

Elena Gipponi e Costanza Paolillo

La stampa aziendale-industriale italiana è un comparto della produzione editoriale periodica che sta riscuotendo da qualche tempo l'interesse degli studiosi, che ne hanno progressivamente riconosciuto il cruciale ruolo di negoziazione tra la cultura umanistica e quella scientifica¹. Un sottoinsieme di questo comparto in cui arte e tecnica dialogano in modo particolarmente proficuo è quello degli *house organ* fotografici, emanazione delle fabbriche in cui si produce pellicola sia per gli ambiti professionali sia per il mercato dei fotografi dilettanti e dei cineamatori. Questa stampa ha una relazione particolarmente stretta con gli aspetti più materiali della produzione delle immagini, con la fisicità dei supporti e con l'operatività delle tecniche e delle tecnologie fotografiche e filmiche.

Questo saggio ha per oggetto la testata italiana “AGFA Note fotografiche” (in seguito rinominata semplicemente “Note fotografiche”), *house organ* mensile della società tedesca AGFA, produttrice di materiale fotosensibile e di apparecchiature per il cinema e la fotografia. La pubblicazione di questo *house organ* coincide con l'espansione di AGFA in Italia: l'azienda tedesca aprì infatti nel 1925, prima a Torino e poi a Milano, la propria succursale italiana, AGFA-Foto, poi rinominata S.A. Prodotti Fotografici AGFA².

Obiettivo di questo saggio è analizzare secondo una duplice prospettiva la relazioni tra alcuni aspetti materiali di “AGFA Note fotografiche” e i processi di produzione della testata stessa e del sistema mediatico di cui è manifestazione. In primo luogo, il periodico verrà letto alla luce delle trasformazioni del suo layout all'interno di un quadro metodologico

* Il presente contributo è stato concepito e realizzato congiuntamente dalle due autrici nel quadro del progetto collaborativo PRIN2022 *FilmBaseMatters: A Material Approach to the History of Small-gauge Film in Italy* (project id. H53D23006770006 PI Andrea Mariani), finanziato dall'UE-PNRR del Ministero della Ricerca e sviluppato da Università di Udine, Università Ca' Foscari di Venezia e Università IULM di Milano. In particolare, Paolillo ha redatto il paragrafo “Le riviste AGFA alla conquista dello spazio commerciale europeo: ‘AGFA Note fotografiche’ as a media format” e Gipponi il paragrafo “Forme di autoriflessività: ‘AGFA Note fotografiche’ and the media formats”.

1 C. Vinti, *Gli anni dello stile industriale 1948-1965. Immagine e politica culturale nella grande impresa italiana*, Marsilio, Venezia 2007; G. Bigatti, C. Vinti (a cura di), *Comunicare l'impresa. Cultura e strategie dell'immagine nell'industria italiana (1945-1970)*, Guerini e associati, Milano 2010; D. Forlini, *Produzioni (dis)umane: la fabbrica nella cultura italiana (1945-1968)*, tesi di dottorato, University of Wisconsin-Madison 2017; C. Paolillo, *Tra le pagine di Ferrania & Pirelli: patrimonio artistico e strategie di marketing negli house organ del dopoguerra*, “Notes in Italian Studies”, 3, 2025. Per un repertorio online della stampa aziendale italiana nel Novecento cfr. <https://houseorgan.net/>.

2 M. De Rosa, A. Mariani, *Experimenting in circles: Agfa, amateur cinema, and the art of R&D*, “Necsus”, Autunno 2023, <https://necsus-ejms.org/experimenting-in-circles-agfa-amateur-cinema-and-the-art-of-rd/>; A. Mariani, S. Schneider, *16mm Standardization and Agfa's Strategic Policies in Fascist Italy*, in H. Wasson, G. Waller (a cura di), *16 at 100*, Indiana University Press, Bloomington (in corso di pubblicazione).

che adopera gli strumenti dei *periodical studies*, una branca del sapere che riconosce alle testate periodiche la dignità di oggetto di studio non da saccheggiare alla ricerca dei soli contenuti nobili o delle grandi firme, ma che li qualifica come prodotti culturali di per sé, da esaminare nella loro interezza, “from cover to cover”, inclusi i loro aspetti più materiali (AGFA *as a media format*³). Applichiamo infatti qui il binomio *as/and* impiegato in due pubblicazioni che distinguono tra l’inquadramento dei periodici *come media* (“magazines *as media*, rather than texts or repositories of historical information”), e una loro messa in relazione con il più ampio scenario mediale di cui sono parte (“how magazines [...] relate to the other media forms that shaped the cultural production and circulation of the late nineteenth and early twentieth centuries, including photography, radio, and film”). È questa seconda prospettiva (magazines *and media*) a informare la seconda parte del saggio, in cui “AGFA Note fotografiche” verrà collocato nel più ampio contesto del nascente sistema dei media novecentesco. Per far ciò, saranno convocate alcune delle categorie elaborate dalla recente *teoria dei format*, un approccio teorico ed epistemologico che alla nozione di *medium* preferisce quella di *formato*: termine tecnico qui particolarmente pertinente, dal momento che è stato coniato in seno alla stampa moderna (nel suo significato letterale indica il numero delle piegature del foglio di grandi dimensioni da cui si ricavano libri e riviste), il formato ha di recente conosciuto una feconda espansione concettuale⁴. Considerare la fotografia, oggetto e soggetto principale della rivista qui in esame, in termini di formato, come vedremo, consentirà di leggere in un’ottica sistemica e materiale i processi di produzione, riproduzione e circolazione delle immagini e di riconoscere la centralità in essi di “AGFA Note fotografiche”.

1. Le riviste AGFA alla conquista dello spazio commerciale europeo: “AGFA Note fotografiche” *as a media format*

Acronimo di Actien-Gesellschaft für Anilin-Fabrikation, AGFA venne fondata nel 1867 come fabbrica di aniline, coloranti sintetici il cui processo produttivo prevedeva l’uso di alogenuri d’argento, sostanze impiegate anche nella produzione di supporti fotosensibili. Così, tra la

3 F. Hammill, P. Hjartarson, H. McGregor, *Introducing Magazines and/as Media: The Aesthetics and Politics of Serial Form*, “ESC: English Studies in Canada”, 41-1, 2015, pp. 3, 6; F. Hammill, P. Hjartarson, H. McGregor, *Introduction: Magazines and/as Media: Periodical Studies and the Question of Disciplinarity*, “The Journal of Modern Periodical Studies”, 6-2, 2015, pp. iii-xiii.

