

Gius Gargiulo
Fritaliens.
Slittamenti dell'italianità nel cinema francese

Quelli che definisco *Fritaliens*, i francesi figli e nipoti dell'emigrazione italiana recente e recentissima, sono circa tre milioni e mezzo, molti di più se si va indietro nel tempo¹. Tra due nazioni latine, apparentemente simili ma storicamente e filosoficamente molto diverse, come Italia e Francia, tratteggiare l'immagine o le immagini dell'italianità nel cinema transalpino, richiede una storicizzazione necessaria, seguendo i grandi flussi migratori, del secolo scorso, degli italiani in Francia. La prima ondata è stata quella dei primi del Novecento, degli operai, specialmente muratori e poi dei rifugiati antifascisti e degli operai degli anni Trenta, chiamati *Ritals*, rappresentati nel tragico film *Toni* di Jean Renoir del 1935, dove il protagonista, Toni Canova, è interpretato da un attore marsigliese, Charles Blavette. Segue il camionista italiano sensuale e tenebroso di Raf Vallone in *Thérèse Raquin* di Marcel Carné nel 1953. Il termine *Rital* è gergale e popolare. Indica una persona italiana o di origine italiana. Questo termine possedeva una connotazione peggiorativa e offensiva nella prima metà del Novecento, molto meno pronunciata al giorno d'oggi, sebbene questo insulto caratterizzi la xenofobia anti-italiana, allo stesso modo dei termini anch'essi dispregiativi di «maccheroni» e «spaghetti». Lo scrittore e umorista François Cavanna, indica l'origine del nome nell'abbreviazione «R.ital.» per *Refugié Italien*, Rifugiato Italiano, timbrato sui documenti degli immigrati dell'epoca. Cavanna rievoca questa italianità marginale e discriminata degli anni Trenta, terminata poi con l'integrazione completa nella lingua e nella cultura della nazione francese, nel suo romanzo iniziatico *Ritals* da cui è stato tratto il film televisivo omonimo in due episodi di Marcel Bluwal, nel 1991, quasi un testamento e una memoria

¹ Cfr. P. MILZA, *Voyage en Ritalie*, Payot, Parigi 2004.

storica affidata prima alla letteratura e poi più efficacemente al cinema². L'immagine identitaria cinematografica dell'italiano si modifica con l'emigrato Lino Ventura francesizzato in *Lino Vanturà*, tra i protagonisti del *gangster movie* alla francese degli anni Cinquanta-Sessanta, come l'italiano *hard boiled*, che parla poco, virile, bruno, dalle maniere energiche. È considerato *une vraie gueule d'italien*, un ceffo tipicamente italiano, venuto dall'*école de la rue*, formatosi in strada, campione europeo di lotta, considerato il gangster o il 'gorilla' del cinema francese³.

Questa immagine rozza ed essenziale del personaggio italiano di Ventura è legata ancora alla prima ondata di emigrazione poco alfabetizzata e soprattutto proveniente dal nord est e dal meridione d'Italia. Tra la fine degli anni Settanta e gli anni Ottanta arriva la nuova ondata di italiani in Francia, tecnocrati brillanti e colti, architetti e operatori della moda, cosmopoliti, frutto della scolarizzazione di massa e del nuovo boom economico. Scelgono Parigi perché sono molto richiesti e apprezzati nella capitale. Risiedono tra l'elegante Neuilly e la vicina *City* avveniristica della *Défense*, filmata ancora in costruzione, in bianco e nero, da Jean-Luc Godard, come una possibile New York sulla Senna nell'*Agente Lemmy Caution: missione Alphaville* (*Alphaville, une étrange aventure de Lemmy Caution*) nel 1965. Cambia così negli anni Ottanta l'atteggiamento popolare francese verso gli italiani in Francia. *Le Rital* nel 1983 del cantautore italo-belga Claude Barzotti⁴, diviene patrimonio della canzone francese insieme al successo anche oltralpe di Toto Cutugno con *L'Italiano* nello

