

PAROLE RUBATE

RIVISTA INTERNAZIONALE
DI STUDI SULLA CITAZIONE



PURLOINED LETTERS

AN INTERNATIONAL JOURNAL
OF QUOTATION STUDIES

Rivista semestrale online / Biannual online journal

<http://www.parolerubate.unipr.it>

Fascicolo n. 5 / Issue no. 5

Giugno 2012 / June 2012

Direttore / Editor

Rinaldo Rinaldi (Università di Parma)

Comitato scientifico / Research Committee

Mariolina Bongiovanni Bertini (Università di Parma)

Dominique Budor (Université de la Sorbonne Nouvelle – Paris III)

Roberto Greci (Università di Parma)

Heinz Hofmann (Universität Tübingen)

Bert W. Meijer (Nederlands Kunsthistorisch Instituut Firenze / Rijksuniversiteit Utrecht)

María de las Nieves Muñiz Muñiz (Universitat de Barcelona)

Diego Saglia (Università di Parma)

Francesco Spera (Università di Milano)

Segreteria di redazione / Editorial Staff

Maria Elena Capitani (Università di Parma)

Nicola Catelli (Università di Parma)

Chiara Rolli (Università di Parma)

Esperti esterni (fascicolo n. 5) / External referees (issue no. 5)

Roberto Campari (Università di Parma)

Paola Cristalli (Fondazione Cineteca di Bologna)

Luciano De Giusti (Università di Trieste)

Paolo Desogus (Università di Siena)

Progetto grafico / Graphic design

Jelena Radojev (Università di Parma)

Direttore responsabile: Rinaldo Rinaldi

Autorizzazione Tribunale di Parma n. 14 del 27 maggio 2010

© Copyright 2012 – ISSN: 2039-0114

INDEX / CONTENTS

Speciale Cinema

IL TESSUTO SEGRETO DELLE IMMAGINI. CITAZIONI NEL CINEMA EUROPEO

a cura di Roberto Chiesi

<i>Presentazione</i>	3-5
<i>Empire de la nuit, amour maudit. De la peinture de l'Ottocento à "L'Inferno" (1911)</i> CÉLINE GAILLEURD (Université de la Sorbonne Nouvelle – Paris III)	7-22
<i>Un pionnier de l'écriture postmoderne. L'usage des références et des citations chez René Clément</i> DENITZA BANTCHEVA (Agence pour le Développement Régional du Cinéma – Paris)	23-39
<i>"Teorema" e San Paolo. Citazioni pasoliniane fra cinema e letteratura</i> ALESSANDRA GRANDELIS (Università di Padova)	41-59
<i>Il sipario strappato. Scene di teatro nel cinema</i> STEFANIA RIMINI (Università di Catania)	61-85
<i>De la voluntad de pronunciar una nube. "Fortini / Cani" como paradigma de la cita</i> JOSÉ MANUEL MOURIÑO (Universidade de Vigo)	87-108
<i>Frontières reculées de la citation: sur trois films de Hans-Jürgen Syberberg</i> NICOLAS GENEIX (Université de la Sorbonne – Paris IV)	109-132
<i>Questioni di stile. La citazione in "Ladri di saponette"</i> LAPO GRESLERI (Bologna)	133-140
<i>Nella filigrana di "Nouvelle Vague"</i> ROBERTO CHIESI (Fondazione Cineteca di Bologna)	141-159
<i>Come guardare ai classici e vivere felici: "The Artist", "Hugo", "War Horse"</i> MICHELE GUERRA (Università di Parma)	161-180



LAPO GRESLERI

QUESTIONI DI STILE.

LA CITAZIONE IN “LADRI DI SAPONETTE”

1. *You can't judge a movie by its title*

Ladri di saponette (1989) è il quinto film di Maurizio Nichetti, una delle sue opere più originali e complesse, stratificata com'è su più livelli narrativi che si compenetrano in un meccanismo a ‘scatole cinesi’, ulteriormente arricchito da un abile gioco citazionistico che fa della pellicola uno dei casi più interessanti, almeno sul piano strutturale, del cinema italiano contemporaneo.

Oggetto di questi appunti è l'analisi della funzione che assumono le citazioni nel film, non solo rendendo omaggio ai testi di riferimento in una sorta di filologico legame, ma anche trasformandosi in elementi indispensabili al racconto nell'ambito di una precisa concezione del mezzo cinematografico.