4 “Not incidentally, the oldest use of “format” as a technical term stems from the early modern printing industry where it indicated the way a book was folded and the number of pages produced from one paper sheet”, M. Jancovic, A. Volmar, A. Schneider, *Format Matters: An Introduction to Format Studies*, in Idd. (a cura di), *Format Matters: Standards, Practices, and Politics in Media Cultures*, Meson Press, Lüneburg 2020, p. 7. Tra i principali studi al riguardo citiamo anche J. Sterne, *MP3: The Meaning of a Format*, Duke University Press, Durham (NC) 2012 e B. Turquety, *Medium, Format, Configuration: The Displacements of Film*, Meson Press, Lüneburg 2019. Per un’applicazione della teoria del *format* a prodotti a stampa, cfr. A. Morin, J. Ruchatz, *Photography In/Between Media Formats: The Work of Format from Magazines to Books, from Horst. P. Horst to Henri Cartier-Bresson*, in “Interfaces”, 45, 2021, <http://journals.openedition.org/interfaces/2234>.

fine del XIX e i primi anni del XX secolo AGFA iniziò a produrre lastre fotografiche e in seguito pellicole in fogli e pellicole in bobina. Per sostenere una produzione intensiva di pellicole in grado di rifornire l'industria cinematografica, nel 1915 venne inaugurato nei pressi di Wolfen un nuovo complesso di stabilimenti: complice lo scoppio della Prima guerra mondiale, questo ramo produttivo si rivelò strategico anche a fini bellici e di propaganda⁵. Alla metà degli anni '20 la società tedesca AGFA, prima produttrice europea di materiali fotosensibili, fu acquisita dal colosso IG Farben a seguito di una grande operazione di ristrutturazione del comparto chimico nazionale volta a mitigare gli effetti dell'instabilità dei mercati postbellici e a governare la crescita di volumi produttivi. Nonostante tale processo riorganizzativo, AGFA mantenne massima autonomia nelle scelte industriali e commerciali, concentrando le proprie energie nella competizione sul mercato internazionale con l'azienda americana Eastman Kodak, leader a livello globale nel settore del fotosensibile e degli apparecchi fotografici. Avendo compreso le potenzialità di un'espansione nel segmento amatoriale, il reparto marketing di AGFA decise di mettere in atto delle strategie di vendita più moderne che emulassero quelle della leader di mercato: l'obiettivo dell'azienda era passare «da produttore a produttore di consumatori»⁶, insistendo quindi sulla comunicazione con il target di potenziali acquirenti.

Nel luglio 1924, mentre Kodak aveva iniziato a pubblicare nel Regno Unito “The Kodak Magazine”, ossia la versione per l'Europa della sua rivista “Kodakery” dedicata agli *snapshooters* – amatori non interessati alla tecnica, per cui la fotografia era puro svago e un modo per collezionare ricordi⁷– AGFA uscì con il primo numero di “AGFA Photoblätter”. La rivista venne presentata come uno strumento per rispondere alle domande dei fotoamatori, una versione più maneggevole e accattivante dei manuali che costituivano il prodotto principale di educazione tecnica nella produzione editoriale aziendale. Dal punto di vista materiale, il periodico ha subito diverse trasformazioni nell'intestazione e nella formattazione, in particolare nel layout della copertina, cambiando persino dimensioni che nel corso degli anni hanno oscillato tra i 12 x 18 cm e i 16 x 23 cm. Il fascicolo constava di una trentina di pagine corredate di fotografie illustrative in bianco e nero, più copertina in brossura stampata in bicromia. Il mensile veniva stampato in ottavi su una carta lucida e sottile da rotocalco, ragion per cui, sebbene non sia nota l'esatta tiratura, si può supporre che fosse pensato per un'ampia distribuzione; tali caratteristiche del formato sono rimaste costanti per tutta la durata della pubblicazione, fino alla prima sospensione nel 1944⁸ (Figg. 1 e 2).

5 Sulla storia dell'AGFA, cfr. M. Gill, H. Mustroph, *Agfa und die Anfänge der Fotografie. Vom Blutlaugensalz zur größten europäischen Filmfabrik*, “Chemie in Unserer Zeit”, 48-6, 2014, pp. 424-438; C. Bustamante, *AGFA, Kullmann, Singer & Co. and Early Cine-Film Stock*, “Film History”, 20-1, 2008, pp. 59-76.

6 B. Kolbow, *Box Sells: Die ‘Amerikanisierung’ des Kamera-Marketings der Agfa, 1925-1945*, in R. Karlsch, H. Maier (a cura di), *Studien zur Geschichte der Filmfabrik Wolfen und der IG Farbenindustrie AG in Mitteldeutschland*, Klartext Verlag, Essen 2014, p. 131 (trad. a cura di chi scrive).

7 N. West, *Kodak and the Lens of Nostalgia*, University Press of Virginia, Charlottesville 2000. Per un quadro sulla produzione periodica aziendale di Kodak negli anni '20 e '30, cfr. C. Paolillo, *Ferrania. Un'impresa, una rivista. Industria fotografica e lavoro culturale dagli albori della società dello spettacolo italiana*, tesi di dottorato, Scuola Normale Superiore 2019.

8 Il mensile tedesco ha avuto una seconda vita a partire dal 1950, durante la quale ha recuperato una grande

Sebbene il periodico fosse chiaramente ispirato dalle pubblicazioni per amatori Kodak, si distingueva per un più spiccato orientamento verso l'approfondimento della tecnica fotografica, grazie ad articoli con un tono decisamente prescrittivo rispetto alle buone pratiche e ai risultati estetici desiderabili: la rubrica "Insuccessi e le loro cause" incarna bene la linea editoriale alla base di "AGFA Photoblätter" secondo cui la formazione tecnica sarebbe in grado di promuovere la formazione del gusto. Allo stesso tempo, la rubrica "Piccola posta", seguendo un modello ampiamente sperimentato nelle storiche riviste dei club amatoriali, permetteva di rispondere ai dubbi dei consumatori, accreditando l'azienda come un interlocutore esperto e disponibile⁹. In questa fase di crescita aziendale, dunque, AGFA avviò un processo di americanizzazione del comparto marketing solo parziale, per quanto quello statunitense fosse il modello di successo globale di riferimento, adottandone non tanto i contenuti, quanto piuttosto l'idea di costruire un canale di comunicazione di massa diretto ai consumatori, manipolabile a fini commerciali e completamente controllato dall'azienda¹⁰.

