

Serialization Landscapes

Serie e serializzazione
dalla letteratura al web

A CURA DI
GIOVANNI BOCCIA ARTIERI
LAURA GEMINI



Direttore scientifico

Giovanni Boccia Artieri

Comitato editoriale

Alberto Abruzzese (*Università IULM, Milano*)
Sara Bentivegna (*"Sapienza" Università di Roma*)
Federico Boni (*Università degli Studi di Milano*)
Vanni Codeluppi (*Università di Modena e Reggio Emilia*)
Fausto Colombo (*Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano*)
Stefano Cristante (*Università del Salento*)
Giovanni Fiorentino (*Università degli Studi della Tuscia*)
Gino Frezza (*Università di Salerno*)
Alberto Marinelli (*"Sapienza" Università di Roma*)
Francesca Pasquali (*Università degli Studi di Bergamo*)
Gianfranco Pecchinenda (*Università "Federico II", Napoli*)
Giovanni Ragone (*Sapienza Università di Roma*)
Mario Ricciardi (*Politecnico di Torino*)
Luca Toschi (*Università di Firenze*)

Comitato scientifico/referee

Maurice Aymard (*Fondation Maison des Sciences de l'Homme, Parigi*)
Sebastiano Bagnara (*Università di Sassari*)
Roberta Bartoletti (*Università di Urbino Carlo Bo*)
Nancy Baym (*University of Kansas*)
Sergio Brancato (*Università di Napoli "Federico II"*)
Jean Burgess (*Queensland University of Technology*)
Enrique Bustamante (*Universidad Complutense, Madrid*)
Gustavo Cardoso (*ISCTE, Lisbona*)
Gianni Corino (*University of Plymouth*)
Patrice Flichy (*Université Paris Est Marne-la-Vallée*)
Elisa Giaccardi (*Universidad Carlos III, Madrid*)
Jeremy Hight (*California Institute of Arts, Los Angeles*)
Emiliano Ilardi (*Università di Cagliari*)
Paula Levine (*San Francisco State University*)
Jorge Lozano (*Universidad Complutense, Madrid*)
Roberto Maragliano (*Università di Roma 3*)
Sara Monaci (*Università degli Studi di Torino*)
Enrico Pedemonte (*"L'Espresso"*)
Xavier Perez (*Universitat Pompeu Fabra, Barcellona*)
Mike Philips (*University of Plymouth*)
Beppe Richeri (*Università della Svizzera Italiana, Lugano*)
Massimo Riva (*Brown University, Providence*)
Gemini Laura (*Università di Urbino Carlo Bo*)
Gino Roncaglia (*Università della Tuscia, Viterbo*)
Roberto Saracco (*EIT ICT Labs, Trento*)
Donald Sassoon (*Queen Mary College, Londra*)
Chris Speed (*Edinburgh College of Art*)
Yvon Thiec (*Eurocinema, Bruxelles*)
Bernardo Valli (*Università di Urbino*)
Ugo Volli (*Università di Torino*)

Journal Manager

Manolo Farci (*Università degli studi di Urbino Carlo Bo*)

Review Editor

Emiliano Ilardi (*Università di Cagliari*)
Andrea Miconi (*Iulm Milano*)

Articles Editor

Romana Andò (*"Sapienza" Università di Roma*)
Tatiana Mazali (*Politecnico di Torino*)
Augusto Valeriani (*Università di Bologna*)
Mario Pireddu (*Università degli Studi Roma Tre*)

Redazione

Alfonso Amendola (*Università degli Studi di Salerno*)
Antonio Camorino (*Università "Federico II", Napoli*)
Luca Massidda (*Università degli Studi Roma Tre*)
Maria Francesca Murru (*Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano*)
Luca Rossi (*IT University of Copenhagen*)
Gianluca Simonetta (*Università degli Studi di Firenze*)
Gabriella Taddeo (*Università degli Studi di Torino*)
Simona Tirocchi (*Università degli Studi di Torino*)
Fabio Tarzia (*Sapienza Università di Roma*)
Gianluca Torrini (*Università degli Studi di Firenze*)

Direttore responsabile ai termini di legge

Giovanni Ragone

Hanno diretto la rivista

Alberto Abruzzese (2013-2015)

Casa Editrice Sapienza

ISSN: 2282-2542

Rivista in attesa di iscrizione nel registro stampa del Tribunale civile di Roma



Questa rivista è pubblicata sotto una licenza Creative Commons Attribution 3.0

Indice

La serialità come dispositivo mediologico. Introduzione.....	3
<i>Giovanni Boccia Artieri, Laura Gemini</i>	
(Not so) Complex TV. Framing Seriality as a Practice via Contemporary Models of Italian Television Fiction.....	8
<i>Massimo Scaglioni</i>	
Quality TV e serialità UK. Influenze, modelli, formati.....	21
<i>Attilio Palmieri</i>	
Scrivere la realtà. La serialità nel factual.....	30
<i>Anna Manzato</i>	
Sex and the City: a feminine franchise.....	41
<i>Anaïs Le Fèvre-Berthelot</i>	
Serialità espansive. Il racconto è là...come la Tv.....	54
<i>Giovanni Pratichizzo, Claudio Gentile</i>	
Ripensare l'episodio. Recap e recensioni nell'era del bingewatching.....	67
<i>Chiara Checcaglioni</i>	
Pilot, l'importanza della prima impressione.....	80
<i>Emiliano Chirciano</i>	
House of Cards e la politica dello stile.....	91
<i>Manolo Farci</i>	
The Simpsons: A Metanarrative of the Western-Global. Prosumer Middle Class... 	105
<i>Piergiorgio Degli Esposti</i>	
The impact of media on democracy: critical reflections on Black Mirror.....	115
<i>Pierluigi Musarò</i>	
Le serie web sul carcere in Italia. Da Belli dentro alle storie sul web.....	129
<i>Silvia Pezzoli</i>	

“Serialità” e “fumetto”: problemi di definizione.....140

Paolo Biondi

**Personaggi seriali e mondi transmediali. I pulp, Tarzan e le origini del Transmedia
Storytelling.....155**

Paolo Bertetti

**La grammatica mutante di Nicolas Eymerich nella serializzazione
partecipata.....169**

Alberto Sebastiani

“Le Idi di marzo”. La storia come medium narrativo seriale.....181

Andrea Lombardinilo

INTRODUZIONE

La serialità come dispositivo mediologico

Giovanni Boccia Artieri

Università degli Studi di Urbino

Laura Gemini

Università degli Studi di Urbino

Che lo scenario mediale contemporaneo abbia trovato nella serialità un dispositivo capace di tracciare i contorni di una rete complessa di produzione, distribuzione e consumo che coinvolge le strutture istituzionali intrecciando discorsi e pratiche è un dato ampiamente riconosciuto. In questo e nel prossimo numero di *Mediascapes* si intende indagare e approfondire i caratteri di questo dispositivo.

Se infatti attorno alla questione seriale si condensano studi e ricerche incentrate sul fenomeno narrativo della grande serialità televisiva, non sfugge però alla ricerca mediologica l'emergenza di un ecosistema neo-seriale che va letto nella dialettica fra continuità e discontinuità con le forme proto-seriali – dal teatro, alla letteratura, al fumetto ad esempio – e le forme neo, appunto, caratterizzate dalla diffusione di fenomeni seriali dipendenti dalle grammatiche della rete e dalle piattaforme web based. Basti pensare al successo delle web series come forme autonome o alle produzioni per distribuzione a pacchetto come Netflix che incorporano le pratiche di binge-whatching oppure, su un altro versante, alle pratiche di fruizione multiscreen degli utenti e al consolidamento della social televisione.

La serialità come dispositivo riguarda perciò innanzitutto il funzionamento del sistema dei media in quanto agente di complessificazione interna, capace di agire sui piani della produzione, sia nel senso delle estetiche e delle drammaturgie narrative, sia delle dinamiche dell'industria culturale. Così facendo la serialità non può che ricadere sull'insieme dei processi distributivi e di consumo che definiscono il rapporto del sistema dei media con gli ambiti dell'immaginario, dei regimi scopici, dell'esperienza e della cultura, nonché con gli altri sistemi della società-mondo. Basti pensare a come la serialità debba essere considerata una modalità di azione volta a creare una vera e propria economia, nella quale utenti, produttori e distributori interagiscono fino a scambiarsi di ruolo ridefinendo il rapporto fra domanda e offerta.

Gli articoli che compongono il presente numero di *Mediascapes Journal* e quello successivo sono una selezione referata dei paper presentati nell'ambito della Conferenza Internazionale *MEDIA CHANGE Serialization Landscapes: Series and Serialization from*

Literature to the Web, organizzata dai curatori di questo volume con Erika D'Amico nel luglio 2015 per il Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali: Storia, Culture, Lingue, Letterature, Arti, Media dell'Università di Urbino Carlo Bo in partnership con l'Institute for Screen Industries Research dell'Università di Nottingham e con il Corso di Laurea Magistrale in Cinema, Television and Multimedia Production dell'Università di Bologna.

L'obiettivo della conferenza, ovvero promuovere la discussione e sviluppare l'analisi sui media e il loro impatto sulla società focalizzandosi sui territori della serialità, è perseguito nell'insieme degli scritti che seguono, secondo un taglio multidisciplinare che mette a confronto approcci - cultural studies, communication studies, media studies, television studies, film studies, theatre studies, new media studies, Internet studies - e casi di studio, sfidando i ricercatori ad investigare il concetto della serializzazione e i suoi precipitati nel campo dei media, della popular culture e dell'arte.

Se dunque osservare l'evoluzione del *media landscape* significa trattare la serialità come un dispositivo dell'industria mediale e della popular culture che investe tutti i settori della comunicazione, allora le domande di ricerca non possono che rimandare alle modalità con cui la serialità influenza la trasformazione del sistema mediale e delle sue pratiche. Chiedersi insomma come la serialità caratterizzi televisione, cinema, letteratura, teatro, se e in che termini questi stiano sfruttando le opportunità narrative e produttive offerte dalla serialità e di conseguenza come si ristrutturino il rapporto fra old e new media. Il che significa a ben vedere domandarsi a quali bisogni di audiovisivo stia rispondendo l'ambito culturale che chiamiamo neo-serialità.

1. Un primo blocco di contributi del numero inquadra il mediascape seriale contemporaneo a partire da quella che può essere considerata la sua forma modellizzante ovvero quella televisiva di cui i saggi indagano e mettono in luce alcuni importanti elementi di problematicità e i possibili sviluppi. Nel saggio *(Not so) Complex TV. Framing Seriality as a Practice via Contemporary Models of Italian Television Fiction* Massimo Scaglioni propone di osservare la serialità come insieme di pratiche che connettono le strategie industriali e la produzione culturale con le tattiche di fruizione e consumo culturale nonché i modi con cui queste connessioni vengono negoziate attraverso i testi, le loro estensioni, la circolazione culturale e sociale. In questo contesto, e in particolare attraverso lo studio di caso della fiction italiana, viene illustrato il processo che ha portato verso un nuovo modello della lunga serialità, capace di generare delle narrative innovative come il modello di franchise di *Romanzo Criminale. La serie, Gomorra. La serie e 1992* mostrando al contempo come le scelte distributive di Sky Italia non abbiano permesso di sfruttare a pieno le possibilità del franchise. Possibilità che sono al centro del lavoro di Anaïs Le Fèvre-Berthelot dal titolo *Sex and the City: a feminine franchise* e che mette in evidenza come sia necessaria la combinazione di approcci strutturalisti e culturologici per tenere in considerazione le strategie industriali, le pratiche discorsive e le forme narrative associate alla nozione di franchise e di cui *Sex and the City*, focus dell'articolo, si rivela essere da oltre vent'anni un caso ancora rappresentativo delle tendenze delle industrie creative audiovisive.

In continuità con un'analisi dedicata ai formati e alle influenze transnazionali che i modelli di serialità mettono in campo in un contesto mediale globalizzato, si colloca il contributo di Attilio Palmieri che in *Quality TV e serialità UK. Influenze, modelli, formati* indaga la relazione fra serialità britannica e serialità statunitense. Il saggio evidenzia come nel segno della quality TV possano essere evidenziate, da un lato, le similarità di tipo produttivo di entrambi i modelli in vista delle aspettative delle rispettive audience, e dall'altro, le influenze della serialità britannica su quella statunitense in termini di formati e modelli narrativi. Come territorio complesso, la serialità televisiva deve essere considerata una forma trans-genere non esclusivamente ancorata alla fiction, sebbene sia in questi termini che pensiamo alla serialità di primo acchito. Ecco allora che Anna Manzato in *Oltre la fiction. La serialità fra realtà e scrittura* rivolge l'attenzione al genere factual per mettere a fuoco le peculiarità e le costanti di un linguaggio televisivo che fonde la scrittura narrativa con lo sguardo "trasparente" sulla realtà e per dimostrare come la serialità si riveli un dispositivo funzionale ai racconti di realtà, mettendo in discussione il confine stesso tra realtà e finzione. Sulla linea che considera la serialità alla luce dei suoi processi evolutivi ed espansi troviamo l'articolo di Giovanni Prattichizzo e Claudio Gentile *Serialità espanse. Il racconto è là...come la Tv* che si interroga sulle nuove forme di storytelling emergenti e sul superamento dei confini delle serie televisive, osservando la transizione dalle "fabbriche della serialità" alle "tattiche della post-serialità" e alla messa a punto di un "format seriale" osservato attraverso tre interessanti casi di studio di serializzazione e narrative cross-piattaforma come *C'è posta per te*, *Gazebo*, *X Factor*. Riprendendo l'analisi più strettamente mirata alle serie TV - ma sempre all'interno di un contesto che definisce gli oggetti seriali come transmediali, espansi ed estesi - Chiara Checcaglini nel suo contributo dal titolo *Ripensare l'episodio. Recap e recensioni nell'era del binge-watching* dimostra come la proliferazione di commenti, interpretazioni, recap e recensioni negli ambienti online accompagnano una serie televisiva diventando parte integrante della definizione estesa di testo seriale. Inoltre la centralità della serialità televisiva nell'alveo del consumo culturale che si manifesta nell'attivazione dei discorsi intorno alle serie e nell'engagement dei pubblici riguarda anche il livello di gradimento e di coinvolgimento che una serie riesce ad innescare da subito. A questo proposito Emiliano Chirchiano nel suo *Pilot, l'importanza della prima impressione* riflette proprio sulle caratteristiche e il ruolo degli episodi pilota e della loro relazione con la tendenza al binge-watching che caratterizza la fruizione dei pubblici più appassionati.

2. Un secondo blocco di contributi rimanda alla capacità dei prodotti culturali seriali di farsi specchi riflessivi, lenti privilegiate di osservazione del sociale, pretesti per l'osservazione critica del mondo in accordo con quei processi di identificazione e proiezione che gli studi seminali sull'industria culturale hanno messo ampiamente in luce dimostrando come le opere dell'immaginario abbiano la forza di fornire modelli, schemi interpretativi e punti simbolici di appoggio alla "vita reale". Ne è un caso una serie di successo come *House of Cards* oggetto del contributo di Manolo Farci dal titolo *House of Cards e la politica dello stile*. L'ipotesi da cui muove l'articolo riguarda da un lato la possibilità del political drama, come genere, di porsi come forma di alfabetizzazione alla

politica per i pubblici e, dall'altro lato, di rivelarsi uno strumento con cui i politici gestiscono il proprio stile rappresentativo. Sulla linea interpretativa della riflessività si colloca anche il saggio di Piergiorgio Degli Esposti e la sua analisi su *The Simpsons, a metanarrative of the western-global prosumer middle class*. *I Simpson* è il ritratto di una mini-società e dei suoi sistemi di funzione - famiglia, educazione, mass media, religione, economia, ecc. - e il suo successo globale può essere rintracciato sia nella sua capacità di fotografare le contraddizioni della classe media e consumista i cui vizi riescono a riflettere la morale di un capitalismo "positivo". Con altri scopi e tonalità narrative ed emotive anche la serie *Black Mirror* si rivela un caso di studio particolarmente efficace per osservare la relazione fra media tradizionali, televisione in primis, e new media. Nell'analisi di Pierluigi Musarò *The impact of media on democracy: critical reflections on Black Mirror* viene messo in luce come la serie inglese si riveli uno strumento efficace per riflettere sul potere nella network society e sui caratteri della cosiddetta videocrazia. Sul fronte della serialità italiana Silvia Pezzoli conduce un'analisi dal titolo *Le serie web sul carcere in Italia. Da Belli dentro alle storie sul web* volta a mappare le serie italiane online e offline ambientate nei contesti di detenzione. L'analisi cerca di comprendere le modalità di rappresentazione delle istituzioni totali chiedendosi come l'ambientazione delle storie avvincenti nel carcere possa rivelarsi uno strumento efficace per porre l'attenzione sul problema "reale".

3. Il terzo blocco di interventi compresi in questo numero di Mediascapes rimanda a questioni legate alle origini alle diverse declinazioni del fenomeno seriale. Paolo Biondi nell'articolo "*Serialità*" e "*fumetto*": *problemi di definizione* muove dalla considerazione che la serialità sia stata costruita come un oggetto di indagine unitario, basato su alcuni elementi costitutivi, senza tenere in debito conto il cambiamento di questi elementi nel tempo. Il caso dei comics si rivela pertanto particolarmente utile per sottolineare la problematicità di definire i prodotti culturali e fra questi i prodotti culturali seriali. E se fra le espressioni definitorie della serialità contemporanea un concetto come quello di transmedia storytelling identifica un'esperienza caratterizzata dall'espansione narrativa attraverso media differenti e dalla partecipazione degli utenti, allora ci troviamo non tanto di fronte ad un processo emergente dalla convergenza tecnologica quanto ad un fenomeno rintracciabile già alle origini dell'industria culturale. Su questo presupposto Paolo Bertetti nel contributo *Personaggi seriali e mondi transmediali. I pulp, Tarzan e le origini del Transmedia Storytelling* sviluppa una archeologia della transmedialità volta non tanto ad identificare la storia e le caratteristiche di una forma precedente del transmedia storytelling quanto per sottolineare come certi meccanismi narrativi delle produzioni contemporanee siano radicate nelle pratiche della serialità dei pulp magazine novecenteschi. E dalle radici del medium scrittura emerge un caso particolare come quello indagato da Alberto Sebastiani nel saggio *La grammatica mutante di Nicolas Eymerich nella serializzazione partecipata*. La serie dei dieci libri "fantagotici" del *Ciclo di Eymerich* (1994-2010) di Valerio Evangelisti è ampliata in una vasta narrazione transmediale: dalla mailing list aperta dall'autore ai racconti spin-off e cross-over, che comprende fumetti, radiodrammi, composizioni musicali, giochi di ruolo, videogame, fan fiction mettendo a punto un ecosistema narrativo che senza coinvolgere per ora TV e cinema si sviluppa tra

supporti tradizionali, device di video lettura e/o videoludici, e web secondo un vero e proprio processo di “serializzazione partecipata”. Chiude il numero il saggio di Andrea Lombardinilo *“Le Idi di marzo”*. *La storia come medium narrativo seriale* che assume l’archeologia mediologica di Marshall McLuhan per descrivere e comprendere il sempre attuale successo delle narrazioni storiche. Il pretesto esemplificativo è quello che riguarda le vicende di Giulio Cesare riprese dalla letteratura, dal teatro e dal cinema dove il mito del potente poggia su una narrazione storica capace di mostrare la vita quotidiana e dove il tradimento può essere letto a sua volta come un evento narrativo seriale e metaforico.

Tre percorsi che mettono a tema il dispositivo seriale per renderlo più trasparente individuandone le caratteristiche, gli approcci teorici e i casi di studio che permettono di osservarlo. Non mancano le criticità e le aperture verso un campo di ricerca che merita di essere esplorato sia sul fronte delle dinamiche produttive dell’industria culturale contemporanea, sia sul fronte dei moventi simbolici che ne sono la base e che rimandano al bisogno di storie e di narrazioni efficaci.

Nota biografica

Giovanni Boccia Artieri è professore ordinario di Sociologia dei media digitali e Internet Studies all’Università di Urbino Carlo Bo e Presidente della Scuola di Scienze della Comunicazione. È vicedirettore del centro LaRiCA (Laboratorio di Ricerca sulla Comunicazione Avanzata). Si occupa delle trasformazioni sociali e culturali della social network society e di culture partecipative. È direttore di Mediascapes Journal.

Laura Gemini è professore associato di Teoria e pratiche dell’immaginario e Forme e linguaggi del teatro e dello spettacolo all’Università di Urbino Carlo Bo. La sua ricerca riguarda le tematiche dell’immaginario contemporaneo di stampo mediale e la cultura visuale, con particolare riferimento alle performance culturali e artistiche, specialmente teatrali.

(Not So) Complex TV. Framing Seriality as a Practice via Contemporary Models of Italian Television Fiction

Massimo Scaglioni

Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano

In questi ultimi anni, le serie tv sono diventate un importante oggetto di indagine da parte dei *Media* e *Television Studies*. Obiettivo di questo articolo è sviluppare e illustrare un approccio olistico alle narrative seriali televisive, una prospettiva che tiene conto della complessità di fattori che le definiscono. Difatti, le serie tv sono stati analizzate in modi differenti e da vari punti di vista. Prima di tutto, i formati seriali costituiscono un largo corpo di prodotti – prodotti e distribuiti sia a livello nazionale che internazionale – che sono stati investigati rispettivamente in relazione alla loro estetica, alla propria rappresentazione e alle istanze culturali e sociali, nel loro rapporto con la politica, nelle proprie forme di consumo e fandom. In secondo luogo, una particolare attenzione è stata dedicata al meccanismo testuale della narrazione seriale, così come alla sua capacità di costruire mondi vasti ed elaborati che si espandono oltre i confini dei testi e dei media. Inquadrandolo la serialità come pratica, l'autore vuole mostrare le connessioni strutturali che collegano le strategie industriali e le produzioni culturale con le tattiche della visione e le culture dei consumi, così come i modi in cui queste connessioni sono negoziate attraverso i testi, le loro estensioni e la loro circolazione sociale e culturale. Terreno di prova di tale approccio sarà il caso della fiction TV italiana contemporanea, che presenta tre diversi modelli in accordo con i corrispettivi obiettivi ed esigenze del servizio pubblico, della televisione commerciale, e della Pay TV. Ricorrendo ad uno studio articolato sulle politiche editoriali, le strategie di produzione/distribuzione/promozione, i valori di consumo e le pratiche di visione delle serie TV italiane, questa discussione illustrerà il processo per “tentativi ed errori” che ha condotto alla nascita di nuovo modello di serialità lunga, in grado di generare narrative innovative come, ad esempio, i franchise *Romanzo Criminale*, *La serie*, *Gomorra*, *La serie* e *1992*. In finale, l'autore dimostrerà come sebbene questo esempio sia parzialmente differente da quelli tradizionali e nazionali, e più vicino a quelli Americani ampiamente industrializzati, l'operatore pay-tv Sky Italia ha nondimeno fallito, fino ad adesso, nel realizzare un modello di Complex Tv, come ad esempio una produzione multi-stagione, che gli permetterebbe di poter sfruttare appieno un franchising TV di successo.

In recent years, television series have become an important object of scrutiny for Media and Television Studies. The aim of this article is to develop and illustrate an holistic approach to TV serial narratives, a perspective that could account for the complexity of factors that define them. Indeed, TV series have been analyzed in different ways and from various points of view. First of all, TV serials and series form a large *corpus* of products – both nationally and internationally produced and distributed – that has been investigated respectively in relation to its aesthetics, its representation of social and cultural issues, its relationship with politics, and its forms of consumption and fandom. Second, specific attention has been devoted to the *textual* mechanism of serial narration, as well as to its capacity to build vast and elaborate story-worlds that expand beyond the boundaries of texts and media. By framing seriality as a *practice*, I aim to show the structural connections that link (and cross) industrial strategies and production cultures with viewing tactics and consumption cultures, as well as the ways in which these connections are negotiated through texts, their extensions, and their social and cultural circulation. My testing ground for this approach will be the case of contemporary Italian TV fiction, which presents three different models according to the corresponding goals and needs of public service broadcasting, commercial television, and pay TV. With recourse to an articulated study of the editorial policies, production/distribution/promotion strategies, consumption figures and viewing

practices of Italian pay-TV series, this discussion will illustrate the “trial and error” process that has led to the birth of a new model of long seriality that is capable of generating innovative narratives such as, for example, the franchises *Romanzo Criminale*, *La serie*, *Gomorra*, *La serie* and *1992*. Finally, I will demonstrate that though this new model is partially different from the traditional, national ones and instead closer to the fully industrialized American one, the pay TV operator Sky Italia has nevertheless failed, so far, to adopt comprehensively a “complex TV” serial design, such as a multi-season production, that could rapidly and fully exploit a successful TV franchise.

Key Words: TV series; TV narrative; Television Studies; Italian TV Fiction; Pay TV Mode

Gomorra’s Paratexts and the Media System

In order to explain the aim and the subject of this article, we might begin with two paratexts that “surrounded” one of the most interesting and most talked-about Italian-made TV series: *Gomorra. La serie* (Sky Atlantic, 2014-...).

In an interview for the Sky Atlantic channel at the time of the launch of *Gomorra. La serie* in May 2014, Roberto Saviano, the writer of the popular novel *Gomorra*, offers several intriguing comments on the production of a television series “inspired” by the book, about its authorship, and about how the project was realised: “I asked for just one guarantee from the screenwriters and the director: that we tell the story of how the [Neapolitan] reality operates (...). When I sensed that that was what they wanted, too – the producer, the screenwriters and the director – I immediately felt that this was my project.” (Saviano, 2014)

The writer seems committed to explaining verbally a rather complex (and murky) world: his use of personal pronouns reveals a certain dialectic among those involved. In creating the series, he says, “we” agreed a certain style (“realism”), so that “my” project dovetailed perfectly with what “they” wanted (the screenwriters, directors, producers, and so on). In essence, Saviano is attempting to answer a crucial question: to whom can we attribute the authorship of *Gomorra. La serie*? Who is the author?

The second paratext is much less official and corporate than the Saviano interview. One of the most popular viral videos that circulated on the Internet during and after *Gomorra. La serie* was aired stars a character whose features (if not his name) evoke the most grotesque of the “bad guys” in the series, as he drives a poor waiter to distraction in a Neapolitan restaurant. Indeed, “Don” Salvatore Conte reels off the pick of the lines and the underworld language – “stai senza pensieri!” (don’t worry!), “fammi capì si me poz fidà de te” (show me I can trust you), “tu s’è figlio a me, non tieni bisogno di possibilità” (you’re my son; you don’t need opportunities), and more. And he insists that the poor unfortunate must reply in the same vein, as if both were inside the fictional universe of this all-Italian crime drama (*The Jackal*, 2014).

This entertaining parody by video-making collective *The Jackal* is the third in a series of audiovisual shorts, lasting just a few minutes, which have been watched and shared thousands of times on the Internet (effectively as an ancillary series parodying the actual series broadcast on Sky). Its finale contains some surprises. The on-going interplay between reality and fiction ends when the writer, Roberto Saviano, enters the restaurant.

First, he has a discussion with the two characters from the short film about how the language of the series is acquiring “cult” status, especially among young people; then, he justifies – if that is the right word – this attitude of “demythologizing” organised crime (“they’re right to laugh at the Camorra; that’s how to undermine it ...”). Finally, he offers the increasingly bewildered waiter the advice “stai senza pensieri!” (don’t worry!).”

These two paratexts, which complement, extend or somehow complete Gomorra’s fictional universe, are just two possible examples of how a television series like Gomorra gains cultural currency. We can take them as meaningful examples because they spotlight two important issues in this cultural circulation, and they raise as many problems.

The first issue obviously centres on producing the series – its intentions and the range of people responsible for planning, conceiving, writing, filming, editing, promoting and distributing it. Roberto Saviano problematises the question of a television series’ authoriality with his complex “I-we-they” pronoun interplay. So who really is the author of a television series?¹ Can we answer this question, looking beyond the evident promotion and marketing requirements that ascribe the authorship of a series such as Gomorra to Roberto Saviano and, say, “the idea” of a series like 1992 (Sky Atlantic, 2015) to the main actor Stefano Accorsi? And, again, this genesis, this process of producing and making, comes about differently when the series concerned is made for pay TV – in contrast, for example, with the traditional production model for generalist Italian television network fiction? (Scaglioni – Barra, 2013, 2015).

The second focus of attention concerns consumption, and particularly what we could term “productive consumption” (Fiske, 1987). Regarding the consumption of Gomorra. La serie, there are would be a number of interesting cases to mention. Among others, the app called “iGomorra”, created by a fan of the series, springs to mind. The app offers a digest of all the best-known lines, and is naturally dominated by Don Salvatore Conte and his pearls of underworld wisdom. Over 150,000 fans downloaded the app in just a few days, during and after the airing of the series.

As with the mini webseries, this paratext illustrates the type of relationship that arises between production, text and viewer in the age of convergence. The two paratexts, among others, are examples of “extensions” of the text, in one case by semi-professional “petty producers” - to use Abercrombie and Longhurst’s expression (Abercrombie – Longhurst, 1998) - like The Jackal, who have made an ancillary product to Gomorra that immediately went “viral” and became “spreadable” (Jenkins, 2013), thus contributing to the product’s cult status. The second example is about a fan creating something for other fans and thus also contributing to “the cult” (Scaglioni, 2006) of Gomorra, with particular attention to the character Salvatore Conte.

Of course, these points could easily mutate into a discussion of the realms of the television medium’s transformations in the “media convergence age” (Jenkins, 2008; Grasso – Scaglioni 2010), with the proliferation of extensions to the text, of means of access, and of strategies for “branding” the content that result.

¹ The issue of TV series’ authorship is particularly relevant for contemporary Television Studies: see, for example, Mittell, 2015; Fiacco, 2015; Scaglioni, 2015.

The present article will nevertheless remain more general: it will explain in what sense and in what way television series have become one of the most interesting fields for those who study not only television but also – to make the point straight away – the media in general. For, as will become clear, in the age of convergence, dealing with an app like *iGomorra* or a web series like *The Jackal's* “Gli effetti di Gomorra sulla gente” (“How Gomorra affects people”) obviously broadens our scope, bringing us from television to the wider contemporary “media ecosystem” in which we are all immersed. In the following, I will examine the *statu nascenti* model of Italian pay-TV series, which in recent years has come to complement the existing models of fiction made for public-service television, on one hand, and for commercial television, on the other (Barra – Scaglioni, 2015). Studying a nascent model, as with pay-TV series, offers a fruitful opportunity for research.

Television Series and Television Studies

Television series have been an important subject of analysis for what we can now call Television Studies (Gray – Lodz, 2012), especially in a country like Italy, which lacks a strong seriality tradition of its own (and not just in the television arena). We could even venture to say that, in a sense, scholarly work on series has shaped an important dimension of the Television Studies discipline in Italy. In just over 30 years of thought and analysis on this subject, three key moments stand out. The third represents partly the current state of play in the research and partly the an objective for the future.

The first phase might be termed one of exemplariness and discovery. In 1983, a conference was held in Urbino, whose proceedings were published in the book *L'immagine al plurale* (The image in the plural) edited by Francesco Casetti (1984). That volume's relevance lies not only its affirmation of the importance of how seriality works in the media and in popular culture but also what we can call the television medium's status as an exemplary case. Television is seriality's natural terrain, because seriality permeates it in various ways: in its genres (the most serial, “repetitive” genre on TV then was not so much fiction but the newscast); in its continuity with other forms of popular culture (from the *feuilleton* to the detective novel); in its “flow-based” communicative form (Williams, 1974); and in how the schedule is organised, with its “machinery” of recurrent-consumption models (Rizza, 1989; Barra, 2015). As the prime domain for studying seriality, the television medium opens up a whole arena of discovery that is still ours to explore today. Indeed, a mostly textualist approach derived from the Humanities, Semiotics and Film Studies reveals a whole potential area of application that aims, for instance, to pit “an aesthetic of repetition” against the traditional aesthetic of oneness (Calabrese, 1984), or to focus on a type of product labelled a little hastily as “television”, whose massive use was a prominent feature in the offering of commercial television's nascent model at that time. Another book, also edited by Francesco Casetti (1984b), entitled *Un'altra volta ancora* (One more time), analysed quite different productions, from prime time soaps as *Dallas* to dramas as *Starsky & Hutch* and sit-coms as *Archibald*. This strand can extend to the

present day, because new genres introduced over time into the television schedules become objects of “discovery”, starting from the analytical frame centred on the textuality of “series”, understood in a broad sense, from reality shows to factual entertainment (see, for example, Penati – Sfardini 2015).

The second stage we could term legitimation – though effectively it is a dual legitimation: both of the subject of study and of the approach to studying it, that of Television Studies itself. It is curious to reflect that, starting with a topic like seriality, we take an important step towards legitimating the study of television. Television, like seriality, is not stupid or trivial, banal or formulaic. On the contrary, it is complex and intelligent, challenging and mould-breaking (Thompson 2003; Johnson 2005; Grasso, 2007; Mittell 2015). Clearly, a particular serial object has been taken as a model for this dual process of legitimation, namely American-produced TV series, imported and scheduled in a less haphazard and more orderly fashion by the generalist networks from the 1990s and by pay networks too from the 2000s. This somehow necessary legitimation entails an obvious risk, too, that of a “fetishised” and “partial” treatment. We can deal with television intelligently when we deal with intelligent television, i.e. the “complex” series in the “quality popular television” arriving from the USA (McCabe – Akass, 2007; Jankovich – Lyons 2008). Or, as Enrico Menduni once summed up, with a kind critique of a conference paper which I delivered in Turin, on American series in particular, “here, we are dealing with the steak not the offal, but that’s a part of the beef, too”.

As Michael Newman and Elana Levine (2012) have observed with regard to the American context, this “complex television”, and its study, is legitimated to the detriment of the “rest” of the ordinary television, in association with a particular institutional and technological development in contemporary TV, i.e. media convergence. This second stage, beyond the risk of fetishization, certainly has the merit of combining the plurality of methodological approaches that have emerged in the meantime. Thus, we begin to shift from “seriality as text” to “seriality as practice”, looking on one hand also at consumption and the cultures of consumption - such as fandom - and, on the other, albeit more recently, at the production world and the associated production cultures (Scaglioni, 2006; Innocenti – Pescatore 2008; Grasso – Scaglioni, 2009; Buonanno 2012; Pescatore – Innocenti 2013)

Stage three partly represents a hope, or something to aim for. Whereas the second stage featured a plurality of study approaches, stage three adopts them in what I would call a systemic or “holistic” vision that, in my view, represents Television Studies’ key, defining characteristic. Television (and perhaps the media) can only be studied via an approach that is at once hybrid, multidisciplinary, open to other ideas, and, indeed, holistic, an approach that can keep control of the complex cultural circuit generated among industry and production and distribution, textuality and storytelling, viewing and consumption. Aldo Grasso and I noted as much in the 2003 book “Che cos’è la televisione” (Grasso – Scaglioni, 2003), and Jonathan Gray, Amanda Lodz (2012) and others (e.g. Miller, 2010) have reiterated the point more recently, too. Television Studies necessarily explores the text as much as the practices: the text with the context. To return to the examples we started with, a coherent discussion of Gomorra. La serie or of the

other pay-TV series – from *Romanzo Criminale* (Sky Cinema 1, 2008-2010) to 1992 – would be impossible without reflecting, at least at the level of a reference framework, on that broad circuit that includes the production, distribution, promotional and other strategies of a pay broadcaster like Sky Italia in the context of contemporary Italian (and European) TV, the associated textual and narrative outcomes, and the characteristics of consumption both quantitatively and with regard to practices and taste (Scaglioni – Barra, 2013; Scaglioni 2013).

I will now turn to the case of the *statu nascenti* Italian pay-TV series as a testing ground for how series contribute to defining the interests and the boundaries of Television Studies, and how I believe Television Studies can become a model for Media Studies more generally.

The *Statu Nascenti* Seriality of Pay TV as a Test Ground for Television Studies

The research on pay-TV series in Italy (and in Europe) which has been conducted in recent years at the Ce.R.T.A. – Centre for Television and Audiovisual Media at Università Cattolica in Milan (Scaglioni – Barra, 2013), and which is ongoing, has adopted an analytical model that can indeed be termed “systemic” (Ortoleva, 2002; Grasso – Scaglioni, 2003). This research has considered the production context (and culture), using a production studies approach to analyse production on both the broadcaster’s side (Sky) and that of the production companies involved, as well as promotion, communication and scheduling. A second part of the work has looked at the world of consumption, involving both quantitative data on consumption of these series products and a more qualitative analysis of how pay fiction has been perceived and watched in Italy. A third strand has also been dedicated, naturally, to the texts produced and to continuity and discontinuity in narration and representation.

The core research question, which has provided a framework thus far, is whether and how an Italian series model is emerging that is different from and an alternative to those traditionally developed by public-service and commercial television (see also Barra – Scaglioni 2015).

To characterise the pay-TV fiction phenomenon in Italy, we first need to mention three economic and institutional “macro” factors, namely:

- the advent of a new era in Italian and European television, where direct subscription is a more important revenue source than the licence fee and advertising (Richeri – Cucco, 2014);
- the resulting emergence, first in the USA then in Europe, of pay TV series associated with American cable networks and more recently the European ones, too (as with Canal+ as well as Sky in the UK, Italy and Germany), and of production associated with new operators such as the OTT providers, primarily Netflix;

- the specific case of Sky Italia, which transitioned in 2008 from a phase of “growth” (characterised typically by “premium” products, like sport and cinema) to one of “consolidation” (with the production of its own original fiction and entertainment products).

The pay-TV series model is a direct competitor of, or radically “different” from, its traditional generalist-fiction counterpart, as the “motto” that has been doing the rounds at Sky since 2008 suggests: “If it works for Mediaset and Rai, it ain’t good for Sky” (Scaglioni – Barra, 2013).

Fiction is a strategic genre for TV. It is one of the most important areas of investment for the generalist broadcasters, and it has brought in significant and growing revenue since the '90s. (Buonanno, 2012). Fiction is an expensive and risky genre – the ratings can be measured only after the entire production chain has been completed, sometimes many months before the actual airing, and a flop is especially critical for long series. But it is also an extremely popular one, a place to reflect stories rooted in the nation’s culture and imagination, and indeed Italian fiction exhibits long-established models and themes. Moreover, producing original TV fiction is something quite new for the pay operator. Over the last five years, Sky has attempted to establish a specific model of its own, feeling its way by trial and error. In contrast to the long-standing marriage between fiction and generalist television, which has made the genre one of the most important for Rai (with over 120 primetime screenings on Raiuno) and Mediaset (with over 90 on Canale 5), Sky’s fiction model began to take shape in 2008. It differs from the generalist model in several ways.

First, in purely quantitative terms: Sky’s schedules have limited space for original fiction, although this is growing. In the first five years, eleven productions have been developed, produced and broadcast on the Sky platform in different formats, namely the TV films *Un Natale per due* (Sky Cinema 1, 2011) and *Un Natale coi fiocchi* (Sky Cinema 1, 2012), the miniseries *Quo Vadis, Baby...?* (Sky Cinema 1, 2008), *Nel nome del male* (Sky Cinema 1, 2009), *Moana* (Sky Cinema 1, 2009), *Faccia d’angelo* (Sky Cinema 1, 2012) and *I delitti del Bar Lume* (Sky Cinema 1, 2013), and the long series *Romanzo Criminale 1 & 2*, *In Treatment* (Sky Cinema 1, Sky Atlantic, 2013-2015), *Gomorra* and *1992*. To all these, we can add the shows produced by the Fox Italia subsidiary, *Boris* (Fox, FX, 2007-2010), *Non pensarci. La serie* (Fox, 2009) and *Il mostro di Firenze* (Fox Crime, 2009). It is all on a rather different to that typical of the generalist networks.

Another difference is the target audience, a pool of subscribers that, at five million households, makes up little over 20% of the national television audience but has a characteristic profile, in particular, being much younger than generalist viewers. They are a “paying” audience that expects higher quality, for they are accustomed to consuming US-made series even more than domestic Italian fiction. A final difference is the production context. Generalist/mainstream fiction is conceived almost entirely for the Italian TV market, with very rare exceptions of products that can be distributed more widely overseas, such as *Il Commissario Montalbano* (Raidue, Raiuno, 1999-...). But pay fiction – almost necessarily – has a different ambition: to maintain high production values (with the

costs they entail) to satisfy a more demanding audience. And that naturally opens the way to international-distribution and co-production opportunities.

Fewer projects to develop, an audience of subscribers and not just viewers, and the chance to make products of international scope: these, therefore, are the characteristics that have shaped the pay-TV series scene from the outset. They translate into an editorial policy that has gradually gained sharper focus and (at least up to a point) that marks Sky fiction as something original, a step change in the history of Italian-made TV series. This editorial policy, then, has various defining features:

- **Formats.** A trial and error process involving various formats has settled on the “long series” (of at least 10 or 12 episodes) as the preferred production framework.
- **Content and style.** Pay fiction must distance itself from the everyday generalist fiction series. Instead, it must somehow represent a case, a highly recognisable and communicable product. The projects have been based on subjects or scenarios of immediate impact, i.e. media brands already established in other products, such as bestsellers that became hit feature films, as in *Romanzo Criminale* and *Gomorra*; or the popular character of *Diabolik* (to be produced). Or, again, high-profile, much-followed nationwide phenomena and stories that have not yet been told elsewhere (such as the characters of *Moana Pozzi* or the gangster *Felice Maniero* in *Faccia d'angelo* or the season on the *Mani Pulite* inquests into the Tangentopoli political-corruption crisis, in 1992). The recognisable theme must be expressed in an equally characteristic style that resonates through all the audiovisual product's creative features and permeates its brand: the aesthetic and visual look, the logo, the overall tone of voice, the cast, the writing, and the communication and marketing tools. From this perspective, too, the most successful brand has been *Romanzo Criminale*, which has been developed in a convergent, “extended” manner while allowing the grassroots and fandom cultures to extend it further. Moving away from the commonplaces of generalist fiction also means adopting a view that is less Manichaean and edifying about reality. For, by tapping into the established canons of various genres (in particular, the gangster movie for *Romanzo Criminale*, *Faccia d'angelo* and *Gomorra*), the story often overturns traditional fiction's representative tenets. And biopics may be dedicated to characters who are much more controversial in the collective imagination, like a porn star or serial criminal.
- **The quality of the writing or even the product's “complexity”.** Both in the work to develop the storyline and the screenplay and in the later stages of production and post-production, the frame of reference is closer to the cinema than to traditional generalist fiction. The products are scheduled in a package of channels dedicated normally to cinema (or to high quality, major, American-made series), and the subscribers have great expectations; hence the drive for high quality standards. The desire to involve professionals and talent from the Italian film industry, albeit in an industrial TV-production scenario (i.e. series), is therefore another characteristic feature of Sky Italia fiction.

Fiction's arrival on national pay TV has brought innovations of various kinds, from the nature of the texts (their content, styles and formats) to aspects of the production machinery. On the latter note, I believe it is worth underlining one point that I feel is perhaps the most significant.

Increasingly clearly, a production practice is emerging that is inspired by the American industrial models – albeit inevitably with investment and output volumes on a different scale; a practice that ideally suited to the production of long fiction series.

This “American-style” production approach had already emerged, at least in part, on generalist TV over the last 15 years. Indeed, some series (in particular, the products created by the Taodue production company) have featured multi-strand plots, interwoven horizontal and vertical narrative lines, planned multiple seasons, and established a complex, “ready-furnished” narrative (Grasso – Scaglioni, 2009) and diegetic ecosystem to which might satisfy viewers and thus encourage their return.

The production of *Romanzo Criminale* season one is already a very significant example, later replicated in quite similar vein for *Gomorra. La Serie*.

Note, first of all, that the screenwriting team hired for *Romanzo* (Daniele Cesarano, Barbara Petronio, Leonardo Valenti and Paolo Marchesini) are all from Taodue, the “school” that cut its teeth between 2003 and 2008 writing “American-style” scripts, especially dramas like *Distretto di polizia* (Canale 5, 2000-2012) and *RIS* (Canale 5, 2005-2009). And it is precisely in a series like *Distretto* (with 11 seasons comprising 282 forty-five-minute episodes) that the story editor becomes an especially important role. This is a professional with a screenwriter's background who “writes the storylines, works with the screenwriters on all the line-ups and all the plot lines, and basically constructs the series”. An analogous production model was adopted for *Romanzo*, with a few additional innovations thrown in.

A second characteristic feature is the series' actual production phase. In adapting the “American-style” model to pay-TV fiction's needs, they invest in a unique personality that, more even than the story editor, could oversee and steer each stage of the work according to the requirements negotiated with the broadcaster, from coordinating the screenwriting team to working on the set with the director and actors, and from post-production to editing. Thus emerges the role of a showrunner, a production professional who coordinates and ensures consistency across all the steps in the complex business that is making a long series.

In the overall economy of pay-series production, a single coordinator is vital to ensure consistency across the different steps in producing a long series, from writing and pre-production to the production and especially the direction led by Stefano Sollima, through to post-production, editing and promotion/communications for the product.

The communications and promotions for *Romanzo*, in fact, were planned as the product was being developed, and that is a priority for Sky. As series showrunner Gina Gardini notes, “The fundamental thing for Sky was promotion. Before filming even began, they were already working on the promotion set-up: so they recreated an existing brand in a very innovative way” (Scaglioni – Barra, 2013).

The textual outcomes of this process are very interesting, and we can sum them up in two points:

- promotion has the same value as production, and this is a crucial factor in the Sky model, since the pay platform needs its channels to “shine” with original productions (to “push” network brands like Sky Cinema, Sky Atlantic or, for entertainment, Sky Uno);
- the series becomes a brand in its own right: each series product must have a complete and coherent image (based on the “complex” American cable series model). The motto is “sell the brand before the actual product”. And, at least in the most successful cases of *Romanzo*, *Gomorra* and *1992*, that is what has happened, thanks partly to the high media profile that the products have achieved.

For *Romanzo Criminale*, the product brand’s construction can clearly be seen, for example in:

- the tag-line “Il crimine paga” (crime pays), provocatively turning the rhetoric of traditional fiction and commonsense on its head;
- the “ten commandments” with which the series was promoted, an arrogant affirmation of a criminal code that broke through the wall of communication noise;
- the visual dimension, especially the image of the 100,000-lire banknote that became the series’ real trademark: from the opening credits to the key visual, from the corporate brochure to the wads of fake banknotes distributed as a form of guerrilla marketing on the streets of some Italian cities.

These “paratexts” help to shape the series brand, from the plaster busts of the bandits in Rome’s EUR district to the flyer for the merchandising launch party with items including T-shirts dedicated to the characters. All these examples show how *Romanzo Criminale*. La serie has positioned itself as a “cult” product where top-down promotion, considered an essential component for the pay-series model, meets bottom-up appropriation by the audiences. A similar process took place for *Gomorra*, of course.

Conclusions

My conclusions concern the position that a pay-TV fiction model has come to occupy in the cultural context of Italy in the 2000s and the means of analysing it. I will summarize them in three points.

First, Italian pay-TV series clearly aspire to be a high-quality fiction model – “complex” series inspired as much in textual as in production terms, in many ways, by the “high-quality”, “complex” series created in the USA.

What we may term an aspiration to complexity results from the melding of two cultures and two practices. I refer specifically to the coupling between, on one hand, the particular need of the Sky brand product to stand out, and, on the other, the demand from a socio-

demographically and culturally circumscribed audience, an audience with the same need for something different, something to suit their taste, an audience “brought up” on the quality standards of American series and who want to consume “quality Italian-style TV”.

Of course, and this is my second conclusion, this aspiration to “complexity” and “quality” meets certain limitations.

Some are structural: although inspired by fully industrial models, like American series, the fiction produced by pay TV in Italy is still associated with an artisanal dimension in many ways. Testament to this is that, even for big hits with the target audience (such as *Romanzo Criminale* and *Gomorra*), the construction of a multi-seasonal narrative arc still depends on considerations that chronologically follow the broadcasts themselves, and therefore prevent the success of one season from being exploited and used to foster viewer “loyalty” in the next. (*Gomorra II* will be aired only in 2016, two years after season one, for example.)

Naturally, there are other limits regarding not only the budgets invested in the production (which are quite significant) but also, and more subtly and problematically, creativity. Many of the structural conditions affecting the production of *Romanzo Criminale* and *Gomorra* also apply to 1992. But what changes is the production company behind the project, and with it, the creative team. In the end, the three products have certainly had rather different outcomes.

My third conclusion regards the relationship between television series and Television Studies. An understanding of the particular position occupied by pay series, where production practices and cultures, textual and narrative models, and consumption practices and cultures intersect (although a different focus is also possible) can be cultivated only if we adopt an approach to media analysis that uses as broad, open, multidisciplinary and pluralistic an array of research techniques and methods as possible. This seems to me to be the most original approach that Television Studies can offer to the study not just of seriality but also, and more broadly, of highly mediated contemporary culture.

