



Dillinger

scrigni di cinema

Collana diretta da Augusto Sainati

Comitato scientifico

Sandro Bernardi, Matteo Cerami, Caterina D'Amico,
Giacomo Scarpelli, Giovanni Spagnoletti

1. Furio Scarpelli, Mario Monicelli, Giacomo Scarpelli, *Storia meravigliosa di Niccolò Paganini. Un progetto per un film non fatto*, 2016, pp. 100, ill.
2. Paolo Virzì, Francesco Bruni, *Nato da un cane. Il trattamento originale di Ovosodo*, 2016, pp. 92, ill.
3. Cesare Zavattini, *L'uomo che vende un occhio. Soggetto per il film Il boom di Vittorio De Sica*, 2017, pp. 84, ill.

Cesare Zavattini

L'uomo che vende un occhio

*Soggetto per il film Il boom
di Vittorio De Sica*

a cura di

Nicola Dusi, Lorenza Di Francesco

prefazione di

Christian De Sica



Edizioni ETS



www.edizioniets.com

© Copyright 2017

Edizioni ETS

Piazza Carrara, 16-19, I-56126 Pisa

info@edizioniets.com

www.edizioniets.com

Distribuzione

Messaggerie Libri SPA

Sede legale: via G. Verdi 8 - 20090 Assago (MI)

Promozione

PDE PROMOZIONE SRL

via Zago 2/2 - 40128 Bologna

ISBN 978-884674742-6

Prefazione

Mi è difficile parlare di Zavattini soggettista e sceneggiatore, perché Zavattini è stato per me un familiare: non solo perché era il mio padrino di battesimo, ma perché è stato una specie di tutore, una persona che mi ha insegnato moltissimo. Le due figure del cinema che per me sono state più importanti, al di fuori della famiglia stretta, sono state Zavattini e Rossellini.

Andavo spesso a via Sant'Angela Merici a trovare Za: ci andavo a dipingere perché tra le tante cose Za era un formidabile pittore e anche un collezionista di quadri di altri. Aveva una bella collezione di quadri di pittori naif: fu grazie a lui che una volta a Luzzara conobbi Ligabue, un uomo che metteva quasi paura e che mi propose di comprare un suo quadro. Ma ero troppo giovane, non lo presi, e ancora oggi me ne pento...

Con mio padre Za formava un connubio perfetto: era un'alchimia efficacissima tra due persone che venivano da mondi diversi, uno scrittore, l'altro ragioniere. Dicevano di essere come il caffelatte, cioè di unirsi in un buon risultato senza sapere dove finiva il contributo dell'uno e cominciava quello dell'altro. E questa unione funzionava soltanto tra loro due. Ad esempio alla sceneggiatura di *Ladri di biciclette* all'inizio parteciparono anche Suso Cecchi d'Amico e Sergio Amidei, che poi andarono via perché non riuscivano a legare con gli altri.

Zavattini aveva il dono di saper vedere le cose prima e meglio degli altri. *Il boom* fu un film straordinario perché seppe ritrarre l'Italia che sarebbe venuta vent'anni dopo, quella della Milano da bere e dei debiti, che per certi versi anticipa e introduce Berlusconi. Ma all'epoca in cui uscì, il film non ebbe troppo successo perché la borghesia, che era il pubblico naturale del boom (inteso sia come fenomeno sociale che come film), non voleva vedersi allo specchio, non voleva vedere il proprio ritratto costruito con tanta pungente lucidità.

All'epoca delle riprese io ero un ragazzino e ancora non ero molto interessato al cinema. Ricordo però un aneddoto del set, che ora mi sembra rivelatore dell'euforia generale che prendeva un po' tutti. Un giorno si doveva girare una scena in cui Sordi regala una 500 alla moglie: eravamo in un salone di Roma, con le macchine esposte e tutto. Questi saloni erano considerati il luogo del lusso più delle gioiellerie e la gente si accalcava alle vetrine per vedere le auto. Avevo seguito mio padre sul set, e quando loro finirono di girare andammo a mangiare in una trattoria, Sordi, Zavattini, mio padre ed io. Mentre attraversavamo la strada, Sordi cacciò un urlo verso di me, perché stava passando un camion che forse non avevo visto: «Sta' attento! Questi corrono corrono ma poi non c'hanno i freni!». Così, quasi per caso era venuto fuori il contrasto tipico del boom: voglia di ricchezza da esibire con l'auto nuova che esce dal salone, e povertà di mezzi col camion mezzo malandato.

Ciò che mi piace ancora oggi de *Il boom* è la sfrontatezza dell'esibizione, che nasconde una vita miserevole. Per un mio film, *Simpatichi e antipatici*, ho anche rubato uno spunto a *Il boom*: a un certo punto Sordi gioca a tennis con un amico, e fra uno scambio e l'altro gli si

avvicina con aria supplicante chiedendogli un prestito di tre milioni. «E chi ce l'ha?», risponde l'altro, e Sordi, scoppiando a ridere: «Ah ah, ce sei cascato eh?». Nel mio film la scena, con me che chiedo cento milioni a Gianfranco Funari, è praticamente la stessa. Ricordando questa analogia, mi rendo conto che gli anni passano ma restano negli italiani gli stessi vizi. E allora ci riscopriamo, noi tutti, chi più chi meno, debitori della straordinaria capacità di intuizione del grande Za. A cui non finiremo mai di essere riconoscenti.

