>, che unisce il mondo della letteratura rosa alla stampa illustrata.

Il successo è immediato e la prima tiratura di 100.000 copie finisce in pochi giorni<sup>31</sup>. La piccola casa editrice De Fonseca, poi Rizzoli, nel maggio 1947, esce in edicola con una rivista dello stesso genere dal titolo «Il mio Sogno. Settimanale di romanzi d'amore e fotogrammi», successivamente abbreviato nell'iconico «Sogno», introducendo la fotografia al posto dei disegni (cosa che peraltro farà anche «Grand Hotel» a partire dall'ottobre 1950). Il mese successivo anche il colosso editoriale Mondadori entra sul mercato dei romanzi rosa a fumetti con «Bolero Film». Le 'tre corone' del fotoromanzo sono così al completo.

Avere un'idea precisa della vastità del fenomeno è un'impresa quanto mai ardua dal momento che il fotoromanzo viene sempre guardato con sospetto, visto come un prodotto per 'servette'<sup>32</sup> e da ignorare o nascondere. Difatti in una epoca in cui i valori di mercato sono ancora decisamente delegittimati e il taglio popolare dei prodotti è ammesso solo in chiave emancipatoria, le case editrici Mondadori e Rizzoli non includono «Bolero Film» e «Sogno» nell'elenco ufficiale delle loro pubblicazioni<sup>33</sup> oppure riportano dati generici concentrando

<sup>27</sup> Già «L'Intrepido» è una grande novità nel panorama dei periodici italiani, la rivista per ragazzi unisce infatti la tematica amorosa al romanzo d'avventura attirando tra le fila dei suoi lettori anche le ragazze, solitamente escluse dall'*audience* dei fumetti.

<sup>28</sup> Cfr. S. Turzio, *Il Fotoromanzo*, cit.

<sup>29</sup> R. Piperno, M.T. Anelli, M. Morgavi, P. Gabbrielli, *Fotoromanzo: fascino e pregiudizio. Storia, documenti e immagini di un grande fenomeno popolare (1946- 1978)*, Milano, Savelli, 1979, p. 82.

<sup>30</sup> Anche se all'inizio delle pubblicazioni «Grand Hotel» utilizza vignette con disegni realistici e non fotografie, tale rivista è comunque da considerarsi l'iniziatrice del genere, in quanto è la prima ad unire in modo peculiare il *comics* alla narrazione rosa.

<sup>31</sup> P. Bonifazio, *The Photomance: A Feminist Reading of Popular Culture*, Cambridge (MA), MIT Press, 2020.

<sup>32</sup> E. Detti, *Le carte rosa*, cit., p. 109.

<sup>33</sup> A. Bravo, *Il fotoromanzo*, Bologna, il Mulino, 2003, p. 125.

l'attenzione sul fatto che le risorse acquisite con la vendita dei fotoromanzi vengano utilizzate per sostenere la produzione culturale di qualità<sup>34</sup>.

Il sociologo Piperno, autore insieme a un'équipe di studiosi dell'indagine dal titolo *Fotoromanzo: fascino e pregiudizio*, riferisce che secondo i dati UPA (Utenti Pubblicità Associati) alla fine degli anni Cinquanta i lettori di «Grand Hotel» e «Bolero Film» erano quasi 4 milioni<sup>35</sup>. I dati però si riferiscono solo ai numeri venduti e non ai lettori effettivi che se per un quotidiano erano in rapporto di 1 a 3 per i fotoromanzi si aggiravano intorno a 1 a 5 o addirittura 1 a 10<sup>36</sup>.

Il fotoromanzo deve la sua enorme portata mass-mediatica alla capacità che ebbe di creare fin da subito un fandom di lettrici fedelissime e assetate di storie sempre nuove, la sua popolarità però gli costò molte critiche e un disprezzo diffuso. Roland Barthes nell'opera *Frammenti di un discorso amoroso*<sup>37</sup> scrisse che «Nous Deux» – il gemello francese di «Grand Hotel»<sup>38</sup> – era una rivista più oscena di Sade; la Chiesa definì i fotoromanzi sottoprodotti inquinanti, dalla moralità dubbia, al più adatti a un pubblico di sospirose 'semivergini'<sup>39</sup> e dalle file del Partito Comunista la voce di Nilde Iotti, partigiana e politica, si levò ammonendo le lettrici di questi «narcotici a 30 lire»<sup>40</sup> sulle pagine della rivista femminile del PCI, «Noi donne».