Le potenzialità della rivista come piattaforma di informazione per il segmento amatoriale furono immediatamente chiare all'azienda, tanto che, quando nel 1925 AGFA aprì la propria sede in Italia, fondò a gennaio dello stesso anno un'edizione italiana della rivista dal titolo "AGFA Note fotografiche", che nasceva come sostanziale analogo del periodico tedesco¹¹. Sulla copertina, sulla quarta e con le pagine interne il mensile si creava materialmente nuovi spazi pubblicitari, fornendo un'eccellente vetrina per i propri prodotti.

Proprio le trasformazioni grafiche avvenute in quella manciata di centimetri quadri e susseguitesi nel corso dei suoi due decenni di storia sono testimonianza dell'interazione tra gli interessi industriali tedeschi e lo sviluppo della cultura fotografica amatoriale modernista in Italia, nonché delle frizioni che ne sono derivate. Nella sua prima fase "AGFA Note fotografiche" duplicava aspetto e contenuti di "Photoblätter", di cui conservava veste grafica, illustrazioni e articoli che venivano tradotti sotto la supervisione del direttore responsabile Alfredo Ornano, figura chiave dell'editoria fotografica italiana¹² (Figg. 3 e 4). Nato a La

popolarità fino alla definitiva cessazione nel 1993. Le ricostruzioni relative agli aspetti materiali dei primi anni della rivista sono da considerare parziali e suscettibili di correzioni dal momento che le collezioni sono estremamente lacunose. Considerate pubblicazioni commerciali dallo scarso valore culturale e di fattura economica, le riviste tedesche AGFA non sono state conservate e mancano tanto nelle biblioteche quanto sul mercato antiquario sia in Germania che in Italia, in particolare per le uscite fino al 1932-1933.

⁹ I titoli originali delle due rubriche erano "Misserfolge und Ihre Ursachen" e "Briefkasten"; prenderanno i nomi riportati nel testo nella versione italiana della rivista.

¹⁰ B. Kolbow, *Box Sells: Die 'Amerikanisierung' des Kamera-Marketings der Agfa, 1925-1945*, cit., p. 166; C. Ross, *Visions of Prosperity: the Americanization of Advertising in Interwar Germany*, in P. Swett, J. Wiesen, J. Zatlin (a cura di), *Selling Modernity: Advertising in Twentieth-Century Germany*, Duke University Press, Durham (NC) 2007, p. 55.

¹¹ Dal numero di agosto 1939 di "Note Fotografiche" risulta che venissero realizzate edizioni straniere della rivista anche per Regno Unito, Argentina, Brasile e Cina.

¹² Sulla base della comparazione tra il numero di dicembre 1927 (n. 6, anno 4) di "AGFA Photoblätter" e il numero di gennaio 1928 (n. 1, anno 4) di "AGFA Note fotografiche" si può inferire che l'intera rivista fosse trasmessa alla redazione italiana, che provvedeva alla traduzione degli articoli, pubblicandone una buona parte insieme alla medesima copertina a solo poche settimane di distanza. Sulla base delle lacunose informazioni tratte dai numeri conservati presso la Bibliomediateca Mario Gromo del Museo del Cinema di Torino e la Biblioteca Braidense di Milano, è stato possibile individuare tre fasi nella vita editoriale di "AGFA Note Fotografiche":

Spezia nel 1880, Ornano si formò all'Istituto Fotografico di Stato a Monaco di Baviera; in seguito, passò ad occuparsi di cinematografia trasferendosi prima in Inghilterra a lavorare per la Kinemacolor Company e poi a Torino per la Cenisio Film. Negli anni della Prima guerra mondiale diresse la sezione fotografica dell'Ansaldo a Genova. Alla fine del conflitto, l'AGFA individuò in Ornano le conoscenze tecniche, le qualità dirigenziali e le competenze linguistiche necessarie per affidargli la guida della parte tecnica del settore italiano dell'azienda, dove rimase per oltre vent'anni, fino alla fine della Seconda guerra mondiale, per poi passare alla rivista "Ferrania", di cui fu redattore tecnico e autore di riferimento per quasi un decennio¹³. Grazie alla sua formazione in Germania, Ornano aveva non solo esperienza tecnica ma anche familiarità con la cultura fotografica tedesca, fungendo di fatto da mediatore culturale: attraverso la traduzione della rivista garantiva la corretta trasmissione delle informazioni dalla Germania all'Italia, favorendo la diffusione delle competenze necessarie ad utilizzare il medesimo prodotto AGFA in un contesto culturalmente e tecnicamente diverso, veicolando allo stesso tempo un'idea di buona fotografia. Il ruolo della rivista era dunque quello di fornire attraverso la descrizione di procedimenti tecnici una formazione fotografica di base, rendendola accessibile al maggior numero possibile di neofiti.

Parallelamente alla diffusione di massa della pratica amatoriale sul territorio nazionale, "AGFA Note fotografiche" andava costruendo una relazione sempre più diretta con la crescente rete di appassionati in Italia, come testimoniano le *call to action* per raccogliere e pubblicare foto inviate dai lettori, apparse sulle sue pagine intorno al 1929-1930. Così, man mano che la rivista guadagnava terreno e credibilità tra gli amatori italiani, diventava necessario che le idee e le aspirazioni estetiche e culturali del suo mercato di riferimento trovassero spazio, iniziando a comparire in forma di articoli tecnici e poi di editoriali sullo stato della fotografia moderna nel paese¹⁴.

Questo discostamento dal modello originale tedesco in favore di un'apertura al pubblico italiano si tradusse con l'annata 8 (1931-1932) in un cambio di impaginazione visibile prima di tutto nella copertina: formato leggermente aumentato (16 x 23 cm), la foto a tutta pagina in copertina ad opera di Ornano, caratteri tipografici più moderni senza grazie, immagini a tutta pagina nel corpo del testo e un'impostazione grafica delle didascalie in grado di evidenziare i dettagli tecnici e i prodotti AGFA usati (Fig. 5). Il cambio di layout fu prima di tutto reso possibile dalla scelta di trasferire la produzione della rivista presso Rizzoli, che proprio in quel momento si stava dotando delle macchine rotocalcografiche in grado di stampare altissime tirature illustrate a prezzi contenuti¹⁵. Insieme alle nuove soluzioni

fase 1925-1930, durante la quale viene stampata presso la Cromotopia Sormani, Milano (nel 1929 si verifica un cambio di numerazione e a luglio viene pubblicato il n. 1 dell'anno 6); durante la fase 1931-1940 è stampata da Rizzoli, Milano (a novembre 1934 la rivista cambia denominazione eliminando la parola "AGFA" dal titolo); nella fase 1941-1942, trasformatasi in rivista autonoma il cui editore non è più AGFA-Foto, viene stampata presso la tipografia Lucini, Milano.