Christian De Sica

Dare a Cesare quel che è di Cesare

Nicola Dusi, Lorenza Di Francesco¹

Roma, 16 novembre 1957

I giornali hanno parlato di uno che voleva
vendere il suo occhio per quattordici milioni.
Anche Piero Nelli, che è venuto oggi a trovarmi, lo ha letto,
e io gli faccio un lungo sproloquio:
secondo te io dovrei scrivere una storia drammatica, tragica
addirittura [...]
E se tutto questo diventasse la storia di un regista, caro Nelli?
Stai a sentire: un regista si innamora della storia dell'occhio,
gli sembra che può mostrare la tremenda potenza del denaro
nei giorni nostri [...]
Il dramma più grande che noi viviamo è questo allargarsi
dell'omertà,
l'abbandono cioè della speranza di mutamenti,
e quindi della fatica, di un qualsiasi sacrificio per accelerarli.
Sarà sempre così, si sospira,
e si finisce con l'odiare quei pochi che ci rammentano
che avevamo detto di cambiare.
(C. Zavattini)²

Cesare Zavattini è stato un artista poliedrico, che ha goduto di una carriera lunga quasi un cinquantennio, dalla metà degli anni Trenta ai primi anni Ottanta del Novecento, dispiegata in tutti i campi dell'arte e della

¹ L'introduzione è stata orchestrata da Nicola Dusi, che ha scritto i paragrafi 2, 3, 4; Lorenza Di Francesco ha scritto i paragrafi 1, 5, 6.

² C. Zavattini, «Diario», in *Cinema nuovo*, n. 119, 1 dicembre 1957.

cultura: dalla letteratura alla poesia, dal giornalismo ai fumetti e alla pittura, per approdare al cinema, alla radio, al teatro e alla televisione. Zavattini ha sempre raccontato l'Italia, e lo ha fatto con un'immediatezza e un'irruenza che sono diventati i tratti distintivi della sua opera. Ciò avviene già a partire dalla fine degli anni Trenta e nei primi anni Quaranta, poiché è tra i principali intellettuali e artisti che hanno permesso agli italiani di conoscere l'Italia dopo la rappresentazione tendenziosa datane dal governo fascista. Infatti, dopo aver conquistato pubblico e critica con i primi romanzi venati di surrealismo³ – *Parliamo tanto di me*, del 1931, *I poveri sono matti*, del 1937 e *Io sono il diavolo*, del 1941 – Zavattini propone, senza fortuna, una serie di iniziative editoriali volte alla scoperta della penisola (tra cui ad esempio *Il libro di lettura degli italiani*, con diversi scrittori). Al contempo, sceglie il cinema per dare vita a un racconto che incida la realtà, come spiega Gian Piero Brunetta: «il cinema, grazie alla possibilità di rifondazione di un'etica del vedere *in primis*, poteva favorire la crescita di una coscienza civile che [Zavattini] ancora sentiva carente nel nostro paese»⁴.

Ovviamente è al neorealismo che è storicamente ascritta la genesi di questa nuova etica legata ad uno sguardo da *reportage* sul mondo, come accade nei film della coppia De Sica/Zavattini: *Sciuscià* (1946), *Ladri di*

³ Per approfondire questo aspetto rinviamo a S. Cirillo, *Nei dintorni del surrealismo. Da Alvaro a Zavattini. Umoristi, balordi e sognatori nella letteratura italiana del Novecento*, Roma, Editori Riuniti, 2006.

⁴ G.P. Brunetta, «Prefazione», in C. Zavattini, *Diario cinematografico*, Milano, Bompiani, 1979 (ora in C. Zavattini, *Cinema. Diario cinematografico, Neorealismo ecc.*, Milano, Bompiani, 2000, p. X). Rinviamo anche a S. Parigi, *Fisiologia dell'immagine. Il pensiero di Cesare Zavattini*, Torino, Lindau, 2006.

biciclette (1948) e *Umberto D.* (1952). A un'analisi più accurata, tuttavia, il discorso morale e la stessa "etica del vedere", in cui emerge la figura dell'occhio come simbolo di uno sguardo lucido e disincantato, sono alle fondamenta dell'opera zavattiniana. E sono le basi del progetto *Il boom* per il film di De Sica del 1963, nato quando il neorealismo è ormai un fenomeno concluso. Il film, recepito come minore, è riconducibile al ricco filone della "commedia all'italiana", e viene ricordato soprattutto per il ruolo da protagonista assegnato ad Alberto Sordi.

Ma Zavattini, in una lettera inedita, definisce il film «magistralmente diretto, magistralmente interpretato e quasi magistralmente ideato»⁵. Per lui, infatti, si tratta di un lavoro lungo e complesso, della durata di circa sette anni, che attraversa la scrittura per il cinema, diventa una *pièce* teatrale di successo, e poi torna al cinema. A riprova della costante pratica zavattiniana di «rigenerare opere preesistenti modificandone di continuo la destinazione»⁶.

Tutto ha inizio dall'osservazione della vita reale, mediata dalla scrittura giornalistica, poiché è un fatto di cronaca ad ispirare Zavattini nella scrittura del soggetto:

lessi su un giornale serio che nella Lomellina si aggirava una ricca auto con a bordo un signore il quale cercava un occhio da comperare. Ma non si seppe più niente, e la notizia

⁵ Lettera inviata da Cesare Zavattini ad Alberto Sordi datata 6 luglio 1979. Citata in C. Balduini, *Miracoli e boom. L'Italia dal dopoguerra al boom economico nell'opera di Cesare Zavattini*, Reggio Emilia, Aliberti, 2013, p. 175.

⁶ C. Jandelli, *La scena pensante: Cesare Zavattini tra teatro e cinema*, Roma, Bulzoni, 2002, p. 37.

rimase per un poco sospesa in aria come la luna e finalmente scomparve dal cuore, da tutto, perché oggi succede che le più profonde indignazioni morali sono vicine ai più cinici oblii⁷.