Nota biografica

Massimo Scaglioni is Associate professor in Media History at Università Cattolica, Milan, where he teaches “Media Economics” and “Media History”. He also teaches “Transmedia Narratives” and “Broadcasting Communication” at USI, Università della Svizzera Italiana, Lugano (CH). He is head of research at CeRTA (the Università Cattolica Research Centre on Television and Audiovisuals) and director of studies for the masters course “Fare TV. Gestione, sviluppo, comunicazione” (Making TV. Management, development and communication), as well as an editorial-board member of the scientific journals *VIEW. Journal of European Television History and Culture*, *Series*, *Comunicazioni sociali – CS Journal*, and *Bianco e Nero*. His publications include *Che cos'è la tv* (with Aldo Grasso, Garzanti, Milan 2003) and *La tv dopo la tv. Il decennio che ha cambiato la televisione: scenario, offerta, pubblico* (Vita e Pensiero, Milan 2011). In 2012, he was Visiting

Professor at Carleton University (Ottawa, Canada), and in 2015 Invident Professor at University of Nottingham. He is also a regular contributor for Corriere della Sera.

Bibliografia

- Abercrombie, N. and Longhurst, R. (1998). *Audiences. A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage.
- Barra, L. (2015). *Palinsesto*. Roma: Laterza.
- Buonanno, M. (2012). *La fiction italiana. Narrazioni televisive e identità nazionale*, Roma: Laterza.
- Calabrese, O. (1984). *I Replicanti*, in Casetti, F. (a cura di), *L'immagine al plurale*, Venezia: Marsilio.
- Casetti, F. (1984a). (a cura di) *L'immagine al plurale*. Venezia: Marsilio.
- Casetti, F. (1984b). (a cura di) *Un'altra volta ancora. Strategie di comunicazione e forme di sapere nel telefilm americano in Italia*. Roma: RAI-ERI.
- Fiske, J. (1987). *Television Culture*. London: Methuen.
- Gray, J., Lotz, A.D. (2012). *Television Studies*, Cambridge: Polity Press.
- Grasso, A., Scaglioni, M. (2003). *Che cos'è la TV*. Milano: Garzanti.
- Grasso, A. (2007). *Buona maestra. Perché i telefilm sono diventati più importanti dei libri e del cinema*. Milano: Mondadori.
- Grasso, A., Scaglioni, M. (2010). *Televisione Convergente. La TV oltre il piccolo schermo*, Milano: Link Ricerca.
- Innocenti, V., Pescatore, G. (2008). *Le nuove forme della serialità televisiva. Storia, linguaggio e temi*. Bologna: Archetipolibri.
- Jancovich, M., Lyons, J., (2008). (eds.) *Quality Popular Television*. London: British Film Institute.
- Jenkins, H., (2006). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H., Ford, S., Green, J. (2013). *Spreadable Media. Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: New York University Press.
- Mittell, J. (2015). *Complex TV. The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, New York and London: New York University Press.
- Miller, T. (2010). *Television Studies. The Basics*. London: Routledge.
- MacCabe, J., Akass, K. (2007). *Quality TV. Contemporary American Television and Beyond*, London: I.B. Tauris.
- Martina, M., Palmieri, A. (2015). Researching Television Serial Narratives in Italy. An Overview. Series. *International Journal of TV Serial Narratives*, Vol. 1, n° 1, pp. 89-102. DOI: 10.6092/issn.2421-454X/5117
- Newman, M., Levine, E. (2012). *Legitimizing Television. Media Convergence and Cultural Status*, New York: Routledge.

- Richeri, G., Cucco, M. (2014). *Il sistema televisivo in Europa. Mercato, fonti di finanziamenti*. Preso da: http://www.sussidiarieta.net/files/file/sistema%20televisivo_prima%20parte.pdf
- Saviano, R. (2014). *Gomorra. La serie. Intervista a Roberto Saviano*. Preso da: http://videosky.it/skyatlantic/speciali/gomorra_la_serie_intervista_a_saviano_stefano_sollima/v196246.vid
- Scaglioni, M. (2006). *TV di culto. La serialità televisiva americana e il suo fandom*. Milano: Vita e Pensiero.
- Scaglioni, M. (2013). Sulla via di Gomorra. Le sfide della “fiction premium”. *Bianco e Nero*, LXXIV (575), pp. 116-119.
- Scaglioni, M. and Barra, L. (2013). (a cura di) *Tutta un'altra fiction. La serialità pay in Italia e nel mondo. Il modello Sky*. Roma: Carocci.
- Scaglioni M., Barra, L., (2015). Saints, Cops and Camorristi. Editorial Policies and Production Models of Italian TV Fiction. *Series. International Journal of TV Serial Narratives*, Vol. 1, n° 1, pp. 65-75. DOI: 10.6092/issn.2421-454X/5115
- Sfardini, A., Penati (2015). *La TV delle donne. Brand, programmi, pubblici*, Milano: Unicopli.
- The Jackal (2014). *Gli effetti di Gomorra sulla gente*. Preso da: <https://www.youtube.com/user/thejackall>
- Johnson, S. (2003). *Everything Bad is Good for You*. New York: Penguin
- Ortoleva, P. (2002). *Mediastoria*. Milano: Net
- Pescatore, G., Innocenti, V., (2013). Information Architecture in Contemporary Television Series. *Journal of Information Architecture* 4 (1-2), 57-71. Preso da: <http://journalofia.org/volume4/issue2/05-pescatore>
- Rizza, N. (1989). *Costruire palinsesti. Modalità, logiche e stili della programmazione televisiva fra pubblico e privato*. Torino: RAI-ERI
- Thompson, K. (2003). *Storytelling in Film and Television*, Cambridge: Harvard University Press.
- Williams, R. (1974). *Television. Technology and Cultural Form*, London: Fontana.

Quality TV e serialità UK. Influenze, modelli, formati

Attilio Palmieri
Università di Bologna

L'arrivo delle serie antologiche nella televisione via cavo statunitense e l'affermazione degli over-the-top sul mercato nazionale e internazionale sta portando a un consistente ripensamento della quality TV (McCabe e Akass, 2007). A più di quindici anni dalla trasmissione del pilot di OZ, primo show originale HBO, è possibile inquadrare la costruzione di una precisa estetica della rete (DeFino, 2013) tramite il rapporto di prestiti e osmosi tra la serialità britannica e quella statunitense, dove la prima costituisce un fondamentale modello per la seconda. Si ritiene di primaria importanza ritornare sull'evoluzione della serialità britannica adottando una prospettiva transnazionale, incentrata sull'influenza tra i due sistemi televisivi. Quali sono stati i modelli di riferimento? Quale l'impatto della televisione britannica sulla pay statunitense? A cosa corrisponde la quality TV in UK? L'obiettivo di questo saggio è rispondere ai suddetti quesiti mettendo in relazione gli aspetti di maggiore criticità e problematizzando le risposte ottenute: l'attenzione verterà in particolare sulla stretta relazione tra il period drama britannico (Brunsdon, 1990) e la quality television statunitense. A tal fine si cercherà di dimostrare quanto le peculiarità sostanziali dal punto di vista produttivo siano le medesime, così come le ragioni scatenanti di tali scelte e le aspettative delle rispettive audience (Weissmann, 2012). In seconda battuta, con un occhio al presente, verrà preso in considerazione un corpus di serie televisive che rilevano l'influenza della serialità britannica (in costante crescita di popolarità internazionale) su quella statunitense in termini di formati e modelli narrativi.

The arrival of the anthology TV series and over-the-top platforms in the US and international TV markets is leading us to a rethink of the quality TV (McCabe Akass 2007). More than fifteen years after the first broadcasting of Oz's pilot, the first HBO original series, we are able to underline a clear and gradual brand identity construction (DeFino 2013). A fundamental role is embodied by the mutual relations between UK and US seriality, in which the first has been often a model for the second. The first part of this intervention is the analysis of the UK television from a transnational point of view, starting from the narrative exchanges between the two TV systems. Which were the main narrative models? Which the impact of UK television on American pay TV? Is possible to define a UK quality TV? Answer to these questions is the target of this essay, trying to go inside the deep complexity of the answers. Afterwards, the most important case study is based on the relationship between the UK period drama (Brunsdon 1990) and the US quality TV. This is also the occasion to demonstrate that these two types of television have several things in common, especially as regards the production's targets and the audience's expectations (Weissmann 2012). Lastly, moving to the present day, the essay observe a corpus of contemporary TV series that show the British influence on US Tv series in terms of format, narrative and aesthetic.

Key Words: Quality TV, Transnational TV, Serialità UK

Due detective tentano di dipanare una matassa apparentemente irrisolvibile, un caso di violenza e perversione nel cuore nero della Louisiana; sono l'uno l'opposto dell'altro, due volti complementari del maschio bianco americano. La serie sottintesa è *True Detective* (HBO, 2014-2015), la cui prima stagione ha visto tutti e otto gli episodi scritti da Nick Pizzolatto e diretti da Cary Fukunaga. Si tratta di un modello narrativo inedito per la premium cable statunitense, un formato antologico stagionale fatto di due annate indipendenti e autoconclusive, tale da mettere in crisi il limite tra serie e miniserie, aprendo a un panorama di radicale ibridazione narrativa (Seitz, 2014).

Jessica Hyde, donna dal passato misterioso e turbolento, si unisce a un gruppo di cinque sconosciuti di differente età, etnia ed estrazione sociale, accomunati dal possesso del sequel della graphic novel *The Utopia Experiments*, nelle cui pagine ci sarebbe la soluzione a una cospirazione politica legata a un'innominabile arma di distruzione di massa; i sei fuggitivi sono bersaglio di un'organizzazione criminale, *The Network*, capitanata da Mr. Rabbit, ultimo, ma non per importanza, dei numerosi enigmi della serie. In questo caso stiamo parlando di *Utopia* (Channel 4, 2013-2014), serie di Channel 4 andata in onda per due stagioni da sei episodi, divenuta un instant cult (Abbott, 2010) per l'originalità della narrazione, il lavoro maniacale sulla fotografia (di ispirazione fumettistica), la colonna sonora (musica elettronica disturbante e spiazzante) e i personaggi, tutti molto iconici.

Sia *True Detective* che *Utopia* rappresentano, ciascuna a suo modo, due facce di quality television, due volti diversissimi di una tendenza comune. All'interno dei propri sistemi televisivi nazionali *True Detective* e *Utopia* lavorano infatti sulla differenziazione, sullo scarto rispetto alla norma, sul tentativo di offrire allo spettatore un prodotto diverso da quello a cui è abituato, anche a costo di ridurre il proprio bacino di utenza.

Come vedremo, accomunare *True Detective* e *Utopia* vuol dire creare un ponte tra due sistemi televisivi, US e UK, impostato sulla quality TV e precisamente su alcune caratteristiche che identificano questo modello di televisione in entrambi i sistemi televisivi. Si tratta dunque di un'etichetta che si pone ex ante, ben prima della realizzazione del prodotto e della certificazione del suo reale valore. Come sottolinea Sarah Cardwell, esiste una netta differenza tra good television e quality television, e non sempre la seconda coincide con la prima perché legata a oggettivi fattori di carattere produttivo che prescindono dal giudizio di valore (Cardwell, 2007).

Questa sezione preliminare del presente saggio si chiude introducendo la continua relazione tra i mercati televisivi statunitense e britannico, un rapporto che giova del comune tessuto culturale e in primo luogo linguistico, e rende gli equilibri di import/export (Rixon, 2006) estremamente più dinamici di quanto accade in altri contesti. La scelta delle due serie, come vedremo più avanti, non è affatto casuale, ma mirata all'individuazione di due degli esiti ultimi di scarto rispetto alla norma, dal punto di vista della qualità, nei rispettivi mercati televisivi. È proprio quest'ultimo il punto cruciale: il concetto di quality television è perennemente in discussione così come lo è la stessa produzione televisiva, calata all'interno di una negoziazione permanente che non può prescindere da una natura

irrimediabilmente transnazionale, figlia dei rapporti di interdipendenza tra i due concorrenti mercati televisivi.

Sarà proprio su questa progressiva discussione in merito alla quality TV tra le due sponde dell'Atlantico che si concentreranno i prossimi paragrafi: si tenterà di dimostrare che quella che oggi viene definita quality television ha radici in due processi complementari, ciascuno di loro essenziale all'esistenza di questo modello televisivo. Come verrà esposto già dal prossimo paragrafo, si sostiene qui che questo tipo di serialità televisiva da un lato abbia origine nell'evoluzione tecnologica, economica e di conseguenza anche testuale del panorama televisivo americano, mentre dall'altro si configuri come l'esito di un processo di negoziazione e definizione estetico-narrativa di tipo transnazionale.

American Quality Drama: ragioni economico-produttive

Partendo dalla ricerca dei fenomeni di differenziazione e di selezione di un pubblico privilegiato, è possibile trovare tracce già nella Prima Golden Age, in particolare in quei teledramas che negli anni Sessanta hanno iniziato ad affermarsi. Per usare le parole di Aldo Grasso, “nato per attrarre l'audience delle nuove famiglie delle aree suburbane e per elevare lo status del nuovo medium, il teledramma, che ha il suo centro di produzione e di irradiazione a New York, è il risultato della fusione di elementi presi in prestito dalla radio, dal cinema e soprattutto dal teatro, in particolar modo dalle scene di Broadway” (Grasso, 2007, p. 29). Come si vedrà più avanti, l'ibridazione di differenti media è una delle costanti dell'american quality drama e i teledrammi rappresentano un importante precursore.

Un punto di sostanziale svolta arriva negli anni Settanta con l'istituzione delle Financial and Syndication Rules (Fin Syn) da parte della Federal Communications Commission (FCC) del governo, un sistema di regolamentazioni che rompe l'integrazione verticale separando la produzione dalla distribuzione. Dopo anni di monopolio dei tre grandi network, che nella metà degli anni Sessanta guadagnavano il 91% dei profitti delle partecipazioni televisive (Lotz, 2007), la FCC sancisce alcune limitazioni e obblighi di pluralità per quanto riguarda la produzione e la trasmissione in prime time. Questo tipo di regolamentazione dà una spinta non indifferente alle produzioni indipendenti che in questo modo possono sperare di mandare in onda i propri prodotti originali – che hanno tutto l'interesse a essere differenti dalla norma – e conquistare un proprio pubblico, forse non ampio quanto quello delle reti broadcast, ma sicuramente affezionato e desideroso di show innovativi. È il caso della MTM, casa di produzione indipendente che dagli anni Settanta ha giovato delle Fin Syn e ha ricoperto un ruolo determinante nell'affermazione dell'american quality drama (Feuer, 1984), dimostrando di meritare gli slot di palinsesto ricevuti, specie per via di prodotti di grande successo come *The Mary Tyler Moor Show* (CBS, 1970-1977) e serie televisive fortemente innovative come *Hill Street Blues* (NBC, 1981-1987), uno dei primi casi di serie serializzata (Innocenti e Pescatore, 2008).

Il mutamento del sistema televisivo a seguito del massiccio impatto delle deregolamentazioni economiche, che a partire dalla metà degli anni Ottanta fino a tutti gli anni Novanta hanno dato una sterzata netta a tutti i settori industriali americani (Holt, 2003), pone le basi per la nascita e l'affermazione dell'american quality drama. A una pluralità di modelli economici consegue, nel settore televisivo, una pluralità di canali, di prodotti e di pubblici. Le nicchie diventano sempre più determinanti (Hills, 2002, Jenkins, 2006), tanto che i canali via cavo, che negli anni Ottanta si moltiplicano rapidamente, iniziando a mettere a punto un nuovo tipo di prodotto, decisamente diverso dai drama della televisione generalista, determinato ad alzare l'asticella della qualità grazie anche a regolamentazioni che permettono di mostrare molto più che sulle reti free-to-air, specie riguardo a sesso e violenza. Vi è un nuovo rapporto con i generi cinematografici fatto di consapevolezza e autoriflessività (Thompson, 2003), narrazioni multistrand con archi narrativi multipli, approfondimenti caratteriali di tipo romanzesco e una spiccata tendenza al realismo. Si impone come un blocco di particolare rilevanza la produzione originale HBO che dal 1997 in poi, a partire da *Oz* (HBO, 1997-2003), inizia a creare serie televisive di grande qualità, fortemente incentrate sulla diversificazione rispetto all'offerta televisiva generale e improntate su un'estetica di tipo cinematografico tanto da poter essere riconosciute come un nuovo genere (Thompson, 2011). Questa strada è stata poi seguita orma dopo orma da altri canali via cavo, sia premium come Showtime – *Dexter* (Showtime, 2006-2013), *Homeland* (Showtime, 2011-in corso) – che basic come FX – *The Shield* (FX, 2002-2008), *The Americans* (FX, 2013-in corso) – e AMC – *Mad Men* (AMC, 2007-2015), *Breaking Bad* (AMC, 2008-2013) – che hanno dimostrato di poter replicare il successo della HBO nel prime time (De Fino 2014).

Come sostengono Akass e McKabe (2007) parlare di american quality drama significa fare riferimento prima di tutto a una formula in cui il termine qualità non è inteso come giudizio di valore, come apprezzamento critico, bensì come quel pacchetto le ricorrenze produttive, estetiche e narrative riscontrabili in diverse serie tv statunitensi dalla fine degli anni Novanta in poi sui canali via cavo, un insieme di peculiarità che è molto più facile unificare sotto un brand di rete (Johnson, 2007) che attraverso parametri di tipo valutativo.

A questo proposito non va evitata una questione chiave, ovvero quella della riconoscibilità di questo tipo di prodotti e dunque delle ricorrenze di tipo estetico-narrativo che li definiscono. Si tratta di narrazioni più libere e multistrand, con archi narrativi molteplici e di differente durata, definite e dominate da protagonisti che spesso rimandano alla figura dell'antieroe e sul cui approfondimento si incentra la gran parte del racconto. Dal punto di vista spiccatamente visivo vi è un capillare impegno alla ricostruzione storica se la serie è ambientata nel passato, e un radicale realismo se si tratta di un prodotto che ambisce a raccontare il presente. In entrambi i casi però l'aspetto prettamente visuale è caratterizzato da un approccio decisamente cinematografico, spesso certificato dalla presenza di registi di spicco chiamati a dirigere gli episodi pilota in modo da dare l'imprinting estetico alla serie.

È questa una componente centrale dell'identità della quality TV, una faccia della medaglia senza la quale oggi è impossibile capire davvero di cosa si sta parlando, nonostante la storicizzazione ormai avvenuta di questa definizione. Nei prossimi due

paragrafi verrà invece descritta l'altra faccia, ovvero quel processo che lega la definizione della quality TV all'influenza della serialità televisiva britannica.

Period Drama UK e Quality Television US

Dopo aver affrontato il discorso della quality TV come genere transnazionale su un piano generale e aver tentato di mettere in luce alcune delle principali zone di interscambio estetico-narrativo tra la serialità britannica e quella nordamericana, cerchiamo ora di affrontare la questione da una prospettiva più ravvicinata, andando a inquadrare uno specifico caso d'indagine. Obiettivo di questo paragrafo infatti è dimostrare l'essenzialità del ruolo del period drama britannico nella definizione della quality TV e sottolineare alcune fondamentali affinità tra i due generi narrativi.

Per difendere il presente parallelo ci serviamo della sistematizzazione operata da Charlotte Brunson in un seminale saggio pubblicato su *Screen* (1990) dal titolo "Problems with Quality". L'autrice ragiona sul concetto di qualità nella televisione britannica identificando nei period drama non tanto quella tipologia di prodotto seriale più innovativo, bensì quella che più di altri possiede, a prescindere poi dalla riuscita effettiva di ciascuna serie, le caratteristiche che convenzionalmente vengono associate al concetto di qualità in televisione.

Brunson identifica quattro peculiarità principali dei period drama che, grazie alla loro compresenza, elevano il genere aumentandone il tasso di esportabilità. La prima riguarda il legame che hanno con altre forme artistiche come la letteratura e il teatro, dimostrando una capacità di rimediazione (Bolter e Grusin, 1999) di tipo oggettivamente nobilitante. In seconda istanza vi è la frequente presenza di attori teatrali, abituati a un certo tipo di recitazione e un uso della lingua inglese che, se da un lato allontana dal realismo, dall'altro dona alla serie televisiva una patina di pregio del tutto particolare. La terza caratteristica elencata è intimamente legata al genere di riferimento e all'importanza che il profilmico riveste nella realizzazione di questo tipo di show. Vi è infatti una ricostruzione capillare di ogni spazio e, soprattutto per quanto riguarda le riprese in interni, è propria del period drama un'attenzione maniacale a ogni dettaglio della scena, abitudine che ancora una volta mette un ponte tra il piccolo schermo e il teatro. L'ultimo tratto distintivo sottolineato da Charlotte Brunson riguarda l'abitudine di mettere in relazione la storia raccontata con la storia nazionale inglese, presentandosi in questo caso sia come oggetto narrativo provvisto di un contenuto di tipo didattico sia come forma espressiva che si pone l'obiettivo di relazionarsi alla storia del proprio paese con un atteggiamento di tipo interpretativo.

Non sembra tanto azzardato a questo punto operare un parallelo tra il period drama britannico degli anni Ottanta – ma si potrebbe fare un discorso simile anche rispetto ai suoi discendenti contemporanei (Chapman, 2014) – e la quality television degli ultimi anni, specie se con questa definizione ombrello si fa riferimento a tutto quel filone che ha preso il largo sui canali cable da *The Sopranos* (HBO, 1999-2007) in avanti. Per non rimanere

ulteriormente su un piano troppo generale, ci sembra opportuno provare a identificare le quattro caratteristiche appena elencate in uno dei prodotti maggiormente rappresentativi di questo tipo di produzione televisiva contemporanea: *Boardwalk Empire* (HBO, 2010-2014).

Per quanto riguarda la materia prima, pur non essendo la serie un adattamento, vi è uno strettissimo collegamento con il cinema, tanto che personalità creative provenienti dalla settima arte come Mark Wahlberg e Martin Scorsese figurano come produttori esecutivi e quest'ultimo è stato chiamato a dirigere il pilot con l'intento di dare un'impronta estetica da seguire nel prosieguo della serie. Il cinema funge dunque da forma espressiva nobilitante, veicolo di diversificazione dalla regular TV sotto il segno di un taglio cinematografico. Un discorso abbastanza simile si può fare per ciò che concerne il reparto attoriale: a parte una serie di attori che orbitano intorno alla serialità televisiva di qualità, alcuni dei ruoli principali sono stati affidati ad attori provenienti dal cinema e in particolare per Steve Buscemi, Michael Pitt, Michael Shannon si è deciso fin da subito di puntare sul divismo sulla loro intensità interpretativa. La ricostruzione storica si impone sin da subito come una delle note principali di *Boardwalk Empire*, dove intere città sono costruite da cima a fondo e ingenti risorse vengono impiegate per riportare alla luce i ruggenti anni Venti statunitensi, dai vestiti alle etichette dei libri, dai comportamenti sociali ai modi di dire. Tra l'altro si tratta di una peculiarità del tutto trasversale nella quality television contemporanea che, in particolare da *Mad Men* in poi, ha fatto della creazione di mondi ammobiliati (Eco 1985) una vera e propria cifra stilistica di genere. In ultima istanza, *Boardwalk Empire* funge da grande romanzo americano, da riscrittura d'autore di un momento cruciale della storia del Novecento, in particolare per l'attenzione che dedica all'affermazione del gangsterismo, al racconto del proibizionismo e della Grande Depressione.

Dalla traslazione appena effettuata appare chiaro come ci siano delle analogie di tipo strutturale e processuale tra il period drama britannico e la quality TV contemporanea e non è sbagliato sostenere che esistano rapporti di influenza diretti tra i due generi televisivi e che lo sviluppo della TV di qualità sia in gran parte di natura transnazionale. A questo proposito rappresenta una conferma la diffusione di attori britannici in questo tipo di show televisivi, interpreti che spesso vantano una carriera sia televisiva che teatrale, e che arrivano negli Stati Uniti con il pedigree di qualità a nobilitare le produzioni in cui lavorano, come è accaduto in esemplari come *The Wire* (HBO, 2002-2008) – Idris Elba, Dominic West – e *Deadwood* (HBO, 2004-2006) – Ian McShane.

Conclusioni

Nel corso di questa panoramica sulla quality TV statunitense e sulle sue origini in parte autoctone in parte transnazionali, sono state toccate diverse questioni, a partire dalla chiamata in causa di due esempi emblematici come *True Detective* e *Utopia*, apparentemente lontane tra loro, ma ciascuna perfettamente incardinata in un modello

televisivo “di qualità”, che punta dunque a un preciso bacino spettatoriale (prevalentemente ben istruito, colto, benestante, bianco), attraverso strategie narrative e visive di tipo cinematografico. Si tratta di due casi diversissimi di televisione di qualità, ciascuna nel proprio sistema televisivo, ma accomunate da diverse caratteristiche tra cui spicca la esibita propensione alla differenziazione dalla regular TV.

Abbiamo tentato di evidenziare come il genere che dal testo di Thompson (1996) in poi è stato associato a un discorso di tipo estetico ha subito diverse e spesso radicali trasformazioni e si servito di due affluenti principali: il mutamento del sistema produttivo e distributivo (e di conseguenza del pubblico) americano, con le ricadute estetiche che questo comporta; il costante rapporto di scambi e influenze con la serialità britannica.

Nella parte centrale di questa analisi si è sottolineato anche come la definizione della quality television derivi anche da un processo di scambi culturali e influenze reciproche tra la produzione televisiva americana e quella britannica. Si è infatti specificato quanto il ruolo della cultura inglese per gli americani sia cruciale nel fare della produzione televisiva d'oltreoceano un modello di cultura “alta”, da imitare qualora si voglia puntare sulla differenziazione e intercettare una nicchia di pubblico disposta a pagare per avere un prodotto di qualità.

In conclusione di questa analisi abbiamo posto una breve ma concreta messa in relazione tra la quality television statunitense e il period drama britannico specificando come l'esigenza di elevazione culturale e la necessità di intercettare un certo tipo di pubblico abbiano portato a scelte produttive, narrative ed estetiche molto simili, tanto da portare diversi studiosi a sostenere che il collaudato modello produttivo della cable television nordamericana sia in parte anche influenzato da un'esperienza del period drama britannico, un'esperienza caratterizzata da obiettivi strategie produttive decisamente simili.

Tornando, per concludere, a una delle due serie da cui siamo partiti, si può affermare che questo ponte transnazionale che collega i sistemi televisivi US e UK sia oggi sempre più bidirezionale. Utopia, infatti, dal punto di vista estetico-narrativo rappresenta l'opposto dei period drama, pur comportandosi in modo simile all'interno del mercato. L'eredità questa volta però non proviene dal teatro e dalla letteratura, bensì dalla quality TV americana, genere a cui, come sostenete Weissman (2012), la produzione recente di Channel 4 si ispira, certificando uno scambio di influenze finalmente biunivoco. La fotografia estremamente curata, piena di colori saturi che guardano al fumetto è infatti lontana dal consueto realismo britannico e si ispira a un'estetica di tipo cinematografico, così come dal punto di vista tematico Utopia non va a intercettare la nicchia di spettatori amanti della letteratura ottocentesca bensì i giovani geek cresciuti con internet e le graphic novel, trovando a suo modo un posto di spicco all'interno del sistema televisivo di appartenenza.

Nota biografica

Attilio Palmieri è dottorando presso il dipartimento di Arti Visive dell'Università degli Studi di Bologna “Alma Mater”. La sua ricerca è incentrata sulla serialità televisiva statunitense e

britannica, osservando i due sistemi televisivi da una prospettiva transnazionale. Si occupa di critica cinematografica e televisiva per Segnocinema, Seriangolo, Point Blank e Spietati. Ha pubblicato saggi e capitoli di libri in lingua inglese e italiana sulla serialità televisiva italiana, la quality TV statunitense, Boris, Mad Men, Paolo Sorrentino.

Bibliografia

- Abbott, S. (ed.). (2010). *The Cult TV Book*. London: I.B. Tauris.
- Akass, K., & McCabe, J. (eds.). (2007), *Quality TV. Contemporary American Television and Beyond* (Second Edition 2011). London: I.B. Tauris.
- Barra, L. (2015). *Palinsesto. Storia e tecnica della programmazione televisiva*. Roma: Laterza.
- Bianculli, D. (2007). Quality TV: A US TV Critic's Perspective. In K. Akass & J. McCabe, (eds.), *Quality TV. Contemporary American Television and Beyond*. London: I.B. Tauris.
- Bignell, J., & Lacey, S. (2011). *British Television Drama. Past, Present and Future* (Second Edition). London: Palgrave MacMillan.
- Bolter, J., & Grusin, R. (1999). *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge MA: MIT Press.
- Born, G. (2005). *Uncertain Vision. Birt, Dyke and the Reinvention of the BBC*. London: Vintage.
- Brandt G. W. (ed.). (1981). *British Television Drama*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brunsdon, C. (1990). Problems with Quality. *Screen*, 31:1, 67-90. doi: 10.1093/screen/31.1.67
- Cardwell, S. (2007). Is Quality Television Any Good? Generic Distinctions, Evaluations and the Troubling Matter on Critical Judgment. In K. Akass & J. McCabe (eds.), *Quality TV. Contemporary American Television and Beyond* (Second Edition 2011). London: I.B. Tauris.
- Cardwell, S. (2011). Persuaded? The Impact of Changing Production Contexts on Three Adaptations of Persuasion. In J. Bignell & S. Lacey (eds.), *British Television Drama. Past, Present and Future* (Second Edition). London: Palgrave MacMillan.
- Creeber, G. (2013). *Small Screen Aesthetics: From Television to the Internet*. London: BFI.
- Chapman, J. (2011). Downton Abbey: Reinventing British Custom Drama. In J. Bignell & S. Lacey (eds.), *British Television Drama. Past, Present and Future* (Second Edition). London: Palgrave MacMillan.
- Defino, D. (2014). *The HBO Effect*. London: Bloomsbury Academics
- Eco, U. (1985). *Sugli specchi e altri saggi*. Milano: Bompiani.
- Feuer, J., (1984). The MTM Style. In J. Feuer, P. Kerr & T. Vahimai (eds.), *MTM Quality Television*, London: BFI.

- Grasso, A. (2007). *Buona maestra. Perché i telefilm sono diventati più importanti del cinema e dei libri*. Milano: Mondadori.
- Hills, M. (2002). *Fan Cultures*. New York NY: Routledge.
- Holt, J. (2003). Vertical Vision: Deregulation, Industrial Economy and Prime-time Design. In M. Jancovich & J. Lyons (eds), *Quality Popular Television*. London: BFI.
- Innocenti, V., & G. Pescatore (2008). *Le nuove forme della serialità televisiva. Storia, linguaggio, temi*. Bologna: Archetipolibri.
- Jenkins, H. (2006). *Fan, Bloggers, and Gamers. Exploring Participatory Cultures*. New York NY: New York University Press.
- Jenkins, H. (2007). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York NY: New York University Press.
- Johnson, C. (2007). Telebranding in TVIII. The Network as Brand and the Programme as Brand. *New Review of Film and Television Studies*, Vol. 5 (1), pp. 5-24.
- Lotz, A. D. (2007). *The Television Will Be Revolutioned*. New York NY: New York University Press.
- Nelson, R. (2006). "Quality Television": The Sopranos is the Best Television Drama Ever... in my Humble Opinion. *Critical Television*, 1,1; 58-71.
- Nelson, R. (2007). Quality TV Drama: Estimations and Influences Through Time and Space. In K. Akass & J. McCabe (eds.) (2007), *Quality TV. Contemporary American Television and Beyond* (Second Edition 2011). London: I.B. Tauris.
- Rixon, P. (2006). *American Television on British Screens. A Story of Cultural Interaction*. London: Palgrave MacMillan.
- Sayeau, A. (2007). As Seen on TV; Women's Rights and Quality Television. In K. Akass & J. McCabe (eds.) (2007), *Quality TV. Contemporary American Television and Beyond* (Second Edition 2011). London: I.B. Tauris Seitz,
- Steemers, J. (2004). *Selling Television: British Television in the Global Marketplace*. London: BFI.
- Thompson, K. (2003). *Storytelling in Film and Television*. Cambridge MA, Harvard University Press.
- Thompson, R. J. (1996). *Television's Second Golden Age: From Hill Street Blues to E.R.*. New York NY: Continuum.
- Thompson, R. J., (2007) Preface. In K. Akass & J. McCabe (eds.) (2007), *Quality TV. Contemporary American Television and Beyond* (Second Edition 2011). London: I.B. Tauris.
- Weissman, E. (2012). *Transnational Television Drama. Special Relations and Mutual Influence between the US and UK*. London: Pagrave MacMillan.
- Zoller, M. (2014). *Seitz on the Rise of the Bespoke TV Series*. Preso da: <http://www.vulture.com/2014/05/seitz-tvs-new-golden-age-mini-series.html>.

Scrivere la realtà. La serialità nel factual¹

Anna Manzato

Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM, Milano

Come interviene la serialità nei nuovi generi televisivi? Quale ruolo gioca nel factual entertainment? Può la commistione di istanze documentaristiche e serialità confermare il ruolo di quest'ultima come costante nella pratica televisiva? Con il passaggio alla tv digitale e a partire dal successo del reality, si assiste all'affermazione di un nuovo genere televisivo che assume la gente comune come protagonista. La logica del factual consiste nel trattare contenuti che provengono dalla vita quotidiana, con una scrittura narrativa che oltrepassa la fiction propriamente intesa approdando ai territori del "reale". La serialità così riguarda sia il formato dei programmi che la messa in scena di storie "vere". La docu-soap negli anni Ottanta e Novanta, ma anche la "tv del quotidiano di Raitre sotto la direzione di Angelo Guglielmi, avevano già fuso il documentario con tecniche che mostrano il farsi del programma. Lungo questo percorso evolutivo il reality e il factual costruiscono esplicitamente "storie vere". Così il factual approda a una "scrittura del reale" utilizzando tecniche narrative come la voce off o gli highlights degli episodi precedenti e successivi. In questo senso autenticità e convenzioni narrative si fondono per creare uno storytelling in prima persona. E anche in un genere basato sulla vita vera si può riscontrare un lavoro di scrittura autoriale.

How does seriality intervene in new television genres? What role does seriality play in factual entertainment? Can the mix of documentaristic instances and seriality confirm the role of the latter as a constant in television making? With digital television and coming from reality television's success, we face the affirmation of a new television genre which takes common people as main character. The logic of factual consists in dealing with contents drawn from everyday life, with a narrative writing which trespasses fiction as properly intended, leading to the realms of the "real". Seriality thus concerns both the format of programmes and the mise en scene of stories. Docusoaps in the Eighties and Nineties, and also "everyday television" of Raitre under the direction of Angelo Guglielmi, had already mixed documentary with techniques that show the making of programmes. Along this evolutionary path, reality television and factual entertainment explicitly build "real stories". So factual comes to a "writing of the real" using narrative techniques such as voice off or highlights of previous and next episodes. In this sense, authenticity and writing conventions melt together in order to create a first person storytelling. And even in a genre based on real life, an authorial writing work can be found.

Key Words: seriality, reality television, factual, television writing, television authenticity

“Noi parliamo al nostro pubblico con un genere come il *factual entertainment*, ovvero delle serie lunghe di racconti con delle persone protagoniste”
 Laura Carafoli, Discovery Networks²

La serialità televisiva sembra oggi valicare i confini della fiction per approdare a nuove forme che declinano formati e linguaggi secondo modalità peculiari. Come osserva il Vice Presidente Contenuti e Programmazione di uno dei maggiori operatori televisivi attivi sul digitale terrestre, cui si deve larga parte degli esempi di *factual*³, questo genere coniuga contenuti “ordinari”, che assumono la gente comune come soggetto protagonista, e formato seriale. Il *factual* infatti si presenta come uno storytelling in prima persona, attingendo dalle mille sfaccettature della vita quotidiana - dalle trasformazioni di stile agli “scambi di coppia”, dalle nascite ai matrimoni e ai funerali - e mettendo in scena un genere di intrattenimento con un linguaggio ibrido tra costruzione narrativa e rappresentazione della “realtà”.

I palinsesti abbondano di programmi che seguono le vicende di personaggi comuni e che ruotano attorno a un problema o a una situazione particolare, declinati sia come episodi conclusi, sia come esempi della cosiddetta serialità lunga, ovvero formati in cui il racconto si sviluppa puntata dopo puntata⁴. In entrambe le modalità, la serialità si declina dunque oltre i linguaggi più propriamente finzionali per sconfinare nei territori del “reale”.

Nelle prossime pagine si affronterà questa tematica di fondo – la serialità “oltre la fiction”, ossia quella propria del genere *factual* – cercando di mettere a fuoco peculiarità e costanti di un linguaggio televisivo che sembra oggi assurgere al ruolo di protagonista della programmazione fondendo scrittura narrativa e sguardo “trasparente” sulla realtà. Il nodo cruciale sembra risiedere infatti nella funzionalità che la serialità dimostra nel veicolare racconti di realtà, mettendo in discussione il confine stesso tra realtà e finzione. Sulla base di esempi recenti della programmazione che lavorano su una serialità aperta, l’obiettivo che ci si propone è quello di evidenziare da un lato le modalità attraverso le quali la serialità viene assunta dal *factual* come linguaggio specifico, dall’altro, e più in generale, di mettere a fuoco il rapporto che si instaura tra la rappresentazione del reale e il suo racconto; per un verso dunque ci si interroga su “quale serialità” si affianchi oggi alla più tipica fiction, per l’altro, e conseguentemente, si esplorano i tratti caratteristici del racconto del reale e dunque ci si interroga su “quale realtà” il *factual* restituisca.

La realtà serializzata: dal documentario al *factual* seriale

Il *factual*, si diceva, lavora – soprattutto in alcune sue declinazioni - sulla compenetrazione di meccanismi finzionali e sguardo trasparente sul reale. Ripercorriamo ora sinteticamente le radici di questa commistione.

Il primo antecedente a cui fare riferimento per far luce sulla dimensione di restituzione della realtà è il documentario televisivo, basato sull’intento appunto di documentare la realtà. Questo genere è caratterizzato “da un’adesione cronachistica al tema affrontato, *senza aggiunta di elementi di finzione* e con un intreccio quasi sempre limitato a funzioni narrative di ricordo” (Grasso, 1996, p. 215, corsivo nostro).

Si noti come nella terminologia anglosassone il documentario sia coincidente con il *factual*⁵, ossia con un taglio fattuale e informativo che restituisce la realtà nei suoi diversi aspetti. In questo senso il genere si colloca all’estremo opposto rispetto alla fiction, che invece elabora racconti più o meno aderenti al reale con un’ampia libertà di invenzione.

L'incontro tra documentario e finzione, e tra documentario e serialità, si compie con il genere ibrido della docusoap, un prodotto seriale che ha avuto grande fortuna in Gran Bretagna e Stati Uniti tra gli anni Ottanta e i Novanta. Nella docusoap vengono appunto accostati i due registri, quello realistico del documentario e quello sentimentale e melodrammatico della soap opera: "l'attualità che costituisce il cuore delle docusoap, espressa tramite le tecniche di ripresa di tipo cinematografico realista, si unisce alla struttura narrativa tipica delle soap opera e viene messa a fuoco attraverso la straordinarietà della 'gente comune' che sta al centro del programma" (Coles, 2000, p.27). Le storie di vita ordinaria vengono così ricostruite secondo i linguaggi propri della fiction, ad esempio con lo *short sequence style* (sequenze di breve durata) o con linee narrative che si intersecano come nelle soap⁶.

In questo senso le docusoap allargano lo spettro della rappresentazione finzionale includendo la sfera della vita quotidiana, e mantengono gli aspetti di scrittura, in primo luogo il montaggio, che caratterizzano la fiction; per questo motivo "segnano una trasformazione profonda dello statuto stesso dell'observational documentary, della sua presunta trasparenza e della volontà di occultamento di una voce autoriale" (Demaria, Grosso & Spaziante, 2002, p. 33). Al linguaggio documentaristico si accosta infatti una tecnica che spesso rende visibile il farsi del prodotto, per esempio attraverso la voce fuori campo, che ha una funzione di mediazione e raccordo tra gli eventi, o l'interpellazione diretta dei personaggi che si raccontano guardando in macchina. "Racconti di realtà" dunque⁷: le docusoap costituiscono una commistione tra le logiche di trasposizione del reale apparentemente senza mediazioni, tipiche del documentario, e le logiche finzionali del racconto seriale, che segue per numerose puntate le vicende di un ristretto numero di personaggi.

La terza radice del factual seriale si ritrova tra il finire degli anni Novanta e gli inizi degli anni Duemila con il prorompente ingresso nei palinsesti dei reality television. Dalla prima edizione di *Big Brother* nel 1999 in Olanda, dal 2000 in Italia, il format ha segnato una linea di demarcazione nel fare televisivo, lanciando con grande successo di pubblico, ma anche con numerose critiche, una formula che vede nella tematizzazione della realtà il suo nucleo fondante⁸. La reality television si costituisce come un macrogenere⁹ ibrido in cui si ritrovano codici e convenzioni propri del documentario, della docu-soap e del game show e che comprende al proprio interno "una varietà di testi che mettono a tema la vita reale, situazioni ed eventi reali e i resoconti in prima persona di gente comune" (Casey, Casey, Casey, French & Lewis, 2002, p. 196).

Nella linea evolutiva che parte dal documentario, il reality show come *Grande Fratello* innesta una adesione mimetica al reale (la ripresa in diretta, la presenza di personaggi comuni) su elementi di scrittura televisiva (il luogo costruito della casa, la conduzione da studio, gli highlights sugli avvenimenti salienti della settimana, i frequenti primi piani, ma anche la selezione delle tipologie di personaggi più accattivanti dal punto di vista narrativo) e su una narrazione "soapizzante" che privilegia le relazioni e i conflitti, con l'esposizione e la discussione dell'intimità dei protagonisti. Il formato a puntate e la logica della competizione costruiscono una serialità giocata sull'attesa tanto quanto sull'esibizione del privato.

Non ripercorriamo in questa sede l'ampio dibattito su questo macrogenere¹⁰; ci limitiamo a sottolineare come l'attuale proliferazione del factual sia una evidente eredità della fortuna della reality television: ciò che collega *Grande Fratello* a *Uomini e donne* o a *SOS tata* oppure ancora a *Masterchef* è certamente "il coinvolgimento sempre più stretto delle persone comuni" (Aroldi & Villa 1997, p. 147), ma anche e soprattutto una prassi

televisiva ibrida, che gioca sui confini tra realtà e rappresentazione. In questo senso il factual mette in scena un linguaggio peculiare in cui la serialità può svolgere un ruolo centrale. “Racconti di realtà”, si è detto; vediamo ora qualche esempio di prodotti che, al di là della classificazione in un sottogenere specifico¹¹, costituiscono casi significativi di narrazione seriale della realtà.

Scrivere la realtà: alcune occorrenze

Nella stagione 2014/2015 numerosi esempi punteggiano i palinsesti. Vediamone alcuni, allo scopo di evidenziare come la realtà rappresentata risenta di interventi di scrittura che percorrono il discorso: anche in un genere che fa della restituzione del reale la sua chiave portante, è evidente un lavoro di scrittura autoriale.

Italiani Made in China (2015) è un programma trasmesso da Real Time a cadenza settimanale in seconda serata, che ha come protagonisti tre ragazzi e tre ragazze italo-cinesi di seconda generazione che intraprendono un viaggio alla ricerca delle loro origini, in una Cina che non hanno mai conosciuto o hanno dimenticato. La narrazione a puntate segue le vicende dei ragazzi accompagnandoli nella scoperta di una civiltà per molti di loro lontana e mettendo in risalto le relazioni che si sviluppano tra di loro, con una struttura tipica della docusoap: protagonisti reali, pur nella loro “atipicità”, linee narrative che si intrecciano.

È evidente il lavoro di scrittura visiva, a partire dalla presentazione dei giovani nella prima puntata. Con un ritmo cadenzato da cartelli che riportano il nome e la residenza di ciascuno, la macchina da presa segue i personaggi nella loro quotidianità, presentando la realtà italo-cinese con le parole e le immagini dei ragazzi. Le sequenze sono intervallate da interventi dei protagonisti che guardando in macchina si raccontano e raccontano la loro esperienza nella comunità. L’effetto è quello di una sottolineatura dell’autenticità in cui il mezzo televisivo si fa occhio (è il tratto documentaristico) senza però celare il proprio intervento: per esempio la voce off che accompagna la narrazione costituisce uno strumento narrativo tipico che commenta e lega il racconto. Inoltre, il formato seriale è rafforzato dai segmenti che alla fine di ogni puntata anticipano gli avvenimenti salienti dell’episodio successivo. La formula marca la continuità delle puntate e al tempo stesso rivela la presenza di una macchina narrativa che seleziona ed enfatizza le sequenze fondamentali.

Altri esempi di scrittura autoriale si ritrovano in due programmi di MTV, *Ginnaste. Vite parallele* (2011-in corso) e *Motorhome. Piloti di famiglia* (2014-2015), in onda quotidianamente nella fascia pomeridiana. Qui la narrazione si divide tra il racconto degli allenamenti, delle competizioni, degli infortuni e della vita scolastica, rispettivamente di atlete di ginnastica artistica e di giovani motociclisti, e il livello relazionale ed emotivo che lega i protagonisti. Anche in questo caso si tratta di “vita reale”, resa però con un montaggio spesso sincopato – e dunque molto poco “realistico” - che segue parallelamente più linee narrative. La struttura è ancora quella tipica seriale delle puntate

aperte, sottolineata da marche specifiche. Infatti, il flusso del racconto viene legato da interventi visivi all'inizio (“nella puntata precedente”), prima dell'interruzione pubblicitaria (“tra poco”) e in chiusura dell'episodio (“nella prossima puntata”) che offrono allo spettatore le chiavi di lettura privilegiate delle vicende. Deriva poi dalla docusoap l'uso della voce fuori campo, che costituisce un ulteriore segno di scrittura, contribuendo a orientare la comprensione dell'azione. Anche le inquadrature risentono del linguaggio seriale, con il campo totale dei luoghi ad inizio sequenza e frequenti primi piani.

L'effetto di realtà in questi due programmi è amplificato dagli interventi degli stessi protagonisti che, a volte mentre in sovraimpressione compare la scritta “videocamera di ...”, raccontano o commentano l'accaduto. In questi casi l'autenticità di ciò che viene mostrato è sancita facendo ricorso a una modalità visiva che accentua il racconto in prima persona e così facendo instaura un regime di “verità”. Anche in questi casi tuttavia si manifesta un intervento autoriale: la scelta di raccontare con i volti e le parole dei protagonisti risponde allo scopo di costruire con la scrittura una storia vera.

Un altro ordine di considerazioni meritano quei programmi che fanno leva sul meccanismo della competizione. Nei talent show, da *Amici* (2001-) a *X Factor* (2008 -) , da *Masterchef* (2011-) a *Il boss delle torte. La sfida* (2010 -), il meccanismo narrativo costruisce storie di sfide che, sulla base della dimostrazione di un talento particolare, porta i protagonisti a confrontarsi e competere. Le esibizioni, le prove, i giudizi e le eliminazioni che costruiscono la struttura di fondo si accompagnano a interventi filmati commentativi dei partecipanti, che anche in questo caso tendono a sottolineare la realtà di ciò che viene mostrato. A un meccanismo del tutto televisivo come quello del game, con specifiche regole e convenzioni di scrittura, si affianca così ancora una volta il racconto in prima persona, a cui si aggiunge l'elemento della ricerca del successo.

In questi casi il formato seriale è funzionale in modo evidente alla struttura di fondo: è grazie alla sequenza di appuntamenti in cui si sviluppa la gara che il flusso narrativo instaura nello spettatore la partecipazione alle vicende e l'attesa per lo scioglimento finale. Lungo le puntate si definiscono le coordinate che via via restringono il campo dei possibili vincitori, in modo tale che il finale parziale di ciascun episodio mantiene comunque un effetto complessivo di cliffhanger rispetto alla conclusione definitiva. In questo senso la serialità connota intrinsecamente questo tipo di programmi, che fanno della sequenza narrativa il loro fulcro enunciativo.

In sintesi, si può affermare che la serialità investe dunque sia il formato dei programmi sia, più a fondo, la messa in scena delle storie. Abbiamo usato la definizione di “racconti di realtà” proprio per sottolineare come, pur in un quadro imperniato sul “fattuale” e sul “reale”, questi programmi manifestino una forte componente narrativa a livello visivo: si assiste infatti, come si è appena visto, a precisi interventi autoriale che compongono un assetto narrativo definito. Formato seriale e dimensione narrativa si fondono così con l'istanza più genericamente rappresentativa del factual: rappresentazione del reale, narrazione e serialità costituiscono i tre snodi centrali del genere, che declina in maniera peculiare linguaggi e temi non esclusivamente legati alla fiction.