13 *La morte di Alfredo Ornano*, "Ferrania", 10, 1955, p. 2.

14 Cfr. "AGFA Note fotografiche", 5, 1929-1930; 11, 1929-1930.

15 M. Forni, *I modi della produzione grafica in Italia nella prima metà del Novecento. Il caso Rizzoli*, "Storia in Lombardia", 1, 2011, p. 101.

grafiche e alle modalità inedite di utilizzo delle immagini che giungevano dalla redazione tedesca, come il fotomontaggio e il fotoreportage – linguaggi visivi moderni che facevano da ponte tra cinema e illustrazione fotografica –, in questa seconda serie della rivista (1931-1940) trovavano sempre più spazio articoli di amatori italiani, che integravano la linea editoriale AGFA, fondata su una solida ma più arida consapevolezza tecnica e tecnologica, con una più attenta a «buon gusto, tecnica perfetta e modernità»¹⁶.

Allo scoppio della guerra, il rapporto tra AGFA-Foto e “Note fotografiche” giunse ad un bivio per cui le due si separarono: Ornano restava il direttore di una rivista formalmente autonoma, con una politica editoriale completamente rinnovata, che aspirava ad abbracciare l’intero spettro degli appassionati di cinema e fotografia. Sin dal primo numero della terza serie (1941-1942), il mensile si aprì alla collaborazione con figure celebri nel panorama dei circoli fotografici italiani come Luigi Veronesi, Mario Bellavista, Guido Pellegrini, lasciando trapelare l’aspirazione a diventare un punto di riferimento nazionale¹⁷ (Figg. 6 e 7). Con questa mossa il mensile cercava di rafforzare il proprio posizionamento nel mercato editoriale fotografico parlando contemporaneamente a due target, neofiti ed esperti dilettanti: prima che un bollettino industriale, “Note fotografiche” desiderava essere una rivista moderna e sofisticata, che pensava l’immagine fotomeccanica come uno strumento di conoscenza del mondo. Il nuovo corso della rivista passò prima di tutto da una radicale trasformazione grafica: il nuovo layout progettato dal giovane grafico Albe Steiner doveva rendere chiaro al primo sguardo il profondo cambiamento avvenuto nell’approccio della testata e nella modernità del suo messaggio. Per distanziarsi dalla pubblicazione aziendale tedesca e riaffermare un’identità culturale autonoma, Steiner ne rivoluzionò l’aspetto visivo, lo stile di comunicazione e il ruolo stesso assegnato all’immagine tra le sue pagine, prendendo a modello – paradossalmente – la lezione del modernismo europeo che proprio in Germania si era definito tra Bauhaus, editoria fotografica e fiere specializzate (Figg. 8 e 9). Il sodalizio Ornano-Steiner per “Note fotografiche” ebbe a causa della guerra vita molto breve, con l’interruzione delle pubblicazioni nell’aprile 1942, ma il valore del loro esperimento grafico-editoriale è testimoniato dalla riattivazione della loro esperienza in numerosi progetti della Milano del dopoguerra, primo tra tutti quello della rivista “Ferrania”.

2. *Forme di autoriflessività: “AGFA Note fotografiche” and the media formats*

La storia di “AGFA Note fotografiche” appena ripercorsa ha consentito di mettere in luce come a ogni cambiamento formale e “di superficie” della rivista (assumendo una definizione letterale di formato come layout) siano corrisposte trasformazioni progressive del mandato della rivista, delle sue funzioni culturali. In questa pubblicazione è infatti in atto un processo

¹⁶ A. Ornano, *Il secondo concorso nazionale Leica. Autori e opere dimenticati*, “Note Fotografiche”, 2, 1935, pp. 35-36.

¹⁷ C. Paolillo, *Ferrania. Un’impresa, una rivista*, cit., p. 197.

dapprima di migrazione e in seguito di riposizionamento di un oggetto tecnico in un nuovo contesto culturale, uno scenario prospettato da Madeleine Akrich in un saggio degli anni '90¹⁸: l'arco di vita prebellico delle riviste AGFA, disegnando i percorsi di un dispositivo – la rivista stessa come oggetto tecnico, come vedremo – mentre si sposta in un luogo diverso da quello in cui era nato, e mentre si adatta a un nuovo territorio, rappresenta infatti un'occasione ideale per comprenderne a fondo il funzionamento tecnico e culturale, in questo caso per cogliere il reciproco modellamento tra la dimensione tecnica e quella sociale della fotografia amatoriale. Insieme, “AGFA Note fotografiche” è un osservatorio privilegiato su questo processo anche in quanto parte della cosiddetta letteratura *how-to* (manualistica tecnica e affini), ovvero uno dei luoghi che per antonomasia, sempre secondo Akrich, rendono visibili e manifeste le prescrizioni in-scritte nelle tecnologie: nonostante si presentino come il grado zero della divulgazione (un livello meramente *de-scrittivo*), gli articoli pubblicati mensilmente su “AGFA Note fotografiche” celano invece precise *pre*-scrizioni estetiche, ideologiche e culturali su come realizzare buone fotografie (e buoni film), sui modi in cui i prodotti AGFA debbano essere impiegati e sui loro ambiti d'uso privilegiati. Se di formato assumiamo quindi una definizione meno letterale di quella da cui siamo partiti – «Formats typically consist of specific sets of descriptions and requirements of how to arrange and present information. [...] These descriptions affect the aesthetic and perceptual qualities of media and instruct human users and technological devices how media content should be handled»¹⁹ – possiamo affermare che sulle pagine di questa rivista sia in atto un processo di formattazione nella misura in cui i discorsi veicolati dal mensile consistono precisamente in «serie specifiche di descrizioni e requisiti» su come gestire al meglio la pratica fotografica (e cinematografica)²⁰.

Sebbene applicare questo concetto di formato ai *discorsi* sulla fotografia e sul cinema amatoriale veicolati da “AGFA Note fotografiche” sia dunque legittimo e fecondo, in quest'ultima parte del saggio si intende ricondurre questa idea di formato al *processo di produzione* della rivista medesima. In questo caso l'oggetto tecnico in esame non è più la fotografia (fissa o in movimento), ma lo stesso mensile inteso come dispositivo intermediale di cui semmai la fotografia è una delle “materie prime”. Su questo *house organ* è infatti in atto un riposizionamento della fotografia non solo, come già evidenziato, da un punto di vista culturale, ma anche da una prospettiva *materiale*: il medium della fotografia sta cono-

18 M. Akrich, *The De-Description of Technical Objects* in W.E. Bijker, J. Law (a cura di), *Shaping Technology/ Building Society: Studies in Sociotechnical Change*, MIT Press, Cambridge (MA) 1992, pp. 205-224.