² Cfr. F. CAVANNA, *Les Ritals*, Belfond, Parigi 1978. Il film *Les Ritals* è un adattamento realizzato per la televisione da Marcel Bluwal nel 1991. Si compone di due parti *1933* e *1939*. Nella seconda parte del film TV (*1939*), François Cavanna è interpretato dal giovane Benoît Magimel. Il padre di Cavanna è interpretato dall'attore italiano Gastone Moschin e sua madre dall'attrice francese Christine Fersen. Il suo migliore amico, Roger, è interpretato da Nicolas Koretzky.

³ Lino (Angiolino) Ventura (Parma 14 luglio 1919-Parigi 22 ottobre 1987) esordisce in *Grisbi* (*Touchez pas au grisbi*) di Jacques Becker del 1954, primo della celebre trilogia culminata con *In famiglia si spara* (*Les Tontons flingueurs*), diretta da Georges Lautner nel 1963 con Bernard Blier. Venura perfeziona efficacemente il personaggio del gangster nelle vesti di un killer della mafia con *Il rompiballe* (*L'emmerdeur*) del 1973, in coppia con Jacques Brel, tratto da una *pièce* di Francis Veber e diretto da Édouard Molinaro a cui segue il 'remake' hollywoodiano, *Buddy Buddy*, diretto da Billy Wilder nel 1981. Cfr. P. HUMM, *Lino Ventura: Le tonton flingue encore*, www.parismatch.com, 14 novembre 2017, <<https://www.parismatch.com/Culture/Cinema/Lino-Ventura-le-tonton-flingue-encore-1394537>> (ultimo accesso: 1.12.2018).

⁴ Claude Barzotti, nome d'arte di Francesco Barzotti (Châtelineau, 23 luglio 1953), è un cantante belga naturalizzato italiano.

stesso 1983. Non ci si vergogna più dell'accento italiano, di gesticolare e di essere «mammoni» e di amare la pasta. Comunque tra gli anni Settanta e Ottanta, sia pur edulcorata, l'immagine standardizzata dell'italiano nel cinema francese è ancora quella di un sensuale bruno, seduttore gentile di temperamento allegro e canterino, un po' menefreghista ai confini tra attività lecite e illecite, sanguigno e geloso, generalmente di origine meridionale. L'allegria italiana insieme al canto e al buon appetito diventano delle caratteristiche molto apprezzate, in sintonia con la celebre frase dello scrittore e drammaturgo Jean Cocteau: «Gli italiani sono dei francesi di buon umore» (*les Italiens sont des Français de bonne humeur*)⁵. Si tratta di un'affermazione derivata dall'opinione comune, ovvero dagli stereotipi sui due popoli: l'italiano estroverso e positivo, il francese introverso e sempre scontento, *râleur*. Nicole Croisille nel 1973 celebra questa allegria italiana nella canzone di successo: *Una donna con te (Une Femme Avec Toi)* ripresa poi anche da Dalida:

Gli altri erano di una tristezza mortale
 Tu invece eri vivo
 Tu cantavi come un bambino
 Tu eri allegro come un italiano
 Quando sa che ci sarà da amare e del vino⁶.

L'italiano del nord, invece, non fornisce una visibilità e una tipizzazione altrettanto marcate per le sue ascendenze celtiche che lo assimilano alla tipologia transalpina. Sulla falsariga della commedia all'italiana, diffusissima anche in Francia, per le numerosissime coproduzioni che hanno reso popolari molti attori francesi (Fernandel, Bernard Blier, Louis De Funès, Michel Serrault, Philippe Noiret) e italiani, dalle due parti delle Alpi, da *Don Camillo* ad *Amici Miei*, si impone, in Francia, l'italiano interpretato da attori di origine romana o napoletana, sui cui spicca nettamente quello simpatico, estroverso, esuberante e menefreghista di Alberto Sordi. Ricordiamo che il doppiaggio e la francesizzazione dei nomi, riduceva spesso le differenze dei personaggi interpretati dagli attori italiani in film italiani esportati in Francia, come avveniva per gli attori francesi, per ragioni di co-produzione, regolarmente doppiati, che interpretavano