Restando al racconto fornito da Zavattini, che fa parte, ricordiamo, di una costruzione narrativa autobiografica tesa a presentare al pubblico il suo processo creativo, questa notizia suscita l'immediato interesse dello scrittore, che la fa diventare un soggetto per il cinema, *L'uomo che vende un occhio*⁸, rimasto nel cassetto fino al 1959. In quell'anno il primo abbozzo di soggetto confluisce, assieme a parti del libro *Ipocrita 43* e del testo teatrale (non realizzato) *La conferenza*, nella *pièce Come nasce un soggetto cinematografico*, un'opera aperta e sperimentale di grande successo di pubblico e di critica. Qualche anno dopo, nel 1962, quando l'amico e compagno di lavoro Vittorio De Sica gli chiede un soggetto per un film prodotto da De Laurentiis, Zavattini ritorna alla prima idea e la riadatta per un nuovo soggetto, cucito via via, nel corso delle molte varianti, sempre più addosso al divo indicato dal produttore: Alberto Sordi⁹.

L'Archivio Cesare Zavattini della Biblioteca Panizzi di Reggio Emilia conserva molti documenti relativi al

⁷ C. Zavattini, «Come è nato *Il boom*», in *Dino De Laurentiis Film*, V, 8 agosto 1969. Questo aneddoto sarà poi invertito nel suo utilizzo per il cinema: non più un ricco che cerca un occhio da acquistare bensì un povero che tenta di vendere un occhio.

⁸ La prima parte di questo soggetto è stata pubblicata in F. Carpi, *Cinema italiano del dopoguerra*, Milano, Schwarz, 1957.

⁹ Mariapia Comand sottolinea la particolarità del divismo di Sordi in cui coesistono l'intermedialità e la capacità di rappresentare l'uomo medio (M. Comand, «Modelli, forme e fenomeni del divismo: il caso Alberto Sordi», in M. Fanchi, E. Mosconi (a cura di), *Spettatori. Forme di consumo e pubblici del cinema in Italia 1930-1960*, Roma, Bianco & Nero, 2002).

progetto *Il boom*: si tratta di venti varianti del soggetto (alcune anche di una cinquantina di pagine), venticinque scalette parziali sempre più dettagliate, e tre stesure di sceneggiatura corredate da una decina di note di lavorazione. In tutto più di millecinquecento pagine. Queste carte d'archivio sono fonti importanti per comprendere la genesi del film, oltretutto godibilissime per la fluidità della scrittura di Zavattini (coadiuvato in molte stesure dei soggetti dai collaboratori Enzo Muzii e Piero Nelli)¹⁰, e non di rado impreziosite da note scritte a mano, bozzetti o disegni. Sono anche carte che spesso non riportano una data precisa, e risultano quindi difficili da ordinare cronologicamente.

Dal teatro al cinema

Nella *pièce* teatrale confluiscono sia la prima idea de *L'uomo che vende un occhio* sia il tema del suicidio pubblico che Zavattini aveva proposto ne *La conferenza*, ma – come fa sempre quando affronta un nuovo medium, in questo caso il teatro –, Zavattini nel suo copione innova e sperimenta, riuscendo a far mettere in scena, per la regia di Virginio Puecher del Piccolo Teatro di Milano, uno scrittore di soggetti per il cinema e i suoi fantasmi, tra cui la moglie Maria e in particolare il cen-

¹⁰ Enzo Muzii – giornalista, fotografo, regista e scrittore – ha esordito al cinema al fianco di Cesare Zavattini, con *I misteri di Roma* (1963), e grazie a *Come l'amore* (1968) ha vinto l'Orso d'argento al Festival del cinema di Berlino. Piero Nelli è stato sceneggiatore e regista, prima cinematografico poi televisivo. Tra i suoi lavori ricordiamo *La pattuglia sperduta* (1954), l'episodio *La sfregiata* nel film a episodi *Le italiane e l'amore* (1961) e la serie tv *Il triangolo rosso* (1967).

sore Chiaretti e il produttore Saloni: presenze per lui (e per lo spettatore) reali, con le quali dialoga come fossero degli «angeli custodi». Come spiega Cristina Jandelli, «se il teatro è rispecchiamento, Zavattini ci vede riflessa la propria parabola di soggetto e sceneggiatore che, al momento in cui il testo viene varato, sta attraversando un momento difficile. È il tempo dell'amarezza, dell'autoaccusa»¹¹.

Il soggetto Antonio, *alter ego* di Zavattini, vive infatti un conflitto interiore, tra voglia di coerenza intellettuale ed artistica e pressanti esigenze di compromesso imposte dai giudizi perentori del censore e del produttore con cui si confronta costantemente. Il palcoscenico si trasforma in un «luogo delle infinite possibilità, delle occasioni mancate, di ciò che potrebbe essere e non è»¹². La *pièce* si avvarrà di una regia e di una recitazione di taglio brechtiano¹³, con risultati, tuttavia, non solo stranianti ma anche surreali e umoristici: infatti il testo di Zavattini prevede salti di registro continui, che passano dal conflittuale al grottesco alla *clownerie*, a metà tra le gag di Petrolini e il teatro di Pirandello¹⁴. Antonio – proprio come il personaggio interpretato da Sordi nel film – è «il re dei velleitari, una personalità profondamente dissociata fra buone intenzioni e pessime azioni, un personaggio moralmente lacerato perché sa

¹¹ C. Jandelli, *La scena pensante*, cit., p. 67.

¹² Ivi, p. 59.