19 M. Jancovic, A. Volmar, A. Schneider, *Format Matters*, cit., p. 7.

20 Questa pubblicazione tradisce insomma la contraddizione di fondo comune a tutta la cosiddetta letteratura *how-to* nell'ambito dei supporti fotosensibili: da una parte è promossa la qualità automatica e meccanica della fotografia e del cinema, forme di espressione “facili”, “naturali” (con tutta la carica problematica e in realtà “culturale” che questo aggettivo porta con sé), che possono finalmente prescindere dalle abilità manuali e artigianali dell'esecutore; dall'altro è dichiarata con forza la necessità di una formazione tecnica e teorica per poter approdare davvero a un controllo e una padronanza della pratica foto-cinematografica. La tensione contraddittoria tra l'esaltazione di una pratica libera e la necessità di una sua codifica è bene analizzata, ad esempio, da Elena Mosconi in *Il cinema per tutti: statuto e retorica dell'amatoriale nella pubblicistica e nei manuali degli anni Trenta*, in L. Farinotti, E. Mosconi (a cura di), *Il metodo e la passione. Cinema amatoriale e film di famiglia in Italia*, “Comunicazioni sociali”, 3, 2005, pp. 451-462.

scendo proprio tra gli anni '20 e gli anni '30 un processo di formattazione per adeguarsi a un altro medium nascente: la moderna stampa illustrata. Sulla rivista che stiamo analizzando compaiono infatti alcuni articoli che tradiscono autoriflessivamente l'iscrizione di "AGFA Note fotografiche" in questa più ampia ecologia mediale: prima ancora che promuovere la diffusione di massa della pratica fotografica e cine-amatoriale, questo prodotto editoriale dimostra di partecipare pienamente al processo di diffusione di massa di pubblicazioni periodiche illustrate, un settore in cui la fotografia sta guadagnando sempre più terreno e nel quale AGFA rivendica la propria centralità.

Basti guardare, ad esempio, al servizio *Fotoreportage*, nel numero dell'aprile 1933, in cui è rimarcata l'importanza di questo nuovo linguaggio, vecchio di soli dieci anni, la cui fortuna è ricondotta proprio all'incremento del numero dei periodici illustrati: «Tutti i giorni appaiono centinaia di giornali e riviste illustrate e si fanno clichés da migliaia di fotografie che poi si stampano per essere presentati ai lettori [...], prove evidenti della grande importanza che ha la foto-stampa quale fattore culturale nel plasmare la vita moderna»²¹. A corredo del testo, sono pubblicate sette foto, tra scene sensazionali e scatti più ordinari, e in alcuni casi vengono fornite in didascalia le specifiche tecniche (supporto, lunghezza focale, tempo di esposizione) (Fig. 10).

Altri due articoli sono pubblicati a distanza di un mese, rispettivamente nel febbraio e nel marzo 1935, entrambi firmati da Umberto Foà. Il primo si intitola *La fotografia nel giornalismo odierno* ed è un elogio della nuova stampa illustrata, più precisamente del quotidiano "La Stampa", sviluppato attraverso un'accurata descrizione delle condizioni tecniche che rendono possibile una tale proliferazione di immagini fotografiche, ovvero la telefotorecezione, la trasmissione a distanza delle fotografie, un processo indispensabile per far sì che le redazioni di quotidiani e settimanali possano tempestivamente corredare le proprie pagine con testimonianze fotografiche degli eventi e dei fatti di cronaca esposti²². Dopo aver preso a esempio un'altra testata, tuttavia, l'articolo torna in chiusura a svolgere una funzione promozionale nei confronti di AGFA, che si posiziona come agente cruciale, pioniere di questo processo di affermazione della fotografia nella stampa, poiché fornisce il materiale necessario per la telefotografia, «un tipo particolare di film molto sensibile, di particolare sottigliezza, che permette una recezione ottima e ben modulata»²³ (Figg. 11-14). Analogamente, in *Fototelegrafia*, Foà descrive il processo menzionato nel titolo del pezzo, in questo caso spiegando nel dettaglio il funzionamento di una stazione (valigia) fototele-

21 W. Golidt, *Fotoreportage*, "AGFA Note fotografiche", 10, 1933, p. 291. Cfr anche R. Rossmann, *Il fotografo come soggetto*, "Note fotografiche", 12, 1934, pp. 367-372.

22 U. Foà, *La fotografia nel giornalismo odierno*, "Note fotografiche", 8, 1935, pp. 229-232. Per un quadro complessivo dei problemi e delle soluzioni che favorirono lo sviluppo su larga scala del settore della stampa illustrata a partire dagli anni '20 del '900 (oltre al già menzionato trasferimento delle fotografie tramite la tecnologia del telegrafo applicata alle immagini anziché alle parole, citiamo brevemente le tecniche di stampa dei mezzitoni, della rotocalcografia e in offset, la commercializzazione di macchine fotografiche più piccole e maneggevoli, la nascita delle agenzie di stampa fotografiche) cfr. E. Gipponi, S. Locati, D. Boemia, *Dall'illustrazione al fototesto. Il rapporto tra testo e immagine nei periodici*, in Idd. (a cura di), *Immagine e testo nei periodici illustrati italiani degli anni Trenta e Quaranta*, Mimesis, Milano-Udine 2024, pp. 19-46 (in part. pp. 25-38).

23 U. Foà, *La fotografia nel giornalismo odierno*, cit., p. 231.

trasmittente portatile e di un apparato fototelericevente. Ancora una volta l'azienda tedesca è centrale, dal momento che «La Casa AGFA con la preparazione di speciale materiale sensibile per la recezione contribuisce [...] al progresso e alla continua evoluzione della fotografia»²⁴ (Figg. 15-16).

