

La Settimana Incom (1946 - 1965)

il fondo

Una delle più importanti testate acquisite dall'Istituto Luce, la Settimana Incom uscì nel 1946 nel mutato clima dell'immediato dopoguerra. Prodotta e distribuita dalla casa di produzione di cortometraggi INCOM - attiva sin dal 1938 sotto la direzione di Sandro Pallavicini nel campo del documentario d'attualità e di propaganda - prese il sopravvento nel contesto ormai liberalizzato e concorrenziale dell'informazione cinematografica. Per circa un ventennio, alla ribalta degli schermi cinematografici italiani, seguì da vicino storia ed evoluzione della società italiana dal dopoguerra agli anni della rinascita economica, e i più importanti avvenimenti internazionali nel clima teso della "guerra fredda" condensati in 2551 numeri, 13260 servizi, 350 ore di filmati

cenni storici

Non potendo infrangere, nel 1938, il monopolio dell'Istituto Nazionale Luce nel campo del cinegiornale e limitando la produzione della sua casa cinematografica al documentario, Sandro Pallavicini attese la fine della guerra per proporre, nel 1946, un'innovativa e vivace formula di cine-settimanale al passo con i tempi radicalmente cambiati. La testata riportava sugli schermi italiani, dopo la tragica parentesi della guerra, l'emblema della Incom - il David di Michelangelo - accompagnato dal nome del suo direttore, e offriva agli spettatori qualcosa di simile a un brillante e moderno rotocalco illustrato. In coda ai primi numeri, ad esempio, si incontrava una simpatica rubrica intitolata "piccola posta" in cui un noto divo del cinema rispondeva alle lettere degli spettatori