¹³ L'attore protagonista è Tino Buazzelli della compagnia del Piccolo Teatro di Milano, mentre per l'uomo che vende l'occhio Zavattini fa scritturare Lamberto Maggiorani, creando così un gioco di rimandi per il pubblico dell'epoca, che riconosce facilmente il protagonista di *Ladri di biciclette* di De Sica.

¹⁴ C. Jandelli, *La scena pensante*, cit., p. 94.

ciò che dovrebbe essere ma non ha il coraggio di essere ciò che dovrebbe»¹⁵. In effetti, nella *pièce* il dramma di Antonio sta nel suo tentativo di mantenere una libertà creativa nonostante le pressioni sociali ed economiche, rappresentate dalle figure del censore e del produttore, ma anche dalla casa nuova da pagare o dalla nascita di un figlio. Il suo suicidio, illusorio e reversibile, prenderà le mosse proprio da questa frase: «Non voglio cedere». Un'idea di fondo, il «dramma di un uomo che cede», come sottolinea Zavattini in un appunto a margine a una delle scalette del film, che resterà invariata in tutte le trasposizioni e riscritture successive.

La storia dell'intellettuale in conflitto che mette in scena la *pièce* teatrale si semplifica molto nel film *Il Boom* diretto da Vittorio De Sica nel 1963, in cui il protagonista si trasforma in un piccolo borghese che vive al di sopra dei propri mezzi, vende appartamenti ma sogna di far soldi rapidamente grazie alla speculazione edilizia. Giovanni Alberti, il personaggio interpretato da Sordi, è preda di una frenesia di benessere materiale che produce debiti e cumuli di cambiali, pur di mimare l'appartenenza al ceto agiato dell'imprenditoria romana, e comprende *status symbol* come l'attico all'EUR, l'auto fuoriserie per sé e la nuova Cinquecento per la moglie, elettrodomestici e pellicce di visone, "dolce vita" notturna e vacanze a Fregene. Una spinta al consumo che nel film di De Sica appare concentrata nei lunghi titoli di testa, dove appaiono il protagonista e la moglie presi dall'euforia di acquisti di lusso, in una città invasa da neon pubblicitari per prodotti come Stock 84, Philips, Cora, Caffè Paulista (ma anche l'enciclopedia *Conosce-*

¹⁵ Ivi, p. 80.

re dei F.lli Fabbri). Marchi che ritorneranno nell'amaro finale del film, con scritte che sfrecciano sul fianco di camioncini e autoarticolati (tra cui Plasmon, Idrolitina, Invernizzi, ma anche *Il Corriere della Sera*), mentre intravediamo il protagonista scortato in clinica da infermieri e medici che lo hanno ripreso dopo la sua fuga dalla sala operatoria. Anche Alberti, infatti, ha ceduto alla mercificazione – in senso letterale – di sé, accettando di vendere il proprio occhio a un ricco costruttore edile rimastone privo. Nell'accordarsi con la risoluta e imponente moglie di lui, lo scambio diventa quasi una semplice transazione commerciale. Per arrivarci, però, Giovanni Alberti passa attraverso una mercificazione un po' diversa: si presenta infatti all'appuntamento con la matrona fraintendendone l'interesse, convinto di doversi concedere sessualmente pur di ottenere un aiuto per le sue cambiali in protesto. Potremmo dire che, nel gioco seduttivo del consumo vistoso tra soggetto desiderante (il consumatore) e oggetto del desiderio (il bene di lusso), Alberti è diventato oggetto a sua volta. Anzi, presa la sofferta decisione e incassato il lauto anticipo (quattordici milioni di lire in contanti), il nostro diventerà tutt'uno con un marchio, annunciando agli amici radunati a festeggiare che ha aperto la ditta «Albertimpresa. Tutta una parola. Con capitale interamente versato». Tra desiderio di apparire e desiderio di consumo, seduzione e mercificazione, siamo dalle parti delle analisi sull'azzeramento degli individui nel loro diventare dei meri consumatori (come sosteneva Marcuse), per non parlare della società dei consumi e degli oggetti teorizzata da Baudrillard¹⁶. Zavattini, come accade agli

¹⁶ J. Baudrillard, *Il sistema degli oggetti. Per una critica dell'economia*

artisti più lucidi, preconizza un problema e intuisce una critica sociale, anticipando temi che di lì a pochi anni dilagheranno dalle università alle piazze come critica dei consumi di massa.

Aldo Grasso ricorda uno scandalo televisivo in un varietà del 1960, *Controcannale*: il presentatore Corrado Mantoni si lasciò andare a una battuta che parodiava la Costituzione dicendo «L'Italia è una repubblica fondata sulle cambiali», scatenando immediatamente dopo delle interrogazioni parlamentari¹⁷. È un caso di cronaca, che non passa inosservato alla coppia Zavattini/De Sica, poiché proprio quest'ultimo spiega, in un'intervista di lancio al suo prossimo film:

Ogni giorno presso una delle filiali della Fiat a Roma vengono vendute 200 automobili nuove, ma di queste solo una trentina sono pagate in contante: per le altre 170 comincia il gran giro delle rate. E così credo che avvenga in tutti i settori degli elettrodomestici. Si firmano in Italia migliaia e migliaia di cambiali, [in] questa grande ubriacatura del miracolo economico. La gente si è abbandonata a sogni di grandezza sulle ali di un facile ottimismo e ha perso ogni dimensione della realtà¹⁸.

Il tema della mercificazione del sé (e del proprio corpo) viene allora direttamente dal primo soggetto cinematografico confluito nel testo teatrale scritto da Zavattini, ma nel film di Vittorio De Sica (e negli ultimi

politica del segno (prima edizione: 1968); H. Marcuse, *L'uomo a una dimensione* (prima edizione: 1964).