⁵ J. COCTEAU in G. DEL GRANDE, *Les Italiens sont des Français de bonne humeur?*, www.altritaliani.net, 31 dicembre 2017, <<https://altritaliani.net/les-italiens-sont-des-francais-de-bonne-humeur/>> (ultimo accesso: 1.12.2018).

⁶ (Traduzione mia). «Les autres s'enterraient, toi tu étais vivant / Tu chantais comme chante un enfant / Tu étais gai comme un italien / Quand il sait qu'il aura de l'amour et du vin».

personaggi italiani, in film italiani, al fine di prestare il loro volto e il loro talento all'effetto comico del racconto filmico.

Si sa che la gente preferisce ridere, specie quando ci sono periodi di crisi prolungate e il successo delle commedie prova che questa necessità è diventata un nuovo filone nel solco della grande tradizione della commedia all'italiana e alla francese, un genere di confronto della comicità e dell'identità culturale italiana e transalpina. Più recentemente il famoso, *Benvenuti al Sud* di Luca Miniero del 2010 con Claudio Bisio e Alessandro Siani, ricavato dal successo di Danny Boon, *Bienvenue chez les Ch'tis* del 2008, dimostra quanto sia ormai importante un processo di traduzione-adattamento di formule e format che funzionano come appunto la commedia francese ma ripensati per il pubblico italiano. Il successo di questo adattamento mostra simmetricamente, *mutatis mutandis*, anche i pregiudizi all'interno delle stesse nazioni tra nord e sud della Francia e dell'Italia. Molte delle commedie di costume, *comédies de mœurs*, e satiriche, interpretate dall'attore Thierry Lhermitte⁷, non sono state distribuite in Italia anche perché destinate principalmente ad un pubblico altamente alfabetizzato della regione parigina che conta tra capitale e sobborghi dieci milioni di persone, una nazione nella nazione e per i giochi di parole incomprensibili nella traduzione. Questi film mostrano l'*humour* dissacrante francese come in *Le père Noël est une ordure* (*Babbo natale fa schifo*) del 1982 di Jean-Marie Poiré e nella divertentissima satira erotico burocratico-voyeuristica, *Promotion canapé*, un'espressione idiomatica o modo di dire che concettualmente si tradurrebbe «ha fatto carriera dopo una svelatina sul divano nell'ufficio del suo capo», con la regia di Didier Kaminka del 1990. *La cena dei cretini* (*Le Dîner de cons*), invece, di Francis Veber del 1998, sempre con Thierry Lhermitte, ha una comicità in situazione, compresa in tutte le sue sfumature anche al di là delle Alpi, malgrado la matrice colta e la misantropia che attraversano il film. In economia non contano le grandezze assolute ma la relazione tra le proporzioni ed anche nei processi identitari lo sguardo del cinema e dei media può aiutare a ristabilire queste proporzioni di senso. Gli adattamenti non sempre funzionano, nel rifare in francese o in italiano un film con spiccate caratteristiche del prodotto nazionale di origine. Come esempio il film di grande successo

⁷Thierry Lhermitte (Boulogne-Billancourt, 24 novembre 1952), negli anni Settanta, con Christian Clavier, Michel Blanc e Gérard Jugnot (conosciuti al liceo di Neuilly) forma il gruppo comico *Splendid*, al quale hanno collaborato anche Josiane Balasko e Marie-Anne Chazel, tutti poi attori e registi della nuova commedia cinematografica di costume francese degli anni '80 e '90.