Ci fu persino chi, come Quintavalle<sup>41</sup>, arrivò a dire che i romanzi rosa a fumetti erano inviti precisi e costanti al disimpegno politico e culturale e Arcangeli riporta la definizione che ne diede Italo Calvino: «una vaccata immonda»<sup>42</sup>. In generale, per la sinistra il fotoromanzo guardava troppo all'America capitalista, per la Chiesa le protagoniste erano troppo scollacciate e libertine, per gli intellettuali era scritto male e pieno di banalità, per le femministe era uno strumento del patriarcato. Le stesse dive dei fotoromanzi lo trovavano un lavoro così imbarazzante che se da un lato dedicavano fotografie e baci alle lettrici, dall'altro si affrettavano a prenderne le distanze ammettendo che erano giornali orrendi ma che «de case editrici pagano cifre astronomiche»<sup>43</sup>.

Eppure, questo genere apparentemente così frivolo e peccaminoso riuscì a compiere, in modo inaspettato, una rivoluzione culturale nel mondo femminile dell'Italia del dopoguerra; il problema della scarsa scolarizzazione femminile, che all'epoca interessava la maggior parte della popolazione<sup>44</sup>, rendeva infatti difficile a molte donne la lettura seppure semplificata dalla

<sup>34</sup> A. Abruzzese, *Fotoromanzo*, cit., p. 1276.

<sup>35</sup> R. Piperno, M.T. Anelli, M. Morgavi, P. Gabbrielli, *Fotoromanzo: fascino e pregiudizio*, cit., p. 127.

<sup>36</sup> Cfr. P. Bonifazio, *The Photomance*, cit.

<sup>37</sup> R. Barthes, *Frammenti di un discorso amoroso*, Torino, Einaudi, 1979.

<sup>38</sup> Nel 1947, ad un anno dalla nascita di «Grand Hotel», Cino e Alceo Del Duca lanciarono la loro rivista anche nel mercato editoriale francese col titolo di «Nous Deux», sul quale riproducevano gli stessi fotoromanzi pubblicati in Italia ma tradotti in lingua francese.

<sup>39</sup> G. Sergio, *Liala, dal romanzo al fotoromanzo*, cit., p. 39.

<sup>40</sup> N. Iotti, *La questione dei fumetti*, «Rinascita», VIII, 12, 1951, pp. 583-585.

<sup>41</sup> A.C. Quintavalle, (a cura di), *Nero a strisce. La reazione a fumetti*, catalogo della mostra tenuta a Parma e a Ferrara nel 1971, Parma, Istituto di storia dell'arte dell'Università di Parma, 1971, p. 14.

<sup>42</sup> M. Arcangeli (a cura di), *Itabolario. L'Italia unita in 150 parole*, Roma, Carocci, 2011, p. 190.

<sup>43</sup> A. Bravo, *Il fotoromanzo*, cit., p. 179.

<sup>44</sup> T. De Mauro, *Storia linguistica dell'Italia repubblicana dal 1946 ai giorni nostri*, cit., p. 78.

presenza delle immagini dei fotoromanzi, tuttavia dal desiderio di superare questo ostacolo e poter fruire delle storie rosa a fumetti nacque la pratica della lettura collettiva dei fotoromanzi per cui le donne iniziarono a riunirsi negli androni dei palazzi, nelle scuole di sartoria, nelle case e chi lo sapeva fare leggeva i fotoromanzi alle altre<sup>45</sup> che così, pur non sapendo leggere, potevano seguire la storia attraverso le figure. Le donne italiane iniziarono così a creare una cultura collettiva che guardava a modelli di donne forti e intraprendenti e che sarebbe stata alla base dell'identità di genere nazionale<sup>46</sup>.

### 3. Pellicole di carta: il debito del fotoromanzo con il cinema

Il debito del fotoromanzo col cinema è chiaro e anzi programmatico sin dal suo esordio e gli stessi Cino e Alceo Del Duca rendono il legame tra i due media evidente già dal nome scelto per la testata, «Grand Hotel» è infatti il titolo di un celebre film del 1932 di Edmund Goulding, interpretato da Greta Garbo, che ebbe grande successo in Italia.