¹⁷ A. Grasso, *Storia della televisione italiana*, Milano, Garzanti, 2004, p. 129.

¹⁸ V. De Sica, in *Dino de Laurentiis Film*, V, 8 agosto 1963 (in C. Balduini, *Miracoli e boom...*, cit.).

soggetti di Zavattini) prolifera il tema del consumo assieme a quello dei debiti, nella figura onnipresente della cambiale da firmare, e si esplorano così le motivazioni della decisione drastica del protagonista insolvente, che rischia di perdere tutto: moglie, casa, status sociale, reputazione.

Al contrario, nei soggetti precedenti, Zavattini mantiene la complessità della *pièce* teatrale, mettendo in scena sia l'occhio "venduto" sia l'occhio di chi guarda. Il regista che Zavattini tratteggia nel soggetto che qui pubblichiamo, infatti, viene a diretto contatto con la nuova e posticcia ricchezza della famiglia dell'uomo che ha venduto un occhio per debiti: a casa dell'uomo troviamo nuovi giocattoli tra cui un trenino elettrico, ma anche elettrodomestici come il frigorifero (mal collocato) o un televisore nuovo di zecca. Il regista del nostro soggetto, Giovanni Marcucci, viene presentato con un'indole spensierata, preso da una felicità «un po' infantile» per la nuova casa in cui si è appena trasferito (con moglie e figlia), che rappresenta il benessere tanto agognato. Ma la sua sicurezza s'incrina – almeno temporaneamente – in una sorta di crisi di coscienza manifestata dalla volontà di portare sullo schermo una storia scomoda, senza abbellimenti, per scuotere il pubblico e farlo vergognare. Il regista all'inizio *non cede* all'offerta di denaro fattagli dal produttore purché lasci perdere la storia dell'uomo che vende un occhio, e perde il contratto per il film in preparazione, entrando nell'ansia dei debiti da pagare per la casa. Però un nuovo produttore si fa avanti, le cose sembrano sistemate e il film può iniziare: ecco allora i provini, la scelta degli attori, le riprese, con la loro proiezione riservata per decidere la sorte del film. Alla richiesta pressante di cambiare il finale, di addolcirlo mettendoci

un po' di speranza, proprio come nella *pièce* teatrale, il nostro regista tenta di resistere, sembra voler rinunciare a tutto (all'auto nuova fiammante, alle vacanze nella villa a Fregene), ma alla fine accetta, *cede*, cioè scende a patti con se stesso pur di mantenere una vita agiata e il suo status sociale. Più che alla mercificazione del corpo, siamo tornati allora a quella sorta di "prostituzione intellettuale", dolorosa e apparentemente ineluttabile, che accomuna lo sconfitto Giovanni Marcucci e il velleitario Antonio del testo teatrale.

Due forme del racconto

I documenti conservati presso l'Archivio Cesare Zavattini¹⁹ sono, innanzitutto, tre corpose cartelle di "soggetti" (alcuni con il titolo *L'uomo che vende un occhio* altri con il titolo *Il boom*), che vanno dalle poche pagine (solo per due soggetti) a stesure lunghe, attorno alle cinquanta-sessanta pagine l'una. Segue una cartella contenente varie scalette parziali, in diverse stesure e con molte note autografe e, infine, tre cartelle in cui sono conservate quattro varianti della sceneggiatura del film, che vanno dalle appena undici pagine della prima stesura fino alle circa duecento della versione più lunga. A partire da questa mole di materiale, diamo qualche indicazione circa il processo di scrittura che ha condotto dal primo soggetto pubblicato nel 1957, e dall'opera teatrale, sino al film.

¹⁹ Rinviamo alla «Postilla» alla fine del volume per i documenti conservati presso l'Archivio Cesare Zavattini della Biblioteca Panizzi di Reggio Emilia, sotto la catalogazione *Za Sog R 11-12. Il boom*.

Il soggetto esteso, *quasi* un trattamento, che qui pubblichiamo è catalogato in Archivio con la lettera "O" e si trova nella seconda cartella dei soggetti. Abbiamo scelto questa variante per la sua ricchezza, in quanto contiene gran parte delle correzioni e trasformazioni presenti negli altri soggetti; ma la scelta viene anche dall'evidente differenza di questo lungo soggetto con il film *Il Boom* diretto da De Sica.

Analizzando le varianti dei soggetti, appare una prima sorpresa: un primo gruppo di soggetti si dedica solo alla storia dell'uomo disposto a vendere un occhio per saldare i debiti; un secondo gruppo, invece, ingloba questa storia in quella di un regista che tenta di portarla sullo schermo, per un film di denuncia sociale rispetto al ricatto del denaro e al desiderio consumistico. Il soggetto che qui pubblichiamo si pone quindi come un (instabile) spartiacque. Da una parte, risulta come un punto di arrivo del lavoro di Zavattini per raccontare il fare cinema e la sua macchina produttiva. Il processo creativo si mostra infatti come qualcosa di complicato da relazioni personali e di ceto sociale, e soprattutto come vincolato o diretto dalle costrizioni economico-produttive. Dall'altra parte, appare come un punto di partenza per il soggetto dedicato alle lusinghe del denaro e alla mercificazione dei corpi che diventerà il film *Il Boom*, soggetto (e poi sceneggiatura) che nasce, come dicevamo, dall'esigenza di costruire un film imperniato sul divo Alberto Sordi. Un attore di richiamo per il pubblico, che porta nel film di De Sica – assieme alla capacità di rivestire il nuovo ruolo in modo credibile – una sorta di indelebile sovrapposizione con il lungo curriculum di personaggi di italiano medio precedentemente interpretati.