Il factual tra rappresentazione, narrazione e serialità

Sulla scia della fortuna del reality e in ragione anche dell'economicità produttiva, la moltiplicazione di programmi factual è certamente una cifra distintiva della programmazione attuale; ma si tratta davvero di "nuova televisione" o non si assiste piuttosto a una rimodulazione di istanze già presenti nella prassi televisiva più tradizionale? Le radici del factual, lo abbiamo visto, risiedono in generi più o meno storicamente assestati, dal documentario al reality; ciò che caratterizza il "nuovo genere" sembra piuttosto l'intreccio tra istanze rappresentative, discorsi narrativi e linguaggi seriali.

Dalla rappresentazione alla riproduzione

"Il proprio di questa televisione è di sforzarsi di mettere in scena la realtà e tutti i suoi protagonisti: la realtà colta nella sua presenza più quotidiana e dunque al di là di ogni schermo ideologico e di interpretazione" (Guglielmi, 1991, p. 63). Non si tratta di una descrizione del panorama televisivo attuale, ma della ricostruzione della filosofia di rete di Raitre a partire dalla fine degli anni Ottanta ad opera dell'allora suo direttore Angelo Guglielmi. La "tv del quotidiano", nella definizione di Guglielmi, o tv verità secondo un'altra fortunata dicitura¹², porta sui teleschermi le aule dei tribunali (*Un giorno in pretura*, 1988-in corso), riapre casi giudiziari irrisolti (*Telefono giallo*, 1987-1992), si mette alla ricerca di persone scomparse (*Chi l'ha visto?*, 1989-in corso). Il pubblico, oltre che materia per i programmi, ne diviene coautore con l'intervento telefonico da casa che costituisce la matrice per lo sviluppo della narrazione. Al centro di questi programmi si collocano eventi realmente accaduti "di cui si cerca di raccontare la dinamica il più fedelmente possibile, senza però dimenticarsi di sfruttarne il potenziale drammatico" (Demaria, Grosso & Spaziante, 2002, p. 22) oppure la presentazione di fatti restituiti nel momento in cui accadono. La televisione si trasforma così in un apparato in cui si annulla "almeno intenzionalmente, la distanza che la natura discorsiva di ogni pratica significativa impone tra referenti e partecipanti alla comunicazione" (Aroldi & Villa, 1997, p. 150). Da luogo del discorso sui fatti a luogo in cui i fatti accadono, i casi giudiziari si risolvono, le persone vengono ritrovate: è in questo slittamento dello statuto del mezzo da rappresentativo a riproduttivo (ibid.) che si colloca il senso ultimo della stagione Guglielmi a Raitre e delle sue successive evoluzioni.

A decenni di distanza, in un panorama in cui l'offerta televisiva è profondamente mutata con l'avvento del digitale terrestre e con l'ibridazione dei generi tradizionali, i tratti di fondo di quel programma editoriale sono ancora presenti: il quotidiano, la gente comune, il racconto della realtà sono le caratteristiche salienti di cui ci siamo occupati nel nostro percorso. La programmazione attuale mostra anzi di declinare l'area della realtà ampliandone i livelli di rappresentazione fino a rendere oggetto dei propri discorsi le minuzie ordinarie (il trucco e la moda, l'arredamento e la cucina) o le zone dell'eccezionalità (patologie insolite, malattie imbarazzanti). E, ancora più a fondo, la

televisione spesso si configura come luogo che fa accadere fatti, in una logica performativa come quella sottesa ai makeover, in cui sotto lo sguardo delle telecamere e con l'apporto di esperti si verificano vere e proprie trasformazioni¹³. “Storie vere”, si è detto: gli esempi discussi mostrano la tematizzazione di aspetti della vita reale (il racconto di formazione, il racconto dello sport) o di personaggi comuni (il racconto della sfida). Ma di quale realtà si tratta? E quanto incide la scrittura sulla narrazione del reale?

Dalla fiction alle “storie vere”

Quando si parla di reality television o di factual si mette a tema automaticamente la valenza di immediatezza che il termine sottende, e che si presta a interrogarsi sullo stesso statuto rappresentativo della tv e sul grado di autenticità che i programmi esibiscono: la fiction, in questo senso, con il suo portato appunto finzionale, sembrerebbe costituire il polo opposto di un fare televisivo che fa dell'adesione al reale il suo perno comunicativo. E tuttavia, pur nella ricerca di veridicità e autenticità, le marche del processo enunciativo con cui si costruisce il testo non possono scomparire: si è visto come la presenza di alcuni meccanismi enunciativi negli esempi proposti (la voce off, la sottolineatura della sequenzialità con gli highlights degli episodi precedenti e successivi) rimandi a un intervento del mezzo che si allontana dalla pura, e inarrivabile, trasparenza della rappresentazione.

In altri termini, il “reale” dei factual esibisce sempre una quota di scrittura che lo rende, più che “fattuale” in senso stretto, discorso narrativo: gli interventi enunciativi incidono su racconti che, invece di fondarsi sull'invenzione tout court, partono dalla vita quotidiana mettendola in forma secondo logiche tipicamente narrative.

Ancora più a fondo, la stessa scelta di programmare serie lunghe di racconti, e dunque di collocarsi nell'alveo della dimensione narrativa, sposta inevitabilmente il peso dell'enunciazione verso la costruzione di storie che non possono prescindere dalle convenzioni di scrittura del racconto. La fiction dunque non è poi così lontana: una certa quota di autorialità e di costruzione, almeno nella messa in forma del montaggio, è imprescindibile, al di là della connotazione “reale” dei contenuti. E questo aspetto è ancora più evidente nel caso dei racconti di sfide, dove lo stesso meccanismo di fondo è regolato da convenzioni di genere del tutto televisive.

Del resto, è stato notato che nella televisione odierna l'importante non è tanto che ciò che si fa vedere sia “vero” quanto piuttosto che venga mostrato e percepito come vero, non tanto la verità del contenuto quanto quella dello stesso procedimento di enunciazione: “conta sempre meno che la televisione ‘dica il vero’, conta sempre più che la televisione, nel suo insieme, sia percepita come vera. (...) Non conta tanto che la storia sia vera o sia falsa, conta piuttosto che la storia che sta raccontando sia una buona storia” (Grasso, 2000, pp. 102-103, corsivo nostro). La misura dell'autenticità risiede dunque, più che nell'aderenza al reale, nella qualificazione di veridicità attribuita al mezzo. Nel caso del factual e del reality si tratta di una realtà “scritta” secondo codici narrativi, che modellano

fatti della vita ordinaria secondo i moduli discorsivi propri del mezzo, in modo tale che quest'ultimo possa definirsi come autentico.

Conclusioni: una “nuova” serialità?

Quale ruolo gioca la serialità in questo contesto? In primo luogo si tratta dell'adozione da parte del mezzo di una modalità tipicamente televisiva: serie lunghe di racconti, si è detto, che sfruttano il formato seriale per mettere in forma porzioni di realtà e per favorire la consuetudine di visione. Da questo punto di vista, le storie vere non possono fare a meno del meccanismo della serialità, che produce una logica di appuntamento fisso, stimola l'attesa e induce fidelizzazione. Il linguaggio visivo tipico delle soap, con frequenti primi piani e campi/controcampi, e la struttura narrativa aperta costituiscono elementi ricorrenti che rimandano ai codici tipici della scrittura narrativa televisiva. Sembra quindi che il linguaggio seriale sia progressivamente trasmigrato, prima con il reality e poi con il factual, nei territori del reale mantenendo tutta la sua forza enunciativa.

A un livello più generale, la serialità nel factual e nel reality rimanda a una logica costitutiva del mezzo stesso: la ripetizione è uno dei principi costitutivi del broadcasting, che facilita una forma di continuità nella differenza (Ellis, 1982, p. 122). La riproducibilità su basi regolari di programmi che si ripetono con leggere alterazioni sulla base di un'ossatura fissa è il cardine della strutturazione stessa dei palinsesti, oltre che naturalmente dei generi più propriamente finzionali. Da questo punto di vista non ci sembra corretto parlare di nuova serialità, quanto piuttosto di una declinazione contemporanea di una matrice costante.

Ancora più a fondo, si può parlare di serialità come di una categoria cruciale non solo della prassi televisiva ma della stessa esperienza moderna. La tendenza all'iterazione di luoghi e figure del racconto, che accompagna l'industria culturale fin dai suoi albori, rimanda alla ciclicità del rito e alle sue componenti simboliche e comunicative (Abruzzese 1984): “in questa prospettiva la serialità è una delle categorie della modernità al pari del montaggio. Come il montaggio, essa influenza il nostro modo di vivere ordinando l'esperienza caotica del mondo metropolitano in un quadro di continuità e coerenza” (Brancato, 2004, p. 530).

In questo senso le più recenti occorrenze del factual ci restituiscono una matrice di significato che vede nel racconto seriale un'occorrenza tipica dell'industria culturale. E la televisione, macchina seriale, incarna attraverso la fiction o attraverso le storie vere un tratto tipico della cultura: raccontare storie, indipendentemente dai contenuti, assolve a quella funzione bardica che Fiske e Hartley (1978) indicavano come tratto caratteristico del mezzo. Nelle fattezze attuali delle serie di storie che hanno per protagonisti personaggi comuni, la tv racconta la società a se stessa. E in questo senso la serialità del factual non fa che ribadire la natura del mezzo televisivo di macchina affabulatrice.

Nota biografica

Anna Manzato è Ricercatore confermato di Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso l'Università IULM di Milano. Ha svolto ricerche inerenti ai mass media per la Rai-VQPT, l'Osscom dell'Università Cattolica, l'Istituto Gemelli-Musatti e l'Associazione Interessi Metropolitani di Milano. Si è occupata, tra l'altro, dei rapporti tra media e vita quotidiana sia sul versante dell'incorporazione delle tecnologie, sia su quello delle trasformazioni dei contenuti, in particolare televisivi. Tra le sue più recenti pubblicazioni, "Questioni di stile. La moda nel factual", in Cardini, D. (a cura di), *Ogni luogo è narrativo. Il factual nella tv italiana*, Milano, Arcipelago Edizioni, 2013, pp.83-95; "Tv di moda. Apparati e pubblici nel fashion factual", *Zone Moda Journal*, n.5, 2015, pp.48-53.

Bibliografia

- Abruzzese, A. (1984) (a cura di). *Ai confini della serialità*. Napoli: Edizioni Scientifiche Italiane.
- Aroldi, P., Villa M. (1997). Reality television. Dalla tv della realtà alla tv dell'emozione. *Ikon. Ricerche sulla comunicazione*, 34, 147-232.
- Barretta, N., Santon, M.E. (2014). *La televisione che insegna a vivere*. Milano: Unicopli.
- Brancato, S. (2004). Serialità. In A. Abruzzese (a cura di), *Lessico della comunicazione* (pp. 530-532). Roma: Meltemi.
- Cardini D. (2004). *La lunga serialità televisiva. Origini e modelli*. Roma: Carocci.
- Cardini, D. (2013) (a cura di). *Ogni luogo è narrativo. Il factual nella tv italiana*. Milano: Arcipelago Edizioni.
- Cardini, D. (a cura di). (2015). *Le serie sono serie. Seconda stagione*. Milano: Arcipelago Edizioni
- Casey, B., Casey N., Casey, B., French L., & Lewis J. (eds.). (2002). *Television studies. The Key Concepts*. London: Routledge.
- Cavicchioli, S., Pezzini, I. (1993). *La tv verità. Da finestra sul mondo a panopticon*. Roma: ERI-VQPT.
- Coles, G. (2000). Docusoap: actuality and the serial format. In B. Carson, M. Llewellyn-Jones (eds.), *Frames And Fictions on Television. The Politics of Identity within Drama* (pp. 27-39). Exeter and Portland: Intellect Books.
- Demaria, C., Grosso, L., Spaziante, L. (2002). *Reality tv. La televisione ai confini della realtà*, Roma: ERI-VQPT.
- Ellis, J. (1982). *Visible Fictions: cinema, television, video*. London: Routledge; trad. it. *Vedere la fiction: cinema, televisione, video*. Torino: Nuova Eri 1988.
- Fiske, J., Hartley, J. (1978). *Reading Television*. London: Methuen.
- Grasso A. (2000). Fisiologia del reality show. In ID., *Radio e televisione. Teorie, analisi, storie, esercizi* (pp. 99-105). Milano: Vita e Pensiero.
- Grasso A. (a cura di). (1996). *Enciclopedia della televisione*. Milano: Garzanti.

- Guglielmi, A. (1991). La tv del quotidiano. In A. Borri (a cura di), *Il futuro della tv. Tecnologie, palinsesti, mercati* (pp. 58-65). Roma-Bari: Laterza.
- Heller, D.A. (ed.). (2007). *Makeover television. Realities remodeled*. London: Tauris.
- Hill, A. (2005). *Reality Television. Audiences and Popular Factual Television*. New York: Routledge.
- Holmes, S., & Jermin, D. (eds.) (2004). *Understanding Reality Television*. New York: Routledge.
- Innocenti, V., & Perrotta M. (a cura di). (2013). *Factual, reality, makeover. Lo spettacolo della trasformazione nella televisione contemporanea*. Roma: Bulzoni.
- Lewis, T. (2009). *Tv transformations. Revealing the makeover show*. New York: Routledge
- Manzato, A. (2013). Questioni di stile. La moda nel factual. In D. Cardini, (a cura di), *Ogni luogo è narrativo. Il factual nella tv italiana* (pp. 83-95). Milano: Arcipelago Edizioni.
- Penati, C., & Sfardini, A. (2015). *La tv delle donne. Brand, programmi e pubblici*. Milano: Unicopli.
- Sender, K. (2012). *The makeover. Reality television and reflexive audiences*. New York: New York University Press

Note

1. Una prima versione di questo articolo è pubblicata in Cardini (2015). Si ringraziano l'editore e il curatore per aver concesso l'utilizzo di parte del materiale.
2. <http://www.tvblog.it/post/84589/intervista-col-direttore-laura-carafoli-discovery>.
3. Sul factual in Italia si veda Cardini (2013), Innocenti, Perrotta (2013), Barretta, Santon (2014), Penati, Sfardini (2015); nel panorama internazionale si vedano per esempio tra gli altri Heller (2007) e Sender (2012).
4. Il dibattito sulla definizione di serie e serial e sulle loro caratteristiche specifiche in termini di articolazione formale e temporale ha occupato a lungo una parte dei *television studies*. Per una sintesi e una sistematizzazione si rimanda a Cardini (2004).
5. Si tratta di un genere che "è fattuale (*factual*) o si basa su eventi 'reali'. L'equivalente più prossimo del documentario sono le news, per il fatto che è anch'esso basato sulla presentazione di fatti e riguarda persone, luoghi ed esperienze reali" (Casey et al., 2002, p. 67).
6. La narrazione che fonde cronaca e linguaggi finzionali è reperibile per esempio nelle ricostruzioni filmate di programmi come *Chi l'ha visto?*, dove le vicende delle persone scomparse spesso vengono riproposte in chiave di brevi fiction.
7. Un esempio italiano è costituito da *Davvero*, 45 puntate andate in onda su Raidue nel 1995 in cui la lunga serialità viene utilizzata per seguire le vicende di otto ragazzi che coabitano in un appartamento a Bologna. La trasformazione della vita quotidiana in fiction ha comportato un lavoro di sceneggiatura e montaggio delle riprese durate più settimane, intervallando le sequenze con interventi in cui i protagonisti si rivolgono direttamente al pubblico. Anche in questo caso è evidente la compresenza di un linguaggio documentaristico e di un lavoro di scrittura narrativa.
8. Nella storia della televisione italiana, un antecedente del reality è costituito dalla tv verità di Raitre durante la direzione di Angelo Guglielmi, tra il 1987 e il 1994. Torneremo su questo aspetto nel paragrafo conclusivo.
9. Per una discussione delle suddivisioni interne al macrogenere si veda per esempio Demaria, Grosso, Spaziante (2002).

10. Sul tema si vedano per esempio Hill (2005), Holmes, Jermin (2004) e, sul versante italiano, Aroldi, Villa (1997) e il già citato Demaria, Grosso, Spaziante (2002).
11. Tutti gli esempi del prossimo paragrafo possono rientrare nella tipologia del *docu-reality* o *docu-fiction*, spesso indicata nelle presentazioni sui siti delle reti, che fonde la tradizione documentaristica con i tratti distintivi della reality television, ma costituiscono allo stesso modo declinazioni del factual. Al di là delle specifiche definitorie, lo ribadiamo, ne trattiamo alla luce della loro emblematicità quali narrazioni seriali della realtà.
12. Sulla tv verità si veda Cavicchioli, Pezzini (1993).
13. Per una discussione sui processi che sottostanno alle trasformazioni all'interno del factual di moda, si rimanda a Manzato (2013) Sul makeover in generale si veda Lewis (2009), Innocenti, Perrotta (2013).

Sex and the City: a Feminine Franchise

Anaïs Le Fèvre-Berthelot
Université Rennes 2

Dalle rubriche della scrittrice canadese Candace Bushnell pubblicate sul *The New York Observer* alle avventure televisive della giovane Carrie Bradshaw andate in onda sul fino al 2014 sul *The CW Television Network*, il franchise *Sex and the City* abbraccia due decenni e include due serie tv, tre libri e due film. Affermare che *Sex and the City* è un franchise piuttosto che una serie di adattamenti, sequel e presequel, enfatizza le dimensioni industriali e collaborative della produzione delle varie parti. Il concetto di franchise come definito da Derek Johnson (2013) implica il dover combinare approcci strutturali e culturali per tenere in considerazione le strategie industriali, le pratiche discorsive e le forme narrative legate a tale nozione. L'analisi delle varie parti del franchise, i discorsi dei produttori e dei critici, e le osservazioni del contesto di produzione sottolineano quanto *Sex and the City* sia rappresentativo delle tendenze delle industrie creative e audiovisive negli ultimi vent'anni.

From Candace Bushnell's columns published in the New York Observer to the televised adventures of the young Carrie Bradshaw broadcast on the CW until 2014, the *Sex and the City* (SATC) franchise spans two decades and includes two TV series, three books and two films. To say that SATC is a franchise rather than a series of adaptations, sequels and prequels, emphasizes the industrial and collaborative dimensions of the production of the various installments. The concept of franchise as defined by Derek Johnson (2013) implies that we should combine structural and cultural approaches to take into account the industrial strategies, discursive practices and narrative forms attached to the notion. The analysis of the installments of the franchise, the discourses of producers and critics, and the observation of the context of production underline how SATC is representative of the trends of the creative and audiovisual industries over the last twenty years.

Key Words: *Sex and the City*; Franchise; Gender; Creative industries; Production



Fig. 1: Sex and the City 3 Twitter account, <https://twitter.com/satc3quel>

In May 2014, the Twitter account @SATC3quel announced the cancellation of *The Carrie Diaries* (Harris, 2013-2014), a teenage drama launched by the CW the previous year telling the story of a young woman growing up in the 1980s, Carrie Bradshaw. This character was born twenty years before, in the columns written by Candace Bushnell for the *New York Observer*. Her story has been told to women and girls through columns, books, films and TV series, thus giving birth to a media franchise that is one of the few almost exclusively targeting women. This research focuses on the feminization of *Sex and the City* (SATC) as a media franchise, its different installments and their reception in the industry

Media franchising was defined and studied by Derek Johnson in *Media Franchising: Creative License and Collaboration in the Culture Industries* (2013) in which he analyzes the historical, economic, cultural and narrative dimensions of this phenomenon. Johnson also points out how media franchises and serial narratives are evaluated (or devaluated) based on gendered representations of high and low culture (Johnson, 2011). Johnson's contribution is also central to this research because he endeavors to combine political economy and cultural studies. Before Johnson, Henry Jenkins studied some media franchises through the notion of convergence and underlined the coexistence of corporate and grassroots convergence in an approach that celebrates viewers' loyalty and involvement (Jenkins, 2008). Jenkins further notes that the realm of media franchising is masculinized. Feminist perspectives on serialized narratives have mostly focused on soap operas and their reception and they have underlined the role of gender representations in the devaluation of popular culture and mass media, and especially of serialized narratives (Ang, 1985; Brunson, 2000).

The problematic association of serialization and feminization via franchising is central to this research. In analyzing the discourses produced by and around the SATC franchise, the ways in which gender representations may have shaped its reception are examined. The notion of franchise as defined by Johnson implies that structural and cultural approaches should be combined to take into account the industrial strategies, discursive practices and narrative forms attached to the notion. The focus bears first on the serial dimension of the franchise, both within the installments and within the franchise itself. Then it moves on to how discursive practices around the franchise in the industry demonstrate the role of gender representations in the reception of the SATC franchise. Finally, the analysis reframes the representation of the writer as a means to negotiate gender representations within the franchise.

SATC: A Serial Franchise

The *SATC* franchise focuses on Carrie Bradshaw, a single New Yorker who loves expensive high-heels and is looking for love. The columns, written in the first-person, set the author as a reporter investigating the love and sex lives of Manhattan's socio-economic elite. They were made into a book by Atlantic Monthly in 1996, and by Warner Books in 1997 (Bushnell, 1996). The columns and book are the basis for the HBO series created by Darren Star, that lasted from 1998 to 2004 and includes 94 episodes, each lasting around 30 minutes. Four years after the end of the series, New Line Cinema, a subsidiary of Time Warner, produced the first *Sex and the City* movie (King, 2008). *Sex and the City 2* followed two years later (King, 2010). Both films were written and directed by Michael Patrick King who was the showrunner of the HBO series. In 2010, a few months before the second movie came out, Candace Bushnell published *The Carrie Diaries*. This "young adult book" tells the story of Carrie Bradshaw's teenage years in Connecticut. *Summer in the City* is the sequel to this prequel and was published in April 2011. In 2012, the CW picked up the pilot for *The Carrie Diaries*. This teenage drama was broadcast for two seasons (26 42-minute episodes) between January 2013 and January 2014. Despite many rumors, and the existence of a "Sex and the City 3" Twitter account, no third film or further installment of the franchise has been announced.

To say that *SATC* is a franchise rather than a series of adaptations, sequels and prequels, emphasizes the industrial and collaborative dimensions of the production of the various installments. In Europe, the word "franchise" often conjures up images of fast-food restaurant chains, like McDonald's. In fact, media and retail franchising are quite similar concepts. Indeed, "at the most basic, economic level, a franchise is a business arrangement where one party extends to another party the right to use some kind of idea or intellectual property in a new market" (Jenkins & Johnson, 2014).

In principle, franchising relies on the collaboration between a franchisor who owns an idea, a concept, a technique, etc. and independent franchisees who exploit it. Within a franchise there might be tensions between the parties and struggles amongst them to gain more control. Those tensions are the result of the necessary collaboration between the various parties involved. Those tensions do not appear in the case of brand licensing where the distributors have no power. *SATC* might be called a brand, but this brand is not simply licensed by the original author (Candace Bushnell) to several persons or companies. Instead, the various parties can claim partial authorship and authority over the characters and the universe.

Calling *SATC* a franchise is a way to comprehend *SATC* as a product. This product has been copied, just like a Louis Vuitton bag. Not only has Bushnell's novel helped launch the chick lit genre, the *SATC* brand has been copied on TV. In 2008, two new series were broadcast telling the stories of three or four female friends living busy lives in Manhattan, juggling their private and professional lives while wearing very high heels. *Cashmere Mafia* was created by Darren Star for ABC and *Lipstick Jungle* was created by Candace Bushnell

for NBC. This situation was made possible by the collaborative nature of media franchising.

While retail franchising uses contractual relations to emulate vertical integration across production, distribution, and sales, media franchising pursues horizontally multiplied production of media related through some shared, familiar content, each product with its own separate considerations of distribution and consumption (Johnson, 2013, p. 41).

Media franchising delegates production whereas retail franchising mostly delegates distribution. Still, it is necessary to keep in mind the relationship between the two. The term “franchising” carries negative connotations because it emphasizes the economic nature of media production. However, the aim here is not to denounce the standardization of culture, but rather to illustrate the power dynamics involved in the collaboration of various franchise producers, from the original author to the consumer, via several other producing intermediaries.

The final aspect that is central to franchising is its serial dimension. Franchising is a way to understand the multiplication and the reproduction of culture. Media franchising implies a balance between repetition and difference. Enough elements of a narrative must be present to attract and reward the loyal viewers/readers/consumers. At the same time, there must be enough variation and novelty to justify the extension of the franchise. Ideally the franchise needs to be coherent. However, there is a difference between transmedia storytelling as defined by Henry Jenkins in *Convergence Culture* (2008) and franchising according to Johnson. Transmedia storytelling is an ideal form of franchising. It applies best to situations where the different installments complete one another, and neither repeat nor contradict one another. For Johnson, all transmedia narratives are franchises but not all franchises are transmedia (Jenkins & Johnson, 2014). In the case of *SATC*, the franchise was not created as such. Instead, it emerged over two decades with a series of media productions created by various parties, thus creating tensions both within and outside of the narrative. *SATC* is a serial franchise, which means that not only do the installments share a common universe, they complete each other in a chronological way and the viewers/readers get a better understanding of each part if they are familiar with the others.

Moreover, each installment is itself serialized. Bushnell’s columns were the start of the franchise. The serial dimension of the columns may have been reinforced when Bushnell was offered a publishing contract only one month after her first column appeared in the *New York Observer*. Several columns are divided into two parts. For instance, the first part of “Manhattan Menage” ends with a teaser: “End of Part One. Next: the woman in the pink scarf. And: The men reveal they’ve engaged in another kind of threesome” (Bushnell, 1995a). The second part, published three weeks later, starts with a recap reminding today’s viewers of the “previously on” sequence that has become more and more common on TV (Mittell, 2010): “Recently in this column, seven men, age 21 through late-40’s, met in the basement of a SoHo art gallery to discuss the Manhattan passion for threesomes. [...]” (Bushnell, 1995b). Mittell explains that in television this type of technique

is a way to “engage viewers and enable long-term comprehension” (Mittell, 2010, p. 78). Recaps triggers viewers’ memory and create narrative expectations.

Both TV series are typical of the programs described by Mittell as they “embrace a balance between episodic and serial form, allowing for partial closure of episodes while maintaining broad narrative arcs across episodes and even seasons” (Mittell, 2010, p. 78). About the HBO series, Darren Star says:

At one point I was thinking it would be an anthology series, just Carrie and a different story every week. But when *Sex and the City* became a book, I decided to give her these friends and have her explore the issues with them (quoted in Sohn, 2002, p. 14).

Despite the title of the series, the stories of Carrie and her friends were love stories. The series thus ends with all four characters in monogamous relationships. *Sex and the City* did break new ground in its depiction of female sexuality on screen; yet, the traditional happy ending in the series’ finale undermines the subversion of the previous seasons. While the serial form is defined by the refusal of closure, the end of *SATC* brings a narrative closure that inscribes the series in the romance genre.

The movies were immediately associated with the HBO series. They do not have specific titles. To promote the second one, a gigantic “2” stood in the background of the posters behind Sarah Jessica Parker’s figure. The slogan “Carrie on” emphasized the continuity with the HBO series and the first film. The films illustrate what happens when the romance genre is transformed by serialization. As An Goris points out, romance novels often end with the union of the protagonists but do not give information on what happens after the “happily ever after” (HEA) ending. With the success of serialized narratives, however, the desire of readers/viewers to know what happens afterwards can be satisfied (Goris, 2013). This is the kind of pleasure offered by the two films. The first one finds the protagonists five years after the series’ finale dealing with being in serious romantic relationships. The film offers another happy ending when Carrie finally marries Big (after he left her at the altar), and Miranda reunites with her husband who cheated on her. The second film focuses on Carrie two years after her wedding, when boredom has settled in, thus adding another layer of “post-happily ever after.” Both films offer what Goris calls “generically progressive but ideologically conservative post-HEA representations”: even though they transgress the romance’s generic limits in breaking up unions, “the romantic union is always reinstated within the same installment as the one in which it is fractured” (Goris, 2013).

The Carrie Diaries novels were introduced as the prequel to *Sex and the City*. The cover of the first volume claims “Meet Carrie before *Sex and the City*.” The second one, *Summer in the City*, is subtitled “A Carrie Diaries Novel” and the genealogy is emphasized through the following statement: “Before *Sex and the City* there was *Summer in the City*.” A commercial ploy is the possibility of reading the first pages of the second book at the end of the paperback edition of the first one.

Through this emphasis on the serial nature of the franchise, the production companies court the readers and viewers. *Summer in the City* was published only a month before *Sex and the City 2* came out. The movie starts with a flashback to Carrie's arrival in Manhattan in the 1980s explaining how she met each protagonist. The stories do not exactly match, but some elements are obvious nods to the viewers and readers who might be familiar with the other installments. For instance, the voice-over explains that Carrie met Samantha Jones when she was a bartender in a club, while on screen a young Samantha crosses the street, bangs on the hood of a 1980s cab and gives the driver a finger. This scene is almost identical in the first pages of *Summer in the City*:

She holds up her hand, causing a car to screech to a halt. "Move fast." She bangs on the hood of the car and gives the driver the finger. "And always wear shoes you can run in." (Bushnell, 2011, p. 4)

Bushnell was not directly associated with the movies, but it seems very likely that either she read the script when she was writing her book, or Michael Patrick King read the first drafts of Bushnell's book before directing this prologue.

The first episode of *The Carrie Diaries* illustrates the same efforts to create bridges between the installments of the franchise. It starts with the voiceover of young Carrie Bradshaw (AnnaSophia Robb) explaining "It's always the same dream. I'm in the city, and I belong" over a montage of Carrie walking down the streets of Manhattan in a blue light reminiscent of the opening credits of the HBO series.

From the development of retail franchising in the mid-20th century to today's pervasive media franchising, "the franchise system has thus been most often mobilized through meaningful brands that motivate both franchisee and consumer loyalty" (Johnson, 2013, p. 40). In the case of the *SATC* brand, as for many other media franchises that span several decades, what is at stake is the loyalty of older consumers as much as the interest of the more recent, and often younger, ones. In an interview about her book, Bushnell declares:

The Carrie Diaries is geared for ages fourteen and up, but it's a real crossover book. I've had mothers read it and give it to their daughters and vice versa. And, of course, it's a book for fans of *Sex and the City* as well (quoted in Bushnell, 2010).

One specific aspect of *SATC* is that the latest installments target teenagers, who were barely even born when the book was released or when the original series was broadcast but who might be familiar with it thanks to syndication. *SATC* is also unique because it addresses women, who are not often the main targets of media franchising products.

Gendering the Franchise

The various installments of *SATC* were not created as parts of a franchise in the beginning. The multiple authors and production entities over the last twenty years have led to some inconsistencies in the storytelling. Yet, between 1994 and 2014, *SATC* fits into

Johnson's definition of the franchise as "cultural shorthand for ongoing, serial production of culture from a set of shared, well-defined intellectual property resources" (Johnson, 2011, p. 1078). The *SATC* franchise relies on a few key components: Carrie Bradshaw, female friendship, fashion, and love relationships. These aspects inscribe the franchise in the chick-lit/chick-flick genres. *SATC* is first devalued as a franchise, and then as a franchise targeting women. It is doubly inscribed in the gendered hierarchy between high and low culture. As a serialized narrative addressed to women, *SATC* is marked by the feminization of popular and mass culture in Western societies (Huysen, 1986, p. 47). Yet, *SATC* is a very successful franchise. The first book was re-issued in 2001, 2006 and 2008; in the US, the HBO series was syndicated on TBS and WGN and is still syndicated on E!; the movies earned around 700 million dollars in theaters worldwide.

At stake in the use of the notion of franchise is the cultural and economic legitimacy of the *SATC* books, series and movies. Johnson explains that this legitimacy is constructed along gendered lines. The franchise is the site of negotiations between "the feminized devaluation of industrially produced culture and the masculine value accorded economic rationality" (Johnson, 2013, p. 60). The uses of the word "franchise" where *SATC* is concerned testify to the gendered ambivalence of the term. Analysis of trade press articles and press releases written when the *Carrie Diaries* books, the movies and the CW TV series came out, shows that there are two main ways of using the term.

Critics use the term franchise or insist upon the links between the various installments to acknowledge their economic potential while denying them other qualities:

"Sex and the City" provides the first fresh glimpse of characters Carrie, Miranda, Charlotte and Samantha since the skein went off the air four years ago. Women, particularly in big cities, are responding by buying tickets in advance, leading to numerous sold-out Friday and Saturday night shows. Film, written and directed by Michael Patrick King and reuniting the original cast, has clear advantages, and disadvantages, in terms of box office allure. On the plus side, the film has a built-in fanbase. On the other hand, the pic is rated R, making it tougher for teen girls to see it, and it may not play as well in smaller markets (McClintock & McNary, 2005).

For a series so steeped in romance, the eagerly awaited "Sex and the City" movie feels a trifle half-hearted. Although there's pleasure in seeing HBO's fabulous four reunited, writer-director Michael Patrick King doesn't fully bridge the gap between TV and film — delivering major story flourishes but, too often, playing like a regular episode bloated to five times its customary length. Best in its small moments, the movie should find receptive gal pals congregating for the mother of all viewing parties, but appeal beyond that core should present New Line with less of a storybook finish than it doubtless would like (Lowry, 2008).

writer-producer-director Michael Patrick King seems to realize that for many of the franchise's loyalists, simply experiencing the gang back together again and revisiting these characters is an event worth celebrating — something to be luxuriated in for as long as possible, like a warm bath. "Sex and the City 2" nevertheless puts all that goodwill to the test, based on the story's limited merits (Lowry, 2010).

Even though the critics cannot deny the economic potential of the movies, they use this argument to undermine them, and write they are merely “bloated episodes” addressed to “gal pals” and “the franchise’s loyalists.” Critics thus hesitate to compare *SATC* with the fourth installment of the Indiana Jones franchise, *Indiana Jones and the Kingdom of the Crystal Skull* (Spielberg, 2008) that came out at the same time as the first *SATC* movie.

One of the most eagerly and long-awaited series follow-ups in screen history delivers the goods — not those of the still first-rate original, 1981’s “Raiders of the Lost Ark,” but those of its uneven two successors. “Indiana Jones and the Kingdom of the Crystal Skull” begins with an actual big bang, then gradually slides toward a ho-hum midsection before literally taking off for an uplifting finish. Nineteen years after their last adventure, director Steven Spielberg and star Harrison Ford have no trouble getting back in the groove with a story and style very much in keeping with what has made the series so perennially popular. Few films have ever had such a high mass audience must-see factor, spelling giant May 22 openings worldwide and a rambunctious B.O. life all the way into the eventual “Indiana Jones” DVD four-pack (McCarthy, 2008).

For some reason, “masculine” franchises are more legitimate. Even though the *SATC* movie sold out in advance on its first weekend, it is not praised as an “eagerly and long-awaited series follow-up.” The “ho-hum midsection” in a fourth film that is as uneven as number two and three, is hardly worth mentioning since the DVD four-pack will soon be in stores. On the other hand, the box office success of the first *SATC* movie and the more than 400 million dollars earned worldwide have not bought the indulgence of the critics. Indeed, they insist they are not among the “gal pals.”

In an incredibly misogynist editorial subtitled “Fifty years ago the Pill changed everything, including the movies,” Peter Bart, Executive Vice President and Editorial Director of *Variety*, sums up the prejudice women still have to face in Hollywood:

A quick glance at the summer release schedule points up this anomaly: The hot franchise movies this year are mostly chick flicks — “Sex and the City 2” and the new “Twilight Saga: Eclipse.” “Iron Man” is about to start clanking but, except for him, the studios have temporarily run out of superheroes. Unless you reach for the likes of “Jonah Hex” or “Marmaduke” (he’s a dog). Thus the girls may be dragging their boyfriends to date movies this summer that are a lot daintier than last summer’s “The Hangover.” [...] The action at the box office this summer hence will provide an appropriate metaphor for society’s contradictions. The girls will try to convince their boyfriends that the multiple wardrobe changes in “Sex and the City 2” comprise compelling dramaturgy (varicose verite instead of cinema verite) and that homoerotic vampires are more intriguing than the cast of “The Dark Knight.” Their dates may even listen. After all, the girls will be paying for the tickets and likely buying supper afterwards. Fifty years after the Pill, society is giving off very mixed signals. Sexual freedom was supposed to bring enlightenment. I actually believed that. What was I smoking? (Bart, 2010)

In an unabashedly sexist rant, Bart associates stupidity and lowbrow culture with the feminization of society while celebrating the quality of superhero movies. Criticisms against

Sex and the City 2 were especially harsh and raise the question of gender representations in an industry still very much controlled by men.

Despite those negative reviews, producers (including studios and publishers) referred to the franchise as a way to valorize female-targeted media products. Thus the press releases stress the link between the installments, the loyalty of the audience, and the renewed interest of a new generation of young women for the *SATC* universe. All these elements allow a revaluation of the franchise. It was praised for its economic performances and for its potential, thus emphasizing its institutional legitimacy.

Warner Bros., which is distributing the movie for the pared-down New Line, said the film doesn't need men to work. "With movies that appeal to boys and men, you never hear the conversation 'I hope we get the women.' We have a movie that skews heavily female, and while we would love to get as many men as possible, we can do extremely well without them," said Warners prexy of domestic distribution Dan Fellman (McClintock & McNary, 2005).

"We are incredibly thrilled," said Alessandra Balzer of Balzer & Bray. "Teenagers are rabid fans of the *Sex and the City* book and show. I can't wait to see what happens when Candace turns her sharp eye for social commentary to the other competitive jungle that is high school." Ann-Janine Murtagh, Fiction and Picture Book Publisher at HarperCollins Children's Books in the UK added "I am absolutely delighted to be publishing these two fabulous titles in the UK where Carrie Bradshaw has such a loyal following already. I am sure that Candace will offer us an irresistible insight into Carrie Bradshaw's early hopes and dreams and create stories which are sure to have universal appeal" (Roston, 2008).

For the producers of the latest installments, belonging to a franchise is extremely advantageous. This aspect is central to franchising agreements. Franchisees depend on the franchisor for their image and their communication. Extending a successful franchise is a way to minimize the risks associated with launching a new product. Thus, before launching *The Carrie Diaries*, the CW, a young network created through the merger of UPN and WB, had broadcast new versions of 1990s soap operas, *90210* (2008-2013) and *Melrose Place* (2009-2010). The media have become increasingly competitive and avoid taking risks. Franchisees benefit from the visibility and prestige of the brand. Jane Arthurs stresses this aspect:

the creation of a successful brand in this crowded market depends on the ability to innovate within a pattern of predictable pleasures to create a recognisable identity for a product that appeals to a commercially attractive audience (Arthurs, 2003, p. 83)

For professionals of the cultural industries, the *SATC* brand is a guarantee of financial success. Through extension of the franchise, the producers and publishers hope to attract the viewers and readers of previous installments.

Seriality: “the writer finding her voice”

Parallel to the rise of media franchises, the industry has witnessed the rise of the figure of the author. Thus, the new *Star Wars* movie is not simply the new *Star Wars* movie, it's J.J. Abrams' *Star Wars*. In an industrial landscape that is marked by economic convergence and the creation of larger media conglomerates, media franchising offers a suppler mode of production while guaranteeing the convergence of economic interests. The emphasis on the writer in Hollywood allows to partially mask the variety of those interests. The foregrounding of “creators” or “authors” is also a symptom of the tensions at stake in media franchising. “Media franchising has served as a site of negotiated identification for unequal creative stakeholders that variously navigate distinction, power, and fealty via their interests in shared cultural resources” (Johnson, 2013, p. 113)

Collaboration is crucial to the production of the various *SATC* installments. Bushnell sold the rights of her book to Darren Star, but she stayed involved in the writing of the first episodes. After that, the writers of the different installments passed the story and the characters on to one another. Star created the series and left Michael Patrick King in charge after the fourth season. King wrote and directed the two films. The showrunner of the TV adaptation of *The Carrie Diaries* was Amy B. Harris who had been a co-producer on HBO's *Sex and the City* and had written two episodes of the series.

The *SATC* franchise is therefore the result of a collaboration between individuals and production companies over the last twenty years. In cultural industries, collaborative work is sometimes contested by individual voices. Johnson explains that franchising is “not the replication of sameness, but a more reflexive and iterative process.” In this process, individual creative voices may “pursue textual strategies of difference” (Johnson, 2013, p. 151). Candace Bushnell and Darren Star are examples of those voices fighting one another for creative authority. After the end of *Sex and the City* on HBO, Star struggled to find success again. Star and Bushnell were close friends, Bushnell wrote the *Lipstick Jungle* book at Star's house. Star tried to buy the rights from the book but was outbid by NBC (Salkin, 2007). In the Fall 2008, two very similar series were broadcast on two different networks. In the teasers, *Cashmere Mafia* (ABC) and *Lipstick Jungle* (NBC) were advertised as having been created by “the creator of *Sex and the City*” and “the author of *Sex and the City*.” This example of competing claims for authority over the franchise is a crisis that illustrates the tensions over authorship and authority in media franchising.

Some writers insist on their role as author. Michael Patrick King for instance explains that he has his own vision of who Carrie is and of the stories that can be told about her:

“I'm not working on any ‘Sex and the City’ prequel at all,” King said. “My Carrie Bradshaw started at 33, and I took her to 43. For me, the idea of going backwards and making her less evolved ... is something that I don't even imagine doing. I have no connection to the prequel.” (quoted in Villarreal, 2011)

“The great gift or riches or luck is that I worked on two shows that were so full that they spilled over into people's lives and the characters were rounded enough that you could still wonder where they are,” King says, [...] Acknowledging Parker's comments on a third film,

King explains, “Sarah Jessica and I both know what that final chapter is. That doesn’t mean it will or should be told, but I do think there’s one story left. Whether it ever happens is a whole other situation. But there’s four girls, and those girls are still in my mind. There are other stories to tell and characters that haven’t even been written yet.” (quoted in Snetiker, 2014)

King asserts his creative vision while denying being connected to the extension of the franchise. Others, such as Stephanie Savage who was the executive producer of *The Carrie Diaries*, seem to embrace the industrial dimension of TV writing. She refers to *SATC* as a franchise that has rules that writers involved in extensions of the franchise should respect:

It’s called *The Carrie Diaries* and you actually see Carrie write in her diary, so it seemed organic [to use a voiceover]. Plus *Sex and the City* had a VO [voiceover], so it seems like a convention of the franchise and a nice way to connect the two different eras in Carrie’s life. The writer finding her voice... (Interview with author, 2012)

The serialization of the *SATC* universe is mostly built around the figure of Carrie Bradshaw. She is the first-person narrator of all the installments. Savage underlines the importance of Carrie’s voiceover in the HBO series. According to the writer-producer, the story of the *SATC* franchise is that of Carrie finding her voice as a writer. Sarah Jessica Parker (who plays adult Carrie) and Michael Patrick King have repeatedly referred to the HBO series as the story of women “growing up.”

Indeed, in the first TV series, Carrie is first presented as a columnist who is then hired by *Vogue* (s04e17, “A Vogue Idea”) before publishing a book (s05e02, “Unoriginal Sin”). Her identity as a writer is central to the series. Her book party is described as her wedding and the ultimate achievement of her life. The movies also immediately establish her as an author: the prologue of the first movie starts thus with the voiceover announcing: “My name is Carrie Bradshaw, and I’m a writer. [...] Three years and three books later—”. The *Carrie Diaries* books are also marketed as: “the story of how a regular girl learns to think for herself and evolves into a sharp, insightful writer. Readers will learn about her family background, how she found her writing voice, [...]” (Bushnell, 2010)

In each episode of the HBO series, Carrie is seen typing her column while the viewers hear the introduction through the voiceover. When the voiceover explains the theme of the episode and the question Carrie’s column will try to answer, the image cuts to Carrie’s computer screen so that the viewers see the question appear on their screen. This recurring image is hinted at in the *Carrie Diaries* novels:

I head up to my room, sit down in front of my mother’s old Royale typewriter, and slide in a piece of paper. The Big Love, I write, then add a question mark (Bushnell, 2010, p. 39).

This highlighting of the voice and figure of the writer is a way to hide the industrial dimension of the franchise. When the production companies, which are all part of media conglomerates (mostly Time Warner, but also News Corp), foreground the writers of the franchise and feature the figure of Carrie Bradshaw as author, they foster the illusion of the franchise as the result of the imagination of creative talents and mask the industrial

and economic logic that supports the extension of the *SATC* franchise. One of the consequences of this strategy is that, in the discourses surrounding *SATC*, women's voices are louder than they often are in the media industry.

The franchise foregrounds women who are in charge of their own stories and whose discourses bear more authority. The emphasis on the individual voice is crucial in *SATC*. This idea of finding one's voice insists on the expression of one's identity as it is shaped by a variety of experiences. This idea goes with the claim that all voices are politically valid, a notion that can be linked to what Bonnie J. Dow called "lifestyle feminism" (Dow, 2002) which is a form of postfeminism. This notion that "encompasses a set of assumptions [...] having to do with the 'pastness' of feminism" (Tasker & Negra, 2007, p. 1) is well-represented in the franchise. For instance when in the HBO series *Charlotte* screams, "I choose my choice" to justify her decision to stop working and become a housewife instead (s04e07, "Time and Punishment"), or when in *The Carrie Diaries* the eponymous heroine declares:

I never thought you couldn't be a feminist if you wore pantyhose and high heels and pulled your hair back in a pretty barrette. I thought being a feminist was about how you conducted your life. (Bushnell, 2010, p. 121)

Feminism is thus reduced to personal choices and made palatable to media conglomerates and advertisers. *SATC* seems to say that writings by a female author must be *de facto* considered as "feminist". However, the emphasis on the individual sustains a liberal logic that undermines collective movements and the political dimension of feminist positions.

Conclusions

Analyzing *SATC* as a franchise deconstructs the fiction that the different installments are simply a series of adaptations initiated by individual creators. It emphasizes the economic stakes behind the production of the installments and highlights the tensions over authority and authorship. The installments of *SATC* over the last twenty years are one of the results of the emergence of cultural, economic and technological convergences in the media industry. The notion of franchise is a double-edged sword that is used to promote or to undermine a cultural product based on gendered representations. In the case of a feminine franchise, targeting women and young women, the economic success of the franchise is not always enough to rehabilitate it. To gain cultural legitimacy the franchise glorifies the figure of the female writer as the *ingénue* trying to assert her independence through finding her own unique voice. The feminine franchise can be seen as a means to show more independence of women, provided they follow the economic rules enforced by a still predominantly male dominated industry.

Nota biografica

Anaïs Le Fèvre-Berthelot is a former student of the Ecole Normale Supérieure in Lyon. She holds a PhD in American and Media Studies from the Sorbonne Nouvelle University. Her research focuses on women's voices in contemporary American TV series and shows how audiovisual apparatuses centered on voice and speech convey specific representations of women, femininity and gender. She is Associate Professor in the English Department at Rennes 2 University and is a Chief Editor at *InMedia: The French Journal of Media Studies*.