Osservando da vicino la copertina del primo numero, disegnata da Walter Molino (**IMG. 1**), si può notare che è interamente costruita sul richiamo al mondo delle pellicole, a partire dalla scena ritratta: una giovane ed elegante coppia all'entrata del cinema Grand Hotel, come si legge sullo sfondo, in alto a destra. Nel disegno la donna, sorridente e vestita con un bel completo rosso, è ritratta mentre indica all'uomo che tiene sottobraccio il poster del film che stanno per vedere, prodotto dalla Casa di Produzione Universo, come è scritto nell'angolo a sinistra dell'immagine. La proiezione a cui stanno per assistere, come si legge sulle tre locandine sparse nel disegno, è *Anime incatenate*, che è il titolo della prima storia fotoromanzata che le lettrici e i lettori della rivista troveranno in quel numero.

<sup>45</sup> G. Saladino, *I fumetti e la nostra propaganda*, «Quaderno dell'attivista», 3, 20 febbraio 1956.

<sup>46</sup> Cfr. N.F. Del Quercio, *Come leggevano le italiane. La lettura collettiva del fotoromanzo come momento di alfabetizzazione ed emancipazione delle donne italiane in epoca post-fascista*, in S. Carati, M. Malvestio, L. Marfè, A. Metlica, V. Vignotto, *Poteri della lettura. Pratiche, immagini, supporti*, Atti del Convegno annuale dell'Associazione di Teoria e Storia Comparata della Letteratura, Padova, 14-16 dicembre 2023, Padova, Padova University Press, 2024, vol. 2, pp. 341-355.



IMG. 1 Copertina del primo numero di «Grand Hotel», 1946  
© Archivio Storico Edizioni Del Duca srl

Il legame con il cinema viene così reso manifesto sia nella scelta del nome «Grand Hotel» che nelle molteplici allusioni presenti nella prima copertina; tuttavia, tale rapporto non è dichiarato in modo diretto o didascalico: non c'è un sottotitolo che specifichi la natura del prodotto – come accadrà per «Sogno», che si presenterà come «Settimanale di romanzi d'amore a fotogrammi» – né un riferimento trasparente al linguaggio filmico, come farà Mondadori con «Bolerio Film». Poiché il genere nel 1946 è una novità assoluta sul mercato editoriale, gli stessi produttori lasciano che sia il pubblico a dargli una definizione: 'film su carta', 'film-romanzi', 'romanzi-film', 'cineracconti', 'film illustrati', 'cinefotoromanzi' sono solo alcune delle etichette attribuite dai lettori e dalle redazioni ai primi numeri<sup>47</sup>. La confusione nella nomenclatura mostra però che chi legge la rivista ha chiaro il legame che essa ha con il cinema da cui eredita l'estetica e le tematiche, attingendo largamente al suo patrimonio di scenografie, trame, corpi, visi<sup>48</sup>.

<sup>47</sup> S. Turzio, *Il fotoromanzo*, cit., p. 18.

<sup>48</sup> A. Bravo, *Il fotoromanzo*, cit., p. 32.

In questo gioco di intersezioni intermediali, «Grand Hotel» può sfruttare la libertà concessa dal disegno acquerellato in una vasta gamma di grigi<sup>49</sup> per riprodurre su carta personaggi che richiamino in modo esplicito le star di Hollywood, così ad esempio i protagonisti di una storia chiaramente ispirata a *Via col vento*, dal titolo *La legge del Sud*, assumono le fattezze degli attori del film Clark Gable e Vivien Leigh (**IMG. 2**).



IMG. 2 *La legge del Sud* su «Grand Hotel»  
© Archivio Storico Edizioni Del Duca srl

L'introduzione delle fotografie al posto dei disegni, operata da «Sogno» e «Bolero Film» invece, se da un lato priva il fotoromanzo della libertà rappresentativa dei disegni, dall'altro accentua il rapporto con il film<sup>50</sup>, trasformandolo nel giro di pochi anni da fonte di ispirazione ad avversario con cui competere, tanto che nella premessa all'adattamento fotoromanzato del 1953 dei *Promessi Sposi* per «Albi di Bolero Film» si legge:

...gli increduli prenderanno atto della maturità raggiunta dal fotoromanzo, ormai in grado di competere con il cinema e forse capace di superarlo [...], una forma d'arte o per lo meno un moderno

<sup>49</sup> F. Milani, *1945-1961: L'Italia del dopoguerra*, cit., p. 231.