Due nuclei narrativi principali, dunque, si contendono le tre cartelle dei soggetti, con la loro ventina di varianti e variazioni. Da una parte, nel primo nucleo narrativo, un regista lotta con produttori e distributori per mettere in scena un racconto crudo, che scuota l'opinione pubblica, ma si rivela un intellettuale che scenderà a patti con il produttore, accettando l'*happy end* consolatorio scritto da uno sceneggiatore complice del sistema-cinema, uno che «ha smesso di pensare» con la propria testa e accetta la legge capitalistica del profitto. Dall'altra, nel secondo nucleo narrativo, abbiamo un racconto più semplice, senza costruzioni intellettuali, che però va dritto al cuore del problema: lo scandalo di vendere (un pezzo) del proprio corpo in nome del benessere, ma anche pur di salvarsi dal fallimento e non finire senza una casa con i beni pignorati, espulsi cioè dalla giostra del miracolo economico. Nelle varianti di soggetto di questo secondo nucleo narrativo, che passeranno direttamente dalla sceneggiatura al film *Il Boom*, tutto viene riportato da Zavattini al "grado zero" della complessità discorsiva, al fatto crudo di base, così che il personaggio interpretato da Alberto Sordi incarna quello del fatto di cronaca letto sul giornale, iniziale motore del racconto. Anzi, nella sceneggiatura e nel film la vendita dell'occhio non risulta neppure un'idea del protagonista bensì una proposta di scambio commerciale, alla quale egli non sa opporre rifiuti. Se il meccanismo del raddoppiamento discorsivo dei primi soggetti si perde, a favore di un racconto più diretto, va detto che il finale del film di De Sica riuscirà a *non* essere consolatorio e, per quanto virato sul grottesco, tenterà quindi di mantenere la forza provocatoria voluta da Zavattini.

Pensando alla recitazione sfaccettata che nel film

propone Alberto Sordi, potremmo dire allora che l'appiattimento del gioco metadiscorsivo nel racconto lineare, incarnato da Sordi, appare come un modo di rilanciare la prismaticità dell'attore, quasi fosse un mettergli a disposizione, come potenzialità, un ampio ventaglio di registri attoriali, dalla commedia alla farsa, dalla satira alla tragedia²⁰.

Varianti del soggetto e nuclei narrativi

Ci siamo chiesti: perché venti stesure di soggetto? Probabilmente per il processo collettivo, in forma di antica officina delle arti, che Zavattini dirige nella scrittura e revisione dei soggetti, in particolare di quelli legati al nucleo narrativo del regista che vuol mettere in scena un film sul fatto di cronaca. Ma perché molte di queste si presentano in uno stadio ibrido che sfocia verso il trattamento? Esse vanno ben oltre la lunghezza solita dei soggetti in Zavattini, che si aggira approssimativamente sulle dieci cartelle. Non possediamo che alcune risposte parziali, almeno per il momento. Se si apre la cartella d'archivio dedicata alla *pièce* teatrale *Come nasce un soggetto cinematografico*, stesa tra il 1958 e il 1959, possiamo sfogliare una sceneggiatura definitiva di un centinaio di pagine²¹. È probabilmente da questo stadio

²⁰ Su questi problemi rinviamo a G. De Vincenti (a cura di), «Introduzione», in *Storia del cinema italiano. 1960/1964*, Venezia, Marsilio, p. 4. Di «cinema di poesia» parla P.P. Pasolini, *Empirismo eretico*, Milano, Garzanti, 1972.

²¹ La cartella di *Come nasce un soggetto cinematografico* (indicata come ZA T 2/1/1-2 presso l'Archivio Cesare Zavattini) contiene quattro copioni e alcune note e scene aggiunte nel 1958-59.

terminale della scrittura teatrale che Zavattini e i suoi collaboratori Muzii e Nelli ripartono per scrivere i primi soggetti, trasformando il monologo del soggettista in un racconto più lineare, con un regista che si innamora di un'idea provocatoria come la storia dell'uomo che vuole vendere un occhio, e con produttori e sceneggiatori in carne ed ossa (non solo dei fantasmi della mente) che lo ostacolano e lo blandiscono, fino a fargli cambiare il punto di arrivo. Se questa lettura fosse valida si capirebbe perché, fin dai primi soggetti dedicati alla storia del regista, ci troviamo di fronte a circa quaranta pagine di racconto, cosa che non accade con i soggetti più vicini al film *Il Boom*²², che sono anche molto brevi. Tuttavia, leggendo meglio il gruppo di soggetti con il regista che vuol mettere in scena la storia dell'occhio, e che dà vita a provini, riprese sul set, proiezioni preliminari (relativa discussione con gli *stakeholders*, come si direbbe oggi, cioè all'epoca produttori, distributori e noleggiatori²³), si vede che qui convivono almeno due varianti: nella prima, il regista Giovanni Marcucci si reca a casa dell'uomo di cui dava notizia il giornale, e verifica la nuova condizione di posticcia agiatezza della sua famiglia dovuta al fatto che questi ha effettivamente venduto il proprio occhio; nella seconda, quando il regista rintraccia la casa dell'uomo e conosce lui e la sua

²² Tra cui quello pubblicato in O. Caldiron (a cura di), *Uomo, vieni fuori. Soggetti per il cinema editi e inediti*, Roma, Bulzoni, 2006, pp. 234-244.