Bibliografia

- Ang, I. (1985). *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination*. London and New York: Routledge.
- Arthurs, J. (2003). Sex and the City and Consumer Culture: Remediating Postfeminist Drama. *Feminist Media Studies*, 3(1).
- Bart, P. (2010, May 1). "Sex" and the summer franchise. *Variety*. Retrieved from <http://variety.com/2010/film/columns/sex-and-the-summer-franchise-1118018575/>
- Brunsdon, C. (2000). *The Feminist, the Housewife, and the Soap Opera*. Oxford: Oxford University Press.
- Bushnell, C. (1995). "Manhattan Menage: Seven Men Pop the Question". *The Observer*. Retrieved from <http://observer.com/2007/05/manhattan-menage-seven-men-pop-the-question/>
- Bushnell, C. (1995). "Manhattan Menage, Part II". *The Observer*. Retrieved from <http://observer.com/2007/06/manhattan-menage-part-ii/>
- Bushnell, C. (1996). *Sex and the City*. New York: Warner Books.
- Bushnell, C. (2010). *The Carrie Diaries* (paperback). New York: Balzer + Bray.
- Bushnell, C. (2011). *Summer in the City*. London: HarperCollins Publishers.
- Dow, B. J. (2002). Ally Mc Beal, Lifestyle Feminism, and the Politics of Personal Happiness. *Communication Review*, 5(4), 259–264.
- Goris, A. (2013). Happily Ever After...and After: Serialization and the Popular Romance Novel. *Americana*, 12(1). Retrieved from http://www.americanpopularculture.com/journal/articles/spring_2013/goris.htm
- Harris, A. (Producer). (2013-2014). *The Carrie Diaries* [Television series]. Warner Bros. Television.
- Huysen, A. (1986). *After the Great Divide: Modernism, Mass Culture, Postmodernism*. Bloomington: Indiana University Press.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture : where old and new media collide* (Updated and with a new afterword.). New York London: New York University Press.
- Jenkins, H., & Johnson, D. (2014). Rethinking the "Value" of Entertainment Franchises: An Interview with Derek Johnson (Part One). Retrieved from <http://henryjenkins.org/2014/01/rethinking-the-value-of-entertainment-franchises-an->

interview-with-derek-johnson-part-one.html

- Johnson, D. (2011). Devaluing and revaluing seriality: The gendered discourses of media franchising. *Media, Culture & Society*, 33(7), 1077–1093.
- Johnson, D. (2013). *Media Franchising: Creative License and Collaboration in the Culture Industries*. New York, NY: NYU Press.
- King, M.-P (Producer and Director). (2008). *Sex and the City*. USA: New Line Cinema.
- King, M.-P (Producer and Director). (2010). *Sex and the City 2*. USA: New Line Cinema.
- Lowry, B. (2008). Sex and the City. *Variety*. Retrieved from <http://variety.com/2008/film/reviews/sex-and-the-city-6-1200522435/>
- Lowry, B. (2010). Sex and the City 2. *Variety*. Retrieved from <http://variety.com/2010/film/markets-festivals/sex-and-the-city-2-1117942849/>
- McCarthy, T. (2008). Indiana Jones and the Kingdom of the Crystal Skull. *Variety*. Retrieved from <http://variety.com/2008/film/markets-festivals/indiana-jones-and-the-kingdom-of-the-crystal-skull-2-1200522343/>
- McClintock, P., & McNary, D. (2005). “Sex” laces up for box office battle. *Variety*. Retrieved from <http://variety.com/2008/film/box-office/sex-laces-up-for-box-office-battle-1117986611/>
- Mittell, J. (2010). Previously On: Prime Time Serials and the Mechanics of Memory. In M. Grishakova & M.-L. Ryan (Eds.), *Intermediality and Storytelling* (pp. 78–98). Berlin: Gruyter.
- Roston, S. (2008). Press Release: Harpercollins Publishers Signs Candace Bushnell for “The Carrie Diaries.” Retrieved June 11, 2015, from <http://corporate.harpercollins.com/us/press-releases/200/HARPERCOLLINS%20PUBLISHERS%20SIGNS%20CANDACE%20BUSHNELL%20FOR%20%20%27THE%20CARRIE%20DIARIES%27>
- Salkin, A. (2007). Tune Out. No, You Tune Out. *The New York Times*. Retrieved from <http://www.nytimes.com/2007/10/21/fashion/21lipstick.html>
- Snetiker, M. (2014, February 19). “Sex and the City 3”? Michael Patrick King: “There’s one story left’. *Entertainment Weekly’s EW.com*. Retrieved from <http://www.ew.com/article/2014/02/19/sex-and-the-city-3-movie-michael-patrick-king>
- Sohn, A. (2002). *Sex and the City: Kiss and Tell*. New York: Pocket Books.
- Star, D. (Producer). (1998-2004). *Sex and the City* [Television series]. New York, NY: HBO.
- Tasker, Y., & Negra, D. (2007). *Interrogating Postfeminism: Gender and the Politics of Popular Culture*. Duke University Press.
- Villarreal, Y. (2011, August 3). “2 Broke Girls” isn’t “Sex and the City” redux, says Michael Patrick King. Retrieved from <http://latimesblogs.latimes.com/showtracker/2011/08/tca-2011-2-broke-girls-cbs.html>

Serialità espansive. Il racconto è là...come la Tv¹

Giovanni Prattichizzo

Federazione Italiana Scrittori

Claudio Gentile

Rai - RadioTelevisione Italiana

La forma televisiva è oggi sottoposta all'azione dirompente di un mutamento epocale, quello che vede i linguaggi e i contenuti della comunicazione adeguarsi ai nuovi assetti della trasformazione sociale e digitale. Il concetto di serialità muta con il tempo, con i cambiamenti dei sistemi del racconto e delle tecnologie, con l'evoluzione dei pubblici e del mercato, riconfigurando, a volte anche alle fondamenta, i propri schemi nei quali è possibile trovare nuove forme di narrazione. Grazie a questo nuovo dialogo/racconto è possibile sedurre pubblici "extended" e massimizzare l'engagement.

Il saggio proposto, sintesi di un lavoro più ampio che sarà pubblicato prossimamente, intende dimostrare come si stia attuando una profonda rivisitazione e superamento dei confini della serialità televisiva, che ne sdogana i contenuti proiettandoli al di fuori del perimetro del drama televisivo e ne configura nuove modalità di creazione e fruizione partecipata che spesso innescano forme di cocreazione dei contenuti. Una prima ipotesi alla base della riflessione qui proposta riguarda il passaggio dalle "fabbriche della serialità" alle "tattiche della post-serialità". Non più solo "serie serializzate" ma "format seriali". Prendendo in esame particolari casi di studio (C'è Posta per te, X Factor, ecc.) e analizzandone gli intrecci e le relative espansioni e migrazioni su paratesti social si vuole dimostrare come le logiche della serializzazione e le narrazioni cross-platform vengano fortemente utilizzate anche in prodotti televisivi di entertainment. Il problema sembra essere, da un lato, rendere raccontabile, comprensibile e spettacolare ciò che è quotidiano; dall'altro, mostrare ciò che è straordinario il più possibile vicino alla vita vera. Queste due esigenze comunicative, radicalizzandosi, hanno dato origine a un nuovo linguaggio che potremmo definire della "real fiction". Una serialità che ha aperto un'importante finestra di conversazione con lo spettatore rendendolo sempre più determinante nello svolgimento del racconto. Possiamo parlare di *Tv Show seriali*?

The concept of seriality changes with time, with the changes of the systems of the story and technologies, with the processes of audience and market evolution, reconfiguring their schemes in which it's possible to find new forms of storytelling. The proposed paper will demonstrate how it is implementing a thorough review and overcome the boundaries of the television series, which legitimizes the contents projecting outside the perimeter of the television drama and sets up new ways of creation and participatory consumption that often trigger forms of co-creation and user generated contents. The hypothesis concerns the transition from "factories of seriality" to "tactics of post-seriality". No longer just "series serialized" but "serial format". Taking into consideration particular case studies (C'è posta per te, X Factor) and analyzing the plots and its expansions and migrations on social paratexts we want to prove how the logic of the serialization and narratives cross-platform are also heavily used in entertainment television products. The problem seems to be, on the one hand, make narratable, understandable and spectacular what is daily; on the other hand, show what is extraordinary as close as possible to real life. These two communication needs, radicalized, have given rise to a new language that could be called the real fiction. A serialization that has opened an important window of conversation with the audience, through social media, making it increasingly important in the development of the story. Can we talk about TV Shows serial and social?

Key Words: serialità; entertainment; engagement; social Tv, convergenza

Se dovessimo scegliere la parola che meglio descrive le economie, i consumi, le modalità distributive, i criteri di produzione, visibilità e scambio culturale del nostro tempo senz'altro dovremmo ricorrere al termine serialità. Questa mette insieme due profonde ed immutabili facoltà del genere umano: da un lato la capacità di narrare, come parte di noi per riconoscerci e farci riconoscere, dall'altro l'abilità di costruire un'opera aperta in grado di coinvolgere attivamente i destinatari.

Fin dalla sua nascita anche la televisione sceglie la serializzazione non solo perché essa rappresenta una fortissima ed attiva componente di qualsiasi processo creativo ma perché essa sembra essere l'unica in grado di rispondere all'esigenza di standardizzazione delle strutture di produzione rendendo possibile una variazione costante di contenuti ed una viva seduzione nei confronti dei pubblici. Pertanto, la fabbrica televisiva impone fin da subito «la logica della serie a tutto il processo espressivo, con un potere di formalizzazione e di riproduzione degli standard straordinariamente più elevato che nel passato» (Abruzzese in Sartori C., 2009).

Eppure, la serialità non risponde solo al bisogno, proprio della civiltà industriale, di ottimizzare il rapporto tra risorse produttive e pratiche di consumo: essa si sviluppa anche in una modalità di narrazione immersa assai vicina alle forme comunitarie e virtuali di esperienza e di consumo. Se è vero che il racconto permette all'individuo di mettere ordine nel disordine esistenziale, si può sostenere che la serialità sia tipicamente propria delle narrazioni post-moderne e, quindi, in grado di affrontare la complessità e il mutamento (Rondini, 2002, p.169). La narrazione seriale consiste in un «procedimento narrativo aperto organizzato intorno a momenti di sospensione, sia interni al testo che relativi alle modalità di fruizione» (Allen, 1995, p. 17).

Una delle più interessanti definizioni di serialità elaborate nel caso italiano (Abruzzese, 1984) è quella che la considera «un processo, o un risultato di processi, di ottimizzazione del modello di produzione-consumo dell'industria culturale legata alla tecnologia meccanica, alla riproducibilità tecnica». Le sue caratteristiche strutturali sono tre: «la ripetizione (certi elementi di contenuto o certi schemi formali ritornano pressoché identici in diversi testi), la serializzazione (dei testi diversi si organizzano in una successione ordinata, o comunque in una famiglia comune), e la dilatazione (i testi, riunendosi tra di loro, formano un insieme di lunghezza indefinita; anzi, tendenzialmente infinita)» (Casetti 1984d, p. 13).

La serialità è resa possibile dalla presenza di una successione, da un processo di enumerazione, dal formarsi di una qualche lista: c'è il ritorno del già noto ma anche il crearsi di una collezione di casi.

In essa un ruolo centrale è occupato dalla scrittura. Il processo seriale è una girandola di connessioni e sinergie frutto di collaborazioni partecipative. Si vanno ad intrecciare le fasi creative con le logiche di standardizzazione dei processi produttivi. Con il tempo la logica della scrittura industriale si è pienamente radicata nell'economia televisiva. Pertanto, è determinante la dimensione testuale delle forme seriali, regolata da dispositivi sempre più raffinati di *innovatio* e *repetitio*, segnata dall'esibizione di corpi e suggestioni altamente rappresentativi, in grado di provocare dinamiche di immedesimazione/differenziazione.

Se è vero che la serialità può essere compresa solo all'interno dei meccanismi e dei linguaggi della televisione, possiamo ritenere che, nello scenario contemporaneo, essa è un genere televisivo, anzi il genere televisivo per eccellenza, poiché costituisce il tratto distintivo della maggior parte dei programmi televisivi che si caratterizzano per la loro frammentazione in episodi e puntate. Ci si trova di fronte ad un aumento della raffinatezza della messa in scena, alla presenza di una sofisticata struttura promozionale e di una crescente complessità narrativa di questi programmi.

Riprendendo gli studi e le analisi di Jason Mittell, è possibile estendere l'idea di complessità narrativa e struttura "serializzata" a numerosi programmi televisivi di *real fiction unscripted*. La complessità narrativa risulta essere una modalità di narrazione, «il risultato dell'intreccio di un certo numero di forze storiche che intervengono a trasformare le norme stabilite in ogni pratica creativa» (Mittell, 2006, p. 1).

A questo punto è opportuno indicare un tempo in cui il processo di serializzazione travalica i tradizionali confini della narrativa televisiva. Anzi due tempi contemporanei.

Il primo è il tempo del flusso che si dipana nella costruzione quotidiana della serialità. La narrazione televisiva è meno consequenziale e linearmente strutturata, con la conseguenza che «molti generi televisivi affiancano più linee di racconto, passando alternativamente da un personaggio ad un altro, da una situazione ad un'altra, senza che in questi stacchi si percepisca una relazione del tipo prima/dopo» (Ferraro, 2002, p. 367).

Il secondo tempo è quello degli anni Ottanta, dell'affermazione delle tv commerciali che spinge la Rai a rinnovare profondamente le caratteristiche comunicative, i contenuti e il linguaggio dei suoi programmi. La neotelevisione abbandona il modello pedagogico del monopolio e, per difendersi dalla concorrenza dei nuovi soggetti privati, punta fortemente sulla spettacolarizzazione e sull'intrattenimento, dando vita a programmi come *Pronto, Raffaella?*, *Quelli della notte* che vengono ancora ricordati come prototipi di un nuovo modo di fare televisione. In quegli stessi anni, la pervasività del seriale viene a coinvolgere anche altri ambiti televisivi. La serializzazione non appare più una caratteristica dei formati che storicamente l'hanno adottata, sia dal punto di vista produttivo che narrativo, ma si estende a tutti i generi televisivi, influenzando l'intrattenimento, l'informazione e i programmi di cultura. La televisione, nella sua totalità, diviene la principale agenzia di storytelling seriale del mondo contemporaneo.

Tale processo si può ricondurre a tre punti fondamentali. In primo luogo, riguarda i formati più tradizionali, ossia le serie che si serializzano, avvicinando la loro struttura sempre più a quella del serial, di un racconto, articolato su un numero variabile di puntate, interdipendenti tra loro e basate su una costruzione drammaturgica multistrand (J. Mittell, 2006).

In secondo luogo, si avvia un meccanismo che instaura un "effetto alone", formati e contenuti seriali si diffondono al di fuori dell'ambito ristretto delle serie tv, imponendo un'invasione del palinsesto da parte di programmi d'intrattenimento. Un prodotto, come, ad esempio, quello dei talent show, attraversando diversi livelli esperienziali dello spettatore, lo porta ad attivare profondi meccanismi di concatenazione seriale che rafforzano la convinzione che il processo di serializzazione in atto sia di buon grado esteso all'intero ambito mediale (Innocenti, Pescatore, 2008).

Effetto che risulta ancor più complesso per l'attuarsi di un processo di espansione transmediale e crossmediale che fa sì che i prodotti seriali televisivi vadano oltre i confini del medium per il quale sono stati pensati per migrare su altri media.

La Social Tv e i processi di serializzazione: i casi di studio

La *serialità espansa* contemporanea è un luogo rinnovato vicino alla cultura convergente dei soggetti che, più o meno consapevolmente, la producono, la consumano, la vivono. È partecipativa, sensoriale, emotiva, innovativa, convergente, quotidiana, interattiva, globale, generazionale, sempre più dialogica (Jenkins, 2007).

L'ipotesi che si intende dimostrare fa riferimento ad una profonda rivisitazione dei confini della serialità televisiva a cui stiamo assistendo, che ne sdogana i contenuti proiettandoli al di fuori del perimetro del mezzo televisivo e delle sue critiche, ne configura nuove modalità di fruizione. In una doppia prospettiva. Secondo l'ottica *top down*, come è cambiata l'arte di raccontare «storie infinite» secondo i criteri del networking, dall'altro secondo le strategie *bottom up*, partendo dalla serialità per comprendere meglio le grandi trasformazioni dei sistemi di produzione e distribuzione mediale. Sono stati presi in esame due casi di studio (*C'è Posta per te*, *X Factor*) e analizzati gli intrecci e le relative espansioni e migrazioni dai paratesti televisivi a quelli social attraverso le logiche della serializzazione e narrazione cross-platform.

Per far questo abbiamo elaborato una griglia di analisi contenente le caratteristiche endogene ed esogene proprie della serialità contemporanea. A parere di chi scrive, oltre agli aspetti tradizionali dei processi di serializzazione è possibile individuare ulteriori variabili esogene. La prima riguarda i pubblici. Ogni testo mediale diviene seriale in quanto cambia profondamente il concetto di "seguire" un programma tv. Oggi significa compiere un'esperienza dinamica, un processo di attivazione che conduce i pubblici/consumatori a mettersi in azione per pedinare e andare a scovare i prodotti che lo coinvolgono anche su differenti piattaforme e supporti (Brooker, 2001). I pubblici mettono in atto pratiche sociali di fruizione più libere e intense e vedere lo show televisivo diviene solo una tra le molteplici attività legate al consumo di un determinato prodotto che, serializzandosi, racconta la sua storia in modo continuo e dialogico. Oggi l'esperienza mediale configura possibilità di movimento, creatività, riscrittura e partecipazione. A ciò si lega il concetto di fidelizzazione, oggi fortemente intrecciato al *binge-watching*, che porta una visione basata su un rituale, che influisce sulle scelte di fruizione del tempo da parte di chi segue un tv show seriale senza mai perdersi una puntata. Per non parlare delle community che si formano intorno ad esso, con centinaia di migliaia di persone che condividono i loro commenti sulle puntate.

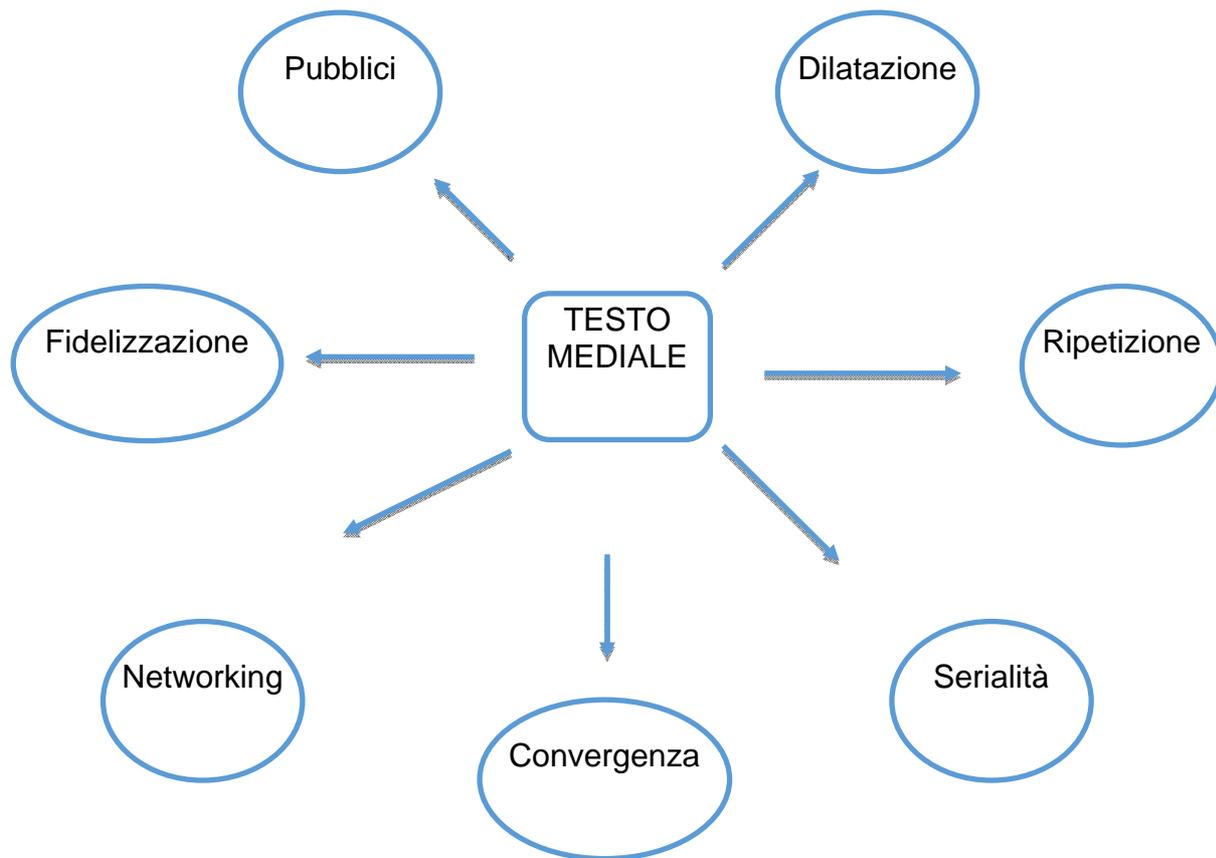


Figura 1: Variabili esogene del processo di serializzazione²

È possibile anche individuare alcune specifiche variabili endogene, oltre alla scrittura, del processo di serializzazione che devono essere attivate nella costruzione e realizzazione di un prodotto mediale.

- **Temporalità:** questa deve essere vettoriale, nel senso che il tempo scorre in avanti accompagnando il tempo vissuto dello spettatore;
- **Personaggi/cast:** nei processi di serializzazione, l'attore racchiude in se i germi della narrabilità in modo tale che si verifichino uno sviluppo e una sua trasformazione;
- **Resistenza:** gli elementi del programma devono essere dotati di un tale spessore da renderli duraturi e continuativi nel tempo con un alto grado di potenzialità narrative;
- **Riconoscibilità:** le forme seriali hanno bisogno di una sorta di prevedibilità che le renda riconoscibili al pubblico.
- **Identificazione:** si tratta di una caratteristica a metà tra l'interno e l'esterno dei processi di serializzazione in cui la fascinazione per i personaggi lascia spazio a quella per le storie. In tal senso, il processo di identificazione risulta gratificante

poiché lo spettatore si eleva, trasfigurandosi nelle sembianze (molto o poco) idealizzate del personaggio.

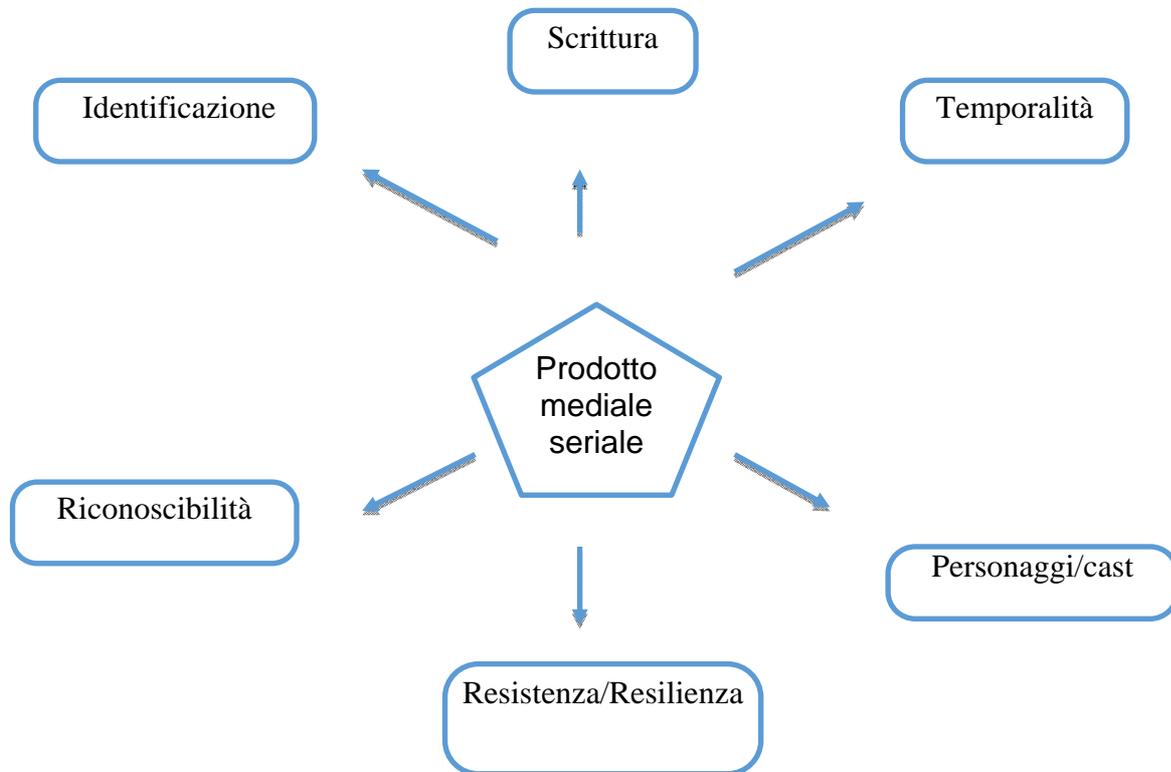


Figura 2: Variabili endogene del processo di serializzazione³

Immersi nelle storie: C'è posta per te

C'è posta per te, nasce nel 1999 da un'idea di Maria De Filippi e Alberto Silvestri, e va in onda dal 2000 su Canale 5. Il format originale è stato venduto in 24 paesi.

Dal punto di vista degli ascolti, il programma continua a mantenere livelli molto elevati: si pensi che la media dell'edizione del 2010 è stata del 27,36% mentre quella dell'edizione 2015 è stata del 26,84%. Qui di seguito l'andamento dello share delle nove puntate.

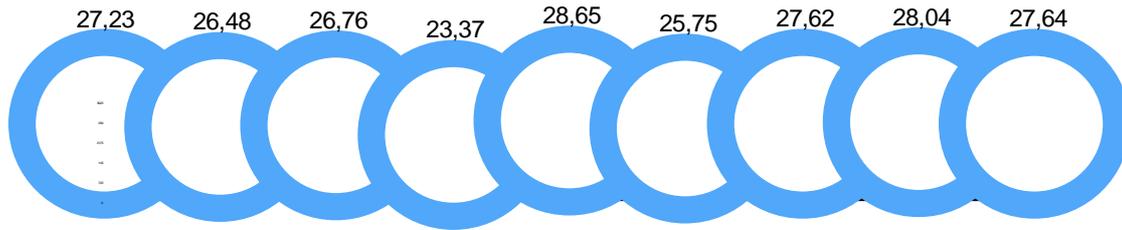


Grafico 1: Share di C'è posta per te 2015⁴

La struttura del programma è abbastanza semplice: la durata è di circa tre ore e venti, pubblicità esclusa. Solitamente si alternano storie di gente comune (max 3 a puntata) con quelle dove eroi sono i personaggi famosi italiani e stranieri.

Per la nostra analisi faremo riferimento dapprima alle variabili endogene e poi a quelle esogene. Partiamo dalla scrittura. Ogni puntata è meticolosamente scritta, come fosse proprio una serie tv, dotata di una sceneggiatura complessa nella quale il *come* e il *cosa* del racconto si fondono assieme per rendere la storia efficace e seducente. Cronaca, racconto, parole. E tutto parte da lontano, dalla scelta delle storie che la redazione divide per generi: ricerca dell'incontro con il personaggio famoso oppure storie d'amore, fratture sentimentali o parentali, torti o abusi subiti. Maria De Filippi le racconta, voce (quasi) fuori campo, narratore puro e le sue parole diventano la lettera che si ascolta in onda. Da voce a sentimenti di chi non ha le parole per esprimerli, senza mai prendere le parti di nessuno. Totale aderenza tra personaggio e racconto: uno dei segreti della grande serialità. La lettera viene poi puntellata scenograficamente per creare l'atmosfera o aiutare la climax emotiva. La scelta dell'essenzialità narrativa invece della retorica da melodramma è fondamentale: non è detto, infatti, che in queste storie si possa immaginare un finale che metta d'accordo tutti, dunque è meglio raccontare in modo onnisciente senza coinvolgimenti, lasciando poi al confronto tra i personaggi il monopolio della retorica (Pacifico, 2015). Al tempo stesso, emerge la temporalità del programma d'intrattenimento che si fa seriale. Non ciclica, ma che alimenta l'imprevisto e l'eccezionale pur mantenendo vivo il ritorno del già noto. Il ritmo dato dall'alternarsi dei punti di vista, declinati in brevi capitoli, che culminano in climax sfiancanti e che tengono i pubblici in quella sospensione dell'incredulità come per assicurarsi il suo ritorno dopo la pausa pubblicitaria.

Ulteriore punto di forza di una buona narrazione sono i personaggi. Nell'high concept l'eroe è sempre un soggetto in crisi affettiva e/o identitaria; la madre snaturata che a settant'anni vuole vedere i figli; l'atletico ballerino adolescente che deve superare la crisi che lo contrappone al padre che non ha compreso la sua carriera (Vereni, 2008). Come una *Pasolini televisiva*, racconta un proletariato espresso unicamente dai suoi sentimenti e in grado di garantire a chi guarda la certezza della *partecipazione, della riconoscibilità e dell'identificazione*.

Vediamo un caso di puntata. Si racconta di una famiglia: Michele, Vincenzo ed Eleonora che videro la loro mamma 47 anni fa e vorrebbero incontrarla di nuovo. Ecco la narrazione della De Filippi:

Il motivo per cui sono qua è la mamma. L'ultima volta che hanno visto la mamma avevano 7, 6 e 9 mesi [...] La mamma non la vedono da 47 anni e della loro infanzia hanno vaghi ricordi. Michele mi ha detto che loro vivevano in Venezuela, quello che si ricorda vagamente è una villetta, suo padre che faceva il muratore e spesso era fuori casa per lavoro anche parecchi giorni, e la madre che di giorno usciva ma la sera rientrava e stava con loro. [...] una sera la madre non rientra. Loro aspettano ma niente. Passano la notte soli. La mattina dopo lui prova ad uscire di casa e trova la porta chiusa a chiave e non c'erano le chiavi. Decide di scavalcare dalla finestra e di andare per strada a cercare la madre [...] loro che piangono, urlano, una vicina di casa che li sente, il padre che arriva, sfonda la porta e trova i ragazzi chiusi in casa e abbandonati. Nel giro di pochissimo tempo vengono caricati su una nave chiamata Savoia un mese di navigazione e il ritorno in Italia, in Sicilia. Michele e Vincenzo vanno a vivere con il padre che si appoggia dai suoi genitori, Eleonora in istituto. [...] di mamma non si poteva parlare, era un discorso tabù con papà, poi papà incontra una nuova donna che doveva farci da madre, ma per me era la matrigna delle fiabe, nel senso che di madre non aveva nulla. Con mio fratello Vincenzo fu molto dura. [...] Noi abbiamo ritrovato vostra madre in Venezuela. (tratto dalla nona puntata, sabato 21 marzo 2015)

La De Filippi è la narratrice, tiene la trama, e nel dosaggio consapevole di storie ataviche, amori finiti o sofferti o ricongiungimenti inaspettati si crea uno storytelling emotivo ed emozionale che non diminuisce mai di intensità dimostrando che non conta solo quel che racconti ma come lo fai. Se la narrazione è totalmente seducente, in quanto ti conduce dentro la storia, la serializzazione ci introduce ad un genere nuovo: il *reality soap*. Storie che generano, oltre che fascinazione o attenzione, empatia, coinvolgimento, condivisione. Come nella soap, il piacere maggiore è nell'attesa (Modleski, 1982), perché rende «fine a se stessa l'anticipazione della fine». Il largo uso di primi piani, di espressioni facciali, la verbosità e la ridondanza tipiche della soap opera (e che ritroviamo nel programma) hanno funzioni fatiche esercitando le abilità inferenziali degli spettatori. Al tempo stesso, la struttura aperta del programma, come fosse una soap, ci dice «la vita continua; hai un'altra possibilità; niente è definitivo, c'è sempre un domani, c'è sempre un altro episodio». La *soapizzazione dell'entertainment* ha come principale obiettivo il mantenimento del «flusso» che è, secondo Williams (1974), «l'esperienza centrale della televisione», come apparato più di simulazione che di rappresentazione.

Un grande romanzo popolare. O meglio ancora, un'infinita storia televisiva seriale che emerge anche nella post-produzione di ciascuna puntata. Essendo registrata la costruzione di una puntata è identica a quella di una serie tv, seguendo un'altalena emotiva che pian piano aumenta l'intensità fino, come si capisce ogni volta, a chiudere il feuilleton come nella Parigi metà '800: mettendo un sorriso alla fine dell'ultima pagina, amara o dolce che fosse.

Se sono abbastanza evidenti gli aspetti della serialità, della ripetizione e della dilatazione del programma, risulta opportuno indagare quello che accade nella dimensione della fruizione e, in particolare, da parte dei pubblici, del networking e della convergenza.

Oltre gli ascolti televisivi, per comprendere il livello di engagement dei pubblici e di serializzazione esterna dobbiamo analizzare la presenza, le modalità e gli utilizzi dei social network in un'ottica di cultura convergente. Tutte le puntate del programma sono disponibili sulla piattaforma Witty Tv della Fascino Srl. Da qui è possibile accedere anche al backstage, alle clip, alle news, ai social e alla sezione «Racconta la tua storia». La trasmissione ha una pagina Facebook (<https://www.facebook.com/cepostaperteufficiale>) e un account twitter ufficiale (@cepostaperte1). Il coinvolgimento e la partecipazione vivono soprattutto attraverso twitter. Secondo i dati offerti da Web Social Mediaset, ad esempio, l'ultima puntata ha avuto oltre 40mila tweet e, comunque, non sono mai scesi al di sotto del 30mila.

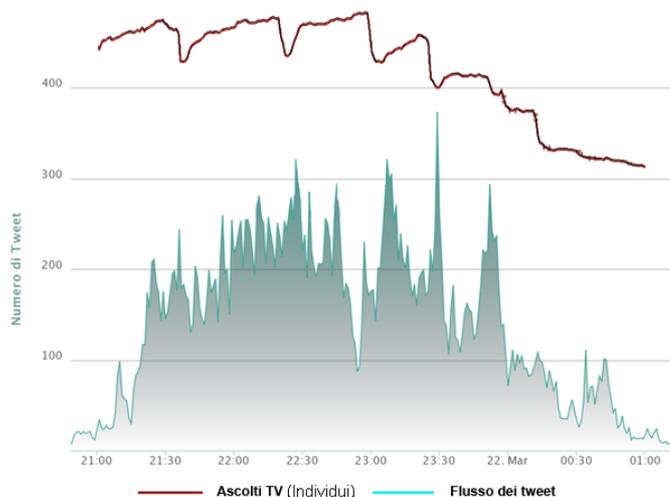


Grafico 2: Tweet - Share⁵

Nel grafico qui sopra si mette a confronto il flusso di tweet con il trend degli ascolti della puntata. Il picco più alto si è registrato alle 23:29 con 376 tweet. La storia di Giada, che ha tradito il fidanzato e che a #cepostaperte gli ha chiesto scusa chiedendogli di tornare insieme, ha commosso anche il pubblico social. Tanti i picchi su questa storia.

Ciò che interessante è il contenuto dei commenti da parte dei pubblici (work in progress) che restituiscono una piena emozionalità narrativa e seriale. Paolo Giordano scrive su twitter: “la vita sa scrivere sceneggiature fenomenali e commoventi. C’è posta per te riesce a leggerle. È il vero feuilleton della tv”.

I contenuti televisivi si strutturano come spunti per le conversazioni narrative che possono essere attivate e condivise nelle piattaforme digitali.

Il brand tv storyteller: X Factor

La narrazione può essere espansa al di là dello schermo e viene amplificata da un flusso parallelo e discontinuo che partecipa quasi, se non, in diretta e contribuisce al racconto dello stesso.

Uguale comportamento si è osservato ed è emerso durante le analisi della finale di X Factor 8, realizzata studiando, in particolar modo, le piattaforme social. Ad esempio, la finale di XFactor dell'11 dicembre 2014 è stata il terzo programma più visto della tv sbaragliando la concorrenza nei social.

«#XF8LaFinale è entrato nella classifica mondiale di Twitter dalle 21 restandoci per l'intera durata dello show fino a notte inoltrata. Con 360.000 tweet di conversazione intorno alla finale, di cui più di 316.000 con hashtag ufficiali #XF8 e #XF8LaFinale, con un picco di più di 4.100 tweet al minuto durante la puntata. Il talent musicale di Sky Uno è lo show che ha avuto la più alta audience su Twitter (254.110) e il maggior numero di autori unici» (fonte: Nielsen Twitter TV Ratings).

Si tratta, inoltre, dell'edizione di X Factor più twittata: la conversazione globale è di oltre 2.400.000 tweet di cui più di 1.500.000 con hashtag #XF8, il 20% in più rispetto allo scorso anno. #XF8 e #XF8LaFinale sono stati gli hashtag più usati nella giornata della finalissima e degli ultimi sette giorni e si conferma, ad ora, il programma più discusso della settimana (per 8 settimane su 9 – fonte Nielsen Twitter TV Ratings).

I temi di X Factor hanno dominato i trending topic italiani di Twitter per tutta la serata e la notte arrivando ad occupare contemporaneamente la 9^a delle prime 10 posizioni degli argomenti più discussi in Italia. Tra i temi più discussi, i due finalisti Lorenzo e Madh. L'hashtag #XF8LaFinale e molti degli argomenti riguardanti lo show sono ancora in classifica tra le prime posizioni questa mattina.

La partecipazione del pubblico da casa attraverso l'interattività è stata molto attiva: sono stati 7,7 milioni i voti arrivati per Lorenzo, Madh, Ilaria e Mario, +45% rispetto alla finale dell'edizione precedente. Gli applausi, invece, sono stati 350 milioni registrati sull'App X Factor 2014, che in questa edizione ha totalizzato 1,4 milioni di download. Il sito web ufficiale xfactor.sky.it, ogni giovedì, ha registrato 28 milioni di pagine viste e 350.000 utenti unici.

Questo dimostra quanto la macchina narrativa di X Factor riesca a coinvolgere il proprio pubblico prima, durante, ma soprattutto, dopo lo show. Conseguenza della macchina autoriale di X Factor che ha minuziosamente creato un «mondo» intorno allo show generando quello che nello storytelling è chiamato "world building": il potenziamento del coinvolgimento del pubblico nella storia.

I creatori di «mondi virtuali», se pur televisivi, non possono aggiungere storie, possono solo aggiungere contenuti. Incrementano l'esperienza che può essere fatta da coloro che la vivono osservando gli stessi contenuti nella storia. Questa frase che, a prima vista, può sembrare sibillina, racchiude in sé, invece, una profonda verità. La storia è di chi la fruisce e gli autori si limitano a deciderne i risvolti narrativi o le piattaforme su cui veicolarle, ma l'universo sta nella mente del pubblico che lo interpreta. Maggiore, infatti, sarà il grado di

coinvolgimento, altrettanto grande sarà il successo che ne deriverà. È necessario trovare il proprio pubblico e per farlo ci sono due step da compiere: identificare chi è e capire cosa desidera. In sostanza, bisogna essere in grado di fornire il giusto contenuto alla giusta gente nel giusto momento. Come suggerisce Danny Paters nel suo articolo «Find Your Film's Audience: How to Get Started», bisogna iniziare ad individuare non tanto un pubblico di nicchia quanto degli interessi di nicchia. Dopo aver individuato l'interesse che si confà maggiormente all'universo che si è creato, si può ampliare il target inserendo altri interessi che possono servire per creare delle connessioni con il prodotto. Inoltre, è necessario sviluppare un profilo del pubblico non tanto basandosi su indici demografici, quanto psicografici. Bisogna andare oltre l'età e il sesso che i marketer solitamente utilizzano e sviluppare una sorta di modello basato su quattro quadranti in cui inserire:

- personalità;
- valori;
- atteggiamenti;
- interessi e stili di vita.

Il primo passo da compiere è determinare quali siano i punti di forza del prodotto. Interrogarsi sui temi trattati all'interno del progetto, gli elementi che lo rendono unico, se e in quale genere può rientrare, se i diversi media che compongono le estensioni sono quelli più adatti al pubblico che si è definito o se è necessario modificarne qualcuno. Soprattutto, ci si deve interrogare sul perché del progetto e su cosa si vuole raccontare con esso. Fatto ciò, si avranno abbastanza dati per proseguire nella ricerca del pubblico. Con questi presupposti è facile immaginare che lo scenario di produzione e fruizione televisiva dovrà essere incentrato su dinamiche di coinvolgimento sempre più complesse e raffinate che privilegeranno il punto di vista dei pubblici favorendone dialogo e interazione.

Nota biografica

Giovanni Prattichizzo è Dottore di Ricerca in Scienze della Comunicazione e delle Relazioni Pubbliche presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma. Dal 2014 è Social Media Manager e Storyteller presso la Federazione Unitaria Italiana Scrittori (Fuis). Si occupa della relazione tra media e società, di storytelling e narrazioni transmediali, di pratiche culturali, artistiche e partecipative nei social network e nella realtà digitale. Associa anche l'attività di formazione coordinando il corso di formazione professionalizzante "Storytelling digitale e narrazione transmediale. Creazione e Produzione delle Web Series" e tenendo docenze presso Università ed enti formativi accreditati. Tra le ultime pubblicazioni: *Twittami o Diva! Letterature e pratiche narrative nella Social Network Society in "Narrazioni dell'incertezza. Società, media, letteratura"*, M. Bruno, A. Lombardinilo (a cura di), Franco Angeli (Collana Scienze della Comunicazione), 2016.

Claudio Gentile Laureato presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza di Roma con una tesi sperimentale su Transmedia Storytelling e creazione di universi narrativi, collabora con le cattedre di Social media management e Media e studi culturali. Lavora come Transmedia storyteller, Social media Strategist e Formatore.

Bibliografia

- Abruzzese, A. (a cura di). (1984). *Ai confini della serialità*. Napoli: SEN.
- Allen, R. C. (1995). *To be Continued... Soap Operas around the World*. London-New York: Routledge.
- Brooker, W. (2001). Living on Dawson's Creek. Teen Viewers, Cultural Convergence, and Television Overflow. *International Journal of Cultural Studies*, 4,4, 456-472. doi: 10.1177/136787790100400406
- Calabrese, S. (2010). *La comunicazione narrativa. Dalla letteratura alla quotidianità*, Milano: Mondadori.
- Cardini, D. (2004). *La lunga serialità televisiva. Origini e modelli*. Roma: Carocci.
- Casetti, F. (a cura di). (1984). *L'immagine al plurale. Serialità e ripetizione nel cinema e nella televisione*. Venezia: Marsilio.
- Ferraro, G. (2002). Fu veramente cult. In Volli, U. (a cura di), *Culti tv. Il tubo catodico e i suoi adepti*. Milano: Sperling & Kupfer-RTI.
- Innocenti, V., & Pescatore G. (2008). *Le nuove forme della serialità televisiva. Storia, linguaggio e temi*. Bologna: Archetipolibri.
- Jenkins, H. (2007). *Cultura convergente*. Milano: Apogeo.
- Mittell, J. (2006). Narrative Complexity in Contemporary American Television. *The Velvet Light Trap*, 58. Fall.
- Modlesky, T. (1982). *Loving with a Vengeance: Mass-produced Fantasies for Women*. London-New York: Routledge.
- Pacifico, F. (2015). *Maria De Filippi, l'amica geniale*. Preso da: <http://www.internazionale.it/weekend/2015/03/07/maria-de-filippi>
- Rondini, A. (2002). *Sociologia della letteratura*. Milano: Mondadori.
- Sartori, C. (2009). *La grande sorella 2. La vendetta della tv*. Milano: Mondadori.
- Santangelo, A. (2008). La "real fiction". Oltre l'opposizione fattuale/finzionale. In M. P. Pozzato, & G. Grignaffini (a cura di), *Mondi seriali. Percorsi semiotici nella fiction*. Milano: Link. Idee per la televisione.
- Vereni, P. (2008). *Identità catodiche. Rappresentazioni mediatiche di appartenenze collettive*. Roma: Meltemi.
- Williams, R. (1974). *Televisione. Tecnologia e forma culturale*. Roma: Editori Riuniti.

Note

¹ Il lavoro qui proposto è una sintesi di una ricerca più ampia sulla serialità e social Tv che coinvolge, oltre ai programmi tv citati nel saggio, anche “Gazebo”; “Masterchef” e “Chi l’ha visto” e che verrà presentata nei prossimi mesi.

² Fonte: Elaborazione a cura dell’autore

³ Fonte: Elaborazione dell’autore

⁴ Fonte: Auditel

⁵ Fonte: Web Social Mediaset, 2015.

Ripensare l'episodio. Recap e recensioni nell'era del binge-watching

Chiara Checcaglini

Università degli Studi di Urbino Carlo Bo

Le serie televisive americane contemporanee hanno sfruttato negli ultimi anni le possibilità di estensione temporale offerte dalla forma seriale al fine di costruire universi narrativi complessi, strutturati e arredati. Il fattore chiave della specificità seriale è da sempre la suddivisione in stagioni ed episodi, che differenzia le serie dalla narrazione cinematografica (Bandirali, Terrone 2014). Oggi, il panorama seriale è sempre meno incentrato sul medium televisivo in senso tradizionale, ed è definito dalla frammentazione degli interessi delle audience e dalla predominanza della circolazione sulla distribuzione (Jenkins 2012): nuovi soggetti stanno sperimentando nuovi modi di produzione e distribuzione, che sembrano influenzare i comportamenti e le routine degli spettatori contemporanei. Soggetti come Netflix o Amazon hanno fatto proprie pratiche di circolazione come lo streaming e il binge-watching, attraverso modelli digitali di distribuzione e attraverso il rilascio contemporaneo degli episodi di intere nuove stagioni dei loro prodotti. Ciononostante, alcune serie incentrate su una narrazione a colpi di scena, o sull'attualità, traggono ancora beneficio da una programmazione di tipo tradizionale, mentre il revival del modello della miniserie evidenzia nuove connessioni tra il linguaggio televisivo e quello cinematografico. Strutture episodiche così diversificate comportano contrazioni o estensioni del modello serializzato che inevitabilmente influenzano le pratiche discorsive attorno ai singoli episodi. Se la programmazione settimanale ha sempre innescato recap e commenti sui singoli episodi, congetture e teorie sulle trame, analisi in profondità, a quali cambiamenti va incontro il discorso critico in questo nuovo scenario?

Serie di successo e criticamente acclamate come *House of Cards* e *Orange is the New Black* di Netflix, e la miniserie HBO *Olive Kitteridge* aiutano a focalizzarsi sulle mutazioni delle pratiche critiche correlate al singolo episodio. A partire da questi esempi e dalla diversificazione delle strutture episodiche, cercheremo di capire se il discorso critico online legato alla periodicità settimanale è destinato a sparire o se sarà rimpiazzato da modalità di commento più immediate e inclusive.

Contemporary US TV Series have already exploited all the possibilities offered by the serialized extension of time in order to build complex, structured, furnished narrative worlds. TV Series' parceling into seasons and episodes has always been the key factor in their specificity, what differentiates them from the cinematic narrative form (Bandirali, Terrone 2014). Nowadays, TV Series' scape is less and less television-based, and it is defined by the fragmentation of audiences' interests and by circulation preponderance over distribution (Jenkins 2012): new "players" in the field experiment with new modes of production and distribution, which seem to overcome contemporary viewers' behaviours and routines. Subjects like Netflix or Amazon embrace circulation practices such as streaming and binge-watching through their digital modes of distribution, and through the instant release of full new seasons of their own products. However, traditional divisions and scheduling are still the most befitting choice for some topicality-driven or plot-twist-driven TV Series, while the revival of the miniserie model stresses new connections between televisual and cinematic features. Such diversification of episodic structures involves contractions or extensions of the serialized model that inevitably resonate through discursive practices made around a single episode. Whereas the weekly release has always supported episode-based recaps and comment, plot's conjectures and theories, and in-depth analysis, what will happen in the critical discourse in this new era? Successful and critically acclaimed TV Series such as Netflix's *House of Cards* and *Orange is the New Black*, and HBO's miniserie *Olive Kitteridge* may help us to focus on the changes in episode-related critical practices. Starting from the

diversification of episodic structures, and building on these examples, we will discuss whether online critical discourse related to periodicity is bound to last or if it is going to be replaced by more immediate and all-inclusive modes of commentary.

Key Words: recap, Tv Series, binge-watching, miniseries

Questo paper si propone di percorrere alcune riflessioni a proposito della relazione tra i cambiamenti nelle tendenze distributive delle serie televisive, principalmente statunitensi, e i recap e recensioni online ad esse dedicate. In particolare, il recap si configura come modello critico specificatamente seriale ed esclusivo dell'ambiente online, diffuso e reso popolare da alcuni magazine statunitensi, ma acquisito negli ultimi anni anche dai siti italiani che si occupano di critica televisiva nel contesto nazionale.

Il discorso critico attorno alla serialità televisiva fa parte del composito sistema che definisce le serie tv come oggetti transmediali, espansi, estesi (Jenkins, 2006). Se consideriamo la serie tv contemporanea come dispositivo seriale che si estende su più media ed esonda i limiti spaziali e temporali della narrazione (Innocenti e Pescatore, 2012), lo spettatore a sua volta acquisisce nuove abilità e nuovi mezzi, più facilmente raggiungibili di un tempo, che creano diverse possibilità di coinvolgimento.

Film and television shows [...] are only a small part of the massive, extended presence of filmic and televisual texts across our lived environments. Given their extended presence, any filmic or televisual text and its cultural impact, value, and meaning cannot be adequately analyzed without taking into account the film or program's many proliferations. (Gray, 2010, p. 2)

È tenendo presente questo assunto di Gray (2010) che intendiamo la proliferazione di commenti, interpretazioni, recap e recensioni che accompagnano una serie televisiva come parte integrante della definizione estesa di testo seriale.