in Italia, *Notte prima degli esami* di Fausto Brizzi del 2006, rimesso in versione francese nel 2007 con *Nos 18 ans (I nostri diciott'anni)*, diretto da Frederic Berthe ha subito la riduzione o la soppressione di molti degli effetti comici dell'originale, diventando un normale film per adolescenti, in stile *La Boum (Il tempo delle mele)* di C. Pinoteau del 1980, senza ottenere il successo dell'originale italiano. Inoltre l'esame di maturità, mito, ossessione e il rito di iniziazione all'età adulta per generazioni di italiani non ha lo stesso impatto simbolico e umano in Francia dove questo passaggio, *passer son bac*, viene diluito in altri momenti dell'esistenza, talvolta più intimi. È importante notare che l'effetto comico della commedia francese è basato oltre che sulle specifiche situazioni anche sulle battute e le tonalità degli attori con mezzi toni. La commedia all'italiana gioca su toni più marcati anche dall'accento tonico con la sua forza nella pronuncia di una parola e con il passaggio rapido dell'accento da una all'altra delle vocali, sulle sdruciole e tronche che obbligano l'attore di cinema e maggiormente quello di teatro, a sforzi di respirazione nella recitazione, con il passaggio continuo dall'italiano standard fortemente accentato al dialetto, generalmente romanesco e napoletano. I movimenti del tronco e del corpo aiutano e accompagnano lo sforzo fonetico e iconicamente sottolineano il significato della parola o della frase. Completamente diversa è la situazione francese basata sull'accento fonico, più attento alle sfumature tra vocali brevi e lunghe e dittonghi tra le consonanti e apparentemente più monotono, con un'economia di gesti di contorno più rigidi, più lenti e indipendenti dal senso della battuta. Quindi la categoria del comico al cinema, si rivela una complessa pratica semiotica nella costruzione di modelli identitari per la segmentazione del pubblico. Allo stesso modo avviene nel marketing, dalla fine degli anni Settanta, sempre più orientato sul gusto dei vari profili cognitivi e affettivi dei consumatori e sull'immagine della marca che sulla reale qualità del prodotto, a causa di uno degli effetti di mutamento sociale dovuto anche alla contestazione sessantottesca negli Stati Uniti, applicata al consumo⁸. La commedia a partire proprio dagli anni Ottanta, diventa un luogo di differenza culturale, secondo i casi, con i suoi linguaggi e le sue tonalità e i suoi tempi che si declinano in maniera differente pur rispettando il format originale sia francese sia italiano.

La commedia all'italiana dei Sessanta-Settanta, aveva individuato nella maniera più efficace e spettacolare una serie di tipologie di identità nazionale ma operava nello stesso tempo una critica di questa italianità attraverso

⁸ Cfr. J-N KAPFERER, *The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking*, Kogan, Londra 2011, pp. 150-152.

un'ottica statica ancora di matrice pre-industriale e populista o come si diceva all'epoca, «qualunquista», eccezion fatta per alcune opere che esaltano questo genere cinematografico nella compiutezza e universalità di una comicità portatrice del lato tragico da cui ricava l'ispirazione. Da questo mix di critica corrosiva dell'italianità inserito nell'altra lente deformante della commedia alla francese, nascono i personaggi dell'attore torinese Aldo Maccione già attore cinematografico, cantante e cabarettista internazionale di successo con il gruppo dei *Brutos* e che esordisce nell'emblematico *La canaglia* (*Le Voyou*), di Claude Lelouch nel 1970 e poi al fianco di Lino Ventura in *L'avventura è l'avventura* (*L'aventure c'est l'aventure*) sempre di Claude Lelouch, nel 1972. Aldo Maccione sullo schermo diviene il tipico maschio italiano, come lo immaginano ancora oggi i francesi: un seduttore a tempo pieno «*draguer invétéré*», ma legato alla mamma e alla moglie o compagna. Esibisce nei momenti critici un atteggiamento «mafioso» o più semplicemente «machiavellico», guida la macchina con regole proprie, porta gli occhiali da sole anche d'inverno, loquace «*bavard*», dotato della chiacchiera «*la tchatche*» convincente, che gesticola eccessivamente «*qui parle avec les mains*» un po' imbroglione con la sua chiacchiera, «*baratineur*», pasticciere bonario «*bordelique au bon cœur*». Maccione ostenta un'eleganza ricercata tanto che il raffinato cantante Sacha Distel, lo definisce 'Aldo la Classe'. L'attore torinese più che imitare attinge dall'enciclopedia di gesti e di tic di Alberto Sordi adattandoli a modalità cabarettistiche a lui più congeniali anche nella parlata o «*parlure*», dall'accento tonico marcato a vocali aperte in francese, nella gestualità e nella prossemica enfatizzate. Diverso invece lo sguardo dei francesi sulle attrici italiane viste come bellezze esotiche e considerate *le summum* sorridente della seduzione latina in quanto incarnazione procace e sensuale del solare panorama italiano. In parallelo, le francesi in Italia sono le ambasciatrici, agli occhi degli italiani, del fascino piccante e disinibito ma di classe, al profumo parigino.