È necessario innanzitutto considerare i piani narrativi che compongono l'opera e i meccanismi che li collegano:

1. il film ambientato nello studio televisivo, simbiosi di documentario e finzione;
2. il film *Ladri di saponette* in bianco e nero, trasmesso in televisione;
3. i finti spot pubblicitari che lo interrompono;
4. la famiglia che assiste distrattamente allo spettacolo;
5. il ‘nuovo’ *Ladri di saponette*, frutto dell’inaspettata fusione tra gli universi diegetici del film in bianco e nero e delle pubblicità, col regista in scena che tenta invano di riportare il suo film sul tracciato originale.

Come ha chiarito Marco Pistoia, le citazioni si adattano a ogni livello narrativo, mettendolo in relazione non solo con i testi di volta in volta citati ma anche con tutti gli altri segmenti del film:

“Questi cinque livelli [...] possono essere ritenuti i contenuti di un unico grande recipiente che, dalla prima all’ultima inquadratura, è *Ladri di saponette*. Fra i cinque livelli ‘interni’ il ritornare sul 1° dal 2° è causato dal 3°, che incide anche sul 5°, che in tal modo assume la funzione di proseguimento e modificazione del 1°. A sua volta il 4° non assolve solo la funzione [...] di significare la presenza di una famiglia-tipo raccolta davanti alla televisione – che torna a essere l’ingombrante simulacro, già minaccioso, di *Domani si balla* – ma è anche un richiamo interno all’opera di Nichetti, poiché la coppia di sposi è composta dalla Carlina e dal di lei marito di *Ho fatto splash*, il cui spot è, a sua volta, presente come uno di quelli che interrompono *Ladri di saponette*”.¹

Apertasi la porta dell’ascensore, la segretaria di edizione di un programma televisivo accoglie l’ospite, un regista, chiamandolo per nome: “Nichetti”. Sin dalla prima scena risulta evidente il ruolo del suo autore: questo è il primo film in cui Nichetti veste i panni di se stesso, quasi a sottolineare il bisogno di esibirsi allo spettatore per dare maggior peso a un problema di evidente urgenza: il crescente abbassamento culturale provocato dalla televisione, che offre un’informazione “sufficiente” alla fruizione passiva e distratta del pubblico, “parziale e carente, a qualsiasi

¹ M. Pistoia, *Maurizio Nichetti*, Milano, Il Castoro, 1997, p. 61.

livello, che però [...] fa dire ‘io ho visto, io so’”.² Dimessa la maschera clownesca che caratterizzava i personaggi da lui interpretati in precedenza, ma senza rinunciare a un rapporto col caos del mondo che ricorda l’ascetico mutismo di Jacques Tati o la sublime goffaggine di Buster Keaton (si ricordi l’impaccio del personaggio nello studio televisivo), il regista si rivela così dolorosamente sensibile alla degradazione del presente. Come dichiara il critico Claudio Fava, che appare nei panni di se stesso nella cornice documentaria per presentare la pellicola in bianco e nero di Nichetti, questa è la “prova di un comico che si cimenta col registro drammatico”, manifestando il desiderio “molto chapliniano di raccontare la contemporaneità senza rinunciare al sorriso, ma anche senza rinunciare al problema morale, alla riflessione anche amara”.³

Ladri di saponette è dunque la storia simil-neorealista di Antonio Piermattei, disoccupato del dopoguerra che trova impiego in una fabbrica di lampadari e decide di portarne uno a casa (certo di poterlo ripagare col suo stipendio) per soddisfare il sogno della moglie Maria. Il titolo del film cita ovviamente il famoso *Ladri di biciclette* di Vittorio De Sica (1948), ma al tempo stesso conferma la diagnosi del critico che lo presenta, poiché non è affatto “parodia” bensì “un atto d’amore verso il cinema italiano e il neorealismo”.

² Cfr. A. Fittante, P. Malanga e B. Vecchi, *Il lato comico del fantasy*, in “Duel”, 5, 1993, p. 28.

³ Cfr. L. Antoccia, *Ladri di saponette*, in “Cinema Nuovo”, 38, 1989, p. 43.

1. V. De Sica, *Ladri di biciclette* (1948).2. M. Nichetti, *Ladri di saponette* (1989).

Il regista, infatti, non mette in campo l'imitazione di un altro testo per trasformarlo e "creare una distanza critica",⁴ sia pure elevandolo al grado di autorevole classico;⁵ non "altera il soggetto dell'ipotesto senza modificarne lo stile", scherzosamente applicandolo a un nuovo oggetto "che lo sminuisce".⁶ Nel suo film in bianco e nero, citato nel film omonimo che lo contiene, egli si limita invece a presentare un'opera a sfondo sociale che segue fedelmente il grande modello di De Sica, recuperandone (come altrettanti omaggi) certe inquadrature, certe coincidenze narrative, certe frasi, perfino i nomi dei personaggi e il tema musicale (composto da Manuel De Sica, figlio di Vittorio). Pensiamo alla battuta nell'ufficio di polizia: "La denuncia l'hai fatta? Va bene così". Pensiamo alla scena iniziale nell'ufficio di collocamento, con il suo movimento di macchina che cerca il protagonista tra la folla per poi 'pedinarlo' (secondo la tecnica zavattiniana di De Sica) durante il suo vagare nella periferia.⁷