Il recap, tra fandom e critica

Fan-written episode recaps [...] can range from those that function strictly as plot recaps, to those that treat the characters as eye candy and focus on the show's erotic elements, to many of Television Without Pity's recaps that call for a playful, ironic reading of the episode. Each style will simultaneously provide evidence about how any given community or individual watches the show in question, and it will serve as a paratext that encourages others to watch in a similar manner. (Gray, 2010, p. 162)

Tecnicamente *recap* significa riassunto¹: gli show sottoposti a *recapping* sono i programmi a puntate, in particolare le serie televisive e i reality show. Relativamente alle serie televisive, l'ambito che in questa sede ci interessa, il termine ha in effetti una doppia accezione: è usato per indicare la sequenza di montaggio introdotta dalla formula "nelle puntate precedenti", che precede l'avvio dell'episodio vero e proprio, e al tempo stesso è

definito recap il testo che ripercorre il concatenarsi di eventi della singola puntata. Occorre precisare che in questa seconda accezione il recap nasce con funzione soprattutto orientativa rispetto a narrazioni per definizione ricche e lunghe: il recap è pensato come un testo che aiuti a ricordare i personaggi, mantenere il filo della trama, tenere traccia degli avvenimenti principali, e che il lettore può usare a piacimento come anticipazione o “bussola”. Tuttavia, la specificità delle serie televisive (episodicità, estensione nel tempo), il loro incremento quantitativo e qualitativo hanno reso appetibile il recap come spazio per riflessioni più diversificate, analisi più approfondite: la congiunzione, dai primi anni Duemila, tra lo sviluppo mediale (il web come luogo di scambio di opinione) e il periodo di proliferazione di serie televisive prestigiose e complesse hanno insomma reso il recap lo spazio naturale in cui commentare criticamente la serie.

Attualmente infatti quando ci si riferisce alla scrittura o lettura dei recap di serie, si intende comunemente la recensione episodio per episodio, secondo sfumature diverse da caso a caso: dalla mera ricostruzione della trama, sintetica oppure particolareggiata, alla commistione di riassunto e commento personale, a vera e propria *review* in cui il plot è usato dall'autore come punto di appoggio per argomentare proprie riflessioni e giudizi. Con questa accezione, il recap trova nell'istantaneità la propria caratteristica tipica, e dunque nel web il suo ambiente naturale, che ne permette rapidità di pubblicazione e pervasività di diffusione. Caratteristica fondante del recap è infatti l'arrivare immediatamente dopo la messa in onda dell'episodio, a intercettare la reazione “a caldo” dell'audience: è un “inevitable side effect of a medium that allows for instant reactions” (Duray, 2010).

Al successo e al raggiungimento di uno status riconoscibile della forma critica del recap ha contribuito in modo consistente il sito Television Without Pity (www.televisionwithoutpity.com/, d'ora in avanti TWoP), operativo dal 1998 al 2014, fondato dai blogger Tara Ariano (Wing Chun), Sarah D. Bunting (Sars) e David T. Cole (Glark), precedentemente attivi sul sito Dawson's Wrap², dedicato ai recap della serie *Dawson's Creek*: qui i blogger avevano potuto sperimentare lo stile irriverente, *snarky*, che avrebbe poi caratterizzato Mighty Big TV, prima versione del sito, e infine TwoP. Ironicamente, nel 2007 TwoP viene acquisito da Bravo, una divisione del canale NBC, uno dei bersagli preferiti delle recensioni sprezzanti di TWoP. Al di là della convinzione di lettori e autori del sito di essere così influenti da avere avuto talvolta un effettivo ascendente sulle scelte di produttori e autori delle serie televisive commentate (Sella, 2002), i recap acuti e sarcastici di TWoP venivano percepiti come un modo per estendere il piacere della fruizione oltre la fine della puntata, sia che si trattasse di celebrare la riuscita di un prodotto, che di deriderlo senza pietà. Andrejevic sospetta che il mix accattivante tra ironia irriverente e autoriflessività compiaciuta e condivisa (“bad TV becomes good TV when combined with TWoP”) funzioni da rimedio contro l'impressione di passività, e dunque, di conseguenza, consenta un *mood* interattivo che è più nominale che effettivo; tuttavia per molti dei lettori e commentatori la visita a TWoP dopo la visione è un passaggio obbligato, tanto che in certi casi l'apprezzamento per i recap supera il piacere del testo primario: “the show itself can in some cases become merely a precursor to the real entertainment” (Andrejevic, 2008, p. 31).

Il recap è dunque primariamente una pratica dei fan rivolta alle stesse community di fan, ma progressivamente, e parallelamente all'imporsi delle serie contemporanee come prodotti di punta dell'industria televisiva, si diffonde negli ambienti professionali dell'editoria web. Che si tratti di articoli professionali oppure amatoriali, non cambia la sostanza di un tipo di scrittura rivolto a quella comunità di spettatori che è sufficientemente *engaged* da voler proseguire l'esperienza televisiva oltre la fine dell'episodio, attraverso lo scambio di parola: "instead of replacing television, the Web has embraced it. And without anyone really paying heed, the viewers at home have become two parallel audiences: the isolates and the plugged-in" (Nussbaum, 2002).

In Italia i siti che ripropongono il modello della recensione o recap episodio per episodio sono tutti gestiti amatorialmente da appassionati di serie tv e di scrittura: il successo di Serialmente (www.serialmente.com) prima e Seriangolo (www.seriangolo.it) poi ha dimostrato che la recensione in profondità ha intercettato un'esigenza di partecipazione al dibattito collettivo anche nel contesto italiano, confermando sia una maggiore pervasività delle pratiche di fandom, sia il desiderio di accedere a un numero di serie nettamente superiore a quello garantito dalle varie tipologie di programmazione nazionale (Jenkins, Ford & Green 2013, pp. 116 e sgg.).

Il settore della critica audiovisiva tende spesso a ragionare sullo statuto della critica stessa: si pensi, in ambito cinematografico, agli storici dibattiti sul ruolo della critica (Bisoni 2006) o, in tempi più recenti, alle prese di posizione rispetto allo scenario complesso, composito e ambiguo della critica sul web (Menarini 2012, Russo 2013).

Negli Stati Uniti è accaduto qualcosa di simile con la critica televisiva recente, quando cioè le serie tv si sono assestate su proprietà estetiche e linguistiche così specifiche da aver monopolizzato l'attenzione produttiva del sistema televisivo americano e di conseguenza l'attenzione critica. Nel settore, è opinione comune considerare il giornalista e critico televisivo Alan Sepinwall il pioniere della pratica del recap specificatamente dedicato ad ogni episodio; in realtà lo stesso Sepinwall accredita al blogger e *trekkie* Tim Lynch, e ovviamente a TWoP, il primato per questa forma di scrittura, di cui, prima di farla propria, è stato avido lettore (Sepinwall, 2011). La differenza è che Sepinwall ne ha fatto un lavoro, portando una pratica originatasi come attività di fandom a diventare un marchio distintivo della sua carriera professionale. I suoi recap si distinguono infatti per uno stile esplicitamente soggettivo e diretto, che riveste riflessioni spesso acute con commenti personali che fanno appello alla condivisione di una sensibilità completamente immersa nelle emozioni suscitate dalla visione, in cui per un lettore-spettatore è facile riconoscersi.

Nel caso di Sepinwall l'identità di fan è emersa apertamente ogni volta che si è esposto in prima persona per sostenere campagne contro la cancellazione di serie televisive, sfruttando la sua posizione privilegiata di interlocutore con l'industria televisiva. È il caso di *Chuck*, apparentemente "salvata" anche grazie al suo interessamento (Sepinwall, 2009), o di *Community*, serie *comedy* che il critico ha sempre sostenuto in tutto il percorso accidentato da continue minacce di cancellazione, fino ad entrare letteralmente in un episodio come cameo: il definitivo collasso del fan nel critico, o viceversa.

È questa linea indefinita tra professione e fandom che secondo alcuni sarebbe poco salutare per l'attività critica: ripercorrendo proprio la carriera di Sepinwall, Levin si chiede

si chiede se i critici televisivi “non siano seduti troppo vicini allo schermo” (Levin, 2011). Il rischio è una critica impressionistica e poco incisiva, “fatta da fan per i fan”, che non aggiunge nulla di nuovo ai contenuti e si limita a sottoscrivere conferme di ciò che piace e ciò che non piace. In una replica a Levin, il critico del *Time* James Poniewozik ammette che “weekly reviews are as much valuable, or more, as a starting point for discussions in the comments as they are for the critics’ analysis themselves” (Poniewozik, 2011), ma d’altra parte invita a considerare che il recap non dovrebbe essere l’unica forma di critica televisiva, perché, come anche ammesso dallo stesso Sepinwall, porta a dimenticare sistematicamente l’oggetto di analisi come insieme, ovvero la serie nella sua interezza, che costituisce una delle tre dimensioni del racconto seriale, assieme alla stagione e all’episodio (Bandirali e Terrone, 2012, p. 24). Si tratta allora di capire la funzione e il posizionamento dei recap episodio per episodio all’interno della critica televisiva evitando di far combaciare le due questioni, ma anche di riconoscere che il recap ha precisi vantaggi: da un lato è particolarmente adatto a intercettare l’interesse degli spettatori e a innescare discussioni intorno alla serie, ma dall’altro è anche un mezzo efficace e ripetibile per incanalare l’attenzione e di conseguenza il traffico sui propri siti.

A rendere famosi i recap di Sepinwall, oltre che un’indubbia abilità discorsiva, sono la quantità di show coperti e la rapidità nella pubblicazione, caratteristiche che hanno istituzionalizzato il recap come commento quasi in diretta rispetto alla messa in onda dell’episodio. Se ci spostiamo sul particolare caso italiano, si nota che i siti come Serialmente hanno acquisito esattamente le stesse modalità di produzione critica: esibizione della propria identità di fan e contemporaneamente della propria capacità critica. Al tempo stesso hanno abituato i lettori a recensioni il più possibile vicine rispetto alla messa in onda americana, attivando un corto circuito nella creazione di un tempo dello spettatore tecnicamente “impossibile” per il pubblico italiano, eppure presentissimo, come dimostra il loro stesso successo. Il recap insomma riverbera la dimensione serializzata del prodotto a cui si riferisce, e funziona da occasione di incontro per gli spettatori desiderosi di proseguire l’esperienza della fruizione della serie attraverso il commento e la discussione a partire dagli sviluppi della trama. Nelle parole del critico di The A.V. Club, Noel Murray:

I personally consider the uncertainties of weekly TV reviewing to be one of its strengths. We knock out reviews quickly, from the gut, then have a spirited discussion in the comments section with our readers and on Twitter with our other critic pals. It’s more like reporting (mixed with symposia) than traditional criticism. (Murray, 2015)

All’interno di questi spazi discorsivi vigono regole più o meno scritte, come l’assoluta tolleranza zero per gli spoiler, o la ferrea periodizzazione. La struttura a episodi è messa in risalto dalla scansione del discorso addensato attorno ad essi, e che riempie lo spazio dell’attesa tra uno e l’altro. Cosa succede allora quando questa configurazione salta, o meglio salta la sua periodicità, facendo venire meno le delimitazioni naturali che regolano la visione e, di conseguenza, la discussione sul web?

Discutere il *binge-watching*

Nel 2010 Urban Dictionary definisce il *binge-watching* come “marathon viewing of a TV show from its dvd box set”³: ovvero la pratica di guardare uno dopo l’altro tanti episodi di un programma televisivo, e nella fattispecie di una serie tv, fino a consumarne anche intere stagioni consecutivamente. Tale pratica sottintende la disponibilità preventiva di tutti gli episodi di cui si farà l’abbuffata, da lì il riferimento al *dvd box set*, essendo tradizionalmente l’home video il canale che permette di disporre di un’intera serie tv da visionare secondo i propri spazi e i propri tempi. Oggi questa esclusiva dell’home video viene meno, perché le possibilità della distribuzione digitale, regolare o irregolare che sia, permette di entrare in possesso di molti episodi e molte stagioni indipendentemente dalla fisicità dell’oggetto o dal supporto utilizzato.

La piattaforma di distribuzione digitale Netflix⁴ fa propria la modalità *binge* con l’offerta di un ricco catalogo di titoli in continuo ampliamento, a cui è possibile accedere tramite abbonamento, che permette di vedere in streaming numerosi show del passato non più in onda sui canali tradizionali, oppure di recuperare in corsa stagioni precedenti di serie del presente, prima della messa in onda televisiva. Fin dalla sua fondazione Netflix opera in modo innovativo per una concezione dell’home video che sia letteralmente fondata sulla reperibilità di un ampio numero di contenuti direttamente a casa propria. Quando poi nel 2013 Netflix comincia a distribuire serie televisive originali, con *House of Cards*, lo fa con la stessa, originale, modalità: nell’unico giorno di debutto, la piattaforma mette a disposizione tutti gli episodi della stagione.

Anche Amazon Studios comincia nel 2013 a sviluppare serie tv e a distribuirle sul servizio Amazon Instant Video: il sistema di produzione di Amazon si basa su due passaggi consecutivi, la realizzazione di pilot messi a disposizione sul canale, e il successivo sviluppo solo di alcune stagioni in base anche ai feedback ricevuti dagli utenti⁵. Dunque si interpone un lasso di tempo abbastanza lungo tra i pilot prescelti e il resto della stagione⁶, la quale tuttavia viene poi distribuita tutta insieme in un unico giorno, come su Netflix.

È chiaro che anche mettendo tutte insieme le serie *binge-distributed* si ottiene un numero largamente inferiore rispetto a quelle dalla distribuzione ordinaria. Eppure a giudicare dal numero di articoli e di interventi a riguardo pare che la portata culturale del *binge-watching* e del modello distributivo Netflix sia percepita come degna di particolare attenzione. Molti muovono dalla percezione di un cambiamento epocale che sfida il fondamento della serialità, ovvero la sua periodicità, e di conseguenza la scelta della visione della serie e le attività ad essa connesse: l’episodio funziona da punteggiatura che scandisce la relazione tra spettatori e serie tv, e conseguentemente l’interazione attorno ad essa. Le discussioni degli spettatori attivi rispecchiano la suddivisione in base alla temporalità della visione, più che di quella della programmazione: le “diverse relazioni con il “sapere” della narrazione” (Mascio, 2014 p. 12) determinano i legami, le discussioni, lo scambio di opinioni e interpretazioni via web. Il tempo, dunque, da variabile interna che regola la narrazione seriale, assume un peso specifico anche nell’esterno dello spazio fruitivo tra gli episodi. Per questo il *binge-watching* assume una valenza diversa se si

tratta di una scelta precisa dello spettatore, funzionale alla propria personale relazione spazio-temporale con la narrazione seriale, o se è calato dall'alto e si riappropria, forzandola in un unico blocco, dell'esclusività della prima messa in onda: se lo spettatore può comunque scegliere se "abbuffarsi" o "assaporare" la stagione (Whitney 2013), a venire meno sono la condivisione *live* dello stesso sapere seriale da un lato, e la distanza consapevole del recupero inteso come opzione interamente personale dall'altro.

La previsione di un'alterazione delle modalità di accesso alla disponibilità del contenuto audiovisivo a episodi ha spinto molti a riflettere sul fenomeno e sulle conseguenze di un tipo di fruizione differente, che costringe a rivedere anche i meccanismi di contorno a cui lo spettatore appassionato è abituato. C'è chi stigmatizza la pratica dell'abbuffata seriale ben prima dell'arrivo in streaming di *House of Cards* (Pagels, 2012), argomentando con toni quasi apocalittici che quantità e velocità impediscono di apprezzare il valore della serie nella sua interezza. Altri vanno alla ricerca di ulteriori definizioni che descrivono le sfumature ambigue dell'esperienza *binge*: Sternbergh (2015) propone il "purge-watching" (proseguendo la ricorrente metafora organico-culinaria) per definire il senso di soddisfazione della fine di una serie che non si ama, ma che ci si sente moralmente costretti a finire, concludendo che la promessa di una maggiore libertà fruitiva delle serie *binged* diventa in realtà una sorta di scelta obbligata, una spinta malsana a finire tutto e subito che la programmazione settimanale limitava. Ci si chiede se il *binge* condizionerà il modo di scrivere le serie (Verini 2014), e si sottolinea che non tutte le serie sembrano adattabili alla distribuzione *binge* (Sepinwall 2014): si pensi alle serie distribuite sui canali broadcast, che in alcuni casi sfruttano la propria lunghezza annuale per legarsi all'attualità o per attuare cambiamenti in corsa se il feedback degli spettatori è negativo (è il caso della quarta stagione di *The Good Wife*) oppure a serie che fanno parte di progetti crossmediali, come le serie Marvel, la cui distribuzione è integrata a quella dei film e degli altri prodotti del franchise, attraverso puntate crossover e coordinazione delle uscite cine-televisive (Truitt, 2015).

Nelle recensioni delle serie Netflix diventa quasi d'obbligo inserire considerazioni sul modello *binge*. In una recensione *Daredevil* è definito dal contrasto con il modello seriale *cable*, e si sottende un'identificazione tra il contesto produttivo e le caratteristiche finali del prodotto: "a well-executed weekly cable drama [that] seems to make people feel obligated to wolf down whole seasons in one gulp", con l'aggravante che la visione continua della serie rende più evidenti cali di tensione, imperfezioni e ripetitività (Pappademas 2015).

Sepinwall recensisce le serie Netflix con una periodicità irregolare che spesso mette in risalto i cambiamenti di opinione del critico tra l'inizio e la fine delle serie. A proposito del recente *Sense8* ideato dai fratelli Wachowsky, Sepinwall afferma che "Sense8 is a show that could only exist on Netflix (or another streaming service like it), because no human would have the patience to watch it weekly", sottolineando, dopo aver visto tre episodi, che *Sense8* sembra una serie per diversi motivi adeguata alla visione-binge, salvo poi ricredersi a fine stagione (Sepinwall, 2015).

Le recensioni di *Daredevil* di Hitfix sono scritte invece sottoforma di raccolte di pensieri ogni tre episodi, e anche qui il critico Donna Dickens si serve dello spazio del recap per riflettere sul processo della scrittura critica e dell'obbligo a mutarlo in occasione delle serie

binge: “Knowing what happens next affects my reactions when recapping” (Dickens, 2015).

Il caso italiano

Tornando al contesto italiano, ci sembra interessante riportare l’approccio dei già citati siti di recensioni di serie tv, *Serialmente* e *Seriangolo*, rispetto alla questione del cambiamento nella periodizzazione episodica, a partire dalla considerazione che si tratta di siti targettizzati su un’audience che segue le serie direttamente in concomitanza con gli Stati Uniti, e dunque, va da sé, per lo più attraverso lo streaming e il download irregolare.

Dopo diversi anni di recap episodio per episodio, il sito *Serialmente* ha cambiato linea editoriale, abbandonando quasi completamente questa forma (unica significativa eccezione l’ultima stagione di *Mad Men*). Le motivazioni di questa scelta sono varie: dalla banale mancanza di tempo dei gestori storici che si occupavano della maggior parte delle questioni organizzative, alla frustrazione crescente nei confronti del livello altalenante dei commenti e del tasso sempre più alto di polemiche dai toni offensivi (problema che è comunque endemico alla natura stessa del mantenimento di un sito di grande successo e con un altissimo grado di interazione, quale era *Serialmente*); oltretutto, il meccanismo di copertura di ogni episodio ha iniziato ad essere sentito come ripetitivo e poco stimolante per i collaboratori. La redazione ha elencato tutte le motivazioni del *restyling* in un post in concomitanza della riapertura: tra di esse si legge anche il sentore di una sorta di obsolescenza delle recensioni episodio per episodio, connessa alla consapevolezza di uno scenario produttivo e distributivo in mutamento:

Le modalità di fruizione sono cambiate e con loro è cambiato il rapporto che abbiamo con la serialità. Nell’era del binge-watching, e soprattutto per noi che guardiamo “in differita”, la serialità ormai è slegata dall’appuntamento settimanale. E quando non lo è, il commento tempestivo, su twitter come facebook, è diventato la prima e più importante occasione di incontro e dibattito⁷.

Questa scelta non è stata particolarmente apprezzata dai lettori, che in modo più o meno civile, più o meno astioso, hanno manifestato nei commenti a questo e a quasi tutti i post del nuovo corso un forte attaccamento alla possibilità di poter leggere e commentare recensioni dettagliate e attuali su ogni singoli episodi, piuttosto che approfondimenti mirati o recensioni di più largo respiro⁸.

Il sito *Seriangolo* recensisce invece globalmente la prima stagione di *House of Cards*, con l’avvertimento che “pubblichiamo ora la recensione della prima stagione perché convinti che questo sia orientativamente il momento in cui lo spettatore medio può aver terminato la visione di *House of Cards*”, ma prosegue poi con le recensioni episodio per episodio, o a coppie di episodi, delle serie Netflix, come *Daredevil*, *House of Cards*, *Orange is the New Black*, *Sense8*. La strategia utilizzata è quella di pubblicare però le recensioni a distanza ravvicinata di due/tre giorni, rispetto alla periodicità settimanale delle

serie ordinarie, mantenendo così ben separati gli spazi dei singoli episodi ma cercando di velocizzare la copertura, per venire incontro sia allo spettatore che approfitta della possibilità dell'abbuffata seriale, sia a quello che rimane legato alla visione più tradizionale.

Conclusioni

Il modello *binge-watching* è lontano dal sovvertire i meccanismi di fruizione degli spettatori, ma solleva interessanti questioni sulla diffusione globale delle serie nordamericane e del conseguente dibattito intorno ad esse: la collocabilità e riconoscibilità di una scansione nella visione degli episodi sono sentite come necessarie per permettere l'attivazione di uno scambio di sapere comune, che sebbene si scontri con livelli diversi di sincronia rispetto alla programmazione originaria, è spesso tanto più vicino ad essa quanto più il pubblico è attivo nella conversazione stessa. Per questo l'assenza di una periodicità settimanale è sovente citata come negativa.

D'altro canto sebbene il *binge-watching* e la modalità distributiva Netflix abbiano suscitato da più parti riflessioni globali e previsioni di cambiamenti strutturali nel sistema della fruizione, i modelli di critica televisiva rimangono sostanzialmente gli stessi, mentre è interessante rilevare che il fenomeno *binge-watching*, amplificato dalla notiziabilità dell'attività di Netflix, porta i critici a soffermarsi con più frequenza sul quadro distributivo e strutturale delle serie contemporanee. Con le dovute proporzioni, ciò accade anche nel contesto italiano, che segue con attenzione il dibattito attorno ai cambiamenti possibili nella distribuzione e nella fruizione, a maggior ragione ora che l'arrivo di Netflix in Italia sembra una possibilità concreta.

Nota biografica

Chiara Checcaglini è Dottore di ricerca in Sociologia della Comunicazione e Scienze dello Spettacolo. I suoi interessi di ricerca comprendono le serie televisive e i *television studies*, la circolazione dei contenuti audiovisivi nel mediascape contemporaneo, la critica cinematografica e seriale. Attualmente collabora con l'Università di Urbino Carlo Bo a progetti di ricerca su informazione culturale, social media e serialità televisiva. Nel 2015 ha pubblicato per Mimesis il volume *Breaking Bad. La chimica del male: storia, temi, stile*.

Bibliografia

Andrejevic, M. (2008). Watching Television Without Pity. *Television & New Media*, 9, 24-46. doi: 10.1177/1527476407307241

- Bandirali, L., Terrone, E. (2012). *Filosofia delle serie tv. Dalla scena del crimine al trono di spade*. Milano-Udine: Mimesis
- Bisoni, C. (2006). *La critica cinematografica. Metodo, storia e scrittura*. Bologna: ArchetipoLibri
- Dickens, D. (2015). 81 thoughts I had while watching the first three episodes of 'Daredevil'. *Hitfix*. Preso da: <http://www.hitfix.com/harpy/81-thoughts-i-had-while-watching-the-first-three-episodes-of-daredevil>
- Duray, D. (2010). Rise of the Recappers: For a New Class of Struggling Writers, It's Time To Watch TV. *The Observer*, 22/09/2010. Preso da: <http://observer.com/2010/09/rise-of-the-recappers-for-a-new-class-of-struggling-writers-its-time-to-watch-tv/>
- Gray, J. (2010). *Show Sold Separately. Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts*. New York: New York University Press
- Innocenti, V., & Pescatore, G. (2012). Information Architecture in Contemporary Television Series. *Journal of Information Architecture*, 4, 57-72
- Innocenti, V., & Pescatore, G. (2014). Changing Series: Narrative Models and the Role of the Viewer in Contemporary Television Seriality. *Between*, 4, 8. doi: <http://dx.doi.org/10.13125/2039-6597/4>
- Levin, J. (2011). The TV Guide. *Slate*, 14/02/2011. Preso da: http://www.slate.com/articles/arts/culturebox/2011/02/the_tv_guide.html
- Jarvey, N. (2015). Backlash Brewing Against Binge TV as 'Orange Is the New Black' Creator Speaks Out. *The Hollywood Reporter*. Preso da: <http://www.hollywoodreporter.com/news/backlash-brewing-binge-tv-as-798126>
- Jenkins, H. (2007). *Cultura convergente*, Milano: Apogeo
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable Media. Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: New York University Press
- Mascio, A. (2014). La narrazione dell'attesa. Aspettative e attività delle audience nelle pause di programmazione delle serie tv. *Between*, 4, 8. doi: <http://dx.doi.org/10.13125/2039-6597/1339>
- Menarini, R. (a cura di). (2012). *Le nuove forme della cultura cinematografica. Critica e cinefilia nell'epoca del web*. Milano-Udine: Mimesis
- Murray, N., Tobias, S. (2010). How Has the Culture of TV (and TV-watching) Changed?. *The A.V. Club*. Preso da: <http://www.avclub.com/article/how-has-the-culture-of-tv-and-tv-watching-changed-42274>
- Nussbaum, E. (2002). Confessions of a Spoiler Whore. The pleasures of participatory TV. *Slate*, 4/04/2002. Preso da: http://www.slate.com/articles/arts/culturebox/2002/04/confessions_of_a_spoiler_who.html
- Pagels, J. (2012). Stop Binge-Watching TV. *Slate*. Preso da: http://www.slate.com/blogs/browbeat/2012/07/09/binge_watching_tv_why_you_need_to_stop.html
- Pappademas, A. (2015). Giving the Devil His Do-Rag: Why Netflix's 'Daredevil' Is the Least Marvel-y Marvel Property Yet. *Grantland*. Preso da:

<http://grantland.com/hollywood-prospectus/giving-the-devil-his-do-rag-why-netflixs-daredevil-is-the-least-marvel-y-marvel-property-yet/>

- Poniewozik, J. (2011). WARNING: TV Critic Discussing TV Critics Discussing TV Criticism. *Time*. Preso da: <http://entertainment.time.com/2011/02/14/warning-tv-critic-discussing-tv-critics-discussing-tv-criticism/>
- Russo, M. (2013). *Attacco alla casta. La critica cinematografica al tempo dei social media*. Recco: Le Mani
- Sella, M. (2002). The Remote Controllers. *The New York Times*. Preso da: <http://www.nytimes.com/2002/10/20/magazine/20INTERACTIVE.html>
- Sepinwall, A. (2009). Chuck: Talking Renewal with Ben Silverman and Chris Fedak, *NewJersey.com*. Preso da: http://www.nj.com/entertainment/tv/index.ssf/2009/05/chuck_talking_renewal_with_ben.html
- Sepinwall, A. (2011). In Which I Talk About Slate Talking About Me. *Hitfix*. Preso da: <http://www.hitfix.com/blogs/whats-alan-watching/posts/in-which-i-talk-about-slate-talking-about-me>
- Sepinwall, A. (2013). Review: Kevin Spacey a Force in Netflix's 'House of Cards'. *Hitfix*. Preso da: <http://www.hitfix.com/whats-alan-watching/review-kevin-spacey-a-force-in-netflixs-house-of-cards>
- Sepinwall, A. (2014). 'House of Cards' Season 2 in Review: It Gets Weaker the More you Watch. *Hitfix*, <http://www.hitfix.com/whats-alan-watching/house-of-cards-season-2-in-review-it-gets-weaker-the-more-you-watch>
- Sepinwall, A. (2015). Review: Netflix's 'Sense8' Makes No Sense At First, But Will It By Binge's end? *Hitfix*. Preso da: <http://www.hitfix.com/whats-alan-watching/review-netflixs-sense8-makes-no-sense-at-first-but-will-it-by-binges-end>
- Sorgatz, R. (2015). How Netflix Broke The Unbreakable Spoiler Alert. *The Message*. Preso da: <https://medium.com/message/how-netflix-broke-the-unbreakable-spoiler-alert-f0215bf930cf>
- Sternbergh, A. (2015). Make It Stop: When Binge-Watching Turns to Purge-Watching. *Vulture*. Preso da: <http://www.vulture.com/2015/04/when-binge-watching-turns-to-purge-watching.html>
- Truitt, B. (2015). S.H.I.E.L.D. Leads Into Avengers' Sequel. *USA Today*. Preso da: <http://www.usatoday.com/story/life/tv/2015/04/20/agents-of-shield-avengers-age-of-ultron-crossover/26079675/>
- Verini, B. (2014). Binge Viewing is Forcing Showrunners to Evolve. *Variety*, 19/06/2014. Preso da: <http://variety.com/2014/tv/awards/binge-viewing-is-forcing-showrunners-to-evolve-1201221668/>
- Whitney, D. (2013). Binge Viewing Grows In Popularity, Boosted By Netflix. *MediaPost*. Preso da: <http://www.mediapost.com/publications/article/209470/binge-viewing-grows-in-popularity-boosted-by-netf.html>

Note

¹ Secondo il dizionario online Wordreference, "an act of telling again, exposed in a shortened form; a recapitulation".

² Il sito è oggi irreperibile.

³ V. <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=binge-watching>

⁴ Per una mappa delle regioni in cui Netflix è disponibile si veda <https://help.netflix.com/en/node/14164>

⁵ Si veda <https://studios.amazon.com/help/faq>

⁶ *Alpha House* è la prima serie prodotta da Amazon Studios, seguita da *Mozart in the Jungle* e da *Transparent*, finora la serie più premiata.

⁷ V. <http://www.serialmente.com/2014/08/25/cinque-minuti-dopo/>

⁸ Tra i commenti si legge "Senza dubbio ci avrete riflettuto a dovere, io però (da lettore, da fruitore, da recensore) non credo il discorso si possa ridurre ad oneri redazionali, flame e attese disattese. le serie tv evolvono episodio dopo episodio, e seguirle collettivamente è bello anche per approfondire e litigarci sopra come si fa per le cose di cui si è appassionati", <http://www.serialmente.com/2014/08/25/cinque-minuti-dopo/#comment-235795>, o ad un post di novembre 2014, "...le recensioni...please!!! non vedevo l'ora che uscisse una nuova puntata per venire qui a leggervi! sniff!", <http://www.serialmente.com/2014/11/14/costume-per-ogni-serie/#comment-701320>.

Pilot, l'importanza della prima impressione

Emiliano Chirchiano

Università degli Studi di Napoli Federico II

Nell'attuale scenario televisivo post-seriale, in cui tutte le caratteristiche della serialità televisiva vengono in qualche modo trascese, è ancora corretto parlare di pilot?

Nel tempo concesso da un singolo episodio, il pilot può mostrare solo la superficie di contenuti che si riveleranno, probabilmente, molto più complessi. In uno strano ménage à trois, prima di conquistare il cuore del pubblico, deve convincere il network, assecondandone le logiche economiche e produttive. Più il serial andrà avanti più le trame e i personaggi prenderanno strade differenti da quelle mostrate nell'episodio iniziale; a volte superando le aspettative, a volte deludendole.

Quello che si instaura tra pubblico e serie televisiva è un legame. Proprio come accade in una relazione affettiva, la prima impressione acquista fondamentale importanza. Il pubblico deve innamorarsi della serie, dei suoi personaggi, delle atmosfere, del microcosmo di relazioni affettive. Come si sposa questo concetto di episodio strutturante con le nuove modalità distributive offerte dalle piattaforme nate dall'ibridazione tra web e televisione (Netflix, Sky On Demand ecc.)?

Le nuove abitudini di fruizione da parte di un pubblico che presenta caratteristiche bulimiche, abituato sempre di più al binge-watching e insofferente al ritmo cadenzato imposto dal palinsesto, minimizzano l'impatto di questo speciale episodio?

Esaminare il modo in cui le serie televisive iniziano diventa uno strumento fondamentale per comprendere a pieno la narrazione seriale contemporanea.

In the current television scenario, where all the features of TV series are somehow transcended, is it still correct to talk about "pilot episodes"? In the time of a single episode, the pilot can only show the surface of far more complex contents and, in a curious ménage à trois, before conquering the hearts of the audience, it must persuade producers, complying with their economic and productive logics. Audiences and series establish a bond. Just as in a loving relationship, the first impression is crucial. The audience must fall in love with the series, its characters, the atmosphere, the microcosm of emotional relationships. How can we blend this concept of a structuring episode with new distribution methods offered by platforms born from web and television hybridization? Dose the new habits of a bulimic audience, used to "binge-watch" and intolerant to the rhythm imposed by the TV schedule, minimize the impact of this special episode? Studying how TV series begins becomes a fundamental tool to understand the contemporary narrative.

Key Words: TV Series, Storytelling, Post-broadcast Television

L'esperienza storica della televisione e dei suoi modelli narrativi, così come quella del cinema, è indissolubilmente legata alla dimensione industriale di cui è espressione. Non può esistere cinema o televisione artigianale, sia per il denso insieme delle professionalità coinvolte, sia per la natura di media di massa. Come afferma Sergio Brancato (2011):

Dietro la fortuna del telefilm [...] esiste un vasto e diversificato processo di serializzazione del prodotto estetico che ha vissuto nell'azione di media dalle caratteristiche tecno-culturali tra loro assai diverse, eppure apparentati dalla comune adesione al piano sistemico della comunicazione industriale. (p.13-14)

Senza quindi cadere in tentazioni apocalittiche o visioni della produzione audiovisiva legate a esperienze – fondamentali quanto remote – della sociologia dei media dai toni *francofortesi*, possiamo guardare al *pilot* (termine inglese che indica il primo episodio di una serie televisiva) come al prototipo di una serie: il modello originale, il primo esemplare di un costrutto culturale rispetto al quale verranno prodotti i successivi episodi.

Ogni episodio seguente, infatti, sarà una sua estensione “genetica”, una graduale esplorazione delle circostanze, dei personaggi e dei temi in esso stabiliti. I pilot, in questa prospettiva, rappresentano la cosmogonia dell'universo-racconto, l'inizio di qualcosa che - come accade nel caso della lunga serialità – potrà potenzialmente non avere fine. Il pilot è una promessa vincolante, la prima stesura di un “contratto” che espone allo spettatore ciò cui andrà incontro se deciderà responsabilmente di seguire la serie. Ogni episodio successivo sarà quindi, in qualche modo, allo stesso tempo uguale alla sua matrice ma - nel complesso - diverso. L'impianto narrativo, la premessa, sarà costantemente presente restando stabile fondazione per il corso di tutta la narrazione.

La natura prototipica del pilot, però, non si evince dalla sola struttura narrativa. Anche la composizione del cast, ad esempio, rientra nei termini di questo contratto che lega audience e autore. L'insieme degli attori resterà, per la durata della serie, quasi del tutto inalterato: al suo interno troveremo i cosiddetti *regulars*, attori presenti regolarmente nella maggior parte degli episodi, interpreti dei ruoli principali, e numerose *guest-star*, ospiti, che arricchiranno di volta in volta il cast dei singoli episodi con personaggi a volte ricorrenti ma non presenti stabilmente.

L'inizio, per una narrazione serializzata, è un momento letteralmente fondante. Stabilisce ciò che seguirà nelle dinamiche della storia ma, soprattutto, nell'ambito dell'ibridazione tra logiche industriali e produzione artistica rappresentata dalla serialità televisiva, se lo spettatore (figura che in questo caso corrisponde anche al consumatore) sarà motivato a proseguire nella sua attività di consumo. Come conferma una oramai ampia letteratura sociologica, lo spettatore non è tuttavia un soggetto passivo, subalterno alle logiche del consumo industriale; al contrario, la forma dell'industria cinematografica deriva dalle scelte spettatoriali e dalla loro analisi: lo *studio system*, il sistema dei generi, l'importanza dei dati generati dalle più moderne piattaforme distributive, possono essere considerati come un “organismo industriale cresciuto a ridosso dello spettatore e solamente grazie alle sostanze che questi gli metteva a disposizione” (Denunzio, 2004, pp.136-137). Ciò è ancora più pertinente in un orizzonte della comunicazione

caratterizzato dallo scompaginamento della massa e dal riequilibrio del rapporto di forza tra autore e spettatore, le cui distanze sono quotidianamente minimizzate grazie alla convergenza fra media (Jenkins, 2007) innescata dalle tecnologie digitali. Esaminare il modo in cui le serie televisive hanno inizio è quindi uno strumento fondamentale per comprendere a pieno il funzionamento della narrazione seriale: sia essa televisiva, legata alla distribuzione broadcast, sia essa post-seriale, rivolta ai pubblici disaggregati.

Il big-bang della narrazione seriale

Sostenere che “tutte le serie hanno un inizio” può sembrare ovvio, ma sottintende una complessità oggettiva relativa al prodotto televisivo. Per quanto riguarda alcune specifiche tipologie di serialità, in particolare le soap opera e la lunga serialità televisiva (pensiamo, per esempio, a *I Simpsons*, presenti nei palinsesti televisivi da oltre 20 anni, o serie particolarmente longeve come l'italiana *Un posto al sole*) gli inizi narrativi sono così infinitamente remoti che solo una piccola percentuale degli spettatori può affermare di ricordarli esattamente, mettendo in discussione il valore fondamentale dell'episodio pilota.

Questo fenomeno, in realtà, non riguarda solo serial straordinariamente lunghi: spesso gli spettatori, anche per serie che non raggiungono durate ventennali, si aggregano al flusso narrativo senza partire dall'inizio, incrinando le certezze sull'idea di uniformità della narrazione concepita dagli autori. Mettendo in dubbio l'importanza della prima impressione data dal pilot; venendo meno a quel primo contatto fra autore e spettatore di cui si parlava in precedenza. Proprio per sopperire a questa mancanza, uno degli obiettivi principali sia dei *recaps* (i riassunti delle puntate precedenti posti in capo ai nuovi episodi) che dei *season premiere* (gli episodi che danno inizio a una nuova stagione di un serial) è quello di invitare nuovi spettatori a seguire una narrazione che ha già avuto inizio, utilizzando alcuni artifici narrativi – è il caso, ad esempio, dei “micro-inizi” - che servono sia a ri-orientare i vecchi spettatori, riannodando i fili di una narrazione a volte sospesa per lunghi periodi necessari alla lavorazione, sia ad accoglierne nuovi.

Con l'affermarsi delle versioni home video - prima con le cassette VHS poi con i supporti ottici DVD e Blu-ray Disc - e l'emergere di piattaforme di streaming che offrono la possibilità di fruire delle intere stagioni, consegue l'abitudine, nel mondo spettatoriale, di guardare i prodotti seriali dall'inizio, non affidandosi più ai passaggi televisivo, rendendo l'esperienza narrativa - soprattutto per i prodotti maggiormente complessi - più gratificante. L'emergere di nuove tecnologie e modalità distributive permette a questa nuova tipologia di spettatore di gestire in completa autonomia i tempi della fruizione, modificando ulteriormente il rapporto di forza tra autore e spettatore. Anche nello scenario attuale, che vede convergere l'esperienza spettatoriale di media differenti (Denunzio, 2004), confondendo cinema, fumetto, videogames, Tv generalista, Tv tematiche e piattaforme di streaming, il pilot parte con un pesante carico di responsabilità.

Per quel che concerne la sfera economica serve come banco di prova per la serie, fornendo un'infrastruttura per il programma, la definizione del cast, le tecnologie

necessarie, le professionalità da coinvolgere nel progetto e la valutazione dei conseguenti costi. Oltre a pianificare la redditività dello show, il pilot è una scommessa che deve convincere prima di tutto un ristretto pubblico di dirigenti televisivi a caccia di un possibile successo, poi i potenziali spettatori che, coinvolti dalle storie, proseguiranno la loro attività di fruizione. Il pilot, quindi, ci mostra una visione in fieri di quello che la serie potrà divenire, cercando di orientare gli spettatori all'interno della storia. Nell'arco di un solo episodio è necessario introdurre il cast principale in modo da rendere evidenti le peculiarità dei protagonisti in una maniera sufficientemente originale da non cadere nello stereotipo o nella clonazione di archetipi fin troppo familiari, cercando di distaccarsi dalla convenzionalità, da non sembrare qualcosa di "già visto" pur rimanendo all'interno dei confini stabiliti dal genere, strumento essenziale per la configurazione dell'orizzonte delle aspettative del pubblico e per la definizione delle caratteristiche comunicative di un programma (cfr. Grignaffini, 2004). Se la fiction seriale costituisce di per sé ciò che possiamo definire come macro-genere del racconto audiovisivo (cfr. Innocenti & Pescatore, 2008), la categorizzazione ulteriore in generi determina il modo in cui questi vengono selezionati, distribuiti e interpretati. Nell'attuale contesto mediatico, che vede ridotta l'importanza della televisione generalista in virtù dell'espansione delle televisioni tematiche, alcune delle quali legate indissolubilmente a un genere tanto da farne riferimento nel loro stesso nome, definire il genere di una fiction è una valutazione indispensabile per definire il progetto produttivo. Il concetto di genere, in particolare per i prodotti televisivi, presuppone una costante ibridazione e ri-combinazione all'interno delle narrazioni. Lo sviluppo, dicevamo, delle pay-tv tematiche, è strutturato particolarmente intorno a mercati di nicchia che rispecchiano specifiche preferenze.

Soprattutto nella fase generalista della costruzione di racconti seriali l'industria ha cercato di imporre, col meccanismo dei generi, uno standard, una modalità produttiva in grado di ottimizzare il rapporto tra impresa culturale e consumo (Brancato, 2011). Le rigide regole produttive imposte dai network influenzano il linguaggio della serialità, ma, allo stesso tempo, i suoi codici stilistici determinano un ben preciso patto comunicativo con lo spettatore (Cardini, 2004). Sebbene la televisione stia vivendo oggi una fase di degenerazione (Brancato, 2007) e di ibridazione tecnologica e culturale, ai pilot è ancora affidato il compito gravoso di sintetizzare questa complessa chimica per cui i nuovi show, rispettosi della loro ambigua natura bifronte, devono essere contemporaneamente originali e innovativi quanto familiari e comprensibili al pubblico. In maniera apparentemente contraddittoria, i pilot si dimostrano essere gli episodi più "atipici" delle serie ma anche un mezzo convenzionale con cui le serie vengono vendute ai network e agli spettatori stessi; incaricati di una doppia funzione: quella di istruire e stimolare il pubblico (Mittel, 2015). Guidare lo spettatore durante l'inizio della narrazione, orientandolo alle norme intrinseche adottate dalla serie, presentando le proprie strategie in modo da creare sintonia con lo stile del racconto.

Sia dal punto di vista narrativo che dal punto di vista produttivo esiste un reticolo complesso di opzioni che caratterizzano gli episodi pilota. Una volta messa a punto la struttura della serie, i suoi protagonisti e la rete delle loro interazioni, e giunti a chiarire

quali siano i conflitti e come andranno superati, resta da concepire quali storie raccontare e come farlo.

Dal punto di vista narrativo possiamo distinguere due tipologie di pilot: l'episodio regolare o la premessa (*premise pilot*). Ognuno di questi approcci ha vantaggi e svantaggi che vanno attentamente valutati: partire nel modo sbagliato può avere effetti disastrosi sulla riuscita dell'intero progetto. Mentre un *premise pilot* imposta la narrazione mostrando una serie di eventi da cui scaturiscono i conflitti e i rapporti dei protagonisti, un approccio differente, legato forse in maniera più stretta alla struttura della serialità classica, è quello dell'episodio regolare. In questo caso il pilot dovrà introdurre personaggi e intrecci all'interno di una struttura iterativa in un episodio regolare.

L'idea del *premise pilot* si discosta maggiormente dalla struttura classica della serialità televisiva, permette di introdurre al pubblico i personaggi e gli eventi in una maniera molto più semplice e lineare. È il tipo di esordio narrativo a cui siamo abituati spesso nel cinema e nel romanzo. Scrivere un pilot sotto forma di episodio regolare è un esercizio molto complicato: riuscire ad introdurre una storia e nello stesso tempo creare una struttura ripetibile è molto complesso visto che i conflitti messi in gioco nella creazione della storia non possono riprodursi in ogni singolo episodio, poiché la narrazione seriale evolve costantemente nell'oscillazione tra differenza e ripetizione.

Nello scegliere quale struttura dare al pilot, molto dipende dal genere di serie che si sta cercando di costruire. Le forme narrative più eterogenee convergono nel panorama televisivo, ibridando di continuo le loro caratteristiche. I pilot premessa sono più legati alle nuove forme del racconto seriale, distanti dalla struttura e dalla ripetibilità. Essi vengono raccontati con un linguaggio molto più simile a quello di un lungometraggio cinematografico: la narrazione in questo caso diventa più complessa, rompe il vincolo dell'iterazione e di facile accessibilità alla storia, richiedendo uno sforzo di attenzione maggiore da parte dello spettatore, che dovrà conoscere il pregresso di ogni episodio per poterlo comprendere. È il caso, questo, di recenti serie di particolare successo come *Game of thrones* o *Stranger Things*, che pur mantenendo alcuni legami con la struttura seriale possono essere assimilati a lungometraggi della durata di un'intera stagione, suddivisi in episodi per puro esercizio di comodità, e spesso fruiti come tali, in modalità bulimiche come il *bingewatching*.

Iniziare a raccontare una storia, introdurre i protagonisti all'interno di un reticolo ripetibile e riconoscibile è legato, invece, a un tipo di narrazione "procedurale" (si pensi alle varie serie poliziesche come *C.S.I.*, *La signora in giallo*, *Il commissario Montalbano*, basati su una struttura centrata sul "caso del giorno") riconducibile ad un approccio classico, ma ancora esistente e in piena salute, della serialità.

Se la serie di stampo procedurale tende a sviluppare una forma d'indipendenza inter-episodica, le serie che iniziano con un *premise pilot* costringono invece lo spettatore a considerare una macro-storia che funge da collante narrativo, fondamentale ai fini della comprensione e allo stesso riconoscimento del microcosmo seriale di riferimento.

Il pilot di *Lost*, ad esempio, raccontando il naufragio dei protagonisti su una misteriosa isola deserta è uno dei più classici esempi di *premise pilot*: senza gli eventi raccontati in questo episodio non avrebbe senso l'intero impianto narrativo. Avremmo potuto

raccontare la stessa storia di *Lost* partendo con un episodio regolare? Probabilmente sì, ma affrontando molte più difficoltà. La premessa, in questo caso gli effetti dell'incidente aereo di cui siamo testimoni nel primo episodio, ci permette di comprendere il senso dell'intera narrazione. Diversamente avremmo dovuto caricare lo spettatore di un ulteriore livello di complessità nel decifrare il rebus dei flashback, affidando a questi ultimi anche la narrazione dell'evento che ha accomunato il loro destino, proiettandoli sull'isola misteriosa.

D'altro canto *Mad Men*, pur essendo una serie che per molti aspetti ha segnato in maniera indelebile il modo di fare televisione, ha una struttura assolutamente regolare e il suo pilot non ha nulla di diverso da qualunque altro episodio della serie, pur essendo questa una serie sofisticata e complessa, lontana anni luce dalla semplicità delle strutture procedurali che solitamente caratterizzano questa tipologia di pilot.

Ancora, il pilot del telefilm di culto degli anni novanta, *Twin Peaks*, vera e propria pietra miliare della post-serialità (cfr. Brancato, 2011; Abruzzese 1984), si apre con due minuti e mezzo di titoli di apertura, cosa che per il pubblico odierno può rappresentare una strana anomalia. Sullo sfondo delle riprese del lavoro quotidiano di una segheria industriale, accompagnati da una musica sognante, gli spettatori sono introdotti all'interno di un'atmosfera rilassata e meditativa, inusuale rispetto ai ritmi televisivi canonici.

Ai titoli di apertura segue una sequenza che, allo stesso tempo, ne mantiene il tono e ne rompe il ritmo. Vediamo Josie intenta in alcune attività - mantenendo il tono languido della ripresa precedente - della sua routine mattutina, quindi Pete che ritrova il corpo senza vita di Laura Palmer (avvolto, come probabilmente molti di voi ricorderanno, iconicamente nella plastica) e chiama l'ufficio dello sceriffo ottenendo una risposta, involontariamente comica, dalla receptionist Lucy. Come vediamo, nei soli primi cinque minuti dell'episodio lo spettatore è introdotto a stranianti accostamenti di stile, una visione ironica di momenti drammatici (il ritrovamento del cadavere e la risposta di Lucy alla chiamata) e, in generale, un'atmosfera che spesso rasenta la sfera onirica; in cui il pubblico è volutamente abbandonato all'incertezza su come rispondere emotivamente a ciò che accade sullo schermo. Queste tendenze vengono rafforzate nel corso dell'episodio, che, tra le altre cose, istituisce la norma intrinseca che ogni episodio si svolge nel lasso di tempo di un giorno. Il finale aperto dell'episodio intriga gli spettatori invogliandoli a proseguire nella serie, mentre lo stile e la forma narrativa stabiliscono cosa aspettarsi dai successivi episodi.