<sup>50</sup> Non appare un caso, d'altronde, che sia Mondadori che Rizzoli erano proprietari in quegli anni anche di case cinematografiche, rispettivamente la Montedoro e la Novella Film, come riportato in L. Torti, *1929-1944: Industria culturale e propaganda*, cit., pp. 117-118.

linguaggio ‘volgare’ nel senso classico e nobile della parola, adeguato a questo nostro tempo dinamico e atomico al secolo della rapidità e della televisione.<sup>51</sup>

Il genere, nato pochi anni prima come emanazione del frammentato apparato paratestuale del cinema, sembra ormai essersi emancipato da quell'intreccio intermediale, presentandosi come un prodotto autonomo e competitivo che può contare su un prezzo estremamente contenuto e, soprattutto, sulla possibilità di reiterare a proprio piacere l'esperienza di fruizione,

#### 4. *Dalla carta al grande schermo: il fotoromanzo nel cinema di Antonioni, Fellini e Zavattini*

Quanto il fotoromanzo debba le sue origini al cinema è cosa nota e, come si è visto, ben documentata; molto meno è stato invece esplorato il percorso inverso che ha visto il cinema guardare al fotoromanzo e trasporlo dalla carta al grande schermo. In questa sede ci si soffermerà su tre casi rappresentativi del fascino che questo nuovo mondo di carta esercitò su tre dei più importanti cineasti italiani del secondo dopoguerra, spingendoli ad intraprendere un viaggio intermediale ‘al contrario’, dal fotoromanzo al cinema: Michelangelo Antonioni, Federico Fellini e Cesare Zavattini.

Per la sua ossessione per la vacuità dell'esistenza e per la fascinazione dei luoghi vuoti<sup>52</sup> corroborati da lunghi piani sequenza, Michelangelo Antonioni è diventato nel tempo l'emblema dell'artista intellettuale e filosofo applicato al cinema, una figura «pesante per antonomasia, con tutto il suo carico di cultura, poesia, artificiosità, rigore, noia, lentezza»<sup>53</sup> eppure alla base della filmografia del regista ferrarese c'è l'intenzione di far dialogare nelle sue opere componenti ‘colte’ di ricerca e forme della cultura di massa<sup>54</sup> attingendo, in particolare nelle sue prime pellicole, a generi popolari come il noir, il giallo, la narrazione d'avventura e il melodramma. Proprio da un genere di massa, il fotoromanzo appunto, prende le mosse la carriera di Antonioni che, nel 1949, debutta alla regia con un documentario che indaga l'universo del fandom fotoromanzesco dal titolo *L'amorosa menzogna*<sup>55</sup>.

La pellicola, con cui vince anche il Nastro d'Argento per il miglior documentario nel 1950, segue due popolari attori di fotoromanzi dell'epoca, Anna Vita e Sergio Raimondi, durante una loro giornata tipo. Oltre a posare per le riviste di romanzi fotografici, entrambi svolgono lavori comuni – Raimondi, ad esempio, è meccanico – e il regista li accompagna sia sul set, mostrando

<sup>51</sup> A. Bravo, *Il fotoromanzo*, cit., p. 46.

<sup>52</sup> «obsession environnementale de la vacuité et par la fascination des lieux vides», J. Moure, *Michelangelo Antonioni: Cinéaste de l'évident*, Paris, L'Harmattan, 2001, p. 14 (traduzione mia).

<sup>53</sup> G. Manzoli, *Leggerezza di Michelangelo Antonioni*, in A. Boschi, F. Di Chiara (a cura di), *Michelangelo Antonioni. Prospettive, culture, politiche, spazi*, Milano, Il Castoro, 2015, pp. 19-31: 19.

<sup>54</sup> L. Quaresima, «L'arte del fotogramma. Antonioni e il cineromanzo», in A. Boschi, F. Di Chiara (a cura di), *Michelangelo Antonioni*, cit., pp. 109-134: 115.