Al modello positivo dell'italianità 'motori, moda, mamma, pasta e amore' e sulla difficoltà di essere francesi per i franco-magrebini è dedicato *L'Italian*, realizzato da Olivier Baroux, nel 2010, interpretato da Kad Merad⁹. La storia racconta i problemi identitari di Mourad Ben Saoud, un franco-algerino che da anni vive sotto la falsa identità di 'Dino Fabrizzi', un italiano che lavora a Nizza in una concessionaria Maserati. Il suo capoufficio, Charles, decide di andare in pensione e deve scegliere un

⁹ Kad (Kaddour) Merad, è un attore, umorista e regista franco-algerino, nato il 27 marzo 1964 a Sidi Bel Abbès in Algeria et poi trasferitosi a Balbigny (Loire) e in seguito a Ris-Orangis (Essonne) nella periferia parigina.

successore tra Mourad-Dino e Cyril, un razzista incompetente. Mourad ha anche una fidanzata, Hélène, che gestisce un negozio di abiti da sposa. Mourand-Dino fa credere a tutti che la sua famiglia vive in Italia quando in realtà i suoi genitori, sua sorella e suo fratello abitano nella periferia di Marsiglia. Durante un pranzo di famiglia il padre di Murad, dopo aver ballato un tip-tap, è colpito da infarto e chiede a suo figlio di digiunare al suo posto durante il mese del Ramadan. Mourad si trova intrappolato nella sua doppia identità, tra doveri famigliari, religione, tradizioni e aspirazioni verso una vita più laica e il successo professionale.

Il mondo arabo nord-africano ha una grande simpatia per quello italiano con il quale pensa di identificarsi per l'amore per la famiglia, il matriarcato, il gusto per la bella vita e la moda. Si tratta di elementi che spingono ad una forma di adesione a un modello prestigioso come quello italiano, soprattutto a partire dagli anni Settanta. Il protagonista di *L'Italien* denota il suo contrasto tra quello che vorrebbe essere e quello che è, dimostrando nello stesso tempo la crisi di identità nord-africana a contatto con quella di un'altra nazione come la Francia dove il senso dello Stato, il centralismo e le tradizioni laiche sono viste spesso dagli immigrati arabi in contrasto con tradizioni religiose e famigliari più mediterranee. Inoltre di fronte ai francesi antichi colonizzatori del nord-Africa gli arabi si sentono più vicini al modello italiano, matriarcale e insofferente alle norme, più elegante e in apparenza, più rispettoso delle tradizioni religiose. Questa fuga in avanti e questo nascondersi dietro altre maschere crea invece maggiori problemi al protagonista in quanto l'identità italiana nelle sue complesse e profonde concezioni del «saper vivere» e di una tradizione imposta per secoli a tutta la cultura occidentale, si rivela spesso irraggiungibile e impenetrabile nella sua essenza, talvolta anche per gli stessi francesi e si riassume in «*Ah! Les Italiens!*», espressione d'ammirazione o di incomprendimento, a seconda dei casi, per il modo di pensare e di fare italico.