⁴ Cfr. D. Harris, *La parodia come fenomeno transtestuale*, in G. Guagnellini e V. Re, *Visioni di altre visioni: intertestualità e cinema*, Bologna, Archetipolibri, 2007, p. 136. Si veda anche R. Menarini, *La strana copia. Studi sull'intertestualità e la parodia nel cinema*, Udine, Campanotto Editore, 2004.

⁵ Si veda G. Guagnellini e V. Re, *Visioni di altre visioni: intertestualità e cinema*, cit., p. 36.

⁶ Cfr. *ivi*, p. 32.

⁷ Effetto analogo era già in *Ratataplan* (1979), il primo lungometraggio di Nichetti.



3. V. De Sica, *Ladri di biciclette* (1948).



4. M. Nichetti, *Ladri di saponette* (1989).

L'omaggio si allarga addirittura al cinema neorealista in generale, come dimostrano altre citazioni di personaggi (Don Italo ricorda da vicino il Don Pietro rosselliniano di *Roma città aperta*, 1945) e di ambienti (l'abitazione del protagonista evoca quella di *Umberto D.*, 1952). Ma il film di Nichetti non rinuncia mai a una venatura ironica, che del resto era già "presente nel capolavoro di De Sica"⁸ e relativizza con un sorriso la traiettoria tragica, improbabile e volutamente esasperata, del finale: Piermattei, vittima di un incidente, finisce sulla sedia a rotelle, la moglie diventa prostituta e i figli sono rinchiusi in orfanotrofio, con ulteriore allusione a De Sica e al suo *I bambini ci guardano* (1943). È precisamente con questa mescolanza di serio e di comico, di riverenza e derisione verso i suoi modelli che Nichetti costruisce la sua opera, con "l'atteggiamento dei figli rispetto ai padri", ammirati ma anche sentiti "come figure ingombranti", rivisitati per trarne ispirazione ma anche per sbarazzarsene.⁹ Un'operazione simile, nei confronti del disneyano *Fantasia* (1940), aveva già compiuto Bruno Bozzetto nel suo *Allegro non troppo* (1976), un film a cui lo stesso Nichetti aveva collaborato.

⁸ Cfr. M. Pistoia, *Maurizio Nichetti*, cit., p. 63.

⁹ Cfr. E. Comuzio, *Ladri di saponette*, in "Cineforum", 10, 1989, p. 90.

2. *Tutti gli snodi vengono al pettine*

Ladri di saponette in bianco e nero, come film nel film e appassionato omaggio a De Sica, è trasmesso in televisione ed è perciò continuamente frammentato da intermezzi pubblicitari. Il primo della serie tronca di netto la battuta di un personaggio che, sconcertato, guarda fuori campo in cerca di spiegazioni, mentre il regista ospite della trasmissione protesta energicamente. Con il secondo stacco, a causa di uno sbalzo di corrente, i due livelli non si limitano ad alternarsi ma si mescolano in una provocatoria sovrapposizione: la protagonista del *commercial* a colori, una straniera bionda che si tuffa in piscina, ‘entra’ letteralmente nel film in bianco e nero, creando scompiglio tra i personaggi e alterando addirittura il filo del racconto. Il protagonista Antonio infatti, vedendola annaspere nell’acqua del fiume, si tuffa in suo soccorso, la trascina a riva, l’asciuga con la giacca; l’immagine della ragazza a poco a poco ‘perde’ il colore passando al bianco e nero, uscendo insomma dalla pubblicità per entrare nel film come se entrasse nella realtà.¹⁰ Antonio la porta a casa, suscitando la gelosia di Maria; per mostrare come sono andati veramente i fatti (e recuperare il lampadario dimenticato) conduce la moglie al fiume e assiste impotente al suo suicidio, ancora una volta in acqua. La donna scompare, e scompare dal film in bianco e nero, per ricomparire a colori nello *spot* successivo che mette in scena appunto un annegamento e un’indagine della polizia, memori dell’incidente e della morte di Bragana in *Ossessione* di Luchino Visconti (1943).