²³ A partire dalla legge n. 958 del 29 dicembre 1949, nota come «legge Andreotti», noleggiatori e distributori potevano contribuire in modo determinante alla produzione e alla fortuna del film, e assumevano quindi un ruolo di censura preventiva nel nome del mercato (o dei gusti del pubblico, come si legge nel soggetto che qui pubblichiamo).

famiglia, si scopre che l'annuncio sul giornale era solo una proposta di vendita, e infatti l'occhio non è stato (né mai sarà) venduto.

In questo lungo lavoro di scrittura, non mancano espedienti pratici. Ad esempio, ci siamo accorti che l'*incipit* serve a Zavattini, Muzii e Nelli per distinguere e identificare velocemente le diverse varianti di soggetto. In questo senso, ad esempio, la frase «Siamo a Roma, in un appartamento molto modesto di quattro camere dalle parti di Via Nomentana» apre tutti i soggetti in cui l'uomo ha già venduto il proprio occhio (come nel soggetto che qui pubblichiamo); mentre la frase «Siamo a Roma, una mattina di vigilia d'estate» inaugura tutti i soggetti in cui l'uomo vorrebbe vendere un occhio ma non l'ha ancora fatto.

I venti soggetti non si distinguono, quindi, solo in due grandi gruppi con alla base due diversi nuclei narrativi: quello del regista e la sua lotta per un film scomodo su un macabro fatto di cronaca, e quello dell'uomo che quel fatto di cronaca potrebbe diventarlo, dato che per debiti accetta di vendere un occhio. Siamo anche alle prese con due diversi sviluppi narrativi, che incidono chiaramente su alcuni personaggi secondari e su una rosa definita di dialoghi, relativi all'uomo oggetto del fatto di cronaca: Antonio Canevari. Egli, se è rimasto in bolletta e pensa di poter vendere un occhio per risanare i debiti, è anche pronto a chiedere aiuto al giovane regista di successo che ha dimostrato interesse alla sua storia, e otterrà in effetti un posto di lavoro (dapprima come comparsa nel film, assieme a moglie e figli, poi come autista del produttore). In ogni caso, arrivare a voler vendere, o aver invece già venduto una parte del proprio corpo, significa nella prima linea nar-

rativa lavorare sul desiderio di rivalsa e sullo sconforto dell'uomo, nella seconda linea narrativa invece marcare la presa d'atto del regista di un'azione grottesca, che ha dell'incredibile. La scelta di raccontare proprio questa storia da parte del regista, però, non si trasforma nelle due filiere di varianti, perché il suo film vuole mostrare il percorso di arrivo all'atto estremo, che questo si compia davvero oppure no.

Il boom e Alberto Sordi: cinema italiano anni Sessanta

Nei primi anni Sessanta l'influenza del neorealismo si è ormai indebolita, e nascono nuovi generi autoctoni che mirano ad ottenere il gradimento del pubblico, come la "commedia all'italiana", capace di ritrarre l'Italia usando temi tragici, ma scherzandoci sopra. Il genere prende avvio nel 1958, con il film *I soliti ignoti* di Steno, e *Il Boom* di De Sica, scritto da Zavattini, vi rientra a pieno titolo. Anche se è retta da magnifici interpreti come Gassman, Tognazzi, Manfredi e in maniera minore e diversa, Mastroianni, la commedia all'italiana ha come colonna portante Alberto Sordi, il quale incarna sul grande schermo (e prima ancora alla radio) un tipo di comicità molto diversa da quella sinora vista al cinema. I personaggi interpretati da Sordi, infatti, fanno ridere ma non sono fisicamente ridicoli, non sono stralunati bensì realistici, creano una vicinanza con lo spettatore senza essere caratterialmente simpatici. Il punto di forza di Sordi sta nel suo incarnare l'italiano medio, che non vuol dire solo rappresentare il cittadino italiano nella sua furba e indolente vita quotidiana. Con

Sordi, scrive infatti Maurizio Grande, «il protagonista [...] della commedia all'italiana è il pubblico della grande periferia e della provincia, un pubblico che esce dalla crisi del dopoguerra e comincia a *possedere delle cose in proprio* (anche se a cambiali)»²⁴. Il tema del possesso, e delle cambiali, ossia del consumismo che inizia a diventare di massa, è ben presente nel soggetto de *Il Boom*. Dopo il film di Monicelli *La grande guerra* (1959), che trionfa alla Mostra del cinema di Venezia e si classifica come il film più visto in Italia in quell'anno²⁵, De Laurentiis aveva stipulato con Sordi un contratto pluriennale, che garantiva al produttore tre film l'anno, e all'attore ben cento milioni l'anno. Sei anni dopo, nel gennaio 1965, i due scioglieranno il contratto per forti contrasti, poiché Sordi è sempre più convinto di essere un *autore* a tutto tondo, e questo provocherà anche una irreparabile frattura con Rodolfo Sonego, suo principale sceneggiatore per quasi dieci anni²⁶. *Il boom* si colloca all'interno di questa lunga collaborazione con De Laurentiis, in un momento in cui Sordi sta dando un'importante svolta al suo tipo di recitazione e alla scelta dei personaggi interpretati e, di conseguenza, al suo rappresentare gli italiani. A partire dalla fine degli anni Cinquanta, infatti, Sordi abbandona il tipo di personaggio che lo ha fatto conoscere al grande pubblico e abbraccia un tipo di personaggio più propositivo. In questa parabola ascendente, Sordi sembra seguire le indicazioni di Pasolini che, in un articolo del 1960, constata la supre-

²⁴ M. Grande, *La commedia all'italiana*, Roma, Bulzoni, 2003, p. 105.

²⁵ Si veda M. Comand, «Modelli, forme e fenomeni del divismo: il caso Alberto Sordi», cit.