In *How I Met Your Mother* la serie si apre con una sovraimpressione che recita "Anno 2030" sull'inquadratura di due adolescenti che guardano verso la telecamera. Una voce fuori campo (del Ted del futuro) recita: «Ragazzi, ho intenzione di raccontarvi una storia incredibile: la storia di come ho incontrato vostra madre». Citare il titolo della serie nella prima battuta del pilot può apparire banale. In realtà questa apertura stabilisce, nell'arco di pochi secondi, i contorni della serie e la sua modalità narrativa: sappiamo sin da subito che HIMYM utilizzerà la forma del racconto di vecchi ricordi da parte del protagonista, con l'utilizzo di voci fuori campo e sovraimpressioni grafiche. Il pilot procede mostrando il piglio auto-ironico della voce narrante: alla domanda della figlia "durerà molto?", il Ted del futuro risponde laconicamente "Sì"; una risposta che possiamo considerare particolarmente adatta vista la longevità della serie (durata ben 9 stagioni). Il racconto prosegue con il

primo flashback, “25 anni fa”, e vengono introdotti i cinque protagonisti e i luoghi chiave del racconto. Le loro relazioni e il loro passato verranno inclusi nella storia mediante l'utilizzo di fermo-immagine, flashback (a volte incorporati all'interno di altri flashback) e split-screen. La voce del Ted del futuro risponde alle domande dei figli e, indirettamente, a quelle degli spettatori. Il pilot mette subito in mostra anche una strategia trans-mediale in fase embrionale (vista l'età anagrafica dello show): Barney, uno dei protagonisti, nel corso dell'episodio fa riferimento al suo blog; un sito realmente esistente, ospitato sui server della CBS, in cui il personaggio riflette e approfondisce, nel suo particolare stile, gli eventi di ogni episodio. In questo episodio vengono introdotti anche degli elementi che dispongono una netta linea di demarcazione da altre serie comedy che hanno trattato argomenti simili: se parliamo di cinque amici trentenni con gli intrecci delle loro vite metropolitane, non possiamo evitare di sentire fortissimo l'eco dell'impianto narrativo di *Friends*. Rispetto a quest'ultima, però, *HIMYM* imposta una narrazione più complessa e un intreccio dal sapore spesso misterioso, stuzzicando la curiosità dello spettatore. Mostrando, da un lato, la struttura familiare e consolidata della sit-com, mettendo però evidenza gli elementi che la differenziano da tutte le serie che l'hanno preceduta.

La stagione degli amori

L'industria televisiva, in quanto tale, non può sfuggire alla contingentazione e alla sincronia imposta ai tempi del lavoro. La lavorazione delle serie televisive non può sfuggire a questa logica. Esistono, quindi, specifici periodi dell'anno in cui le serie vengono progettate, cercando di pareggiare l'equilibrio tra attività industriale e opera dell'ingegno: da un lato, come dicevamo, la necessaria libertà per gli sceneggiatori di scrivere una storia che sia al contempo nuova ma generalizzabile, di immaginare mondi narrativi disarticolabili in maniera seriale; dall'altra, l'esigenza tangibile di recuperare le migliori professionalità e le attrezzature necessarie alla sua creazione, individuare le location più adatte alla narrazione e alla lavorazione, tenendo conto degli invalicabili limiti di spesa imposti dal budget. Assistiamo quindi, in alcuni specifici e limitati periodi dell'anno, a vere e proprie corse contro il tempo per costruire una squadra di professionisti che possa garantire al prodotto televisivo un successo duraturo. Questo periodo, prendendo in analisi il sistema televisivo statunitense, avanguardia assoluta per quel che riguarda la produzione di serialità televisiva, si estende tra l'estate e l'inizio dell'autunno. A ridosso della trasmissione di serie considerate di minore importanza - e per questo trasmesse nel periodo estivo, nel quale l'ampiezza della platea televisiva si contrae attirando meno investimenti pubblicitari - gli uffici dei maggiori network televisivi si affollano di bozze di potenziali successi televisivi: i cosiddetti *elevator pitch* (veloce sinossi di una possibile serie televisiva, così stringata da poter essere letta nella durata di un viaggio in ascensore). Solo una piccola parte di questi brevissimi abstract riesce, nel ristretto spazio loro concesso, a far breccia nel cuore dei produttori mostrando tutto il proprio potenziale narrativo e commerciale; pochi secondi, lo spazio di una veloce lettura per impressionare

positivamente i dirigenti dei network, convincerli del successo del progetto passando alla delicatissima fase di pre-produzione. All'inizio della stagione autunnale, le idee che dimostrano di disporre delle caratteristiche necessarie per diventare un prodotto televisivo seriale passano alla fase di pre-produzione.

Il casting, il processo di selezioni del nucleo di attori che prenderà parte alla narrazione televisiva, è uno dei momenti più delicati di questo processo, al pari della scrittura della sceneggiatura. Scegliere gli interpreti di una serie TV è, infatti, un delicato esercizio di redazione e pianificazione. Ogni attore porta con sé il suo bagaglio pregresso di interpretazioni, fandom, successi e insuccessi, creando una vera e propria intertestualità (Kristeva, 1967) che mette in relazione la serie con altre serie che hanno visto gli stessi attori protagonisti.

Italo Calvino, nel suo celebre meta-romanzo *Se una notte d'inverno un viaggiatore* (1979), esemplifica in maniera limpida il meccanismo dell'intertestualità, nelle parole di uno dei suoi protagonisti:

Ogni nuovo libro che leggo entra a far parte di quel libro complessivo e unitario che è la somma delle mie letture. Questo non avviene senza sforzo: per comporre quel libro generale, ogni libro particolare deve trasformarsi, entrare in rapporto coi libri che ho letto precedentemente, diventarne il corollario o lo sviluppo o la confutazione o la glossa o il testo di referenza.

Per le serie televisive l'intertestualità ha un ruolo ancora più significativo rispetto a quella del testo scritto. Tra una narrazione e l'altra ci sono in comune riferimenti assoluti e difficilmente occultabili: le maschere e il carisma degli attori protagonisti dello star-system (cfr. Brancato, 2010, 2014). Il casting, in questa prospettiva, costituisce uno strumento per la generazione di *cross-over* tra universi diversi - in maniera più o meno intenzionale - utilizzando attori che, prendendo parte a spettacoli differenti, portano con sé un patrimonio di espressioni, stili e volti immediatamente riconoscibili dallo spettatore. Questa ibridazione indiretta crea, nella mente dello spettatore, una più larga inter-testualità che, se controllata e costruita in maniera consapevole dagli autori, può portare al successo o all'insuccesso della serie stessa. È il caso di *Smallville*, serie che narra - sotto forma di *bildungsroman* - le vicende del giovane Clark Kent prima di divenire Superman, e che ha ospitato, nell'arco delle sue 10 stagioni, numerosi interpreti che in precedenza avevano preso parte a rappresentazioni (sia televisive che cinematografiche) delle avventure del super-eroe della DC comics.

Scegliere a quali casting partecipare è un'operazione di importanza strategica anche per gli attori. Lo script del pilot, come pure una sua bozza, deve convincere anche gli attori coinvolti del proprio potenziale. Le operazioni di casting, effettuati in un periodo così limitato, diventano per gli attori delle vere e proprie scommesse da fare a discapito - o a favore - della propria carriera: scegliere di prendere parte a una serie che si rivelerà un flop potrà avere ripercussioni gravi sulla possibilità di prendere parte, in futuro, a serie di alto profilo. Se poi il pilot, seppur realizzato, non dovesse essere scelto dal network per la produzione dell'intera serie, la partecipazione alla sua lavorazione si rivelerebbe una completa perdita di tempo e soprattutto, una scelta che preclude la partecipazione ad altre

serie. Questo sistema, come sottolinea Amanda Lotz (2007), mostra delle criticità anche dal punto di vista dei network: nei tempi ristretti della stagione dei pilot è necessario mettere sotto contratto creativi e attori per evitare il rischio che possano passare alla concorrenza. Questa necessità favorisce la nascita di accordi di lunga durata, innescando un meccanismo molto simile a quello degli studios hollywoodiani o delle compagnie teatrali.

Nell'era post-network, con l'emergere della tv via cavo e successivamente delle nuove piattaforme distributive che recidono definitivamente il legame tra televisione e post-televisione, la rigida stagionalità si sfalda, perdendo importanza. Non scompare del tutto la stagione dei pilot - i network televisivi esistono ancora, come i palinsesti e la messa in onda serialmente cadenzata - ma la sua importanza viene ridimensionata, spalmata sulla durata dell'intero anno, in una sorta di cantiere permanente. Alla programmazione stagionale si sostituisce una programmazione annuale, continua, sebbene il periodo che va da settembre a maggio continui ad essere l'obiettivo designato per le serie di maggior successo. Queste trasformazioni hanno portato a un riequilibrio delle forze in gioco all'interno dell'industria: liberare alcune parti dello sviluppo delle serie dalla calendarizzazione forzata apre un nuovo ventaglio di opportunità per sceneggiatori, attori e spettatori. Gli scrittori possono permettersi di sviluppare idee non convenzionali senza rischiare, nel caso in cui queste non venissero scelte per la produzione, di restare fermi per un'intera stagione. Lo spettatore, divenuto digitale (Denunzio, 2004, p. 266), è particolarmente interattivo e protagonista di nuove e molteplici forme di fruizione.

Il debutto in società

Dopo aver conquistato la fiducia dei produttori, degli sceneggiatori e degli attori coinvolti nel progetto, la serie - mediante il suo episodio pilota - è pronta a debuttare sugli schermi di quello che potrà diventare il suo pubblico, entrando a far parte del palinsesto televisivo. Negli ultimi vent'anni lo scenario delle trasmissioni è mutato fino a sembrare irriconoscibile. Strategicamente la televisione - intesa come medium di massa caratterizzato da una modalità distributiva broadcast - nonostante abbia innegabilmente perso il suo ruolo di riferimento, continua ad avere un ruolo di primaria importanza per quel che riguarda il primo contatto con il pubblico, soprattutto nel nostro scenario nazionale. La televisione generalista, in quanto matrice potenziale di tutte le proposte televisive, è ancora il luogo dove avviene il primo incontro con il programma. Lo spazio in cui il pubblico può incontrare, vedere per la prima volta, valutare e lasciarsi affascinare da qualcosa che ancora non conosce. Soltanto in un secondo momento deciderà se e come proseguire nella visione valutando tra le molte scelte disponibili: fidelizzandosi all'offerta cadenzata del palinsesto o piuttosto cercando di anticiparla, spostandosi su altre piattaforme e liberandosi dai vincoli temporali. Una pratica che ha molto in comune con lo *showrooming* - l'utilizzo dei negozi per visionare e testare le merci in vendita per poi acquistarle online su piattaforme di e-commerce - e che declassa il palinsesto della tv

generalista al ruolo di semplice vetrina traboccante di novità: strumento che riveste comunque un'importanza cardinale nel processo di vendita (Barra, 2015).

Che sia su un tradizionale schermo televisivo, su uno smart-phone, un tablet o sul monitor del pc, per il pilot ha inizio l'ultima fase della sua missione: convincere il pubblico a entrare a far parte dell'universo seriale, lasciarsi coinvolgere dagli sviluppi della narrazione e abbandonarsi al piacere del racconto. Seguire gli episodi è solo l'inizio di un processo laborioso che trascende la regolarità temporale televisiva, un punto di partenza per un pieno coinvolgimento dello spettatore, sempre più protagonista, con la sua interazione, di una fertile attività partecipativa. Al centro dell'universo esperienziale lo spettatore combina insieme frammenti e processi in base ai suoi personali obiettivi e al contesto d'uso in cui si trova (Brugnoli, 2009). All'origine di quest'universo, il pilot. Autentico big bang della narrazione seriale.

Conclusioni

Le recenti trasformazioni dello scenario televisivo hanno mutato anche il modo in cui i pilot vengono prodotti e presentati al mondo spettatoriale. Netflix, Amazon e altre piattaforme nate come strumento distributivo e da poco subentrate - mediante approcci innovativi che sfruttano particolarmente l'interattività con lo spettatore - anche nel processo produttivo, grazie alle loro caratteristiche intrinseche, possono ottenere un feedback del pubblico diretto e dettagliato, conoscendo più a vicino i gusti dei propri pubblici di riferimento. Possono quindi produrre più di un pilot per poi immetterli tutti - in contemporanea - sulla piattaforma di streaming. Analizzando i risultati dei singoli show - interrogando, in maniera diretta, i propri clienti chiamati ad esprimere il loro gradimento - sfruttano quindi un processo di *crowd-wisdom* (Surowieki, 2004) per decidere quali show produrre per un'intera stagione. Gli altri pilot vengono comunque resi disponibili alla visione e potranno, magari, essere prodotti in un secondo momento. Questo è anche un modo per testare idee fuori dall'ordinario - da riprendere successivamente - e soprattutto bloccarne lo sfruttamento da parte di network concorrenti.

È questo, ad esempio, il caso de "La svastica sul sole" serie tratta dal famoso romanzo di Philip K. Dick, selezionata dagli utenti all'interno di un roster di 5 pilot rilasciati contemporaneamente da Amazon agli inizi del 2015. Nell'estate 2016 Amazon ha perfino oltrepassato le barriere della propria piattaforma Prime pubblicando, gratuitamente, i pilot delle proprie serie su piattaforme aperte e gratuite come YouTube e Facebook; cercando di attirare nuovi potenziali abbonati mediante lo stesso meccanismo di showrooming che descrivevamo, precedentemente, per la tv generalista. Anche Netflix affida ancora al pilot il compito di agganciare l'attenzione del pubblico, scegliendo volontariamente di non produrre alcun trailer per le serie originals, prodotte in proprio; invogliando lo spettatore a iniziare direttamente la visione del prodotto seriale, dal primo episodio.

Nell'attuale scenario televisivo post-seriale, in cui tutte le caratteristiche della serialità televisiva vengono in qualche modo trascese, è lecito domandarsi se sia ancora corretto

parlare di pilot, riflettere sulla persistenza del suo ruolo. La forma seriale, una volta superate le barriere ideologiche e tecniche della trasmissione broadcast generalista, con la conseguente invasione dei territori appartenenti ai media personali, è mutata, maturata, sino a non riconoscersi più nell'etichetta che la contraddistingue. La lunga ed estenuante battaglia con il cinema sembra vinta, relegando quest'ultimo al ruolo di (grande) schermo tra gli schermi in cui viene, trans-medialmente, frammentata la narrazione.

L'importanza del singolo, primo episodio, sembra essere diminuita, pur continuando a mantenere un ruolo essenziale per il successo di una serie. Non è più necessario mettere in mostra tutti i propri talenti per conquistare, nell'arco della durata di un solo episodio, il cuore dello spettatore. Le serie, sempre più spesso, fanno parte di un complesso universo che coinvolge tutto il sistema mediale, un flusso che dialoga costantemente con altri media: libri, fumetti, animazione, videogiochi, film. Difficilmente lo spettatore si troverà spiazzato e impreparato di fronte all'inizio di una narrazione. Sempre che di inizio si possa ancora parlare. Lo spettatore decide di immergersi in un flusso continuo di storie, di universi narrativi complessi e coerenti. Impegnato in un loisir (Morin, 2002) che non rappresenta più soltanto il tempo, sottratto al lavoro, da dedicare a sé stessi: è un tempo pieno e impegnativo (Stebbins, 2007) che presuppone un rapporto continuo e simbiotico con i prodotti dell'immaginario.

Nota biografica

Emiliano Chirchiano, laureato con lode in "Comunicazione sociale, pubblica e politica" alla Federico II di Napoli con una tesi che indaga l'evoluzione e il ruolo cruciale della figura del "nerd" nel sistema mediale, è attualmente studente di dottorato di ricerca in "Scienze sociali e statistiche" presso l'ateneo Federiciano. È autore di articoli in materia di comunicazione e sociologia dei media pubblicati su importanti riviste scientifiche (Mediascapes Journal, H-Ermes journal of communication, Quaderni del circolo Rosselli). I suoi interessi di ricerca orbitano attorno l'influenza reciproca tra società e media, in particolare al rapporto ibridante tra tecnologie di rete, media audiovisivi e videogame.

Bibliografia

- Abruzzese, A. (1984). *Ai confini della serialità*. Napoli: Società editrice napoletana.
- Aiello, L. (2005). *L'immunità dello spettatore*. Roma: Cooper.
- Barra, L. (2015). *Palinsesto*. Bari: Laterza.
- Brancato, S. (2007). *Senza fine*. Napoli: Liguori.
- Brancato, S. (2010). *La forma fluida del mondo*. S. Maria C. V.: Ipermedium libri.
- Brancato, S. (2014). *Fantasmia della modernità*. S. Maria C. V.: Ipermedium libri.
- Brancato, S. & Bernabei, V. (2011). *Post-serialità*. Napoli: Liguori.
- Brugnoli, G. (2009). *Connettere i punti dell'esperienza*. Intervento presentato Terzo Summit Italiano di Architettura dell'informazione, Forlì, 20-21 febbraio
- Calvino, I. (1979). *Se una notte d'inverno un viaggiatore*. Torino: Einaudi.

- Cardini, D. (2004). *La lunga serialità televisiva*. Roma: Carocci.
- Denunzio, F. (2004). *Fuori campo*. Roma: Meltemi.
- Grignaffini, G. (2004). *I generi televisivi*. Roma: Carocci.
- Innocenti, V. & Pescatore, G. (2008). *Le nuove forme della serialità televisiva*. Bologna: Archetipolibri.
- Jenkins, H. (2007). *Cultura convergente*. Milano: Apogeo.
- Kristeva, J. (1969). *Sēmeiōtikē*. Paris: Éditions du Seuil.
- Lotz, A. (2007). *The television will be revolutionized*. New York: New York University Press.
- Mittel, J. (2015). *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*. New York: New York University Press
- Morin, E. (2002). *Lo spirito del tempo*. Roma: Meltemi.
- Stebbins, R. (2007). *Serious leisure*. New Brunswick, N.J.: Transaction Publishers.
- Surowiecki, J. (2004). *The wisdom of crowds*. New York: Doubleday.

House of Cards e la politica dello stile¹

Manolo Farci

Università degli Studi di Urbino Carlo Bo

House of Cards, serie televisiva prodotta dalla Netflix, costituisce una assoluta novità nel panorama della serialità televisiva e nell'ambito specifico dei political drama. Prodotto dallo spiccato carattere autoriale – tanto da poter essere inserita all'interno del filone della Quality Tv - House of Cards è stata pubblicizzata come il primo caso di prodotto offerto dal canale ai propri abbonati in streaming in un'unica volta a partire dal 1 febbraio 2013. Questo lavoro muove dall'ipotesi che il successo di House of Cards poggi su due elementi: a) da un lato, House of Cards – in quanto political drama che mette in dialogo politica e cultura popolare – offre al proprio pubblico un modo per attivare nuove forme di alfabetizzazione alla politica; b) dall'altro lato, la serie tv garantisce ai politici stessi un efficace strumento attraverso cui gestire il proprio stile rappresentativo.

Grazie alla presenza di alcuni elementi stilistici inediti – la presenza di un eroe dall'attitudine cinica con Frank Underwood e il suo sguardo in camera – House of Cards offre ai politici una vera e propria enciclopedia intertestuale a cui attingere per rilanciare la propria rappresentazione all'interno dei nuovi spazi di visibilità e interattività offerti dai social media. Appropriandosi di pratiche legate alla fan culture, i politici stanno imparando ad usare le serie tv come uno strumento alternativo per raccontare la propria politica, finendo per sfidare la legittimità e l'applicabilità delle forme di comunicazione più tradizionali.

House of Cards, the American political drama web television series created by Beau Willimon and produced by Netflix, is something quite new in the field of serialized television shows. Although the phenomenon of online video distribution is not new, House of Cards has been promoted as a “turning point” for a new era of television in original online programming, since it was the first television program that had its entire season released at once on February 1, 2013.

This work assumes that the show's success is largely based on two elements: a) on the one hand, House of Cards provides a way to activate new forms of political literacy, that includes the whole range of media and popular culture; b) on the other hand, House of Cards gives politicians a strategic tool to manage their own political style. Thanks to the presence of two elements - the menacing, ruthless, charming anti-hero Frank Underwood and the bold narrative technique called aside, in which Frank Underwood breaks the fourth wall in order to connect with the audience - House of Cards offers politicians a strategic range of intertextual references to increase their visibility across popular social media platforms. In this way politicians are learning to use the TV series as an alternative tool to turn political communication and political trust into a question of style recognition and taste correspondence, by incorporating into their account of politics the 'irrationality' of the emotions that inspire political life, the same irrationality that we can find in the world of entertainment and popular culture.

Key Words: quality tv; political drama; politica dello stile; fandom; culture participative

Nata come remake dell'omonima serie mandata in onda dalla BBC nel 1990 – adattata a sua volta dal primo libro della trilogia scritta da Michael Dobbs nel 1989 – *House of Cards* è stata prodotta da Netflix, il più grande servizio al mondo di noleggio DVD e videogiochi tramite Internet, che dal 2008 si è dotato di un servizio di streaming online *on demand*, accessibile tramite abbonamento in quarantuno paesi. Suddivisa in tre stagioni di tredici episodi ciascuno – la quarta stagione è stata annunciata per febbraio 2016 – la serie prevede due produttori, due produttori co-esecutivi e nove produttori esecutivi, tra cui lo sceneggiatore Beau Willimon e il regista David Fincher, che ha curato personalmente la regia dei due episodi iniziali.

Il motivo per cui tale serie ha fatto ampiamente discutere di sé riguarda la sua peculiare modalità di trasmissione: *House of Cards* è il primo caso di prodotto offerto dal canale ai propri abbonati in streaming in un'unica volta a partire dal 1 febbraio 2013. Sebbene il fenomeno della distribuzione online non sia del tutto inedito – si pensi alla miniserie *Dr. Horrible's Sing-Along Blog* (2008) ideata da Joss Whedon esclusivamente per la piattaforma Hulu – la scelta di Netflix ha portato molti commentatori a parlare di una vera e propria rivoluzione rispetto ai meccanismi dell'industria televisiva (Edwards, 2013). Difatti, sebbene già nel Gennaio del 2012 Netflix aveva reso disponibile tutta la prima stagione della serie norvegese *Lilyhammer*, con *House of Cards* ci troviamo di fronte ad un contenuto originale offerto dalla piattaforma attraverso questa particolare modalità distributiva.

Tale novità nelle pratiche distributive inserisce *House of Cards* all'interno di quella che Amanda Lotz ha definito come *post-network era* (2007), uno scenario in cui i pubblici sperimentano un totale controllo su dove, quando e come guardare i propri programmi preferiti. Ma la *post-network era* non ha semplicemente definito un modo di fruire la televisione differente rispetto al passato: a variare sono le aspettative del pubblico nei riguardi del medium e della sua offerta culturale. Nicchie di pubblico sempre più specifiche si aspettano oggi di poter consumare contenuti *qualitativamente* superiori rispetto a quelli tradizionalmente offerti dal mezzo televisivo, in termini di tematiche affrontate, complessità narrativa, innovatività estetica, sviluppo dei caratteri. È stato il cosiddetto modello Home Box Office (HBO) – una delle emittenti televisive via cavo più popolari degli Stati Uniti d'America – che, a partire dalla messa in onda di serie come *Oz* (1997-2003), *I Soprano* (1999-2007) e *The Wire* (1992-2008), ha determinato una vera e propria evoluzione nelle forme di narrativa seriali e un cambiamento dello statuto culturale del mezzo televisivo stesso. *It's not TV, it's HBO* è diventato, così, uno slogan capace di riassumere il rinnovato appeal culturale riservato al mezzo televisivo, al punto che molti studiosi hanno iniziato a parlare di *Quality Tv* (Pearson, 2011). Rientrano nel concetto di *Quality Tv* quei generi seriali capaci di combinare formati televisivi maggiormente familiari con temi ed estetiche tratte da riferimenti più celebri come cinema o romanzo. Non a caso, spesso, è lo stampo autoriale che marchia tali prodotti a creare nello spettatore l'idea che film e serie televisive siano superiori ai programmi offerti dalla televisione più tradizionalmente intesa. Nel caso di *House of Cards*, la scelta di puntare sui nomi di Willimon e Fincher, nonché affidare il ruolo principale ad un attore di successo come Kevin Spacey, ha garantito a Netflix

l'opportunità di promuovere *House of Cards* come un prodotto dallo spiccato carattere autoriale, il cui controllo creativo è affidato all'esclusivo estro di queste personalità di successo.

Se la serie della Netflix si inserisce pienamente all'interno di questa ondata di profondo rinnovamento che vede coinvolta la televisione dell'ultimo decennio, alcune peculiarità rendono *House of Cards* una assoluta novità nel panorama della serialità televisiva e nell'ambito specifico dei *political drama*. Ipotizziamo che il successo di *House of Cards* poggi su due elementi: a) da un lato, *House of Cards* offre al proprio pubblico un modo per attivare nuove forme di alfabetizzazione alla politica, che gli permettono di mediare la propria partecipazione al dibattito collettivo, definire interessi condivisi, sostenere opinioni personali; b) dall'altro lato, *House of Cards* garantisce ai politici stessi un efficace strumento attraverso cui gestire lo stile della propria rappresentazione pubblica. Il primo fattore non nasce con la serie prodotta dalla Netflix, ma si inserisce all'interno di una tradizione decennale di dialogo e confronto tra politica, cultura popolare e testi mediatici. Il secondo aspetto, al contrario, costituisce una vera e propria novità nel rapporto tra politica e cultura popolare.

Dopo aver affrontato il primo dei due elementi individuati, ci concentreremo su quelle caratteristiche delle serie a nostro avviso inedite – un eroe dall'attitudine cinica con Frank Underwood e il suo sguardo in camera – che hanno offerto ai politici alcuni elementi stilistici in grado di rilanciare la propria rappresentazione politica all'interno dei nuovi spazi di visibilità e interattività offerti dai social media.

I *political drama* come strumenti di alfabetizzazione politica

Lo stretto rapporto tra politica e cultura popolare non nasce certamente con *House of Cards*. La politica è sempre stata largamente un'esperienza mediata, forgiata da valori e credenze culturali che apparentemente nulla hanno a che vedere con l'idea tradizionale di azione e pensiero politico. Spesso sono i media a garantirne il primo punto di accesso, non tanto perché forniscono informazioni su eventi e opinioni politiche, ma in quanto precedono, modellano e, spesso, finiscono per determinare le forme stesse di partecipazione alla vita sociale. Da un lato, i media diventano uno dei principali strumenti dell'immaginazione politica che permette alle istanze della vita sociale di tradursi in simboli condivisi dai membri della comunità. Dall'altro lato, al pari dell'arte e della letteratura, offrono modi alternativi di raccontare la politica che finiscono per sfidare la legittimità e l'applicabilità delle sue forme di comunicazione più tradizionali, mettendo in discussione qualsiasi arbitraria distanza rispetto alla cultura popolare. Come già affermava Edgar Morin (1962) nelle sue analisi sull'industria culturale degli anni Sessanta, cultura di massa e informazione politica diventano simili a veri e propri *vasi comunicanti*. Lo studioso francese osservava che, mentre le battaglie elettorali hanno assunto sempre più l'aspetto di una competizione televisiva, in cui vengono poste in risalto le qualità umane dei candidati, la propaganda politica ha imparato ad utilizzare a proprio vantaggio alcune

ricette di popolarità elaborate dalla cultura di massa. Per questo, sebbene gli apparati mediatici contemporanei e gli studiosi di comunicazione spesso supportino ancora una artificiosa separazione tra *news* e notizie di intrattenimento (Delli Carpini & Williams, 2001) in realtà la politica appare sempre più un'esperienza testuale plasmata dalla cultura popolare, sia nelle forme in cui è costruita e presentata ai pubblici, che nei modi in cui è consumata e decodificata dalle diverse audience. È la cultura pop – con la televisione come sua forza trainante – a garantire che questioni, concetti ed idee complesse si trasformino in storie facilmente comprensibili ed emotivamente significative: l'intrattenimento, insomma, è o può essere politico. Ne consegue che non è possibile categorizzare la rilevanza politica di un medium a partire dal genere, dai contenuti o dalla fonte usata. Occorre usare un criterio di utilità: la misura in cui qualsiasi forma comunicativa è politicamente rilevante dipende dai suoi effetti e dai suoi potenziali usi, piuttosto che dai contenuti e dalla cornice entro cui vengono esposti.

Un monologo satirico di Jay Leno per sottolineare l'ignoranza politica del pubblico, una scena tratta da *Law & Order* che esplora l'ingiustizia razziale nel nostro sistema legale, un episodio dei *Simpson* che prende in giro le moderne tattiche elettorali moderne, o uno scherzo del Web ai danni di Bill Clinton che genera una discussione sui confini tra comportamento pubblico e privato possono essere politicamente rilevanti come il telegiornale della sera, forse anche più (Williams & Delli Carpini, 2002, p.4).

Tali affermazioni appaiono ancora più pertinenti se si osserva uno dei fenomeni più significativi delle forme di rappresentazione politica televisiva contemporanea: i *political drama*. I *political drama* possono essere considerati a tutti gli effetti figli di quel diffuso impulso all'ibridazione che si è diffuso nel panorama neo-televisivo a partire dagli anni Novanta e che ha dato vita a fenomeni come l'*infotainment* o la *faction* (Buonanno, 1999). Da un lato, i *docudrama* che raccontano storie "come se" fossero vere, usando uno stile documentaristico che contrasta con il contenuto di fantasia, dall'altro gli eventi realmente accaduti ma ricostruiti come in un film nello studio televisivo, possono essere considerati entrambi esempi di forma ibride della comunicazione mass mediale, in cui non solo le dimensioni dell'informazione e dell'intrattenimento tendono a confondersi, ma le strategie argomentative, gli stili narrativi e le scelte lessicali non possono più prescindere da una mescolanza di fatti e finzione.

Sfruttando proprio le possibilità offerte dalle forme ibride della comunicazione mass mediale, i *political drama* hanno consentito al discorso politico di connettersi all'esperienza degli spettatori in modo diverso rispetto alle forme più tradizionali del dibattito politico. Come dimostra l'analisi condotta da Liesbet van Zoonen e Dominic Wring (2012), una caratteristica che ha accomunato le fiction politiche britanniche – pur nella varietà e nell'inevitabile evoluzione storica del genere – è un'articolazione narrativa che mescola sapientemente trame di fantasia con elementi provenienti dalla realtà: i protagonisti politici regolarmente fanno brevi apparizioni negli *show*; alcuni intrecci ruotano attorno ad eventi politici storici o d'attualità; altre narrazioni sfruttano alcune concrete minacce sociali; certi personaggi sono ispirati a figure politiche davvero esistenti.

Se ci spostiamo ad analizzare lo scenario della televisione americana, l'erosione dei confini tra reale e immaginario diventa ancora più evidente (Street, 2001). Nella serie TV *K Street* (2003), realizzata dalla HBO in dieci puntate, la realtà della politica di Washington si mescolava con la finzione di Hollywood come raramente era mai accaduto prima in televisione. Non solo ogni puntata ruotava attorno alla principale notizia politica della settimana – e pertanto lo show era registrato in pochi giorni ed in gran parte improvvisato – ma la trasmissione prevedeva che attori e politici reali fossero ugualmente coinvolti nello svolgimento del plot narrativo. A sua volta, *American Candidate* – andato in onda durante le elezioni presidenziali del 2004 – ha sancito l'ingresso della politica nel mondo dei reality show. Prodotto dal regista R. J. Cutler – autore nel 1992 di *The War Room*, un importante documentario sulla campagna di Bill Clinton per le presidenziali di quell'anno – *American Candidate* mostrava un gruppo di concorrenti che gareggiavano in una finta campagna per diventare presidenti degli Stati Uniti. “Il falso può quindi rivelarsi più autentico di una programmazione che si autoproclama “reale”, se non altro perché respinge del tutto tali pretese moderniste di verità” (p. 20). Lungi dal poter essere derubricati semplicemente come esempi di intrattenimento, questi show offrono al pubblico ulteriori strumenti critici in grado di espandere la propria comprensione dei meccanismi di funzionamento del potere politico.

Con l'inizio del nuovo millennio, l'ampia risonanza pubblica seguita alla messa in onda di due serie TV di successo come *The West Wing* (1999-2006) e *24* (2001-2010) ha confermato quanto i prodotti di finzione possano non solo essere usati come materia di dibattito pubblico, ma offrire nuove cornici interpretative attraverso cui articolare meglio e rendere più plausibili le proprie posizioni politiche. Ideata da Aaron Sorkin e andata in onda sul canale NBC, *The West Wing* (1996-2006) raccontava la vita pubblica e privata del presidente democratico degli Stati Uniti Josiah Bartlet e le relazioni con i membri del suo staff, dalla campagna presidenziale per la sua prima elezione sino al giuramento del suo successore, otto anni dopo. Se, come sostiene Joshua Meyrowitz (1985), la televisione ha incrementato la *pubblicizzazione della sfera privata*, rendendo visibili un'intera serie di informazioni che un tempo erano riservate ai comportamenti da retroscena o venivano scambiate esclusivamente nelle interazioni faccia a faccia, *The West Wing* mostrava qualcosa che il pubblico americano mai avrebbe potuto ottenere da altre fonti, uno sguardo *dietro le quinte* delle attività quotidiane di un presidente. Per questo, più che le questioni maggiormente rilevanti dell'agenda politica statunitense, *The West Wing* si focalizzava sui tratti caratteriali del suo protagonista, un politico onesto ed eroico quanto basta a restituire all'intera nazione un'immagine idealizzata del proprio presidente. Nell'egemonia di cinismo che pervade il giornalismo americano, *The West Wing* ha offerto un modo per superare un certo malessere politico, consentendo agli individui di entrare in contatto con la realtà della Presidenza attraverso modalità che il giornalismo formale non avrebbe mai potuto garantire (Pompper, 2003) Non a caso, come dimostrano alcune ricerche empiriche, la serie è arrivata ad influenzare in termini positivi la percezione da parte del pubblico dei due politici che in quel periodo correvano per la Casa Bianca: George W. Bush e Bill Clinton (Holbert *et al.*, 2003).

Prodotta per la rete televisiva Fox, *24* ruotava attorno alle vicende di Jack Bauer, un agente dell'unità anti-terrorismo della Cia, il cui compito è salvare la nazione dai nuovi nemici dell'America nell'era post-Guerra Fredda: dagli islamici di Al Qaeda ai separatisti russi, dai cartelli colombiani alla nomenclatura di Pechino. Il suo metodo preferito per far cantare i criminali è quello di escogitare ogni volta raffinati strumenti di tortura: dalle scariche elettriche alle ustioni sul corpo, dall'estrazione delle unghie sino alla decapitazione. Nel corso degli anni, *24* ha contribuito a polarizzare lo scontro tra sostenitori e oppositori del governo Bush in materia di tortura, dimostrando quanto un programma di intrattenimento possa alimentare il dibattito sociale, chiarire certi processi politici o influenzare l'opinione pubblica in modo simile a quanto accade per eventi o persone non provenienti dal mondo della fiction. Se, a un primo livello, *24* è stato usato, al pari di qualsiasi altro testo non di finzione, come uno strumento per sostenere le proprie opinioni politiche, ad un altro livello, esso ha offerto al pubblico veri e propri *frame* interpretativi attraverso cui decodificare la realtà sociale e politica che li circondava. Come la ricerca di Keren Tenenboim-Weinblatt ha dimostrato, tali cornici – che vanno dalla testimonianza alla fantasia, dalla verifica alla metafora, dalla causalità alla riflessione culturale – hanno garantito agli individui una preziosa risorsa per incorporare il discorso politico all'interno dei propri vissuti quotidiani e ai giornalisti un modo diverso per presentare le proprie *news* politiche (Tenenboim-Weinblatt, 2009).

Come questi esempi dimostrano, i *political drama* non si limitano semplicemente a ribadire l'impossibilità che la rappresentazione della politica contemporanea possa fondarsi su una netta demarcazione tra fatti e finzione, realtà e immaginario. Piuttosto, essi consentono al pubblico di approcciarsi in modo nuovo al discorso politico, riabilitando elementi di comprensione e giudizio – quali l'immaginazione, l'investimento emotivo, l'intuizione e i sentimenti – che erano stati lasciati ai margini da una idea della politica come dominio esclusivo dell'agire razionale. Tale riabilitazione della sfera dei sentimenti, pure nei suoi aspetti più negativi – come il disgusto, il disagio, la rabbia o il cinismo – ha comunque la funzione di supportare una forma di comprensione politica che mette in discussione quei limiti razionalisti che caratterizzano la maggior parte delle attuali teorizzazioni politiche, e che trovano la loro più classica esemplificazione nei modelli della scelta razionale, nelle teorie habermasiane sulla democrazia deliberativa o nelle concezioni normative della cittadinanza (McGuigan, 2005). Per questo, fenomeni quali i *political drama* – con il loro carico costante di drammi etici e interrogazioni morali – offrono al pubblico nuove forme di alfabetizzazione visiva ed emotiva, legittimando quegli aspetti più legati agli istinti soggettivi che non hanno bisogno di attendere la sistematizzazione concettuale per essere ammessi alla dignità di realtà politica (Pels, 2003).

Frank Underwood e il cinismo come *coolness*

Pur appartenendo alla tradizione dei *political drama*, la serie della Netflix introduce alcuni elementi di novità che la rendono un caso unico nel panorama dell'attuale *quality tv*: primo

fra tutti, il protagonista Frank Underwood, magistralmente interpretato da Kevin Spacey. Subdolo manovratore degli intrighi della Casa Bianca, Frank Underwood è, allo stesso tempo, un uomo affascinante e carismatico, dotato della capacità di persuadere e manovrare le persone attorno a lui per raggiungere i suoi scopi politici. Egli rappresenta il classico *anti-eroe* dalla morale ambigua che popola numerose serie tv di questi ultimi anni. Tuttavia, a differenza di altri famosi antieroi a lui contemporanei – come Dexter Morgan in *Dexter* (2006-2013), Tony Soprano in *I Soprano* o Walter White in *Breaking Bad* (2008-2013) – l’immoralità di Underwood non ha alcuna giustificazione: al di là di qualche riferimento alla sua infanzia e al suo rapporto col padre, noi non sappiamo nulla del motivo per cui agisce in modo così freddo e cinico. Per questo, diventa ancora più interessante capire il tipo di coinvolgimento che lega i pubblici ad una serie televisiva il cui protagonista appare come un politico completamente falso e disonesto. Un legame ulteriormente rimarcato dalla inusuale tecnica dello sguardo in camera che Kevin Spacey, in particolari momenti della narrazione, è solito rivolgere allo spettatore per metterlo al corrente dei suoi veri pensieri e delle sue reali intenzioni. Guardando in camera, Frank Underwood ci sta concedendo un accesso privilegiato al mondo interiore dei suoi sentimenti – ricreando quella particolare forma di interazione a distanza tra la celebrità e il suo pubblico che alcuni studiosi hanno definito come “familiarità sconosciuta” o “asimmetrica intimità a distanza” (Horton & Wohl, 1956; Meyrowitz, 1985; Thompson, 2000). Nonostante sia considerato un espediente narrativo insolito per una serie tv, in realtà la tecnica dello sguardo in camera appartiene ad una lunga tradizione di identificazione tra il lettore e i suoi eroi che nasce con la cultura letteraria borghese del XIX Secolo e conosce un’evoluzione significativa con il cinema americano degli anni Quaranta. In questi anni, come spiega Morin (1962), l’attore diventa l’eroe *simpatico*, ossia l’eroe che, con i suoi comportamenti “naturali”, attiva meccanismi di identificazione e vicinanza affettiva nello spettatore, al punto da diventarne un suo doppio cinematografico. Il politico interpretato da Kevin Spacey è il classico esempio di eroe simpatico: attraverso lo sguardo in camera, ci chiede di identificarsi con lui per diventare complici della sua *machiavellica* cospirazione, ci invita a *stare dalla sua parte*, per quanto moralmente discutibile essa possa apparire. D’altro canto, però, non sempre possiamo dirci convinti che tutto quello che lui ci sta dicendo sia la verità – e di fronte a certe azioni che non ci vengono spiegate restiamo disorientati, con la sensazione di essere anche noi probabili pedine dei suoi giochi politici. Il coinvolgimento dunque non è mai completo, una sorta di distanziamento ironico spesso marca i suoi comportamenti: non è un caso che i continui ammiccamenti che ci vengono rivolti – il semplice ruotare improvviso degli occhi verso di noi o il cenno del capo mentre qualcun altro sta parlando – perdono spesso qualsiasi aura di drammaticità per acquisire un tono umoristico, al pari di un *siparietto comico*. Così facendo, *House of Cards*, e il suo eroe simpatico Frank Underwood, svuotano il comportamento cinico di qualsiasi connotazione morale, per farne qualcosa di esteticamente apprezzabile e drammaticamente divertente. Se la politica riguarda l’estetica più che l’etica (Ankersmit 1997), *House of Cards* rende il cinismo una convenzione stilistica, ne fa una questione *cool*.

Emerso nel corso di differenti epoche storiche per assolvere a varie funzioni sociali, l'attitudine cool è uno stratagemma emotivo che consente di camuffare i propri sentimenti fingendone l'assenza o suggerendone l'esatto opposto, come ad esempio mostrarsi annoiati di fronte ad una situazione di pericolo o divertiti al cospetto di una ingiustizia subita (Pountain & Robind, 2000). Il cool è nato come una forma di resistenza passiva adottata dai diseredati – in particolare gli schiavi africani giunti in America – per resistere alle vessazioni dei bianchi, senza soccombere a quei sentimenti di depressione o rabbia che avrebbero condotto gli oppressi a subire sicuramente una punizione. Piuttosto che affrontarle direttamente, tali soggetti prendevano le distanze dalle fonti di autorità, nascondendo il proprio disprezzo dietro un muro di distacco ironico. Nato come meccanismo difensivo per far fronte allo sfruttamento, alla discriminazione e allo svantaggio, l'attitudine cool si è diffusa Occidente grazie alla *black culture* americana anteguerra ed ha influenzato fenomeni come il divismo hollywoodiano e la musica rock degli anni Cinquanta, la *beat generation* e il fenomeno hippy dei Sessanta, il nichilismo punk negli anni Settanta, l'individualismo degli Yuppies e l'universo *hip-hop* degli anni Ottanta. Con gli anni Novanta, il cool è diventato il tipo di relazione dominante tra le persone della società occidentale, una sorta di *nuova virtù secolare* che usa l'attenzione all'apparenza e il distacco ironico come strumenti per affrontare la pressione competitiva del capitalismo postindustriale. Il cool, cioè, appare come una modalità di adattamento ad una vita di consumo e piacere istantaneo che mette in discussione qualsiasi etica del lavoro e del sacrificio. Allo stesso tempo, tale attitudine offre una forma di autocontrollo e padronanza di sé che permette di affrontare qualsiasi situazione, soprattutto quelle che presupporrebbero un forte coinvolgimento emotivo, con apparente spontaneità e indifferenza. Proprio per questo, il cool non è mai direttamente politico e la politica, per definizione, non può mai essere cool. La politica è sempre una questione di impegno, investimento, sacrificio del presente in vista di un obiettivo futuro: è fatta di complicati compromessi, lunghe azioni organizzative, noiose campagne elettorali (Street, 2003).

Ecco invece che la *leggerezza* con cui Underwood ordisce i suoi intrighi e realizza i suoi piani – un misto di amorale imperturbabilità e temeraria imprevedibilità – offre agli spettatori una rappresentazione della politica come fatto *cool*, liberata da qualsiasi pesantezza ideologica o programmatica. Guardando *House of Cards*, i cittadini non hanno più bisogno di essere educati al livello di competenza ideologica e impegno attivo, ma possono assaporare la loro indipendenza rispetto ai presupposti razionalisti che fondano i discorsi più tradizionali della partecipazione politica. Allo stesso modo, possono apprezzare uno stile politico che, per quando deprecabile sia, appare più genuino di quello che contraddistingue i politici reali in quanto caratterizzato da un realismo emotivo maggiormente coinvolgente. Il successo di *House of Cards* dimostra, quindi, quanto la politica attuale sia anzitutto una questione di gusto e personalità: non importa quanto ci si possa identificare con i principi e gli interessi messi in campo – nessuno di noi sarebbe certamente disposto a riconoscersi nelle terribili azioni compiute da Kevin Spacey; quello che conta è la capacità di rendere le proprie qualità personali una forma di stile autenticamente riconoscibile.

La cultura partecipativa diventa mainstream politico

La capacità con cui *House of Cards* rilancia la politica dello stile facendo dell'attitudine cinica una forma di *cool* ci consente di capire uno dei maggiori elementi di novità che distingue tale prodotto culturale rispetto ad altre serie televisive: l'attivazione di esperienze intertestuali inedite che finiscono per trasformare la *fandom* in un fatto politico *mainstream*.

Tradizionalmente, per assicurare la fidelizzazione e il coinvolgimento del pubblico, le serie tv hanno sempre ricorso a forme intertestuali e di ripetizione, hanno giocato cioè sulla familiarità e riconoscibilità di storie e temi che rimandano a materiali risaputi, ad esempio attraverso la ricostruzione di eventi storici o gli adattamenti di opere letterarie o il riferimento ad altri ambiti della comunicazione come il cinema o il fumetto (Innocenti e Pescatore, 2008). Nel caso di *House of Cards*, l'attivazione della competenza intertestuale del pubblico non deriva tanto dal riferimento ad altri testi mediali – sebbene lo stampo autoriale assicurato dalla presenza di personaggi provenienti dal mondo di Hollywood come Fincher o Spacey – ma dalla capacità di instaurare uno stile comunicativo ad uso e consumo della politica contemporanea. L'originalità di *House of Cards*, cioè, non risiede nel fatto che i temi dell'attualità vengono importati nella sfera della fiction televisiva – come dimostra esplicitamente tutta la terza stagione, incentrata sulla vicenda russa con la presenza delle vere Femen e il presidente russo Viktor Petrov chiaramente ispirato a Vladimir Putin. Il motivo di novità di *House of Cards* è il modo in cui la visione politica promossa dalla serie entra nel comportamento, nelle abitudini e nel vissuto non solo del suo pubblico, ma della sfera politica stessa. Avendo ben compreso quanto le serie televisive di questi ultimi decenni possano vantare una struttura autoriflessiva sul proprio statuto di oggetti appartenenti al mondo della comunicazione, i politici ne fanno uno strumento per gestire la propria rappresentazione politica, in una forma che gli consente di dare risalto a elementi che altrimenti potrebbero sembrare banali e irrilevanti – come l'attitudine *cool* – da un punto di vista politico più tradizionale.

Molti politici hanno dichiarato più volte il loro amore per la serie – è rimasto famoso il tweet del Presidente Obama postato il giorno prima dell'inizio della seconda stagione nel 2014: "Tomorrow: @HouseOfCards. No spoilers, please". Allo stesso modo, è noto che due tra i più grandi sostenitori di *House of Cards* siano i Clinton: mentre Bill è amico di lunga data di Kevin Spacey, Hillary ha dichiarato di aver fatto *binge-watching* della prima stagione assieme a suo marito – una tipica pratica da fan che consiste nel guardarsi molte puntate di seguito di una serie televisiva. Manifestare il proprio atteggiamento da fan nei confronti delle serie tv è diventata oramai una consuetudine a cui i governanti americani aderiscono volentieri. Ciò che *House of Cards* inaugura è l'utilizzo del dialogismo intertestuale come strumento di rappresentazione politica. Con *dialogismo intertestuale* si intende la capacità di far dialogare tra loro tutte quelle diverse forme di testualità – citazioni, parodie, riferimenti allusivi, prestiti e rifacimenti – che nascono a margine di una serie tv e che giocano "sul chiamare in causa la memoria spettatoriale, assieme all'affezione nei confronti di un determinato universo narrativo che in questo modo viene

reso nuovamente disponibile” (p. 26). In un sistema mediale integrato e convergente che coinvolge soprattutto social media quali Twitter, Instagram o YouTube, questo *dialogismo intertestuale* diventa uno strumento alternativo per raccontare la politica che finisce per affiancare le forme di comunicazione più tradizionali. Se da un lato, ci sono membri del congresso e senatori che utilizzano i commenti alle puntate di *House of Cards* su Twitter come un’occasione per condividere le loro prospettive politiche, dall’altro abbiamo un account *fake* di Frank Underwood che viene inteso come il profilo di un vero politico. Sebbene non costituisca il primo caso di profilo falso dedicato al personaggio di una serie tv – si pensi al Barney Stinson di *How I Met Your Mother* che dispensa consigli di seduzione o ai geek di *The Big Bang Theory* capaci di creare attorno a loro una vera e propria community di appassionati – l’account Twitter di Frank Underwood rappresenta il primo esempio del collasso tra spazio reale e finzionale della politica giocato in Rete attraverso un sapiente miscuglio di dinamiche *fandom*, personalizzazione e riferimenti all’attualità (Boccia Artieri, 2015). E così, da un lato, abbiamo il profilo di Underwood che si diverte a mandare un tweet al presidente della Nazione argentina Cristina Kirchner – alimentando i sospetti che dietro il suicidio del procuratore Alberto Nisman avvenuto nel Gennaio 2015 possa esserci un complotto ordito dalla donna – o a fare gli auguri a Hillary Clinton in corsa per le Presidenziali Usa 2016. Dall’altro lato, sono rimaste celebri la conversazione che l’ex sindaco di Washington Marion Barry ha intrattenuto con Underwood in occasione dell’uscita della seconda stagione della serie oppure – per richiamare un esempio nostrano – la richiesta che il politico del PD Michele Emiliano, candidato per il centrosinistra alla presidenza della Puglia, ha mandato al finto account per chiedergli di aiutarlo a trovare un degno avversario del centrodestra. Se i politici attuali si comportano sempre più come celebrità, nel caso di Frank Underwood abbiamo una celebrità che viene trattata come un politico vero (Marshall, 1997).