Come il cinema, anche l’universo pubblicitario è una finzione che tende alla verosimiglianza, assimilando spesso mimeticamente i linguaggi e

¹⁰ La realtà è infatti a colori, ma il bianco e nero è più realistico, avvertiva Wim Wenders in *Der Stand der Dinge* (1982). Si veda L. Antoccia, *Ladri di saponette*, cit., p. 44.

i codici di altre forme espressive.¹¹ E proprio lo scambio fra realtà e finzione è sempre stato un tema frequentato dal cinema, a partire da quello classico fino a *Videodrome* di David Cronenberg (1983) o a *Who Framed Roger Rabbit* di Robert Zemeckis (1988). Ma il film di Nichetti va oltre, presentando una riflessione sul personaggio-attore e il personaggio-spettatore che scavalca i limiti dell'originaria struttura narrativa e tocca il rapporto stesso fra l'autore e la sua creazione, come già avveniva nello *Sceicco bianco* di Federico Fellini (1952) o in *The Purple Rose of Cairo* di Woody Allen (1985).¹²

In *Ladri di saponette*, infatti, il regista decide di intervenire personalmente per rimediare alle deformazioni che gli stacchi pubblicitari impongono al suo racconto, e si comporta dunque come la protagonista di *Alice in Wonderland* o il Buster Keaton di *Sherlock Jr.* (1924). Egli si trova però prigioniero del suo film e smarrisce al tempo stesso la propria funzione autoriale: l'opera vive così di vita propria, si libera del suo ideatore come i pirandelliani *Sei personaggi in cerca d'autore*, finendo per includerlo e quasi fagocitarlo al suo interno al pari dello spettatore, con un processo che ricorda da vicino il romanzo *Se una notte d'inverno un viaggiatore* di Italo Calvino. *Deus ex machina* incapace di gestire il frutto del suo ingegno, il regista non controlla più i suoi personaggi che finiscono per passare arbitrariamente dal 'loro' film a quelli pubblicitari, in uno scambio continuo e vertiginoso. Il figlio di Antonio, Bruno, rifiuta l'idea dell'orfanotrofio e si rifugia nella pubblicità di una merendina; la moglie

¹¹ A partire dagli anni Ottanta, per esempio, molti intermezzi pubblicitari tendono ad assimilare l'argomento e lo stile della trasmissione o del film che li contengono, fissandosi così con maggior efficacia nella mente degli spettatori.

¹² Un'idea simile era già presente, con tanto di interruzioni pubblicitarie, nel film russo *Zakovannaya filmoi* [*Incatenata dal film*] di Nikandr Turkin (1918). Si veda M. Burke, *Mayakovsky: Film: Futurism*, in *Avant-Garde Film*, edited by A. Graf and D. Scheunemann, Amsterdam, Rodopi, 2007, pp. 142-144.

Maria scopre allo stesso modo il mondo colorato del consumismo contemporaneo, e non vuol più tornare al suo povero film del 1948 (l'anno di *Ladri di biciclette*). L'involontario e 'zoppicante' lieto fine, con la donna che rientra a casa con una decina di carrelli della spesa pieni dei prodotti reclamizzati, è il segno di un mondo "dove non sembrano esservi più distinzioni"¹³ e dove la confusione si cristallizza proprio nella televisione, minaccioso ed esclusivo emblema della nostra percezione del mondo.

Alla fine, non a caso, il regista rimane intrappolato nel piccolo schermo e i telespettatori, incapaci ormai di distinguere fra verità e finzione, spengono distrattamente l'apparecchio: l'autore e la sua opera sono così 'consumati', come avviene ai prodotti della pubblicità destinati a essere eliminati alla fine del ciclo. Al pari del cinema, anche la televisione cita e rielabora il patrimonio culturale universale, ma non lo rimette in circolazione come prodotto nuovo e 'd'autore': si limita a fornire un povero surrogato, assolutamente vuoto. È una malinconica diagnosi, che Nichetti enuncia con l'abituale ironia ma che ricorda le pagine durissime di Pier Paolo Pasolini sullo stesso argomento¹⁴ e (con toni diversi) la denuncia di George A. Romero in *Dawn of the Dead* (1978).

¹³ Cfr. M. Pistoia, *Maurizio Nichetti*, cit., p. 67.

¹⁴ Si veda L. Gresleri e F. Colussi, *Bibliografia essenziale. Scritti e interviste di Pier Paolo Pasolini sulla televisione*, in *Pasolini e la televisione*, a cura di A. Felice, Venezia, Marsilio, 2011, pp. 263-264.

Copyright © 2012

*Parole rubate. Rivista internazionale di studi sulla citazione /
Purloined Letters. An International Journal of Quotation Studies*