²⁶ Rinviamo a T. Sanguineti, *Il cervello di Alberto Sordi. Rodolfo Sonego e il suo cinema*, Milano, Adelphi, 2015.

mazia della comicità dell'attore romano: «Alberto Sordi è stato quest'anno al centro del cinema italiano: c'era Alberto Sordi nei *Magliari*, c'era Alberto Sordi nella *Grande guerra*, c'era Alberto Sordi nel *Moralista* [...]. È Sordi che ha il monopolio del riso»²⁷. Pasolini spiega però anche l'efficacia limitata al pubblico nazionale del personaggio di Sordi, che a differenza di Gassman o di Mastroianni non ha successo all'estero perché troppo "italiano", intraducibile in un'altra lingua e soprattutto in un'altra cultura: «lo si direbbe un canto popolare che non si può trascrivere»²⁸. Infine, Pasolini indica la via da seguire per raggiungere anche il pubblico straniero: Sordi dovrebbe aggiungere «un po' di senso critico: un po' di cattiveria intellettuale, finalmente, dopo tanta cattiveria viscerale»²⁹. Secondo noi, è proprio con *Il boom* che avviene questo passaggio. Non è un caso, allora, che la scelta di Sordi sia approvata da Zavattini per interpretare il protagonista del suo racconto morale sull'Italia che consuma miti e prodotti dell'industria di massa, e del suo immaginario, allineandosi così ad una modernità tutta di superficie.

Ricezione e divismo

La stampa quotidiana si mostra subito molto interessata a *Il boom*, tant'è che ne inizia a parlare quando il film è in lavorazione. Gli articoli sono tutti improntati

²⁷ P.P. Pasolini, «La comicità di Sordi. Gli stranieri non ridono», in *Il reporter*, 1960 (ora in *Saggi sulla letteratura e sull'arte*, a cura di W. Siti e S. De Laude, Torino, Einaudi, 2008, p. 2245).

²⁸ Ivi, p. 2246.

²⁹ Ivi, pp. 2248-2249.

a magnificare gli interpreti del progetto in quest'ultima fase: Vittorio De Sica, Cesare Zavattini, Alberto Sordi. Ad esempio, si legge dei nuovi e colossali stabilimenti della casa di produzione De Laurentiis dove vengono ricostruiti alcuni ambienti, come i tre appartamenti in cui si muovono i personaggi del film: quello dei due protagonisti, quello dei coniugi Bausetti e quello dell'amico costruttore che ospita l'allegra comitiva durante una serata tra amici. Il divismo de *Il boom* non riguarda solo Alberto Sordi, ma una serie di altri personaggi che vanno dal produttore De Laurentiis, allo sceneggiatore Zavattini, al regista De Sica e all'attrice femminile (verrà scelta Maria Giovanna Canale, attrice di *peplum* italiani). Senza dimenticare l'interprete della signora Bausetti, la terribile matrona che istiga il protagonista a vendere il proprio occhio: Elena Nicolai, anche lei una diva del teatro lirico. Poco citato nelle recensioni al film, ma importante per l'epoca, è il compositore Piero Piccioni³⁰ che firma la colonna sonora de *Il boom* e nello stesso anno quella di *Le mani sulla città* di Francesco Rosi.

Quando finalmente *Il boom* esce in tutte le sale italiane, il 26 settembre del 1963, la critica si divide. La maggior parte, in ogni caso, resta delusa dal film e se quest'ultimo ha qualche merito, esso viene ascritto sempre alla brillante regia di De Sica e alle doti di Sordi. Tuttavia, molte recensioni informano il lettore del lungo processo di scrittura di Zavattini. Giovanni Grazzini assegna a Sordi il merito de *Il boom*, ricordando la delicata fase professionale in cui si trova: «Per Sordi, oggi,

³⁰ Per A. Lanocita, la colonna sonora salva la pellicola, rendendo *Il boom* «se non un film da ricordare, un film da canticchiare» («*Il boom* fra De Sica e Zavattini», in *Domenica del Corriere*, 13 ottobre 1963).

il problema è quello di tutelare e arricchire l'immagine che egli è venuto creando di sé, dirottando verso la satira di costume anche idee sorte sotto la costellazione del paradosso»³¹. Lino Micciché, invece, analizza il punto d'incontro tra la tensione morale dell'imbastitura di Zavattini e il film elaborato per Sordi: «il film evidenzia il contrasto tra una forte concezione morale – quella concentrata appunto nella scoperta del soggetto angoscioso e sintomatico – e lo spappolarsi dell'idea base del film tra i meandri del divismo, della spettacolarità, del “gag”»³².

In modo stereotipato, spesso la critica insiste nel giudicare la coppia Zavattini/De Sica a confronto con i successi della stagione neorealista. Ma, a ben vedere, ha ragione Micciché a riconoscere a *Il boom* una sua «forza morale» proprio a partire dal soggetto originale di Zavattini.

Nel soggetto che qui pubblichiamo cambiali e consumi, contratti e profitti diventano le armi censorie della produzione per domare sia la tensione intellettuale ad esprimersi liberamente, sia quella necessità, tutta zavattiniana, di usare il cinema come mezzo di trasformazione sociale. O, perlomeno, di far «conoscere per provvedere»³³.

³¹ G. Grazzini, «Un occhio della testa costa settanta milioni», in *Corriere della Sera*, 27 settembre 1963.

³² Micciché, nella sua recensione («Il boom», in *Avanti!*, 29 settembre 1963), ricorda anche il giudizio censorio del Centro Cattolico Cinematografico: «Adulti con riserva».

³³ C. Zavattini, «Straparole», in *Opere*, cit., p. 588.