<sup>55</sup> Il documentario è reperibile nella sua versione estesa su YouTube (<https://www.youtube.com/watch?v=1BAVjKpLzSE>, ultima consultazione: 26 marzo 2026).

al pubblico il backstage della produzione del fotoromanzo, sia nella vita quotidiana, rivelando la devozione e l'adorazione delle loro fan.

Antonioni si mostra non solo affascinato dal mondo dei 'fumetti rosa' ma anche indulgente con il suo pubblico, ingiustamente disprezzato. Mentre le immagini scorrono, una voce fuori campo spiega che le donne e gli uomini che divorano avidamente fotoromanzi sono lettori umili, alla ricerca di uno svago a buon mercato, definizione che compare non a caso anche nello studio sulla cultura di massa nell'Italia del dopoguerra degli storici Forgacs e Gundle<sup>56</sup>.

La noia della quotidianità, che nei film della maturità attanaglierà inesorabilmente i suoi protagonisti, è qui rotta dal sogno di una vita avventurosa, come quella offerta dai fotoromanzi, che sono un vero e proprio 'cinematografo tascabile', come dice la voce narrante. Anche la sete di eroi, in un momento storico in cui di eroi non ce ne sono, trova in queste riviste la sua soddisfazione, perché come recita il regista invitando a non giudicare male i lettori di fotoromanzi: «Ogni epoca ha i suoi eroi, la nostra ha gli eroi a fumetti».

Lo straniamento iniziale suscitato dall'accostamento tra il cineasta e il fotoromanzo svanisce così dopo aver visto il documentario, comprendendo che se per l'Antonioni adulto e disincantato nulla sembra potersi opporre all'incomunicabilità, il regista in gioventù riconosce che, almeno per le persone più umili, un conforto e uno svago possono essere trovati proprio nel fotoromanzo, al quale spetta perciò il compito encomiabile e non facile di alleviare le sofferenze dell'Italia del secondo dopoguerra permettendo alle italiane di sognare un futuro prima impensabile in virtù di una rapida promozione sociale<sup>57</sup>.

Se Antonioni subisce il fascino del fotoromanzo e cerca di giustificarlo agli occhi dei suoi detrattori, un approccio totalmente diverso al genere ha invece Federico Fellini nel film *Lo sceicco bianco* (**IMG. 3**) tanto che la già citata Anna Vita, protagonista dell'*Amorosa menzogna*, rifiuta la parte da protagonista perché sostiene che la pellicola «mette in ridicolo il suo pubblico, il suo giornale e lei stessa»<sup>58</sup>.

Il film, con cui Fellini debutta da regista solista<sup>59</sup>, esce nelle sale italiane nel 1952 ed è scritto a quattro mani proprio con Antonioni; la pellicola sancisce anche l'inizio del sodalizio con il compositore Nino Rota.

Il film segue Ivan e Wanda, novelli sposi di provincia, nel loro viaggio di nozze a Roma. Ivan vuole fare buona impressione su uno zio influente, che ha procurato alla coppia un'udienza col papa per benedire l'unione; Wanda invece durante quel soggiorno nella capitale sogna segretamente di incontrare il suo idolo, il protagonista del fotoromanzo *Lo sceicco bianco*, di cui è innamorata.

Con una scusa, perciò, Wanda appena ne ha la possibilità si allontana dal marito e raggiunge ad Ostia la troupe del fotoromanzo. Lì conosce il divo Fernando Rivoli (interpretato da Alberto

<sup>56</sup> D. Forgacs, S. Gundle, *Cultura di massa e società italiana*, cit., p. 379.

<sup>57</sup> F. Milani, *1945-1961: L'Italia del dopoguerra*, cit., p. 232.

<sup>58</sup> A. Bravo, *Il fotoromanzo*, cit., p. 179.

<sup>59</sup> Nella pellicola *Luci del varietà* del 1951 Fellini aveva condiviso la regia con Alberto Lattuada.

Sordi) e dapprima conquista una partecina nel cast, poi vestita da odalisca, si apparta con l'attore. L'incontro si rivela deludente: lo 'sceicco' è in realtà un uomo superficiale e in cerca di avventure, per di più è sposato e sua moglie irrompe sul set cogliendolo in flagrante. Wanda rimane sola e umiliata, mentre Ivan, ignaro, si affanna a giustificare la misteriosa assenza della moglie ai parenti.