Attraverso un prodotto come *House of Cards*, le culture partecipative (Jenkins, 2006) fuoriescono dai confini più ristretti delle *fan culture* per agire come mezzo strategico di rappresentazione politica. Non è un caso che alcuni politici si sono appropriati di pratiche *user-generated content* derivanti dall’universo delle *fan culture* per ridefinire la propria rappresentazione politica. Ne offre un esempio il video-parodia realizzato da Hillary Clinton nell’agosto 2014 in occasione del compleanno di Bill Clinton. Prodotto dalla Clinton Foundation e inviato via mail ai propri sostenitori, il video mostra Frank Underwood che chiama dallo studio ovale la Clinton per domandarle quale regalo di compleanno ha pensato per il marito. A tale domanda, Hillary risponde citando la risposta che fornisce ogni volta che le si chiedono informazioni su una sua possibile candidatura presidenziale: “Questa è una decisione molto personale che prenderò quando sarò pronta”. “Mi piacerebbe davvero uno di quegli elefanti di cui parli sempre”, continua allora l’attore. Un altro esempio molto famoso è il video realizzato da Obama nel 2015 in cui fa gli auguri per il Pesce d’aprile fingendo di essere Frank Underwood.

Sfruttando il doppio collasso tra dimensione pubblica e privata, mondo finzionale e politica reale, produzioni di questo tipo riproducono quella medesima logica di identificazione e distanziamento ironico che, come abbiamo visto a proposito dello sguardo in camera, caratterizza il rapporto tra Frank Underwood e il suo pubblico,

complice privilegiato e ignaro spettatore delle sue manovre politiche. Attraverso l'uso consapevole del dialogismo intertestuale, politici eminenti come Hillary Clinton e Obama attivano meccanismi di identificazione che li portano a *diventare uno di noi* – un amico (o nemico) mediale con cui intrecciare una relazione di somiglianza e comunanza di gusti; d'altro lato, tuttavia, usando in maniera intertestuale prodotti seriali come *House of Cards* essi definiscono un proprio *stile*, un modo di parlare, agire, mostrarsi che mette i confini ad un universo simbolico in cui si fondono coerentemente sentimenti e ragioni, contenuti politici e forme narrative, argomenti e rituali. Lo stile offre alla personalità del politico la possibilità di costruire una propria dimensione estetica specifica che finisce per distanziarlo, al pari di una celebrità, dalla massa anonima dei cittadini (Ankersmit, 1997)

Tra identificazione e proiezione

Dichiarando il proprio amore per la serie, al punto da giocare con le sue possibili diramazioni intertestuali, i politici sanciscono una forma di consonanza con i propri sostenitori. Ma, proprio perché lo stile di *House of Cards* – come abbiamo detto – richiama il cinismo come attitudine *cool*, i politici non possono esprimere tale consonanza in maniera netta e mantengono un atteggiamento ambiguo nei confronti della serie che oscilla tra identificazione e distanziamento. E così, la curiosità sul motivo per cui i rappresentanti del potere apprezzino *House of Cards* – forse perché è talmente reale che possono identificarsi con esso o semplicemente perché si divertono a vedere lo stile con cui Underwood arriva a scalare il potere – produce una ulteriore forma di *dialogismo intertestuale* che fa leva proprio sulle interferenze e gli attriti che vi sono tra il mondo finzionale e quello reale della politica. Mentre Obama ha sottolineato quanto gli piacerebbe che le cose a Washington fossero così spietatamente efficienti come in *House of Cards*, Robin Wright – l'attrice che interpreta Claire Underwood – ha dichiarato che, in occasione di un incontro, lo stesso Presidente le ha detto di non aver paura perché lui non è così cattivo come il Frank della serie, mentre è probabile che la *first lady* abbia alcune cose in comune con sua moglie Michelle. Allo stesso modo, Bill Clinton ha rivelato a Kevin Spacey come *House of Cards* sia al 99% realistico; quell'1% mancante deriva dal fatto che un disegno di legge sull'educazione nella realtà non sarebbe mai stato approvato così velocemente, come al contrario avviene nella serie. Nel caso dell'Italia, infine, Matteo Renzi ha più volte rimarcato la propria passione per il prodotto di punta di Netflix, tanto da aver sostenuto che la formazione dei politici deve essere portata avanti “non soltanto attraverso strumenti tradizionali ma anche con le serie tv americane”.

Questo medesimo *dialogismo intertestuale* che si colloca sul confine tra mondo finzionale e politica reale lo ritroviamo sorprendentemente evidente nell'istantanea di Matteo Renzi che gioca alla Playstation con Matteo Orfini per ingannare l'attesa per l'esito delle regionali 2015. Postata sul profilo Instagram di Filippo Sensi, portavoce del presidente del consiglio, la fotografia è stata ampiamente commentata proprio perché sfrutta le competenze intertestuali degli spettatori di *House of Cards*, che ricorderanno

l'abitudine di Frank Underwood a giocare a *Call of Duty* in momenti di particolare tensione. Non è un caso che numerosi giornalisti e saggisti si sono avventurati nel trovare somiglianze tra i due politici: chiaro segnale di come la rappresentazione politica sia diventata una questione di ricognizione stilistica e corrispondenza di gusti. In grado di attivare un duplice meccanismo di identificazione e distanziamento tra la personalità del politico e il suo elettorato. Muovendosi in equilibrio tra realismo e idealizzazione, l'immaginario di *House of Cards* è, allo stesso tempo, un sistema proiettivo dove la politica diventa un seducente gioco machiavellico – il cinismo come fatto *cool* – e un meccanismo identificativo, in cui lo spettatore può vivere i suoi transfert psicologici, aderendo ai personaggi nella loro situazione (Morin, 1962). La novità è che tale universo immaginario – con il suo duplice movimento di proiezione ed identificazione – sembra oggi essere proficuamente utilizzato dai politici stessi che, sfruttando i meccanismi di dialogismo intertestuale tipici della fan culture, usano *House of Cards* per definire la propria politica dello stile.

Per questo, non importa quando sia autentica la fotografia di Renzi che gioca alla Playstation – la trasparenza, ci insegna Underwood, è quanto di più distante dalla *coolness* ci possa essere. Quello che conta è questa tendenza della politica a usare le serie tv come un'enciclopedia intertestuale a cui attingere per definire la propria politica dello stile. E così, se la misura in cui una pratica comunicativa può essere definita politicamente rilevante dipende dai suoi effetti e dai suoi potenziali usi, piuttosto che dai contenuti e dalla cornice entro cui vengono esposti (Williams & Delli Carpini, 2002), l'esempio di *House of Cards* dimostra quanto un prodotto di finzione possa avere rilevanza strategica al pari di qualsiasi rappresentazione politica più tradizionalmente intesa.

Nota biografica

Manolo Farci è assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali: Storia, Culture, Lingue, Letterature, Arti, Media dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo e membro del centro LaRica (Laboratorio di ricerca sulla comunicazione avanzata). I suoi principali interessi di ricerca vertono attorno ai media e ai visual studies con particolare riferimento all'impatto della tecnologia sui processi identitari, sulle relazioni sociali e sul concetto di intimità. Tra le sue recenti pubblicazioni *Networked intimacy. Intimacy and friendship among Italian Facebook users* in «Information, Communication & Society» (2016), *Hybrid Content Analysis of the Most Popular Politicians' Selfies on Twitter* in «Networking Knowledge: Journal of the MeCCSA Postgraduate Network» (2015). Ha scritto *Lo sguardo tecnologico. Il postumano e la cultura dei consumi* (Franco Angeli, Milano 2012).

Bibliografia

Ankersmit, F. (1997). *Aesthetic Politics: Political Philosophy Beyond Fact and Value*. Stanford: Stanford University Press.

- Boccia Artieri, G. (2015). *House of Cards in salsa pugliese*. Preso da: <https://mediamondo.wordpress.com/tag/frank-underwood>.
- Buonanno, M. (1999). *Faction. Soggetti mobile e generi ibridi nel giornalismo italiano anni novanta*. Liguori: Napoli.
- Delli Carpini, M. X., & Williams, B. A. (2001). Let us infotain you: Politics in the new media age. In W. L. Bennett & R. M. Entman (Eds.), *Mediated politics: Communication in the future of democracy* (pp.160-181). Cambridge, UK; New York: Cambridge University Press. Preso da: http://repository.upenn.edu/asc_papers/14
- Edwards, C. (2013). *Netflix's Big Gamble With House of Cards*. Preso da: <http://www.sfgate.com / technology /article/ Netflix-s-big-gamble-with-House-of-Cards-4247557.php>.
- Holbert, L. R., Pillion O., Tschida, D. A., Greg, G. Armfield, G. G., Kinder, K., Cherry, K. L., & Daulton, A. R. (2003). *The West Wing* as Endorsement of the U.S. Presidency: Expanding the Bounds of Priming in Political Communication. *Journal of Communication*, Volume 53, Issue 3, 427–443. doi: DOI: 10.1111/j.1460-2466.2003.tb02600.x
- Horton, D. & Wohl, R. (1956). Mass Communication and Parasocial Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry*, 19, 215-29. doi: 10.1521/00332747.1956.11023049
- Innocenti, V. & Pescatore, G. (2008). *Le nuove forme della serialità televisiva. Storia, linguaggio, temi*. Archetipolibri: Bologna.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Lotz, A. (2006). *The Television Will Be Revolutionized*. New York: New York University Press.
- Marshall, P.D. (1997). *Celebrity and Power. Fame in Contemporary Culture*. Minneapolis & London: University of Minnesota Press.
- McGuigan, J. (2005). The Cultural Public Sphere. *European Journal of Cultural Studies*, SAGE Publications (UK and US), 2005, 8 (4), pp. 427-443. doi: 10.1177/1367549405057827
- Meyrowitz, J. (1985). *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University Press.
- Morin, E. (1962). *L'esprit du temps 1. Nevrose*. Paris: Edition Grasset & Fasquelle.
- Pearson, R. (2011). Cult Television is Digital Television's Cutting Edge. In Bennet, J., & Strange N. (Eds.) *Television as Digital Media* (pp. 105-131). Durham, NC: Duke University Press.
- Pels, D. (2003). Aesthetic Representation and Political Style. Re-balancing Identity and Difference in Media Democracy. In J. Corner, & D. Pels (Eds.) *Media and the restyling of politics: Consumerism, celebrity and cynicism* (pp. 85-98). London: Sage.
- Pompper, D. (2003). "The West Wing:" White House narratives that journalism cannot tell. In P. Rollins and J. E. O'Connor (Eds.), *The West Wing: The American presidency as television drama* (pp. 17-31). Syracuse, NY: Syracuse University Press.
- Pountain, D. & Robins, D. (2000). *Cool Rules: Anatomy of an Attitude*. London: Reaktion.
- Street, J. (2001). *Mass Media, Politics and Democracy*. Basingstoke: Palgrave.
- Street, J. (2003). The Celebrity Politician. Political Style and Popular Culture. In J. Corner, & D. Pels (Eds.) *Media and the restyling of politics: Consumerism, celebrity and cynicism* (pp. 85-98). London: Sage.

- Tenenboim-Weinblatt, K. (2009). Where Is Jack Bauer When You Need Him?" The Uses of Television Drama in Mediated Political Discourse. *Political Communication*, 26:4, 367-387. doi: 10.1080/10584600903296960.
- Thompson, J. B. (1995). *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity Press.
- Van Zoonen, L., & Wring D. (2012). Trends in Political Television Fiction in the UK: Themes, Characters and Narratives, 1965-2009. *Media, Culture and Society* (Sage Publications) - Loughborough University Institutional Repository 10. Preso da: <https://dspace.lboro.ac.uk/2134/13448>.
- Williams, B.A. & Delli Carpini, M.X. (2002). Heeeeeeeeeeeere's Democracy! *The Chronicle Review*. B14-15. Preso da: http://repository.upenn.edu/asc_papers/3

Note

¹ Il lavoro qui proposto è un approfondimento dell'intervento tenuto assieme a Tito Vagni al convegno internazionale *Media Change Serialization Landscapes: Series and Serialization from Literature to the Web* (Urbino, 7-9 Luglio 2015) dal titolo "Cinismo in serie I political drama come nuovi spazi di discorso pubblico"

The Simpsons: A Metanarrative of the Western-Global Prosumer Middle Class

Piergiorgio Degli Esposti
Alma Mater Studiorum University of Bologna

Simpsons, uno degli show televisivi più longevi sono la rappresentazione di una società in miniatura, in cui tutte le principali istituzioni (educazione, famiglia, mass media, politica, religione ed economia) vengono descritte attraverso l'esperienza di un nucleo familiare e le sue interazioni con la comunità locale. Grazie al successo globale si può affermare che la serie sia un ritratto delle contraddizioni, dei vizi e delle virtù insite della classe media occidentale, nella società capitalista e dei consumi. La popolarità della serie ne ha permesso un'amplissima diffusione, al punto che l'immaginario creato ed i suoi protagonisti sono stati riprodotti in ogni forma di gadget, come oggetto delle più disparate forme di remix culturale, sotto forma di wiki o di contenuto generato dall'utente, rendendo labili i confini tra narrazione e realtà. In altre parole, la ricorsività degli episodi è diventata così diffusa da divenire parte dell'immaginario sociale di molti, facendo diventare i protagonisti attori e opinion leader anche nella cosiddetta vita reale, proponendosi come un esempio del teorizzato continuum tra mondo reale e mondo digitale. Fin dagli inizi, tutti gli episodi hanno avuto come linea guida tematiche sociali o politiche rilevanti; tematiche come questioni di genere, etnia, immigrazione, consumi, lavoro, famiglia o religione. L'obiettivo del nostro contributo, all'interno di una selezione di sei episodi, appartenenti a differenti stagioni televisive, vuole essere quello di analizzare il ruolo del prosumer, attraverso l'osservazione degli elementi che identificano i protagonisti come tipici rappresentanti della classe media globale e descrivere come la loro ambizione al raggiungimento di un migliore status sociale li coinvolga in attività che li caratterizzano per essere: makers, fixers, sharer o tester.

The Simpsons portrays a mini-society that encompasses all of the major social institutions – education, family, mass media, government, religion, economy – through the experience of a nuclear family and their local community and is the longest prime time show running on television airing 596 episodes since 1989. Due to its global success we may say that the show is nowadays a portrait of the consumerist western-global middle class contradictions and how all its vices may turn out in a positive capitalist morale. The show has been so popular that the spread ability and cross mediality of their characters have reached by a side both any media form and kind of gadgets in the market, and by the other has been object of a variety of remix forms, user generated content and wiki, to the point that we may support the hypothesis of a metanarrative of western-global prosumer middle class through a long time seriality that lead to reality. In other words, the reclusiveness of the episodes has become so diffuse that they have become part of the social imaginary, they become key actors and opinion leaders in real life, merging the gap between fiction and reality in the same way, like in our view nowadays there is no more a clear distinction between physical and digital worlds. Episodes from the beginning are addressing social and political issues, such as gender, race, immigration, consumption, addictions and religion always emphasizing the contradictions of contemporary society. Our contribution objective is to analyze the prosumer role within a selection of 6 episodes of different seasons in which the protagonists seek to reach a better social status getting involved into activities that characterize them as makers, fixers, sharers and testers, as testimonials of a global western-middle class prosumer.

Key Words: Prosumer, Globalization, Seriality, Capitalism, Simpsons.

The objective of this paper is to describe and analyze the role of the prosumer in contemporary society, through analysis of six milestones episodes of the Simpson TV series. To this end, and as a starting point of our analysis, we believe it appropriate to reference the global society as the framework within which this and other complex social phenomena are the lifeblood and environment in which they spread.

Our theoretical conception is that the role of the prosumer is the expression of a contradiction, a qualified, but at the same time, exploited person, voluntarily and forcibly, free and yet imprisoned. Prosumer as a result of a multiple utopian vision derived from cyberutopia, brandtopia, the Californian ideology and the ecologist utopia. A subject who molds his awareness of freedom in the marketplace through the market, only partially aware of being qualified in some contexts and exploited in others, even more than in traditional capitalist logic. Our focus then moves on to try to problematize the main challenges the digital society requires us to understand, through a sociological approach, and how the prosumer action fits within this context. The role of the prosumer is then contextualized within the digital society. Undeniably the increasing digitization of products and services, as well as many aspects of contemporary life changes the relationship between consumption and production, to the point that the role of the prosumer and the concept of prosumerism arise as interpretive paradigms of a reality in transition. The phenomenon of prosumerism in the digital society becomes ever more widespread and pervasive; despite not being a historically new phenomenon it has specific features in the global society, on the net and in the sphere of consumption.

Why the Simpsons

The Simpsons portrays a mini-society that encompasses all of the major social institutions – education, family, mass media, government, religion, economy – through the experience of a nuclear family and their local community and is the longest prime time show running on television airing 596 episodes since 1989.

Due to its global success we may say that the show is nowadays a portrait of the consumerist western-global middle class contradictions and how all its vices may turn out in a positive capitalist morale. The show has been so popular that the spread ability and crossmediality of their characters have reached by a side both any media form and kind of gadgets in the market, and by the other has been object of a variety of remix forms, user generated content and wiki, to the point that we may support the hypothesis of a metanarrative of western-global prosumer middle class trough a long time seriality that lead to reality. In other words, the reclusiveness of the episodes has become so diffuse that their have become part of the social imaginary, they become key actors and opinion leaders in real life, merging the gap between fiction and reality in the same way, like in our view nowadays there is no more a clear distinction between physical and digital worlds.

The show since has been aired as had huge spreadability and even if has begun way before the internet was a global widespread phenomena has had a great capability of adapting its contents to the evolving media context. Due to the fact that has become a global success marketing strategist have been capable to build a system of satellites products and gadgets of various kind, moreover the show has become so popular that a specific theme park has been hosted at Universal Studios Orlando Florida. In other word the Disneyization (Bryman, 2004) and McDonaldization process (Ritzer, 2004) in the nineties may be clearly applied to the Simpsons still nowadays, moreover the success of the show has been capable of turning something out of nothing.

The Simpson have been since its early years a disruptive cartoon describing the complex relationship of a contemporary middle class family witch the characters may be easily spotted at global level. Vice more than virtue describe any character and each one is defined by its social role emphasizing the disillusion of contemporary society with a labeling theory classical approach, just to give some quick example we may quote Mr Burns the avid capitalist, Winchester the lazy cop, Apu the immigrant, Barney the alcohol addict and Quinby the corrupt politician.

The long success of the show aired since 1989 and the seriality within the seriality of the opening theme the family couch and Bart's chalkboard have rapidly and constantly become part of the global social imaginary to the extent that the cartoon has become part of everyday life hosting guest star characters of the mundane lifestyle such as pop bands, U2, Rolling Stones and Red Hot Chili Peppers, sports stars such as Magic Jhonson, Payton Manning or Cristiano Ronaldo, politicians as Clinton, Bush and many others have been simpsonized just to give some examples.

Moreover the Simpson made an excursion in the so called real world in a 3D episode, emphasizing the nothing something continuum or merging theoretically speaking the gap between real virtual. Due to this reason I decided to choose 6 different episodes from different epochs in order to analyze the evolution of the prosumer theory within the series. The episodes took in consideration are:

1. Oh Brother, Where Art Thou? - Epi. 15th Season 2nd Aired February 24 1991;
2. Deep Space Homer - Epi. 15th Season 5th Aired February 24 1994;
3. Scenes from the Class Struggle in Springfield - Epi. 14th Season 7th Aired February 4 1996;
4. El Viaje Misterioso de Nuestro Jomer - Epi.9th Season 8 20th Aired January 5 1997;
5. MyPods and Boomsticks - Epi. Season 20th Aired November 30 2008;
6. Weekend at Burnsie's - Epi. 16 Season 13th Aired April 7 2002.

I decide to choose two episode per era, identifying a pre internet epoch before 1995 (episode n. 1 & 2) considering the global release of Windows 95 the beginning of the internet as a global social phenomenon and the beginning of the digital natives.

A internet diffusion epoch from 1996 to 2000 episodes 3 & 4 and a post internet diffusion form 2002 episodes 5 & 6.

Prosumer Theory

The concepts of prosumerism, the interrelated process of consumption and production, and prosumer were introduced by Alvin Toffler more than thirty years ago. Despite the popularity of the work of Toffler, his ideas had little impact in the academic world, and not only that, for several decades. This happened mainly because the concept of prosumerism was overshadowed by his ideas apparently more important, for example that of the "future shock" and that, as a popularizer and futurist, Toffler enjoyed little credibility in the academic world.

The digital revolution and the global spread of the Internet, however, have helped to change things, today in fact are many Web sites that are based and require activity on the part of those who rightly call themselves prosumers.

As a result, the ideas and theories associated with the concepts of prosumer and prosumerism have recently garnered a great deal of attention both academic (Ritzer & Jurgenson, 2010), which to a greater extent in mainstream level (Rifkin, 2014).

You can say that the prosumerism today can be considered both as an original phenomenon that as an evolutionary process, triggered by a series of opportunities that generate what can be defined as the new world of prosumers.

Since the 70s of the twentieth century the concept of co-production in various sectors, services (Bell, 1976), hospitals (Goffman, 1961) or transport (Hochschild, 1983) just to name a few has shown its theoretical relevance, but is only when Toffler introduced the term prosumer that the concept has been considered also as the phenomenon identified Negri (1989), Virlio (2000) Hardt (2002) as the displacement from the production factory to society, or by Ritzer (1998) as the mass to work carried out by the model of the consumer's Mc'Donald.

From the Internet boom or the triple revolution (Lee & Wellman, 2013), the web can be considered both as a platform and a metaphor for any collective activity (Mazzoli, 2009) that is activated by the passions of the people and becomes an entity greater than the sum of its parts (Gauntlett, 2012), has revived all the theoretical assumptions of the studies on coproduction making it clear that this process is repeated on the global scale, through the transformation between production and consumption of the contents of digital in the form of user generated content (UGC), has triggered a structural change in the forms of capitalism (Beer & Burrow, 2007; Newman, 2010; Ritzer & Jurgenson, 2010; Scholtz, 2013), in the direction of what is considered "free labor" (Terranova, 2000)," working" consumers (Kleemann et al., 2008 , Rieder & Voß, 2010; Voß & Rieder, 2005)," voluntary work "(Dujarier, 2008), most recently summed up as" unpaid work" in the sense of Ritzer and JurGenson (2010). The sociology of labor and consumption, through the relationship between consumers and businesses, based on production capacity of consumers, has identified four types of consumer activity, whereas job: what to do and how consumers (Daniellou, 2005; Dujarier, 2014):

1. The social division of labor and management;

2. Actual Work: what to do to produce / consume;
3. Work done: what is the end result of the process;
4. Work experience: the meaning ascribed to the process.

All of these work activities that consumers put into practice, often supervised by the production system, are generating profit. Dujarier (2014) is due to what it considers the three configurations of the social work of the consumer: the self-directed, which essentially external-simple tasks vying for consumers, co-production collaborative that leverages the collective work, and the so-called organizational work, such as innovative interpretation of the activities in which the consumer is involved.

Our hypothesis, that the prosumer has a contradictory role in the digital society now goes through what may be considered a typification of agency prosumer same, through the dominant feature of their being inserted in the production process consumption.

Regardless of which players operate at the individual level, to procure or collective (Hewson, 2010), in a collaborative or competitive (Sennett, 2012), their behavior should be supplemented or deviant (Campbell, 2007) compared to values proposed by marketers or that are oriented towards nothing or something (Ritzer, 2004), they are empowered or exploited (Cova, 2009), they are still involved in trying to mediate contradictions through the generative possibilities of their actions at symbolic level (Bartoletti, 2009), which passes essentially through their knowledge and want to do, fix, share, or head-king.

Hence our proposal to identify a typing that you can somehow place as a response to the emergence of the prosumer, prosumer machines through the power that individuals bring into, useful to identify the meaning at the same time concrete and symbolic individuals attach to their actions.

The four main categories that we offer are:

1. Makers: those in the process of production-consumption emphasizes the do-no;
2. Fixers: those who are in the process of production-consumption emphasize the repair;
3. Sharers: those who are in the process of production-consumption emphasizes the role of the no-sharing;
4. Testers: those in the process of production-consumption emphasizes the test and evaluation.

In our typing we want to emphasize how the models, we consider the sources of prosumerism can be considered as intraspecific hybrids, are not exclusive of each other, but rather interconnected; makers to be an example does not mean it can not simultaneously be a tester, or being a fixer does not exclude the occur at the same sharer, for this reason we prefer to specify that the process emphasizes a prosumerism actions, not excluding the many possibilities and keeping in mind the three configurations of the work of social consumer proposals from Dujarier.

Specifically, the term refers primarily to makers as theorized by Anderson (2012) according to which a subject, or a group, produce products with the aim to commercialize

them. Assumes the dimensions of a movement, the fact that an increasing number of people active in the processes of DIY, do-it-yourself (DIY), or to do with the other, do-it-with-others (DIWO) to develop unique objects.

Generally, the DIT and the DIWO allows subjects to create sophisticated technological devices-will, through collaboration and sharing textual resources, videos and tools in the network.

The term fixer can be applied to the culture and the movement of its makers as a sub-dimension, component or if you prefer, but in our sense wants to have a different classification. The concept refers to those who instead of creating new objects, they specialize in the repair, hack or improve certain existing products. From the point of view of innovation and ability to transform the object, in this case we refer to a process and a challenge that even before being technological culture, everything that breaks you can repair. The fixers tend to operate in a context similar to that of the makers, where size is collaborative and competitive balance through the market, as well as the level of competition and deviance. Their creed is to modify, repair and improve the system as a product of mass production, developing and promoting a culture of eco-oriented elongation of the life cycle of the products and the reduction of waste.

The third category is that of sharers wants to put the emphasis on the opportunities offered by the so-called collaborative economy also known as sharing economy, where sharing becomes the generating element of the value. The theme of the common good of the collective, cross the four types, but is particularly relevant for this. In the sharing economy consumption and property give way to the use and cooperation. The generative possibilities of the economic model of sharing are expanding rapidly as possible including those who were relegated to the margins of the market economy (Brynjolfsson & McAfee, 2014). A generative economic system has the potential to move from a model focused on the exploitation of Marxian mold, in favor of a more equitable system based on the concepts of Emile Durkheim's division of labor and organic solidarity (ibid.).

The communities of shared interests, systems of redistribution and collaborative lifestyles, have already begun the process of redefining the meaning of it-what we consume and also questioned how the consume. The collaborative consumption appears more and more widespread and mature, which bases its assumption on the existential value of the commons, trust among strangers, that are necessary in a few simple basic knowledge to be able to be actors and, finally, the fact that has already reached a critical mass that assert their own autonomy (Botsman & Rogers, 2010). These four elements are inter-related to the sharer and weigh equally, even if they are not always equally represented at the phenomenological level.

Finally, the testers are those who in their activities and tests products or services, are the protagonists of what is called the reputational economy. In a traditional logic are those that were defined early adapters. These people in the digital society acquire a great importance, not only because they are for the economy reputational marketing speakers of commercial messages, but also because by amateurs and volunteers are able to generate consumer surplus by acting as a department of research and development among peers. The speed of innovation means that commercial products tend to become obsolete more

quickly while remaining constantly in beta, for this reason the consumption and utilization have become a testing process from which to draw ideas and suggestions for subsequent versions. Sometimes the solutions found by others are co-opted for the improvement given by the experiences of prosumers that generate behaviors which in turn lead to a concrete action of self-improvement.

Our typing want to restore a classic vision and no modern concept of work and the act of consuming, which refers to idleness and to store the result of a relational activity and not taking into account the different phases of the process of production and consumption, but that somehow enhances the value of the community and of how the process of digital prosumerism is possible to think in terms of effectiveness and efficiency not only aware of the fact that the contradiction in which they are involved you can resolve in a situationist but not strategic.

Conclusion

Aware of the fact that prosumer social imaginary is grounded upon an utopian view made utopias that are inspired by the view that marketing is society (Boccia Artieri, 2012) and that they have the role of the prosumer as a central participant in common, as a methanarrative of global prosumer middle class, let's define the Utopias which shape prosumer consciousness: Brandtopia, Cyberutopia, Californian Ideology and Ecotopia. In details the term Brandtopia or utopia of the brand refers to the utopia created by the brand to the extent that ownership of the brand is instrumental in building its identity. Cyberutopianism, comparable according to Nelison (2004), is a post-modern secular religion which is for some a promise of freedom in opposition to the exploitation of the capitalist system (Turner, 1999) and for others the ideological foundation of a control strategy on subjects implemented through the so-called social-networking platforms (Morozov, 2011). The Californian Ideology pledges that every member will become a successful hi-tech entrepreneur through information technologies, the empowerment of the individual and the drastic reduction of the power of the Nation-State. The utopia of Californication refers to a specific consumption culture that identifies California as the mythical place where representations of the global economy come to life. According to some freedom of thought reigns, to others a global neo-medieval purgatory in which the utopia of dynamism and mobility collapses in dystopia and stasis (Featherstone, 2013). According to ecotopia the growth concept must be interpreted in harmony with that of long-term sustainability in such a way that the good to have is not confused with the good to be. In this light it is necessary to revisit the concept of GDP in the way that it includes factors which have always been considered marginal for growth such as the environment, health, social relationships, etc. GDP must become GDW, which is gross domestic wellbeing. At the same the classic economic logic must be overcome and moved towards renewable energy, clean technology and green businesses.

Our hypothesis of the Simpsons as a methanarrative of the global prosumer middleclass is validated by the analysis of the episodes belonging from the three main epochs of the show.

The pre internet episodes (1 & 2) clearly describe the skepticism of a society still grounded upon what may be defined the atoms economy in which the professional is still leading the amateur in the process of creation of value and in a market where the consumer is still considered as a target and a cash cow. The Homer attempt of building a car has been defined “the most epic failure of automotive industry” in a society in which the bottom up process both in communication and production system is still ruling the production consumption dynamics. The second episodes emphasize the power of the amateur and how Homer become an astronaut without no skills at all because the media system needs a common man as a protagonist may be considered as the rise of the reality show model as a form of presumption.

The internet diffusion episodes (3 & 4) are expressed by the DIY dream of Marge and her attempt of making the typical middle class social escalate through prosumption purchasing and constantly modifying a Chanel branded dress, represent how goods may be perceived as pass partout into different context and the know how the consecration of the DIY lifestyle. Episode 4 clearly shows how a prosumer may be contemporary maker, fixer, sharer and tester in the process of prosumption and how this in Homer’s view the contradiction between empowerment and employment is a dream of setting the subject free from the traditional capitalistic logics that may turn out in a nightmare.

Least but not last the internet boom episodes (5 & 6) in which Homer smokes as a tester medical marijuana and the maple store episode express a techno optimistic view of the world typical of the cyberutopia and of the Californian ideology that needs prosumers in order to literally put consumers to work and emphasize the contradiction hypothesized at the beginning of this article.

Nota biografica

Piergiorgio Degli Esposti è ricercatore presso il Dipartimento di Sociologia e Diritto dell’Economia SDE dell’Università di Bologna. Dal 2009 è membro del Prosumer Research Group, Maryland University UMD. Fa parte del Ces.Co.Com (Centro Studi Avanzati sul Consumo e la Comunicazione) ed è dal 2013 Scholar in Residence alla Duquesne University Pittsburgh. È delegato alle relazioni internazionali per il Dipartimento di Sociologia e Diritto dell’Economia e per la Scuola di Scienze Politiche Università di Bologna. Direttore Scientifico del Laboratorio Multimediale del Dipartimento di Sociologia e Diritto dell’Economia Università di Bologna. Fra le sue ultime pubblicazioni: Handbook of Green Communication and Marketing (2012); Morire su Facebook: star, zombie, fantasmi e prosumer digitali, in «Sociologia della comunicazione», n. 43 (2012); La marca resiliente. I think different e i prosumer Apple, «Sociologia del lavoro» (2013).

Bibliografia

- Anderson, C. (2012). *Makers: the New Industrial Revolution*. New York: Crown Publishing Group.
- Bartoletti, R. (2009). L'efficacia simbolica delle cose: forma e significato dei rituali di consumo. *Sociologia del lavoro*, 116: 132-146.
- Bell, D. (1999). *The Coming of Post-Industrial Society*, New York, NY: Basic Books (AZ).
- Boccia Artieri, G. (2012). Eter-utopia e internet. Fuori dal Novecento e dalla cyber-utopia. In L. Mazzoli & G. Zanchini (a cura di), *Utopie. Percorsi per immaginare il futuro*, (pp.119-133). Codice: Torino.
- Botsman R., & Rogers R. (2010). *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, New York, NY: Harper Collins.
- Bryman, A. (2004). *The Disneyization of the Society*. London: Sage.
- Brynjolfsson, E., & McAfee A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. New York, NY: W.W. Norton & Company.
- Campbell, C. (2007). *The Easternization of The West*. Boulder: Paradigm Publishers.
- Cova B., & Dall' D. (2009). Working Consumers: the Next Step in Marketing Theory?. *Marketing Theory*, 9, 3: 315-339.
- Daniellou, F. (2007). Simulating future work activity is not only a way of improving workstation design. *@ctivités*, 4, 2: 84-90.
- Dujarier, M. (2008). *Le travail du consommateur*. Paris: La Découverte.
- Dujarier, M.A. (2014). The three sociological types of consumer work. *Journal of Consumer Culture*, 16(2). doi: 10.1177/1469540514528198.
- Featherstone, M. (2013). *Welcome to the Hotel California. Bauman and Virilio on Utopia, Dystopia and Globalisation*. In M. Davis (ed.), *Liquid Sociology. Metaphor in Zigmunt Bauman's Analysis of Modernity*. Farnham. Ashgate Publishing.
- Gauntlett, D. (2012). *Making Is Connecting: the Social Meaning of Creativity, from DIY and Knitting to YouTube and Web 2.0*. Cambridge: Polity Press.
- Goffman, E. (1961). *Asylums. Essays on the Social Situation of Mental Patients and Other Inmates*. New York, NY: Anchor Books.
- Hardart, M., & Diehl L. (2002). *The Automat: the History, Recipes and Allure of Horn and Hardart's Masterpiece*. New York, NY: Clarkson Potter.
- Hewson, M. (2010). *Agency*. This is a chapter in Mills A., Durepos G., Wiebe E., *Encyclopedia of Case Study Research*, I, II. London: Sage.
- Hochschild, A.R. (1983). *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Oakland: University of California Press.
- Lee R., & Wellman B. (2012), *Networked. The New Social Operating System*. Cambridge: MIT Press.
- Mazzoli, L. (2009). *Network Effect. Quando la rete diventa pop*. Torino: Codice Edizioni
- Morozov, E. (2012). *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. New York, NY: Perseus Group.
- Negri, A. (2005). *The Politics of Subversion: A Manifesto for the Twenty-first Century*. Cambridge: Polity Press.
- Neilson, B. (2004). *Free Trade in the Bermuda Triangle... and Other Tales of Counter-Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

- Rieder K., & Voß G.G. (2010). The Working Customer – an Emerging New Type of Consumer. *Psychology of Everyday Activity*, 3, 2: pp. 2-10. Preso da: http://www.interaktivearbeit.de/files/rieder_voss_2010_the_working_customer.pdf
- Ritzer, G. (1998). *The McDonaldization Thesis*. London: Sage.
- Ritzer, G. (2004). *The Globalization of Nothing*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Ritzer, G. (2014). Prosumption: Evolution, Revolution, or Eternal Return of the Same? *Journal of Consumer Culture*, 14, 3: 3-25. doi:10.1177/1469540513509641
- Ritzer, G., & Jurgenson N. (2010). Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital Prosumer. *Journal of Consumer Culture*, 10, 1: 13-36. doi: 10.1177/1469540509354673
- Rifkin, J. (2014). *The Zero Marginal Cost Society; The Internet of Things, The Collaborative Commons, and the Collapse of Capitalism*. New York: Palgrave Macmillian.
- Sennett, R. (2012). *Together: The Rituals, Pleasures and Politics of Cooperation*. New Haven: Yale University Press.
- Scholz, T. (2013). *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory*. London: Routledge.
- Terranova, T. (2000). Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy. *Social Text*, 18, 2: 33-58. doi:10.1215/01642472-18-2_63-33
- Turner, S. (1999). *McCitizens: Risk, Coolness and Irony in Contemporary Politics*. London: Sage.
- Virilio, P. (2000). *The Kosovo War Took Place In Orbital Space. Paulo Virilio in Conversation with John Armitage*. Preso da: <http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=132>

Reality show and pop politics. Who holds power in the network society?

Pierluigi Musarò

Università di Bologna

Il saggio analizza il rapporto paradossale tra vecchi e nuovi media, con particolare riferimento a come questi ultimi trasformano la vita politica contemporanea e i modi di esercitare la democrazia. Muovendo dall'analisi della serie televisiva britannica *Black Mirror*, e in particolare analizzando la performance artistica messa in atto nel primo episodio all'interno di un format tipico del reality show, il saggio rileva gli effetti allarmanti che i nuovi media hanno sulle nostre vite, interrogandosi al contempo su chi davvero possa essere considerato oggi il detentore della capacità di esercitare il potere nella società in rete.

Investigating the paradoxical cooperation between multiple media platforms and their influence on public opinion, the paper describes contemporary technological, cultural, and social changes, with a particular attention to the ways of understanding and practising politics in the contemporary society of the spectacle. The essay focuses on *Black Mirror*, a British television anthology series that unveils the dark side of life and technology, to investigate the question concerning who holds power in the network society. Particularly, drawing upon the relationship between communication and power, the essay explores in detail the extreme artistic performance that gives life to the first episode of the series - *The National Anthem* - to shed light on how the logic of the reality show, typical of the contemporary pop politics, has contributed to exasperate the crisis of democracy.

Key Words: *Black Mirror*, media democracy, pop politics, performance

First broadcast on December 4, 2011 – airing in Italy on Sky Cinema from October 1 to 10, 2012 – *Black Mirror* unfolds through six episodes set in six different “realities”. These bitterly and grimly apply the metaphor of the mirror to home in on modern malaise. Playing on the format of the reality show, the series presents itself as a mirror that places us face to face with our own existence, forcing us to reflect on our lifestyles, emotions, relationships and ways of understanding and practising politics in the contemporary society of the spectacle. Calling into question the spaces and means of exercising power, the programme highlights not only how these have become the new agora, the virtual plaza, forum of the modern polis (Boccia Artieri, 2004), but also how they have contributed to the establishment of a “videocracy”: a system where images have replaced ideology (Meyer, 2002).

The series was conceived and produced for Endemol by Charlie Brooker, infamous creator of caustic works, such as the documentary programme *How TV Ruined Your Life* (BBC, 2001) and *Dead Set* (E4, 2008), a truculent and apocalyptic parody of *Big Brother*. In terms of format, *Black Mirror*, with a different cast and plot per episode (to date only seven have been produced, running little more than 40 minutes each), reflects a more general crisis of the canonical form of television seriality (Brembilla, Pescatore, 2014). Echoing the contemporary return to the brevity of the classic anthology series, entailing the self-conclusiveness and total independence of both episode and cast, *Black Mirror* inserts itself into a more enduring current that aims to give form to our contemporary fears. Particularly, drawing upon crime in its most grotesque and disturbing forms, in the series we are confronted with the “dark side” of contemporary technology and of what it has made or could make us, as individuals or as a collective, become.

From this perspective, *Black Mirror* could be considered a hybrid of *The Twilight Zone*, broadcast in three different periods of American television, and *Tales of the Unexpected*, a British series in 112 episodes first aired over the course of nine seasons, from 1979 to 1988. Both programmes successfully mixed thriller, horror and science fiction, captivating the public with their surprise endings. Developing through a play of literary-musical allusions, ranging from other contemporary television series (*Downtown Abbey*, *Mad Men*) to postmodern authors (J.C. Ballard, G. Debord, J. Baudrillard, to name a few), the episodes evoke the solemn gait of technology, the addiction it causes and its disturbing effects on our lives, readapting old human fears to our times.

This essay will exclusively analyse the first episode, *The National Anthem*: forty-four minutes of a condensed succession of events, which give rise to a tragicomic political thriller. Among the themes that the episode develops, this essay will shed light on: the effects of technology, particularly media, on our perception, behaviour and relationships (Couldry, 2003); its influence on our privacy, on the modern distinction between private and public (Papacharissi, 2010); the self-referential spectacle, akin to the simulacrum that represents only itself (Baudrillard, 2006); the emptying of the moral-pedagogical value of the theatrical performance (Chouliaraki, 2012); the entirely postmodern transgression of the drama based on irony, the apocalypse without ideological reference that, as in the Bakhtinian carnival, upsets the world, mocking the dissolution of politics through its very trivialization (Žižek, 2005).

Focusing on how the episode reveals the “dark mirror” of an empty collective memory before which we find ourselves amidst the masses, delighting in exhibiting our own experiences in exchange of “Likes” and “Retweets”, this essay explores its irreverent critique of the modern world of communication. Particularly, it will investigate how this apocalyptic denounce of the effects of socio-political mediatisation addresses the question concerning who holds power in the network society.

The media must not see

I will start the analysis introducing the reader to the impending plot, which through a series of twists, keeps the spectator glued to the screen.

The opening scene of the pilot episode presents the bedroom in which the English Prime Minister, Michael Callow (played by Rory Kinnear), sleeps beside his wife. The ringing of a telephone, actually two, interrupts their rest: a mobile phone followed immediately by the landline. Communication technology immediately bursts into the scene and, likewise, into the private life of the Prime Minister, waking him with terrible news: Princess Susannah (Lydia Wilson), Duchess of Beaumont and dearly loved member of the royal family, has been kidnapped.

Black screen with white text reading The National Anthem, followed by a close up of a double screen – a computer and a television – transmitting the anguished face of the princess. Tied to a chair, the ecologist monarch, beloved by the Facebook community, addresses the Prime Minister, stressing that her life is in his hands. She thus advances the incredibly peculiar request of her kidnapper: in order for her to return safely, the Prime Minister must have sexual relations with a pig. Live, on all channels of British television. A joke? The bitter smile of the Prime Minister crosses the embarrassed gazes of his onlookers. Confusion and disgust pervade the “control room”. Ten full seconds of astonished silence amplify the sense of general bewilderment: from the incredulous Prime Minister to the hesitant presidential staff (in fact, there is no protocol for this kind of situation), of the same public – ourselves – who, through the screen, participate in the dreamlike scene. And yet it is crude reality, tailor-made to surprise and floor everyone from the beginning. The event, which will force the Prime Minister to face a shocking dilemma, appears so surreal that his first reaction, and perhaps the only one possible, is the inability to process information. Even the public has difficulty digesting the unusual request. How then, can the kidnapper’s eccentric request be dealt with?

The Prime Minister, as expected, is duly opposed and does everything in his power to avoid scandal and capture the abductor before the expiry of the ultimatum. He orders that the news not reach the people and organizes an urgent rescue mission to be carried out in the building where the princess is believed to be kept. Meanwhile, his assistant busies himself with the creation of a false video for broadcast. He therefore attempts to exert power in the modern Weberian sense, as the monopoly of the use, or the threat of the use, of physical force. But the exercise of such power presumes that the authority is recognized

as legitimate and that the tools in its possession are effective. This, in fact, does not occur in the upside down yet realistic world of Black Mirror. The social reality surrounding the Prime Minister reveals itself to be more akin to anarchy than to the British parliamentary monarchy. The media has already gained the upper hand: the video of the ransom request has been uploaded on YouTube and, despite being online for only nine minutes, has been viewed and downloaded by 50,000 British citizens.

The mechanism of uncontrollably accessible information has been triggered and Callow's initial declaration – "All of this exists only in this room!" – reveals itself to be absolutely ridiculous. Even the censorship attempt through a D-notice (official order sent by the government instructing the media to not publish or broadcast information considered a threat to national security) fails. Although the English media initially agree to not report the news, it quickly reaches foreign information channels via rampant Likes and squawking Tweets, provoking its outbreak. It is therefore inevitable that the English media report it. Consequently, the Prime Minister's statement "The media must not see" immediately degenerates into a resounding "Fucking Internet!".

Meanwhile, the kidnapper discovers the plan of the fake video. Having warned that any attempt to alter the film-ransom with "special effects" would result in extreme consequences for the safety of the captured princess, he responds by sending one of Susannah's fingers to an English television station. The story emerges and suddenly public opinion swings against Callow. As if that were not enough, the rescue mission, to be carried out in the building where she is believed to be kept, is thwarted. The site reveals itself to be a lure ("the proxy from which the video was uploaded could be anywhere", admit the intelligence experts) and a reporter is injured during the operation. Callow loses even more consent.

Thus it becomes suddenly evident that the sovereign does not reign and, likewise, the Prime Minister does not govern. Or rather, in order to continue (deceiving himself of) doing so, he must submit to the kidnapper's request which, as will be seen, is aimed at revealing the emptiness of power. Taking advantage of the media, the "terrorist" - immediately thought to be Islamic by public opinion, due to the relationship between Islam and pigs, or indirectly fearing that the princess risks decapitation - undresses the king, forcing him to behave like a jester before the stunned amusement of his "subjects".

The power of the sovereign as the final legitimation of the law thus vanishes. If the English and French revolutions against absolutism profoundly changed the bases of the exertion of such power, the electronic revolution, which has led to mass media and to the new "means of self-communication of the masses" (Castells, 2009) appears to have definitely dissolved it. On the one hand, in contemporary society, forms of power different from politics have prevailed (first and foremost, economic and media power); on the other hand, the traditional tool of action for the exercising of sovereign-state power has failed: that of force, which in extreme cases is expressed through war.

To understand how Brooker calls into question the spaces and methods of exercising power, it is useful to refer both to the relationship Castells (2009) identifies between "communication and power" and, especially, to the distinction among the different forms of power in the global network society. The Catalan sociologist moves from the premise that

it is the networks themselves that hold power today. And specifically, it is held by those actors and networks of actors who, thanks to their position within the social structure, hold the power of creating networks – what is considered to be the supreme form of power in the network society. Furthermore, within networks, Castells (2009, p. 46) ascribes greater power to the “programmers – those who are able to constitute, programme/reprogramme networks in light of the aims assigned within the network”, and to “the switchers” – those who have control over the connection points among the various strategic networks (media, political leadership, military and security, etc.).”

Moving from these grounds, we can now follow the plot of the episode and ask ourselves the initial question concerning who holds power in the network society.

Performing power through excitement and horror

All attempts to censor the news and free the princess having failed, the Prime Minister has no choice but to prepare himself for his torturous ordeal, now hailed by the happy crowd. In fact, if at first the majority of the public considered the request disgusting, expressing solidarity with the Prime Minister, the amputation of the princess' finger swayed public opinion in the opposite direction (previously 25%, now 85% of citizens repute the Prime Minister's sacrifice to be inevitable). Callow's brief humiliation and suffering is deemed irrelevant in comparison with Susannah's real pain. Informed that neither he nor his family would be protected in the case of refusal, our hero can do nothing but fulfil the mission. What once seemed impossible has now become chilling reality.

The entire population positions itself before its screens, eagerly awaiting the obscene spectacle that Callow is forced to carry out. Given what we have just seen unfold, the institutional announcement inviting the public not to watch the trivial “performance” and declaring the recording or storing of images of the event a criminal act reveals itself to be ridiculous. The public first appears incredulous, excited, yet quickly becomes disgusted. But, the TVs stay on through the carnivalesque staging that sees the spectators' morale transform from excitement and disbelief to horror and sadness.

But the true plot twist of *The National Anthem* concerns the finding of the unharmed princess roaming the streets and the discovery that the finger belonged to the kidnapper. Moreover, we learn that Susannah was released half an hour before the expiry of the ultimatum, yet no one realized since all roads were empty, the entire nation distracted by the television programme. It thus emerges that the crime was planned and committed by an artist, perhaps with the intention of making a declaration or perhaps of using the Prime Minister's sex tape as material for his performance, which concludes with his own suicide as the “spectacle” is broadcast.