Seppure apparentemente marginali nell'impianto comunicativo complessivo della rivista, e marcati da un chiaro intento promozionale, i contributi in esame (ma se ne potrebbero citare altri²⁵) consentono di slittare dall'idea di medium a quella di formato, da intendersi come la declinazione, la manifestazione specifica e situata della fotografia, la forma materiale che la fotografia assume e che le consente di raggiungere un vasto pubblico di fruitori. Se davvero la fotografia sta diventando la materia prima di una comunicazione sempre più visiva, impiegare la nozione di formato consente insomma di seguire con maggiore chiarezza i successivi "cambiamenti di stato" cui questa materia di partenza viene sottoposta. In particolare, gli articoli citati illustrano uno dei requisiti chiave in ogni processo di formattazione, vale a dire l'*interoperabilità*²⁶: per poter circolare attraverso infrastrutture complesse, informazioni e contenuti mediali devono essere formattati sulla base di un criterio di interoperabilità. In questo caso, la fotografia come lastra o pellicola impressionata deve essere smaterializzata per poter essere trasmessa a distanza; la stazione ricevente provvederà poi a ri-materializzare le immagini su appositi supporti, forniti in questo caso da AGFA, e queste immagini saranno a loro volta rilavorate dalle redazioni per poi comparire in formato cartaceo sulle pagine di quotidiani e riviste, conoscendo quindi un ulteriore cambiamento materiale, oltre che di layout. Concepire il formato in termini di funzionamento infrastrutturale dei media consente insomma di far luce sulle condizioni di esistenza dei media stessi in una prospettiva materiale: «Formats act as gates through which media must pass»²⁷. Se, citando nuovamente Akrich, i formati possono essere concepiti come programmi o "scripts" che regolano la circolazione e l'uso degli oggetti tecnici, nel tipo di discorsi meta-mediali appena citati "AGFA Note fotografiche" è partecipe di un processo di formattazione nella misura in cui, appunto, svela i protocolli, gli script, i meta-dati operativi sul funzionamento del settore della moderna stampa illustrata e sull'impiego della fotografia in questo nuovo dispositivo intermediale. Ancora una volta, attraverso la de-scrittura delle condizioni materiali di produzione delle pubblicazioni illustrate, "AGFA Note fotografiche" si connota come prodotto avanzato della tecnica e posiziona l'omonima azienda come uno dei «critical nodes, which mediates between the content and the material constraints of media»²⁸.

24 U. Foà, *Fototelegrafia*, "Note fotografiche", 9, 1935, p. 270.

25 Ad esempio, A. Ornano, *Il nuovo Agfacolor e le arti grafiche fotomeccaniche*, "Note fotografiche", 10, 1939, pp. 222-225, in cui Ornano promuove la nuova pellicola Agfacolor nell'ambito della riproduzione fotomeccanica, parlando del processo di selezione cromatica dei colori primari necessario – di nuovo – per stampare fotografie a colori su riviste e pubblicazioni periodiche.

26 "One basic effect of media formats is to determine how medial artifacts and information can pass through vast media infrastructures and ensure interoperability over diverse industries and ecologies of media devices", M. Jancovic, A. Volmar, A. Schneider, *Format Matters*, cit., p. 7.

27 Ivi, p. 13.

28 Ivi, p. 7.

I contenuti del mensile, sia quelli richiamati nel primo paragrafo sia quelli di carattere più autoriflessivo appena esaminati, configurano dunque la rivista come agente cruciale nei processi di interoperabilità su un piano *culturale* (l’adattamento di un’idea di fotografia moderna dal contesto tedesco a quello italiano) e, insieme, su un piano *materiale* (i processi di produzione e circolazione dell’immagine fotomeccanica su supporti a stampa). Rimandando a se stessa e alle proprie condizioni materiali di produzione, oltre che promuovere la fotografia e il cinema in formato ridotto come mezzi espressivi moderni per eccellenza, “AGFA Note fotografiche” è di per sé un agente di rinnovamento della cultura visiva contemporanea, e ciò in virtù della sua posizione intermedia (e intermediale), di mediazione tra un soggetto industriale che produce i supporti, le materie prime, per la fotografia e per il cinema amatoriale, e un pubblico, un target nascente di fotografi e cineamatori, ma anche, come li ha felicemente definiti Raffaele De Berti²⁹, di lettori-spettatori di stampa illustrata.

Didascalie

Fig. 1. Collezione parziale di “AGFA Photoblätter” annate 1925-1926, disponibile online sul mercato antiquario tedesco a dicembre 2024.

Fig. 2. Collezione parziale di “AGFA Photoblätter” annata 1932, disponibile online sul mercato antiquario tedesco a dicembre 2024.

Fig. 3. Copertina di “AGFA Photoblätter”, a. 4, n. 6, dicembre 1927, disponibile online sul mercato antiquario tedesco a dicembre 2024.

Fig. 4. Copertina di “AGFA Note Fotografiche”, a. 4, n. 1, gennaio 1928, Biblioteca Nazionale Braidense, Milano.

Fig. 5. Copertina di “AGFA Note Fotografiche”, a. 8, n. 7, gennaio 1932, Bibliomediateca “M. Gromo”, Torino.

Fig. 6. Albe Steiner, Copertina di “Note Fotografiche”, a. 18, n. 1, luglio 1941, Bibliomediateca “M. Gromo”, Torino.

Fig. 7. Sommario e prima pagina di Guido Piovene, *La fotografia muta l’uomo*, “Note Fotografiche”, a. 18, n. 1, luglio 1941, p. 3, Bibliomediateca “M. Gromo”, Torino.

Fig. 8. Albe Steiner, *abbonatevi per 24 lire*, campagna per l’abbonamento a “Note fotografiche”, quarta copertina, “Note Fotografiche”, a. 18, n. 1, gennaio 1941, Bibliomediateca “M. Gromo”, Torino.

Fig. 9. “Note Fotografiche”, a. 18, n. 2, febbraio 1941, pp. 2-3, Bibliomediateca “M. Gromo”, Torino.

Fig. 10. Walter Golidt, *Una scintilla fatale*, illustrazione dell’articolo Fotoreportage, “AGFA Note Fotografiche”, a. 9, n. 10, aprile 1933, p. 297, Biblioteca Nazionale Braidense, Milano.

Figg. 11-14. Umberto Foà, *La fotografia nel giornalismo odierno*, “Note Fotografiche”, a. 11, n. 8, febbraio 1935, pp. 229-232, Biblioteca Nazionale Braidense, Milano.

Figg. 15-16. Umberto Foà, *Telefotografia*, “Note Fotografiche”, a. 11, n. 9, marzo 1935, pp. 268-269, Biblioteca Nazionale Braidense, Milano.

²⁹ R. De Berti, *Il nuovo periodico. Rotocalchi tra fotogiornalismo, cronaca e costume*, in Id., I. Piazzoni (a cura di), *Forme e modelli del rotocalco italiano tra fascismo e guerra*, Cisalpino, Milano 2009, pp. 3-64.