IMG. 3 Brunella Bovo in una scena tratta dal film *Lo sceicco bianco* (1952) di Federico Fellini © Wikimedia

Intanto, disperata, la donna tenta il suicidio gettandosi nel Tevere, ma finisce in ospedale. Ivan, dopo una notte angosciosa, la ritrova appena in tempo per l'udienza papale. I due si ricongiungono e, nonostante tutto, ritrovano l'amore.

Il film alla sua uscita è un completo insuccesso. La critica lo stronca giudicandolo «scadente per grossolanità di gusto, per deficienze narrative e per convenzionalità di costruzione»<sup>60</sup>. Tra i pochi a coglierne la portata innovativa c'è il critico Callisto Cosulich che lo definisce il primo film anarchico italiano, e sicuramente *Lo sceicco bianco* è la prima pellicola che prova a mostrare il mondo dello spettacolo «nel suo momento più intimo e sincero, dietro le quinte», a luci spente, come scrive Alberto Moravia su «L'Espresso» nel 1960<sup>61</sup>.

<sup>60</sup> Recensione di *Lo sceicco bianco* apparsa sulla rivista «Bianco e Nero. Rassegna mensile di studi cinematografici e dello spettacolo», 9-10, settembre-ottobre 1952.

<sup>61</sup> A. Moravia, Recensione di *Lo sceicco bianco* su «L'Espresso», luglio 1960.

*Lo sceicco bianco*, infatti, è molto più di un film umoristico di costume: Wanda incarna la figura archetipica della 'lettrice di romanzi', che da Francesca da Rimini a Emma Bovary costella la tradizione moderna pre-cinematografica e proprio sul ribaltamento di questo topos letterario Fellini innesta il suo immaginario fantarealistico, così che le ambientazioni esotiche del set fotoromanzesco finiscono per sovrapporsi a quelle del film stesso, in un gioco di intersezioni continue.

Il 'bovarismo' di Wanda però non è letterario ma fotoromanzesco e si intreccia con l'immaginario femminile di Fellini<sup>62</sup>, in cui la donna costituisce uno dei nuclei più ossessivi della ricerca poetica. Anche Ivan, il marito, è a suo modo un personaggio flaubertiano e se Wanda è l'infelice e insoddisfatta Madame Bovary, egli incarna a pieno il medico Charles: un uomo piccolo borghese, dominato da rituali e doveri sociali, che mette al primo posto la sua aspirazione ad essere un uomo conforme ai dogmi della società al punto da ignorare il mondo interiore, onirico e desiderante, della moglie<sup>63</sup>.

Se però Ivan/Charles è un personaggio che non cambia e non si evolve nel racconto, Wanda si distacca dal suo doppio letterario nel momento in cui 'il suo Rodolphe' rivela la sua indole meschina e dimessa e lei lo lascia preferendo piuttosto abbandonarsi alla disperazione. Il gesto del tentato suicidio non dipende però dalla fine dell'avventura amorosa, bensì dalla rottura del sogno e dal disvelamento di una realtà ben diversa da quella che la donna aveva trovato nelle pagine dei fotoromanzi.

Se Antonioni aveva attribuito a questo genere paraletterario il compito di dare conforto alle sue lettrici e i suoi lettori, sollevandoli dal grigiore della quotidianità, Fellini mostra cosa succede quando quel mondo di finzione si sgretola sotto i colpi della realtà; sarebbe stato meglio per Wanda, sembra dire il regista, continuare a sognare che un valoroso sceicco a cavallo un giorno l'avrebbe portata via dalla sua triste vita di provincia, piuttosto che mostrarle la realtà delle cose. La chiave di lettura del film sembra perciò essere contenuta nella sua cartolina promozionale, che recita: «Oh sì, la vera vita è quella del sogno, ma a volte il sogno è un baratro fatale».

Il viaggio intermediale tra cinema e fotoromanzo si chiude con un personaggio così ricettivo dei cambiamenti socioculturali della sua epoca da essere riuscito non solo a coglierli nel loro farsi ma talvolta addirittura ad anticiparli, sempre sperimentando i più diversi mezzi di comunicazione per coinvolgere il pubblico di massa a tutti i livelli sociali<sup>64</sup>: Cesare Zavattini.