Specialmente lo sguardo italiano sulle donne viene visto e deformato in «machismo» dal mondo arabo, come un atteggiamento che unisce le due rive del Mediterraneo. Significativa è la sequenza in cui Mourand-Dino ha un problema di impotenza con la propria ragazza nel momento in cui deve conciliare la sua falsa identità italiana con il Ramadan per accontentare il padre. Di qui tutte le occasioni comiche che nascono dal tentativo spesso maldestro di trasformare gli appuntamenti e cene di lavoro in piena notte in orari consoni al Ramadan, fingendo che si tratti di una nuova moda per le riunioni da affari all'italiana. L'immagine dell'italianità nel film è vista come una vetrina che espone grandi vetture sportive, abiti alla moda con il vociare della solita chiacchiera seduttiva per «fare acchiappanza

o rimorchiare» in francese *dragner* e per saper vendere. Mourad-Dino rimane appunto al di là della vetrina nel tentativo, destinato a fallire, di sfuggire alle sue contraddizioni originate dal malessere di nord-africano in Francia e l'italianità di facciata non basta a «traghettarlo» dall'Africa al Nord-Europa. Questo film potrebbe essere una trasposizione in chiave magrebina dei conflitti identitari vissuti dall'italiano che si tinge di biondo i capelli, sotto falso nome, per integrarsi nella Confederazione Elvetica, in *Pane e cioccolata*, il memorabile film di Franco Brusati del 1973. Rimane il problema già conosciuto dall'emigrazione italiana in Francia (ma identico al problema vissuto a suo tempo dagli emigranti in Belgio, Germania e Americhe) della prima metà del secolo scorso, tra identità del paese di origine da difendere e integrazione necessaria nel paese di accoglienza. In *Parigi a tutti i costi* (*Paris à tout prix*) la commedia scritta, diretta e interpretata dalla regista francese, di origine italo-tunisina, Reem Kherici, del 2013, il ritorno a Parigi, dopo l'espulsione in Marocco per il permesso di soggiorno scaduto di Maya la stilista marocchina, perfettamente integrata nella capitale, permette alla donna di riscoprire le sue radici nella patria di origine, di ricucire i rapporti con il padre e ritrovare poi l'amata 'ville lumière' con una maturità creativa più feconda e profonda. La delicata commedia cinematografica, *Le donne del 6° piano* (*Les Femmes du 6^e étage*) di Philippe Le Guay del 2011, racconta come per gli spagnoli e portoghesi in Francia si poneva lo stesso problema degli italiani dei decenni precedenti nel coniugare la propria identità nel contesto francese e parigino del 1962. Il protagonista Jean-Louis ricco e annoiato agente di cambio parigino (Fabrice Lucchini) grazie a María, la sua cameriera spagnola, scopre il mondo di queste donne di servizio, tutte di origine spagnola, che, pur vivendo in camere minuscole e senza servizi, conservano l'allegria e il buonumore.

Gli italiani della generazione Erasmus e di Schengen, di fine millennio, i *franciliens* che si sono stabiliti specialmente a Parigi e in *Île-de-France* sono tratteggiati nella webserie bilingue italo-francese virale *Ritals*, del 2015, di Svevo Moltrasio, Federico Iarlori e Cristian Zanin. I tre amici trentenni a Parigi hanno dato vita alla serie disponibile su *YouTube*, attraverso la quale si fanno beffe delle esperienze vissute in Francia, il paese in cui i bagni non hanno il bidet, con la tazza del water in una stanza diversa dalla sala da bagno, dove è serrato il confronto tra cucina italiana e francese, dove il caffè è difficilmente bevibile e dove regna la fiducia ai distributori automatici del bancomat¹⁰. I protagonisti hanno lasciato