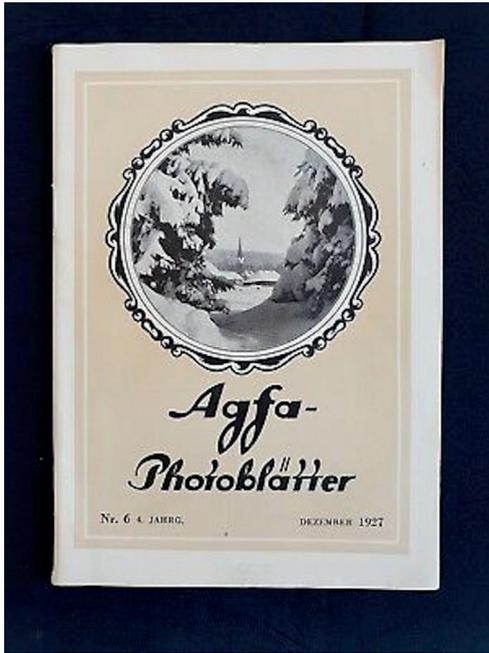


Fig. 3

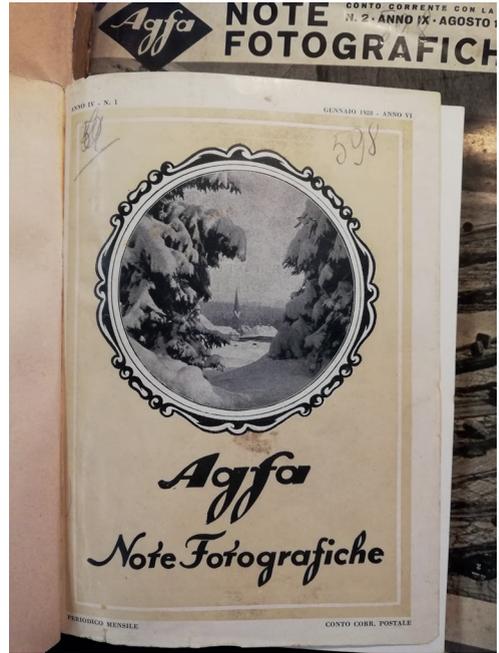


Fig. 4

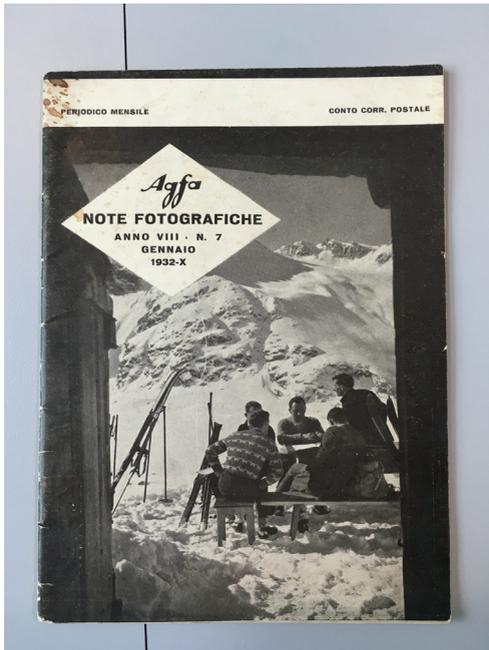


Fig. 5



Fig. 6

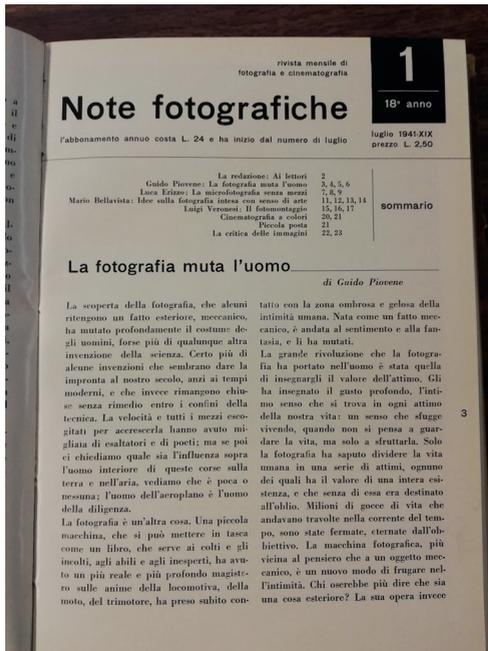


Fig. 7

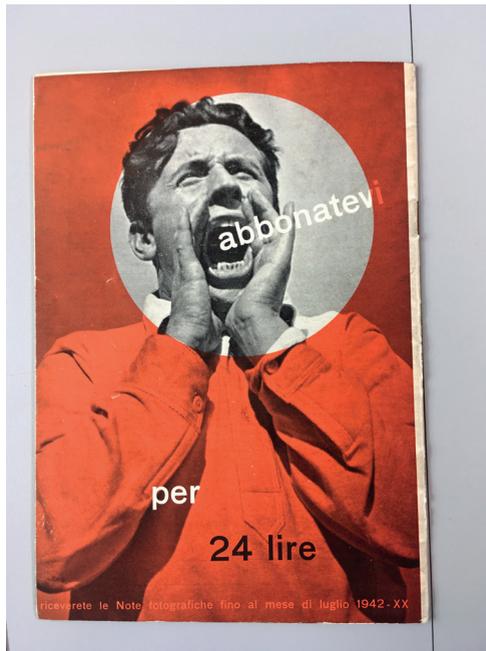


Fig. 8

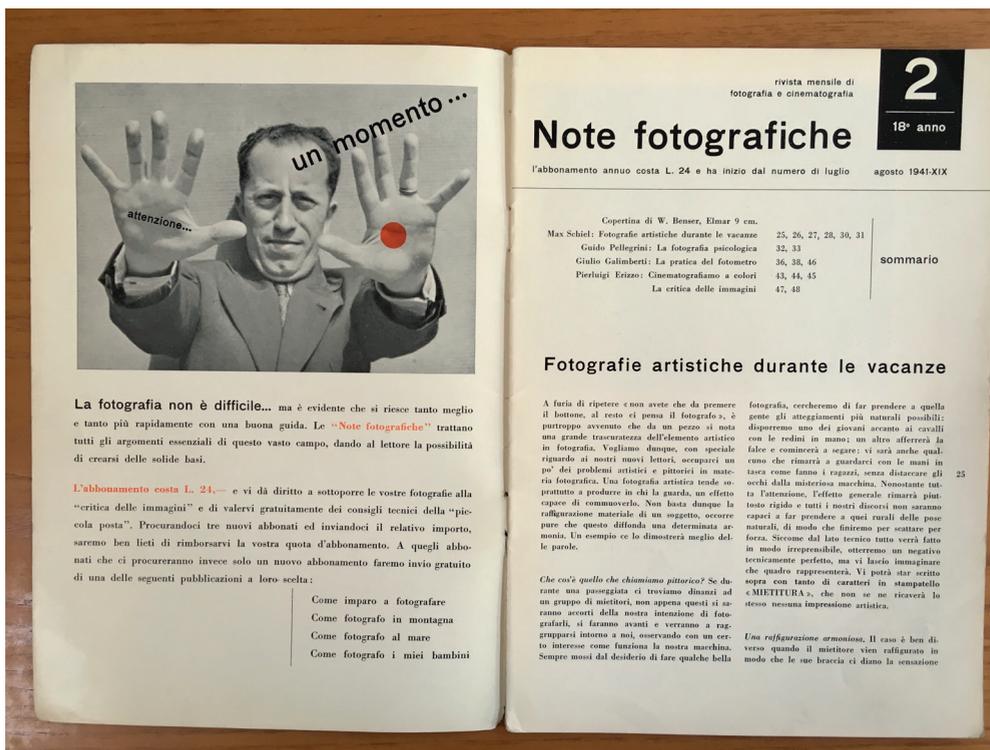