Il regista, che ha un ruolo centrale anche se non ben definito nella nascita del fotoromanzo<sup>65</sup>, si avvicina al mondo degli iconotesti nella seconda metà degli anni Trenta spinto da Luciano Pedrocchi, Guido Martina e Walter Molino, con cui firma numerosi fumetti con lo pseudonimo

<sup>62</sup> R. Pinto, *Lo Sceicco bianco di Fellini e la mediazione immaginaria del desiderio*, in G. Frezza, I. Pintor (a cura di), *La strada di Fellini*, Napoli, Liguori, 2012, pp. 43-55.

<sup>63</sup> *Ibidem*.

<sup>64</sup> F. Milani, *1945-1961: L'Italia del dopoguerra*, cit., p. 237.

<sup>65</sup> Ivi, p. 179.

di Za<sup>66</sup>; gli stessi Pedrocchi e Martina un decennio dopo diventeranno il primo il direttore di «Bolero Film» per Mondadori e il secondo uno tra i più importanti sceneggiatori di fotoromanzi, mentre Molino sarà il disegnatore di punta di «Grand Hotel».

L'ibridazione tra immagine e testo, come quella fotoromanzesca, non è una novità per Zavattini che dal 1937 al 1938 dirige la rivista «Grandi Firme» in cui introduce una rubrica di fotoracconti, consistente in fotografie accompagnate da didascalie, che possono essere interpretati come una sorta di 'protofotoromanzi'<sup>67</sup>. D'altronde, come ricostruisce Turzio, le allusioni sparse dallo stesso regista in interviste, testi e ricostruzioni della storia del fotoromanzo sul ruolo che egli ebbe nella nascita del genere portano a riflettere sulla libertà che aveva nell'usare la fotografia per raccontare eventi immaginari<sup>68</sup>.

Di matrice zavattiniana è poi la centralità delle tematiche neorealistiche nei fotoromanzi di «Bolero Film» incentrati sul tema della guerra o dell'emigrazione con protagonisti personaggi del popolo<sup>69</sup>, come ad esempio “Buongiorno, papà!” scritto proprio da Luciano Pedrocchi e pubblicato nel marzo del 1955 o “Malaterra” di Guardamagna, del febbraio 1954.

Nel 1950 Zavattini viene affascinato dal fenomeno che caratterizza tutta la stampa di massa del Novecento e che rappresenta lo spazio editoriale più disposto a intercettare la voce di un pubblico<sup>70</sup>, la posta dei lettori; prova anche a inserirla senza successo nel periodico «Epoca», con cui collabora in quegli anni, attraverso la rubrica *Italia domanda* che però viene cancellata dopo poco dagli editori della rivista.

L'interesse per questa forma di autonarrazione 'dal basso' trova qualche anno dopo la sua realizzazione nel lavoro che svolge con la giornalista Gabriella Parca sulla posta del cuore proprio dei fotoromanzi «Sogno» e «Bolero Film», aiutandola a selezionare 300 lettere tra le 8.000 scartate dalle redazioni, perché giudicate scandalose, e rimaste inedite che vengono pubblicate nel 1959 nel volume *Le italiane si confessano* edito da Parenti.

L'opera, come racconta la stessa Parca nella prefazione all'edizione del 1977<sup>71</sup>, rimane per qualche anno sconosciuta; viene poi scoperta dal critico de «L'Espresso», Paolo Milano, che ne parla come di una rivelazione, da quel momento l'attenzione sul libro è tale che i diritti vengono comprati da Feltrinelli che ne cura una seconda edizione nel 1964, con le prefazioni di Pier Paolo Pasolini e Cesare Zavattini. Quest'ultimo, entusiasta dell'iniziativa, scrive:

Mi auguro che si formi presto un vero e proprio corpus di lettere degli italiani, lettere di domestiche, di emigranti, di militari, di impiegati, di pensionati, e avanti, e che entri nelle biblioteche e soprattutto nelle case dove l'interesse per questi documenti oggi parrà impossibile, come del resto era parso impossibile l'interesse per la povera gente come protagonista del video [...]. La nostra è

<sup>66</sup> Cfr. A. Canale, F. Pedrocchi, R. Paparella, W. Molino, *Le grandi firme del fumetto italiano*, Milano, Grandi Firme, 1971.