¹⁰ Cfr. S. MOLTRASIO, F. IARLORI, C. ZANIN, *Ritals la web-serie*, <<https://www.youtube.com/channel/UCNo0oCBgzih4ZshLymoGKbg>> (ultimo accesso: 1.12.2018).

l'Italia per lavoro o per stanchezza o in fuga esistenziale come afferma Svevo Moltrasio nel suo esilarante libro *Parigi senza ritorno*¹¹. Criticano i francesi continuamente per dar vita a una nuova immagine dell'italianità all'estero che non si libera dei preconcetti. Come in pubblicità, gli stereotipi possono avere il segno (+) per vendere un prodotto proponendo al pubblico straniero ciò che vuole sentirsi dire o, detto in altre parole, ciò che già conosce. Lo stereotipo è di segno (-) quando fatti di cronaca e conflitti o incomprensioni sociali fanno riaffiorare vecchi pregiudizi mai completamente sopiti. È un gioco di conferme, nelle quali il «cliente» o il cittadino (ormai tendono a coincidere) non vengono mai disattesi.

Nella webserie *Ritals* in italiano e in francese, si cerca di capovolgere e decostruire lo stereotipo attraverso le sue componenti umoristiche come il punto di partenza per mostrare l'immagine della Francia per chi arriva dall'Italia. Svevo e Federico incarnano questa generazione di migranti per caso e di nuovi chierici vaganti e «vaffa'nti», come giovani che fuggono da qualcosa a cui non riescono più a dare un nome in Italia e neppure a Parigi. A torto o a ragione si afferma questa tendenza ossessiva di Svevo a confrontare e smitizzare ogni cosa in Francia per mitizzare Roma, la sua città, nel ricordo nostalgico. L'episodio più significativo in tal senso è proprio quello della *madeleine* di Proust come ricerca di un tempo perduto del trentenne romano che vede la coscienza sdoppiata e incompiuta dell'essere italiano all'estero. Decisamente in questo caso, *Pinocchio* si conferma l'autentico e unico eroe della coscienza nazionale, come ce lo spiega Giorgio Manganelli per il quale il burattino è mosso fin dall'inizio da «una vocazione metamorfica e insieme teatrale», dove il romanzo non si chiude con la trasformazione edificante della vulgata, giacché il ragazzo in carne e ossa *non* sostituisce il burattino: dovrà invece convivere, con quella «reliquia prodigiosa», con quel legno che «continuerà a sfidarlo»¹². Da una parte Svevo, cinico nipote di Alberto Sordi e dall'altra Federico abruzzese, critico cinematografico innamorato di Parigi¹³. Federico, il lato colto e sensibile di Svevo, è destinato ugualmente a rimanere in un sorta di identità astratta e statica perché i primi ad essere vittime degli stereotipi sono quelli che li accettano quasi religiosamente o li combattono furiosamente. Il comportamento acido di Svevo, chiuso nella sua

¹¹ Cfr. S. MOLTRASIO, *Parigi senza ritorno. Le avventure tragicomiche di un italiano in fuga*, Sperling & Kupfer, Milano 2017.

¹² Cfr. G. MANGANELLI, *Pinocchio: un libro parallelo*, Adelphi, Milano 2002, pp. 203-204.

¹³ Cfr. *Ritals* — *La madeleine* (S02, Ep.04), <https://www.youtube.com/watch?v=5Y-0Z4LTyM_A> (ultimo accesso: 1.12.2018).

romanità dissacrante con i suoi pregiudizi a causa della sua scarsa cultura, si urta con l'impegno intellettuale e con le aperture di Federico sulla vita parigina creando irresistibili effetti comici, con occasioni di riflessione che adattano e aggiornano i personaggi di Sordi e di Verdone e raccontano la crisi di essere dei trentenni italiani, non certo splendidi, in un'epoca di identità nomade, multi-etnica, multiculturale reticolare e costantemente in transito.