Fig. 9

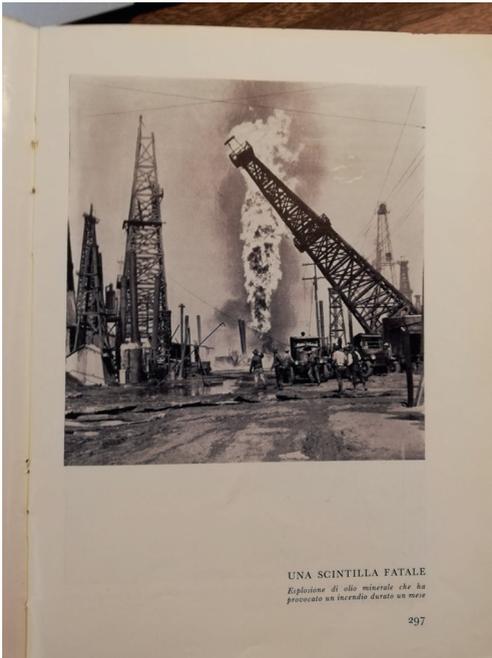


Fig. 10

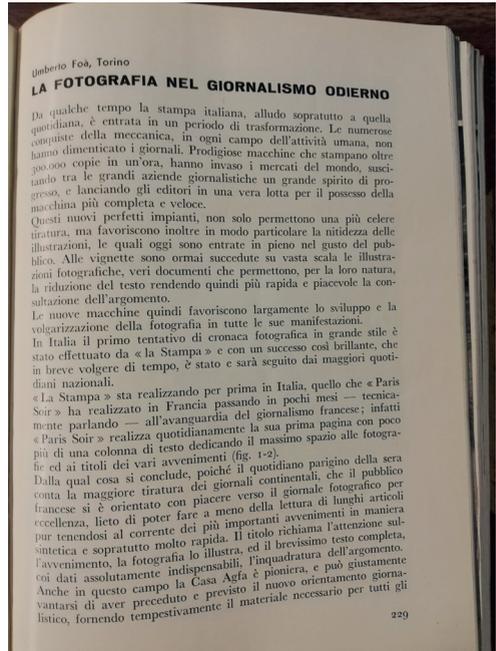


Fig. 11

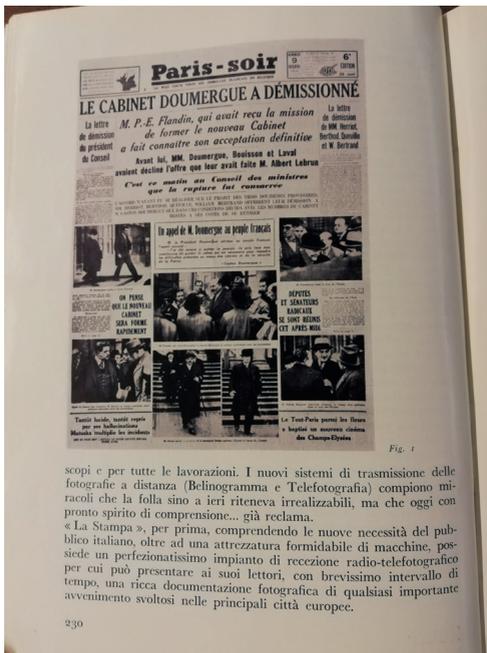


Fig. 12

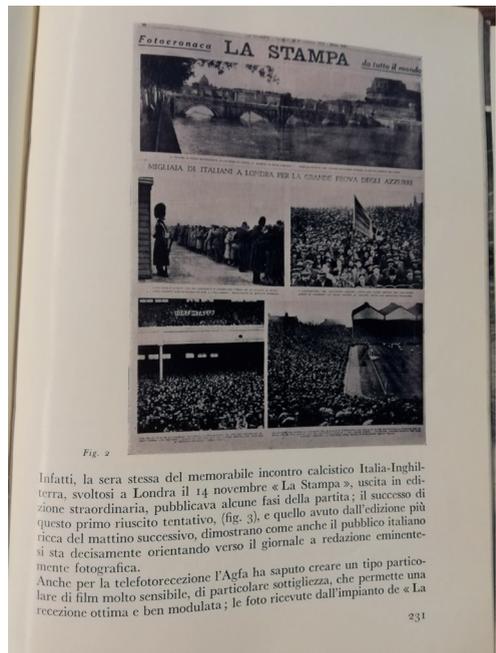


Fig. 13



Fig. 14



Fig. 15

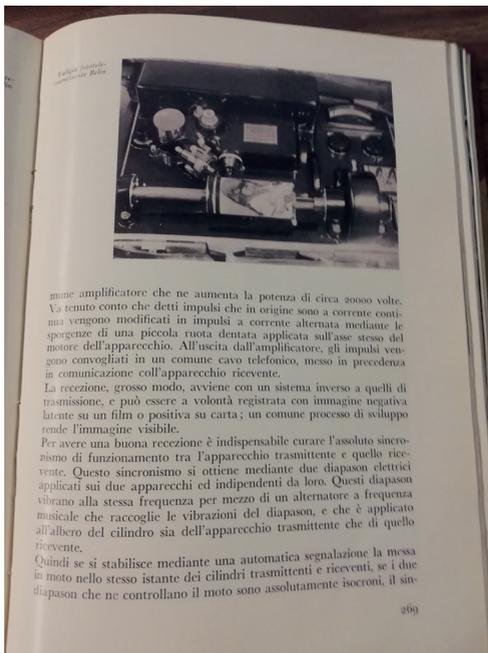


Fig. 16