<sup>67</sup> S. Turzio, *Il fotoromanzo*, cit., p. 23.

<sup>68</sup> Ivi, p. 25.

<sup>69</sup> F. Milani, *1945-1961: L'Italia del dopoguerra*, cit., p. 233.

<sup>70</sup> S. Alovisio, *Cineposta*, cit., p. 146.

<sup>71</sup> Cfr. G. Parca, *Le italiane si confessano*, Milano, Feltrinelli, 1977.

ancora una società fatta di quello che si tace e non di quello che si dice. Ma la lotta contro tutto ciò è cominciata e un libro come questo ne è senza dubbio un coraggioso segno<sup>72</sup>.

Zavattini è tra i primi a riconoscere alla posta del cuore delle riviste in generale e dei fotoromanzi in particolare il valore documentario di testimonianza diretta della vita e dei sentimenti della povera gente – la stessa a cui il neorealismo aveva cercato di dare voce nell'Italia del secondo dopoguerra. Il «coraggioso segno»<sup>73</sup>, che sottolinea nella sua «Prefazione», risiede proprio nella volontà di Parca di attingere a un bacino di testi che, a differenza del cinema neorealista, era stato generalmente snobbato e sottovalutato.

Il suo interesse per la piccola posta però non si ferma a quel primo lavoro degli anni Cinquanta e, un decennio dopo, nel 1961 Zavattini dirige l'inchiesta per il film-esperimento di Maleno Malenotti dal titolo *Le italiane e l'amore* in cui undici registi emergenti dirigono altrettanti episodi ripresi dalle lettere del volume di Parca.

Questa «sensazionale inchiesta sulla donna italiana e l'amore», come recita la locandina, non ha il successo e l'impatto sperato e il film sarà presto dimenticato; tuttavia, nonostante la poca fortuna, la pellicola riesce nell'impresa tutt'altro che semplice di rendere chiaro il legame tra il cinema neorealista e fotoromanzo, facendo oltrepassare a quest'ultimo il confine del melodramma paraletterario che fino a quel momento gli era stato suo malgrado affibbiato e portando così a compimento quel viaggio 'al contrario' – dal fotoromanzo al cinema – iniziato nel 1949 da Antonioni.

## 5. Conclusioni

Il presente studio, rovesciando le gerarchie canoniche tra i generi, ha mostrato come il rapporto tra i due media sia stato in realtà bidirezionale e così, come due vasi comunicanti, la pellicola e le carte rosa siano state attraversate da continui scambi e contaminazioni reciproche finendo con l'influenzarsi a vicenda.

Se Antonioni ha guardato al fotoromanzo come a un terreno fertile per la costruzione di desideri e fughe dalla realtà del pubblico popolare e Fellini ha fatto cadere il velo della finzione mostrando la verità dietro la patina delle riviste rosa, Zavattini ha saputo scorgere in questo genere e nel suo universo paratestuale un valore documentario e antropologico. Tutti e tre hanno contribuito così a restituire al fotoromanzo una nuova identità: non più, infatti, semplice derivazione del cinema, ma specchio autentico di una società in trasformazione, capace di dare voce a quella stessa 'povera gente' a cui il neorealismo aveva già cercato di restituire dignità e parola.

Nel loro sguardo, il fotoromanzo diventa dunque un laboratorio di linguaggi, un dispositivo narrativo che anticipa e insieme prolunga le istanze del cinema neorealistico, ma su un piano

<sup>72</sup> C. Zavattini, *Prefazione*, in G. Parca, *Le italiane si confessano*, Feltrinelli, 1964, pp. 9-11: 10.

<sup>73</sup> *Ibidem*.

più quotidiano e massmediatico. La distanza tra i due mezzi così si riduce fino a quasi dissolversi, lasciando emergere una comune tensione verso la rappresentazione del reale e dei sentimenti collettivi.

In questa prospettiva, il percorso che da Antonioni conduce a Zavattini – passando per il fantarealismo di Fellini – testimonia come il fotoromanzo non sia stato un epigono minore del cinema, ma un suo interlocutore, capace anche di ispirarlo, dandogli una chiave di lettura nuova e inesplorata.