A bitter happy ending closes the episode: one year later, Princess Susannah has recovered from the kidnapping and is expecting a baby, the political image of Callow, willing to sacrifice his own dignity, has earned him public consent, the “performance” of the

artist/demiurge, magnified by the media and immortalized through the web, has been viewed by 1.3 million spectators.

Aside from the artist, everyone seems to have survived the traumatic experience; but, not without consequences: the Prime Minister has been humiliated and has forever damaged his relationship with his wife – who, moreover, had warned him since the beginning, stating, “I know how people are. We love being humiliated. We can’t help but love it.”

Let us now return to the question concerning the power holders in the network society. Following Castell's elaboration of the equivalence between communication and power, we can identify the artist as the power holder. He alone was able to generate symbolic value – through the announcement of the spectacle – and therefore to reprogramme the networks. He activated the network's switch in his favour, generating, spreading, and conditioning the discourses which frame human action. This refers both to that of the public and that of the Prime Minister, whose performance revealed itself to be unavoidable precisely because of the sudden shift in public opinion. The artist was the source of the signs leading to the construction of sense in the minds of the people. And, since it is in large part the sharing of meaning, of sense, which determines action and frames the human mind (Westen, 2007), he alone can be the source of social power.

Through his performance, the artist demonstrated the impossibility of exercising institutional power for the resolution of “state affairs”. He proved the impracticality of censorship in the age of mass self-communication and ridiculed the government's plans to falsify the video-ransom and to track him down. His aims were reached through a twofold movement. From a strategic point of view, the artist ridiculed the legitimation of institutional power itself, showing how this is by now subjected to a system (mass media, social network, public opinion, party) that recognizes the leader as such only if he is able to fulfil the performance-mission demanded at the moment. In this case, having sex with a pig. From a tactical point of view, the artist conquers the global space of communication flows by operating in a local space that escapes identification (the proxy from which the video was uploaded on YouTube). In so doing, he reveals the limits of control in the network society and short-circuits the government's strategy – all through the irony and irreverence typical of hacker aesthetics. This implies knowledge of technical tools and awareness, shared with the hacker community, of the stereotypes and “conventional” collective imagination it aims to undermine (Mondelo González, Cuadrado Alvarado, Sánchez Trigo, 2013)

The artist inserts his performance into the reality show format, thus subverting the reality-television genre, understood as a “supergenre” or “omnivorous supergenre”, engulfing all others and reducing them to a daily spectacle centred on the “banality of good” (Taggi, 1999, p. 68). Thus, he satirically and transgressively references the reality format typical of “pop politics” (Mazzoleni & Sfardini, 2009), such as *The People's Candidate* (Argentina) or *American Candidate* (USA), in which ten unknown candidates face off in a televised competition, each attempting to prove that he or she has the qualities to become the next president of the republic. And doing so, he exposes how the management and legitimation of power in the society of the spectacle passes through the

image of the leader and the centrality of his body, as well as his private life, intimate experience, and emotions (Barisione, 2006).

From this perspective, *The National Anthem* does not focus on “pop politics” as a potential “civic resource” within this “subtle citizenship” of post-modern characteristics, able to reconcile the spectator-consumer-citizen with politics. On the contrary, the entire series exposes how society’s transformation towards increasingly commercial forms of communication is synonymous with political corruption.

The episodes seem to denounce how television, with its strategy of spectacularization, has aligned political communication and the modalities of collecting and maintaining popular consensus with a “pop” logic. TV imposes its rules on politics, spectacularizing information and confusing political information with the entertainment industry: from “entertainment” to “politainment”, today’s public affairs aim to obtain consensus on the basis of amusement and humour. The same media logics do nothing to spare the promulgation and visibility of the private: the emotions and intimacy of family and private life become the preferred themes through which politicians, participating in talk and reality shows in the guise of television personalities and guests, exhibit themselves (Thompson, 1995). We need only think of Vladimir Luxuria’s performances on *Isola dei famosi* (2008), of Alessandra Mussolini’s commentaries for the daily column of *Big Brother* (2009), of Emanuele Filiberto di Savoia competing in *Dancing with the Stars* (2009), or even the ex-Alitalia employee, Daniela Martani, first competing in *Big Brother* and *The Farm*, then awaiting proposals for political candidacy.

Going back to the question concerning the power holders in the network society, we can see how, adopting the reality show format, the artist primarily criticizes the ambivalence of the leader-politician’s human side: a factor that brings him close to the people and contemporaneously exposes him (Aslama, Pantti, 2006). Only he can resolve the issue considered by many an act of terrorism. But not by applying the violent force decided in the secret halls, rather, through self-humiliation on live television. This ambivalence becomes explicit at the end of the incident: the mortifying performance increases the popularity of the leader, while his private life is irreparably destroyed. But is this not, after all, the narrative and emotional strategy of reality shows such as *Big Brother*? The more one humiliates oneself, the more one becomes famous. In fact, the princess is a hostage to be saved at all costs, more for her being a celebrity than for her belonging to the royal family.

And yet, a deeper analysis of the unfolding of events and the accompanying aesthetic narration, seems to reveal that the author does not really recognize the artist as the power holder. The tailor-orchestrated is, in fact, aimed at denouncing the “narcotising dysfunction” of a “pop politics” that liquefies democracy, emptying it of political participation, now reduced to a sterile emotional dimension (Kellener, 2003). But it is also true that *The National Anthem* presents us with the triumph of the Debordian simulacra, where the spectacle does not represent the real but rather itself, through a process of total aestheticization of the private and public spheres, put to use by a diffused power that not even the artist manages to foresee or control. Beyond the artist and the use he is able to make of the media, naively understood as the “fourth estate”, technology appears to be at

the levers of power – technology understood as *tékhnè*: art, technique and spectacle, elements which construct reality – pervading life and enslaving all those who come into contact with them, thus provoking a collective decline of the critical consciousness of a country.

Continuously redefined and called into question, in a society that sees even us as “networks in connection with a world of networks” (Castells, 2009, p. 171), power here appears to be exercised by a new form of subjectivity, similar to what Latour (2010) theorized as the “network-actor”. More than in the hands of the artist/programmer, who uses the performance as a tool of counterpower to denounce the void surrounding the governing elite, the levers of power seem to dissolve in the compulsive mechanism of a system which grinds emotions and human lives without any reference of sense.

The moment the artist commits suicide, it becomes clear – as Castells (2009, p. 52) highlights – that “networks develop their own contradictory programmes, while people search to give meaning to their own sources of fear and hope”. What is, therefore, the sense of this extreme artistic performance? Before the desolating void of public spaces and individual consciousness, perhaps even the artist realizes that he has lost control, finding himself thus (like the Prime Minister and the public) trapped in the uncontrollable mechanisms of a system which places everything and the opposite of everything on the same level. Thus we discover that even an art, initially experienced as a tool for denunciation and rebellion, reduces itself to a dark and pessimistic reflection of a system in which we are accomplices, if merely for the fact that we are unable to divert our gaze from the “black mirrors” with which we surround ourselves.

The spectacle of the upside down world

Highlighting new media’s ability to engage people in unprecedented forms of public self-presentation, Rifkin (2009, p. 555) states: “while in the twentieth century most of us were in the audience, in the twenty-first century, thanks to YouTube, MySpace, Facebook, the blogosphere, etc. we are all on stage, under the spotlights”. On the contrary, perfectly illustrating how the potential of global connectedness, made possible by new media, has transformed the world into a new *theatrum mundi*, the director of the episode seems to total challenge what Rifkin terms as our “empathy civilization”. Thus, he decries how being in front of the screen (rather than in the screen), spending a large part of our days within virtual worlds where we enact our performances, no longer has any moralizing force, if not that of spectatorial self-expression.

The artist manages to guarantee the obscene act, endorsed by public opinion, therefore raising it to the only possible source of legitimation of power, making it the true “new national anthem”. But an anthem that is emptied of any symbolic reference, that has no memory and does not solicit any form of moral redemption, that is unable to either give us goosebumps or move us. The theatrical performance produced on live television, for a public that finds itself united in contemplation of the screen in tragic silence, is emptied of

every bit of moral-pedagogic value. The Aristotelian concept of the tragedy as a form that imitates an important and finished act, inspiring pity and terror (Nussbaum, 1997), dissolves in the broadest aesthetic system staged by the technological circuit of mass production.

Taken together, the different episodes of *Black Mirror* show us how the communicative structure of theatre considered the “space of appearance” necessary for the civic education of the “cosmo-polis” (Silverstone, 2007) loses its ability to keep us engaged with our neighbours and reduces itself to emotional self-expression, privileging the dominion of the “private, ordinary, quotidian” (Turner, 2010, p. 22). The stage set by the convergence of different media platforms, which in turn rearticulate the narrative forms of the story (be these journalistic or television show style), is no longer able to catalyse our imaginations and stimulate empathetic identification.

In fact, with whom should we empathize? With the artist who staged the show and then took his life? With the hero-victim who accepts self-humiliation? With his wife who commands dignity? With the innocent princess? Or perhaps with the very public who, like us, finds itself contemplating “the new national anthem” played out on the screen?

We must admit that the only possible empathetic identification is precisely with the latter, with the common people who suddenly and easily change opinion and are subject to the voyeuristic fascination of the screen. Nevertheless, using the format of the reality show to unmask psychosocial dimensions and glue us to the screen, the artist makes us co-producers of his performance, participants of the psychodrama, directors of the action, lead characters and, at the same time, judges of the spectacle on air (Demaria, Grosso, Spaziante, 2002).

Empathetic identification, which in the Aristotelian connotation of theatre makes solidarity possible, here becomes sceptical. Suffocated by our cynical hyper-individualism, our pity toward the victim (be this embodied in the figure of the princess, the Prime Minister, his wife or the artist himself) is reduced to mere Rortian (1989) irony, understood as an ambivalent political form typical of the neoliberal spirit of Capitalism.

Perfectly in line with an era that Chouliaraki (2012) defines as “post-humanitarian”, the theatrical structure applied by *Black Mirror* breaks with that modern conception which presupposed a clear separation between the actors on stage and those who observe them, based on the Enlightenment idea of a virtue cultivated through centuries-old institutions (Arendt, 1994; Boltanski, 1999). Rather, over recent years, the mutations of technology, the market and, most of all, politics have modelled a social imagination in which civic will is incapable of going beyond the promise of pleasant forms of consumption (Bauman, 2007). The moralizing force, exercised by the communicative structure of a theatre that mixes emotions and judgements, cedes its place “to a mirror-like structure, where the encounter with the other is reduced to a self-reflection that is often narcissistic” (Chouliaraki, 2012, p. 27).

From this perspective, the episode bitterly and ruthlessly condemns the transformation of power – shifting from the monarch’s throne to the seat of the government to the technicolor armchair of the reality show. It also decries the emptying of politics and, particularly, that of the concept of democracy. The target of Brooker’s satire appears to be

constituted precisely by the demos, perhaps because the moment politics gravitates toward the sphere of consensual behaviour, it is the public (citizens, consumers, spectators) who decide, directly or indirectly, on “public affairs”. Given that democracy is considered a political regime characterized by the government’s ability to respond to the preferences of its citizens, judged as politically equal (Dahl, 1998), it risks reducing itself to procedure and majority rule, in other words, “the rule based on which collective decisions – binding for the entire group – are those approved at least by the majority of those who are entitled to make decisions” (Bobbio, 1995, p.5).

As the director unveils, the advancement of democracy has obliged the political elites to operate through vernacular forms and languages and in contexts where popular consensus has become essential for the making of political decisions: a fact that is not without deep consequences. On the one hand, the concatenation of events giving rise to the episode in question leads us back to Pasolini’s (1994) condemnation of the “anthropological mutation” of a population dazed by television, what Sartori (2007) defines as *homo videns*, the last link of human evolution. *Homo videns* is a new species raised in front of the screen, in particular, in front of TV, which Sartori considers “a perverse divinity, a demiurge capable of cloning individuals in its own image and semblance” (2007, p. 36), an “anthropogenic” tool which changes the nature of man and atrophies his faculty of understanding. Rather than informing us to become aware citizens, participants of the management of the *res publica*, the pure and simple act of seeing offered by the media does nothing to benefit democracy. In line with Sartori, *Black Mirror*’s author seems to criticize *homo videns*’ being neither right nor left-wing. His salient feature is that of lacking any opinion. And opinion is the salt of democracy. Attributing exaggerated clout to the image of the leader, privileging emotions over reason and arbitrarily using surveys, “pop politics” destroys public opinion (Street 2001, 2004).

On the other hand, the episode seems to celebrate the triumph of the Debordian simulacrum, where the whole society is reduced to an empty spectacle that does not represent the real but rather itself. The process of “reduction to the spectacle”, within which all the characters of *Black Mirror* unconsciously fluctuate, leads us to acknowledge, with Debord (1970, p. 49), that in so far as “an economic sector which directly shapes a growing multitude of image-objects,” the spectacle “is not a collection of images; it is a social relation between people that is mediated by image.”

It is worth noting that the collective euphoria, preceding the performance, gives way to gloom, silence, confusion and, finally, distress. The moment the Prime Minister begins his ordeal, we find ourselves orphans of everything, even of our own humanity. We are both vulnerable victims and unaware predators of a spectacle that proposes no revolutionary breath, nor any minimal renewal of values. In a totally postmodern transgression, the episode closes with a return to status quo, as if to ratify what Baudrillard (1996) defined as the “perfect crime”, the “premature resolution” of the world through the cloning of reality and extermination of the real on the part of its double.

The performance to which the Prime Minister subjects himself assumes the appearance of an authentic criminal act. It represents the killing, the elimination, the annulment of reality (and of its complementary illusions) as the symbolic organization of the world at the

hands of television. Black Mirror's apocalyptic vision of the upside down world – a world where things, facts and phenomena, are forced to inscribe themselves in the thousands of mirrors along whose horizons not only has the real disappeared, but also its image –, highlights how through the proliferation of screens and images of current hyper-media society, “reality has been chased away by reality”. We remain unable to trace any constellation of sense among the dispersed fragments of the real. “It is as if things had swallowed their own mirror, and then become transparent to themselves – writes Baudrillard (1996, p. 44) – totally present to themselves, in their visibility, in their virtuality, in their perfect transcription.”

Constructed on the absence of great narrations and any reference to universal values, the rhetorical structure of Black Mirror seems to affirm that the theatricalization of “hyper-modernity” does not contribute to the formation, but rather to the disappearance of new collectivities. In Virilio's words (1994, p. 23): “today nothing remains but the screen and the cathode ray tube, with the shadows and the ghosts of a community on the verge of disappearing”.

To conclude, we can assume that, by showing that the king is naked and by downgrading him to the level of jester, the artist forces us to participate in a spectacle that tragically derides itself. In the permanent carnival of Black Mirror, the satirical disdain for symbols of power, culminating in the Prime Minister's humiliation, is not aimed at any rebellion. The sacrificial ritual of the demiurge, like that of his artistic “tool” whose sufferance becomes spectacle, self-consumes into a pure defence of the innocent and the powerless against power, without offering any promise or alternative political vision.

Nota biografica

Pierluigi Musarò è Professore Associato presso il Dipartimento di Sociologia e Diritto dell'Economia, Università di Bologna; Visiting Fellow presso il Dipartimento di Media and Communication, London School of Economics and Political Science; Research Fellow presso Institute for Public Knowledge, New York University. I suoi campi di studio sono: la comunicazione dell'umanitario e delle migrazioni, l'etica dei media, lo sviluppo e il turismo sostenibile. Tra le pubblicazioni recenti: *Media e migrazioni: etica, estetica e politica della narrazione umanitaria*, con P. Parmiggiani, FrancoAngeli, Milano, 2014; *The Banality of Goodness: Humanitarianism Between the Ethics of Showing and the Ethics of Seeing*, *Humanity Journal*, 6.2, 2015, pp. 317-335; “Africans” vs. “Europeans”: *Humanitarian Narratives and the Moral Geography of the World*, in *Beyond Humanitarian Narratives*, *Sociologia della Comunicazione*, n. 45, Milano, 2013, pp. 37-59.

Bibliografia

Alessandri, A. (a cura di). (1999). *Il reality show*. Milano: RTI.

- Arendt, H. (1994). *Essays in Understanding 1930–1954: Formation, Exile and Totalitarianism*. New York: Harcourt Brace & Company.
- Aslama, M., Pantti, M. (2006). Talking alone Reality TV, emotions and authenticity. *European Journal of Cultural Studies* 9, 2. London: SAGE, pp. 167-184. doi: 10.1080/15295030802327725
- Barisione, M. (2006). *L'immagine del leader*. Roma: Laterza.
- Baudrillard, J. (1996). *The Perfect Crime*. London and New York: Verso Books.
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor: The University of Michigan Press
- Bauman, Z. (2007). *Consuming Life*. London: Polity Press.
- Bobbio, N. (1995). *Il futuro della democrazia*. Torino, Einaudi.
- Boccia Artieri, G. (2004). *I media-mondo*. Roma: Meltemi.
- Boltanski, L. (1999). *Distant Suffering: Politics, Morality and the Media*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brembilla, P., Pescatore, G. (2014). La serialità televisiva americana: produzione, consumo e tipologie di prodotto. In G. Carluccio (a cura di), *America oggi. Cinema, media, narrazioni del nuovo millennio* (pp.275-290). Torino: Kaplan.
- Chouliaraki, L. (2012). *The Ironic Spectator: Solidarity in the Age of Post-Humanitarianism*. London: Polity Press.
- Couldry, N. (2003). *Media Rituals*. London: Routledge.
- Dahl, R. A. (1998). *On Democracy*. New Haven: Yale University Press
- Debord, G. (1970). *The Society of the Spectacle*. Detroit: Black and Red.
- Demaria, C., Grosso, L., & Spaziante, L. (2002). *Reality Tv. La televisione ai confini della realtà*. Roma: Eri Vqpt.
- Kellener, D. (2003). *Media Spectacle*. London and New York: Routledge.
- Mondelo González, E., Cuadrado Alvarado, A., & Sánchez Trigos, R. (2013). *Black Mirror: The National Anthem. An Artistical Creation for an Institutional Crisis*. In A. Simon-Lopez, & H. Yeandle (eds.), *A Critical Approach to the Apocalypse* (pp. 219-228). Oxford: Inter-Disciplinary Press
- Latour, B. (2010). *On the modern cult of the factish gods*. London: Duke University Press.
- Mazzoleni, G., & Sfarдини, A. (2009). *Politica pop. Da «Porta a Porta» a «L'isola dei famosi»*. Bologna: Il Mulino.
- Meyer, T. (2002). *Media Democracy: How the Media Colonise Politics*. Cambridge: Polity.
- Nussbaum, M. (1997). *Cultivating humanity: a classical defense of reform in liberal education*. Cambridge: Harvard University Press
- Papacharissi, Z. (2010). *A Private Sphere. Democracy in a Digital Age*. Cambridge: Polity.
- Pasolini, P. P. (1976). *Lettere luterane*. Torino: Einaudi.
- Rifkin, J. (2009). *The Empathic Civilization: the Race to Global Consciousness in a World in Crisis*. New York: Penguin.
- Rorty, R. (1989). *Contingency, Irony and Solidarity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sartori, G. (2007). *Homo videns. Televisione e post-pensiero*. Roma: Laterza.

- Silverstone, R. (2007). *Media and Morality: On the Rise of the Mediapolis*. Cambridge: Polity.
- Street, J. (2001). *Mass Media, Politics and Democracy*. New York: Palgrave.
- Street, J. (2004). *Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation*. BJPIR, 6, 435–452.
- Taggi, P. (1999). *L'invenzione e le invenzioni della realtà*. In A. Alessandri A. (a cura di), *Il reality show* (pp. 58-72). Milano: RTI.
- Thompson, J. (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity.
- Turner, G. (2010). *Ordinary People and the Media. The Demotic Turn*. London: Sage.
- Virilio, P. (1994). *The Vision Machine*. Bloomington: Indiana University Press.
- Westen, D. (2007). *The political brain. The Role of Emotion in Deciding the Fate of the Nation*. Washington DC: Public Affairs.
- Žižek, S. (2005). Against Human Rights. *New Left Review*, 34, 115-131.

Le serie web sul carcere in Italia. Da Belli dentro alle storie sul web

Silvia Pezzoli
Università di Firenze

Scopo di questo lavoro è riflettere sulle ragioni per cui in Italia la ricchezza euristica sul piano narrativo di un contesto particolare come il carcere non sia stata sufficientemente valorizzata e messa a frutto. Attraverso una mappatura, off-line e on-line di produzioni sul tema, cercheremo di capire come questa istituzione totale è stata rappresentata, se sia stata riconosciuta quale "istituzione seriale per eccellenza" per la sua ripetitività, regolarità e prevedibilità e presentata come un luogo che "detiene" racconti avvincenti e numericamente infiniti. Il percorso inizia, infatti, con l'individuazione di caratteristiche comuni e unificanti tra i media, e in particolare la serialità televisiva, e l'esperienza carceraria: rapporto dentro/fuori, territorialità plurima, sovvertimenti di status, individuazione di accessi a mondi inaccessibili, utilizzo di linguaggi specifici e adozione di regole che ridefiniscono le dimensioni spazio-temporali del quotidiano. Abbiamo poi preso ad esempio alcuni prison tale di provenienza anglosassone e di grande successo per arrivare alle web series italiane: produzioni low cost che ultimamente hanno manifestato un certo interesse sul tema, seppur spesso limitandolo a questioni inerenti l'inclusione e la denuncia sociale in generale. Un'opportunità ancora non riconosciuta come tale e, per questa ragione, solo parzialmente indagata.

The aim of this work is to reflect on the reasons why in Italy the narrative heuristic wealth of a particular context, such as the prison, has not been sufficiently appreciated. By mapping, off-line and on-line productions on the topic, we will try to understand how this total institution has been represented, if it was recognized as a "serial institution par excellence" for its repetitiveness, regularity and predictability and presented as a place that "holds" numerically infinite compelling stories. The route begins, in fact, with the identification of common features among the media, particularly television series, and the prison experience: relation between inside / outside, territorial multiplicity, status subversions, identification of accesses to inaccessible worlds, use of specific languages and adoption of rules that redefine the space-time dimensions of everyday life. We then look at certain very successful Anglo-Saxon prison tales and we describe tracing the differences, the web Italian series: low cost productions that have recently expressed an interest to prison's stories, often even limiting it to issues concerning the inclusion and social protest in general. An opportunity still not fully recognized as such and, for this reason, only partially investigated

Key Words: serialità, carcere, reale, verosimile, web series

Parlare di carcere significa parlare di dentro/fuori, esterno/interno. Significa parlare di opposizioni e di divisioni difficilmente collegabili e rappresentabili in una *fiction* televisiva. Insomma, parlare di carcere vuol dire tentare di comunicare un mondo poco comunicabile, difficile da penetrare e che spesso si preferisce dimenticare.

È utile, per comprendere, pensare a *Asylum* (Goffman, 2001) che ci ha detto molto delle istituzioni totali in generale e del carcere in particolare, avendo la struttura visitata da Goffman aspetti in linea col nostro oggetto di studio. Questo perché, come dice Alessandro Dal Lago nell'introduzione al libro: "Nel descrivere la situazione degli internati psichiatrici, e in generale delle «istituzioni totali», Goffman era consapevole che lo staff deteneva una posizione capace di produrre una «versione ufficiale della realtà»" (2001, p.7).

Dunque, è difficile rappresentare queste doppie realtà: il mondo "versione ufficiale della realtà" e il mondo non ufficiale convivono, in lotta tra di loro, in un ambiente chiuso e inaccessibile. Vero è che alcuni prodotti dei media di grandissimo successo sono stati realizzati e, in maniera diversa, hanno portato testimonianza di un mondo particolare e denso, uno scrigno ricchissimo di storie e personaggi che, se contattato con la giusta chiave di accesso, dischiude un universo capace di alimentare gli immaginari più esigenti. Esperimenti riusciti nei quali, le diverse *provincie finite di significato* Schutz (1974) trovano nella *realtà multipla* del carcere un ambiente narrativo unificante.

Ma è anche vero che il rapporto dentro fuori, l'apertura di sguardi e l'individuazione di accessi a mondi inaccessibili è qualcosa di inscritto nei media. Silverstone (2002) posa l'attenzione sul concetto di soglia e sulla capacità dei media di superare le soglie: attraversata la soglia, si è già in una realtà mediata, Buonanno (2006) parlando della televisione ci ricorda come, grazie a essa, si può essere contemporaneamente *home and away*. Questa doppia o plurima territorialità (Buonanno, 2006) si riscontra in un'accezione diversa nel carcere: il carcere è un territorio chiuso in un territorio più ampio; ha regole e linguaggi propri e distinti pur sempre comunque collegati al mondo esterno del quale fa parte. E se il rapporto dentro fuori è proprio del carcere e dei media, lo è a maggior ragione la serialità. Parafrasando Buonanno (2006) che attribuisce alla fiction l'essere il luogo forte della serialità, potremmo dire che anche il carcere è (un altro) luogo forte della serialità. L'esperienza del carcere, istituzione regolata in ogni suo aspetto, riproduce nell'andamento dei giorni le caratteristiche per cui le fiction sono definite seriali da Buonanno (2006): numerosità di giorni, simili nelle loro parti per la presenza degli stessi principali personaggi e dell'ambientazione, regolarità temporale in quanto ogni giornata ha precise attività programmate, e ritorno del già noto: i giorni dei detenuti si susseguono per ritornare a essere sempre uguali. Dunque se la serialità narrativa ha stabilito con la fiction televisiva un legame inscindibile e ne costituisce un primario marcatore di identità (Buonanno, 2006), potremmo dire che l'esperienza del carcere è identificabile come un'esperienza seriale e per questo adatta a diventare fiction.

Un'istituzione seriale piena, sovraffollata per il caso italiano, di storie fuori dal comune nelle quali irrompe l'imprevisto: essere accusati e incarcerati e costretti a mettere alla

prova carattere, attributi e la *fatidicità* del loro protagonismo, per dirla con Goffman (2003). Se si aggiungono ai racconti delle vite dei detenuti i loro rapporti con la polizia penitenziaria, la direzione, l'area educativa, l'area medica e l'ambito del sociale che, per varie ragioni entra in questo mondo apportando contributi e esperienze e aprendo finestre sul mondo, il carcere diventa un supernarratore.

Il lavoro intende fare una mappatura delle serie, *off line* e *online* sul carcere in Italia, cercando di capire come e se queste caratteristiche del carcere sono state sfruttate dall'industria televisiva *top down* e dalla produzione *top down* e *botton up* nel mondo complicato del *web*.

La serialità televisiva sul carcere

Sono alcune, ma sono di grande successo, le serie televisive che si sono occupate di carcere. È sufficiente per noi pensare a *Oz* della HBO, ideata da Tom Fontana, realizzata tra il 1997 e il 2003 che con Augustus Hill ci invita a riflettere sul carcere attraverso le storie dei detenuti del quinto braccio: traduzione concreta, seppur in versione *fiction*, di un carcere realizzato sul modello del Panopticon di Bentham (Michel, Pierrot, 1983); a *Orange is the new black*, della Linsgate television, distribuita dal 2013 in *streaming* da Netflix. Un carcere femminile in cui Piper Chapman, giovane donna bianca fidanzata con Larry, uomo dell'alta borghesia newyorkese, incontra Alex, sua ex, con la quale ha commesso il reato che si trova a scontare. Le vite delle due donne si dispiegano grazie all'utilizzo intenso dei flashback e, insieme a loro, si raccontano le storie delle altre detenute. *Orange* è una delle poche serie che hanno ottenuto valutazioni positive per tutte le stagioni su siti *web* come Rotten Tomatoes e Metacritic. Mostra in maniera magistrale l'inversione delle gerarchie all'interno del penitenziario: la donna bianca di *status* elevato perde ogni privilegio.

Nel mezzo c'è *Prison Break*, trasmessa dal 2005 al 2009, ideata da Paul Scheuring e prodotta dal Adelstein-Parouse in collaborazione con Original Television e 20th Century Fox Television, in cui dal carcere si entra e si esce e i racconti di detenzione sono intrecciati con affascinanti intrighi politici. Nella terza stagione l'ambientazione è originale e provocatoria: un carcere autogestito dai detenuti a seguito di una rivolta. Quattro stagioni più il *Final Break* che hanno inventato e raccontato complessi intrecci tra dentro e fuori, tra questioni personali e questioni pubbliche grazie al doppio protagonismo dei fratelli Lincoln Burrows e Michael Scofield.

Si possono aggiungere altre serie: *Bad girls*, *Buried*, e *Alcatraz* che non ha avuto successo così come non lo ha avuto *Breakout kings*, una sorta di coda di *Prison Break*. Anche per *The walking dead* a partire dalla terza stagione il carcere ha rappresentato una soluzione interessante. Carcere come rifugio e gabbia: sembra che il creatore della serie Kirkman si sia ispirato a Goffman. Racconti in carcere, di carcere, di persone e di società.

Chiare rappresentazioni di etichettamenti, sovversioni di *status*, pluralità di abitudini sottomessi a un unico sistema, rapporti tra pari e non pari.

Se questo è il panorama statunitense, dove il *Prison tale* ha già una lunga storia alle spalle, per noi italiani è difficile produrre *Prison drama*. In buona misura per la nostra diversa capacità di produrre serialità e per un'industria televisiva che sembra essersi fermata dopo un grande impegno negli anni '90 e nei primi anni del nuovo millennio, che l'hanno vista raggiungere nella stagione 2006/2007 800 ore di offerta per poi iniziare un progressivo declino (Buonanno, 2010). Inoltre la tendenza della fiction nostrana a rappresentare la società come dovrebbe idealmente essere, in una modalità apertamente pedagogica, tende a spingere sotto il tappeto tematiche scomode: il carcere è una di queste.

Dunque, l'unico titolo che viene in mente è la *sit com Belli dentro*, andata in onda tra il 2005 e il 2012 per un totale di 70 episodi di 24 minuti ciascuno. *Belli dentro* è interessante per varie ragioni: una relativa lunga serialità; il genere *sit com*, poco frequentato sui nostri schermi, una fidelizzazione al prodotto nonostante il cambiamento dei registi per ognuna delle 4 stagioni: Fumagalli, Simonetti, Toschi, Gaspari. Ma soprattutto è interessante perché l'idea viene da "dentro" - sono i detenuti del Carcere di San Vittore che, con Emilia Patruno, la giornalista che in carcere segue le attività di comunicazione, hanno scritto i vari episodi - e esce "fuori" con un buon successo. E il passaggio dentro fuori si è realizzato fin dalla prima stagione, quando la serie si è girata direttamente nel carcere di San Vittore. Poi è uscita, per presentare un'altra caratteristica originale: la ripresa davanti a un pubblico in studio.

Le storie dei sei detenuti, tre donne e tre uomini, si intrecciano con la quotidianità/serialità del carcere ed emergono attraverso le interlocuzioni giornalieri. Si ha accesso a aspetti tipici della vita detentiva attraverso la tematizzazione di alcune attività: dalla lavanderia, ai giochi per passare il tempo in cella, alla cucina, che è motivo di discussioni appassionate e competizioni sfrenate in carcere. Il tutto con grande leggerezza e, spesso, con debole aderenza alla condizione oggettiva dei detenuti. Tutto sommato un'esperienza positiva e unica, anche se in linea con il buonismo della *fiction* italiana. Unica perché, se non si considerano alcune entrate in carcere di *Don Matteo*, alcune in *A un passo dal cielo* e altre ne *La grande famiglia*, il carcere rimane inesplorato.

Transizioni

Partendo da una *sit com* e pochi accenni all'interno di altre serie, escludendo i film e tutta l'attività documentaristica e giornalistica, si arriva a un prodotto nostrano che vede schieramenti opposti circa la definizione del programma stesso: per i giornalisti è un *reality*, per Costanzo, suo ideatore e conduttore, invece, è un programma di approfondimento sulla vita carceraria. Certo del *reality* non ha le caratteristiche di creazione *ad hoc*, non c'è un gioco che verifica il gradimento del pubblico e che mette le persone in competizione; si configura più come una sorta di documentario serializzato; un

esempio di *real tv*. È stato proposto come una striscia quotidiana di mezz'ora dal carcere di Velletri, settimanalmente completato al venerdì da un *talk show* di Costanzo nel teatro interno all'Istituto di pena. Alla fine si è parlato di un *reality* anomalo di cui l'allora Ministro Mastella si rese garante viste le interpellanze presentate da una parte della maggioranza parlamentare. Si tratta del discusso *Altrove. Liberi di sperare*, andato in onda da ottobre 2006 a dicembre dello stesso anno. Il tentativo ambizioso di trasmettere la vita del carcere "così com'è realmente" è chiaramente solo in modo parziale realizzabile sia per la presenza di regole esplicite per la realizzazione del programma e la garanzia dei contenuti, sia perché le relazioni tra le persone cambiano sempre alla presenza di un osservatore esterno. E la telecamera non è un osservatore di poco conto. Di fatto potremmo dire che talvolta la fiction riesce a rappresentare la realtà in modo più preciso della realtà.

Ha senso parlare di un'esperienza, in cui ad esempio era minore il lavoro di scrittura e forte la volontà di documentare, per compiere il passaggio della mappatura dei prodotti seriali *Jail* dalla TV al *web*, dove generi e formati si trasformano continuamente, dando vita talvolta a nuove strutture di successo, talaltra, e più spesso, proponendo esperienze uniche e senza replica e, non di rado, senza continuità. Il *web* sta cercando di diventare, tra le altre e numerose prospettive di evoluzione, anche un nuovo luogo della serialità e spesso si sente dire che la televisione è ormai un mezzo che ha fatto il suo tempo.

In realtà le sorti dell'avvicinarsi dei mezzi di comunicazione, come dice Buonanno (2013), sono caratterizzati nella teoria da scenari catastrofici e pericoli di sopravvivenza per i vecchi e da incontenibili entusiasmi per i nuovi. E alla regina del tempo libero volta volta si sono affiancati numerosi *competitors*, visti come desiderosi di darle morte, ma diventati poi vicini fidati, capaci di amplificare, definire, approfondire i rispettivi discorsi. Ciò che sta lasciando questo mondo è il vecchio concetto di tv, identificata con uno specifico *device* e legata ai modelli di *broadcasting*, mentre è piena di vitalità l'esperienza di consumo televisivo, che mantiene la propria riconoscibilità sia che si tratti di un consumo tradizionale che *binge*. Ed è sicuramente grazie al progresso tecnologico e alla presenza di *audience* che diventano sempre più competenti per merito delle stesse tecnologie che i confini della televisione vengono ridefiniti e ridisegnati e ibridati sia nei contenuti che nelle forme di consumo. Ciò che a noi sfugge emerge per voce di Frezza che si chiede "come si formano le soggettività spettatoriali oggi, ossia le condizioni di una addestrata maturazione soggettiva degli *users* di rete, a fronte delle varie generazioni che, nei decenni antecedenti, hanno costituito e dato fondo ad altri meccanismi di partecipazione, o di promulgazione di identità mediologiche, cioè nelle fasi che hanno preceduto la qualità delle interazioni odierne" (Frezza, 2015, p. 5).

La domanda è di difficile risposta in quanto siamo in un processo di trasformazione continua: una "realtà fatta di pratiche, strumenti e nuovi soggetti che si relazionano all'interno di un ecosistema mediale mutato dall'intrecciarsi di forme di comunicazione interpersonale e di massa" (Boccia Artieri, Valeriani, 2013). Ed è difficile per noi riuscire a capire il mutamento se non ci svincoliamo dai vecchi sistemi di classificazione e comprensione.

Si è fa avanti l'ipotesi di trovarci in un mondo *post-seriale*. Ma come spesso avviene l'utilizzo del termine *post* sembra ormai avere ben poco a che fare con il suo significato. Spesso definisce quel frangente in cui un cambiamento è in corso ma del quale non è facile prevederne i risultati. Come argomenta Brancato, infatti, “la post-serialità sembrerebbe affermarsi come fenomeno precario. Si tratta, probabilmente, di un effetto collaterale di quanto sta davvero accadendo sotto la superficie dello schermo: un conflittuale agitarsi di potenzialità, competenze, immaginari e tecnologie instabili, che tentano di prendere forma nel quadro di una dinamica di trasformazione accelerata verso il sistema dei media che verrà, e ricava una condizione di precarietà per le forme espressive a metà strada tra il vecchio e il nuovo, tra il non-più e il non-ancora” (Brancato, 2011, pos. 318).

Una lettura che ci rimanda a una forte vitalità di questo ecosistema, per riprendere la definizione di Bocca Artieri, e che va dunque studiata “ecologicamente”; ci piacerebbe dire con la stessa apertura e immersione che adottarono i fondatori della Scuola di Chicago nello studio della città, poiché i media sono spazi abitati, luoghi vitali in continua espansione e, contemporaneamente in un progressivo aumento della referenzialità mediale a largo specchio icui si incrementano e avvulpano i rimandi reciproci tra media diversi.

E come sostengono Innocenti e Pescatore: “si danno quindi diverse forme di esperienza mediale, ognuna caratterizzata da differenti cornici di relazione con i prodotti audiovisivi e le tecnologie di *delivery*. Accanto alla sopravvivenza di forme classiche, caratterizzate da relazioni intense tra spettatore e prodotto audiovisivo, fortemente regolate dalla tipologia del testo fruito [...] ve ne sono altre più aperte [...] caratterizzate da percorsi di visione individuali ed esplorativi, effettuati in un regime di attenzione variabile e non indirizzato in modo esclusivo a una sola risorsa. In quest'ultimo caso, le componenti di rottura sono più evidenti, poiché gli utenti riutilizzano i testi in funzione ludica e manipolativa, piegando gli oggetti mediali ai propri gusti e necessità”. (Innocenti, Pescatore, p. 60).

E tale complessità, accessibilità e variabilità non deve indurci a *pensare che* tutto sia facile in questo nuovo panorama mediale. In realtà i *networked publics*, come li definisce Bocca Artieri, sono più competenti, più esigenti, più comparativi e più critici e dunque più difficili da soddisfare.

Italian Prison web series

Per sgombrare il campo da eventuali fraintesi è fondamentale anticipare che qui verranno elencate alcune, pensiamo tutte, produzioni *online* che si definiscono *web series* ma che sono tali solo se si riprende la citazione di Brancato relativa alla condizione di precarietà per le forme espressive a metà strada tra il vecchio e il nuovo, tra il non-più e il non-ancora” (Brancato, 2011, p. 318).

Iniziamo da un prodotto Rai fiction per il *web*. Si tratta di *Mala Vita* diretto da Angelo Licata, passato prima sulla piattaforma Rai Ray e poi su Rai3. Protagonista Luca Argentero, recidivo che entra in carcere per l'ennesima volta e che si trova a lottare per ottenere il suo solito posto in cella con l'antagonista, Francesco Montanari, cattivo e paranoico al contempo, che troverà la sua sconfitta proprio grazie a una sua particolare fissazione. Dunque *Mala Vita* nasce *online*, passa in TV e rimane *online* sul canale Ray. Ci sono però aspetti seriali in questo prodotto di 24 minuti: questa è la prima delle produzioni legate al premio Goliardia Sapienza 2013 per il quale Antonella Boielli segue l'attività di scrittura di alcuni detenuti, pubblicata ogni anno con le Edizioni Eri. *Mala Vita* è la trasposizione di una di queste pubblicazioni: il racconto di Giuseppe Rampello *Pure in galera ha da passa' a' nuttata*, ed ha goduto del patrocinio di Presidenza del Consiglio dei Ministri, Ministero della Giustizia, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo. Il prossimo anno uscirà un altro corto e continuerà l'esplorazione del carcere; diventerà dunque un appuntamento seriale.

Questo primo *step*, inoltre, ha una sorta di coda in un lavoro già in corso al Carcere Minorile Beccaria di Milano, dove il giovane regista Paolo Bernardelli, sta lavorando con i ragazzi detenuti alla costruzione di una storia per il *web*. Si tratterà dunque propriamente di una serie *web*, con 12 *cut* brevi. La serie, completamente girata in carcere, non parlerà di carcere e il carcere non sarà riconoscibile. Ideata da giovani internati, parlerà del mondo fuori. Al momento è in corso la scrittura.

Paolo Bernardelli non è nuovo né per le serie *web* né per il carcere. È, infatti, il creatore e regista insieme a Chiara Battistini, di *Antigone*, una produzione di Terra TremaFilm, serie *web* di 10 puntate, di cui per ora è stata realizzato il *teaser* di 3 minuti e la puntata pilota, *La banalità del male*, di 10 minuti. La serie presenta storie vere, ambientate in carcere, raccontate dai volontari di Antigone, associazione "per i diritti e le garanzie nel sistema penale", che hanno trascritto le loro esperienze. Il tema centrale è quello del rapporto tra legge e diritto; parte del lavoro di scrittura è stato infatti realizzato con la collaborazione di Valeria Verdolini, sociologa del diritto, che svolge attività di consulenza in alcuni carceri e raccoglie storie significative e belle.

Parlando con il regista è emersa la sua volontà di concentrarsi sui personaggi per fare emergere le storie, "un po' come Shakespeare che utilizza la corte elisabettiana per fare uscire le storie", poiché il pubblico cerca le storie¹. Sul *web* come su qualsiasi altro *device*. Stavolta, anche se l'ambientazione è il carcere, le riprese non sono state fatte in carcere e si sono utilizzati attori. La serie è in *stand by* per mancanza di finanziamenti. Nel frattempo le storie vengono comunque raccontate, dimostrando una buona adattabilità, in versione teatrale.

Nel 2015 la Rai si interessa di nuovo di detenzione, in questo caso minorile: *Angelo*; una via di mezzo tra *fiction* e *docufilm*. 12 episodi realizzati con *Alveare cinema*, diretti da Luca Bianchini e sostenuti dall'Apulia Film Commission, in onda su Ray.it nel 2016. Ambientata nella Comunità Ministeriale di Lecce, la *web serie* racconta le vicende di un giovane che dopo la detenzione segue un percorso di "messa alla prova" per il definitivo reinserimento.

Liberi di raccontare è una *docu* serie sul *web* che racconta la vita all'interno dei carceri raccogliendo le testimonianze dei detenuti. In rete si trovano 4 episodi e gli episodi sono occasione di denuncia delle condizioni disagiate in cui i detenuti vivono. Il progetto nasce dall'incontro tra Tiscali e Unione camere penali ed è collegato a un contenitore – Lilliput - dove si possono trovare moltissimi approfondimenti tematici.

Inside carceri è un'altra *web docu*, disponibile all'interno di un bel sito www.insidecarceri.it fatto dall'associazione Antigone in collaborazione con Next New Media. La *web docu* è accompagnata da una serie di studi e di dati, inseriti in un sito organizzato per *cluster* tematici, con un video principale e alcuni video di approfondimento sul tema. Il sito offre anche una sezione per raccogliere storie, promettendo dunque anche una continuità del progetto.

Di tutt'altro genere è *Banda Biscotti*. "Cattivi condannati a creare dolcezze", così si definisce un gruppo di detenuti in Art. 21 - dunque abilitati a lavorare fuori durante la giornata per rientrare in carcere la sera - che hanno passato la prima selezione di 'Are you series?', un progetto all'interno di Milano Film Festival, per la realizzazione di una *web serie* in 10 puntate che racconti esperienze di *non profit* italiano. *Banda biscotti*, realizzata da Illogica Lab, è la serie proposta del gruppo di detenuti che lavorano all'interno della Cooperativa sociale Divieto di sosta. Nella serie si insegnerà a fare biscotti tradizionali piemontesi, e nel frattempo si racconteranno le storie delle loro vite particolari, di pena, di riscatto e, soprattutto, di rieducazione e riabilitazione.

Il 10 novembre 2014 nasce una proposta *grassroot* di due fratelli, Giuseppe e Angelo Florio, che postano sul loro canale *youtube*, *iiflorios*, una *web serie* dal titolo *I carcerati*. Il genere in questo caso è comico, ma ad oggi sono stati fatti solo 4 episodi, non sappiamo se destinati a diventare di più o se la serie è da pensarsi conclusa per le scarse visualizzazioni.

Nel 2016 si esce dal carcere con il Comedy drama, disponibile su Youtube, Twitter e Facebook, *Domicilio Coatto*, nel quale Andrea Cima e Ludovica Ortame raccontano in 6 episodi gli arresti domiciliari di dell'ex detenuto Rocco Gagliardi.

Conclusioni

A dispetto di ciò che è successo nel mondo anglosassone, dove la possibilità di produrre a basso costo e ambientare in un luogo chiuso una ricca offerta di storie è stata colta in vari modi, in Italia siamo ancora ai primi passi. Soprattutto coltiviamo una tendenza a inserire sotto il vago e ampio cappello *web serie* progetti sociali e del mondo del *non profit* spesso di denuncia, che raccontano storie, forti e affascinanti, ma prive di un *frame* narrativo che produca fidelizzazione: manca la serialità orizzontale.

Niente di simile, solo per ricordare alcune produzioni, a *Cell* (2010), una *science fiction/drama*, creata e diretta da Mark Gardner, che ha realizzato 13 episodi in tutto, di durata variabile tra i 5 e i 12 minuti, fino ai 20 minuti dell'episodio finale. Non è una vera e propria *fiction* sul carcere, ma usa il carcere come luogo ideale per far emergere storie.

Niente a che vedere neppure con una *docu fiction* prodotta da Berries Productions come *Prison Valley* (<http://prisonvalley.arte.tv/?lang=en>), che ci porta a conoscere Canon City-Colorado, una città in una valle sperduta, dove vivono 36,000 persone e ci sono 13 prigionieri: “A prison town where even those living on the *outside* live *on the inside*” così recita la presentazione del sito, all’interno del quale è in continua costruzione un *road movie* partecipativo.

La nostra web serie *Antigone* è un progetto interessante e capace di mettere a frutto le storie dei detenuti, ma se il *teaser* presenta ritmi veloci e dialoghi efficaci, la prima puntata soffre di quello stile teatrale di cui soffre molta fiction italiana e che ora, in un’Italia abituata ai grandi successi anglosassoni, risulta poco apprezzabile.

I carcerati è un prodotto amatoriale, privo di un progetto di lunga durata e, guardando il canale youtube de iflorios, sicuramente c’è molto da lavorare moltissimo per costruire un’attenzione al loro prodotto. Vero è che questa serie, con battute non troppo esilaranti, ritmi un po’ lenti e fortemente legata a quella parte comica del nostro immaginario (infantile) sulla detenzione, è l’unica completamente *grassroot* e nata da amatori.

Liberi di raccontare e *Inside carceri*, le due *docu*, non spingono alla visione seriale, proprio perché mancano di alcune caratteristiche della serialità: personaggi e ambientazione –cambiano sia gli intervistatori che i carceri – e mancanza completa del ritorno del già noto: ogni volta si deve affrontare il nuovo.

Banda biscotti è un ennesimo *Kitchen (tv) show*, seppur fatto da persone ristrette che mettono a disposizione il loro percorso di riscatto. La narrazione qui potrebbe essere la vita dell’azienda e il rientro nel mondo del lavoro dei detenuti. Si definisce, infatti, anche serie aziendale, ma il *pilot* non dà grandi possibilità per intuire un proseguo.

Mala Vita è un corto ben fatto, *grassroot* per l’idea - il racconto di Rampello - *top down* per la produzione - Rai fiction -; per ora non è serializzata, seppur parte di un progetto seriale.

I prodotti più recenti, *Angelo* e *Domicilio Coatto*, *parlano di una realtà di soglia. I protagonisti non sono più dentro, ma nel loro essere fuori l’esperienza ristretta assume centralità. Certo, però, non sono centrati sulla detenzione ma sul dopo.*

Riassumendo, dunque, specifichiamo meglio i limiti delle nostre produzioni *web*. Innanzitutto, come già emerso, la mancanza di una storia che tenga insieme le microstorie, dunque la mancanza di uno *storyline*, o di una *location*², che sappia dare appartenenza e identità alle storie interessanti che comunque vengono raccontate.

È anche opportuno rendersi conto che queste produzioni vanno sul *web* e è essenziale un lavoro intenso per la costruzione di reti e l’individuazione di pubblici cui proporsi. Non cresce qualcosa in un ecosistema se non ben “sistemato”, ma soccombe o donneggia il sistema. Nella nostra esplorazione della produzione di *serie web* sul carcere è proprio il *net work*, il lavoro di rete, il grande assente. Manca, in altre parole, la comprensione e l’adesione alla filosofia ecologica della rete, così come dei *bonus track* (Boccia Artieri, ibidem), ossia la produzione di contenuti *transmedia* capaci di generare pratiche partecipative, utili in particolar modo a questi progetti di stampo sociale per la costruzione di *networked publics*.

Proporre prodotti di denuncia e *reportage* giornalistici in forma seriale, non produce del nuovo, ma ricalca un linguaggio già presente in altri media. Un'inutile sovrapposizione in rete a qualcosa già esistente in tv. È probabile che ciò sia dovuto al fatto che molte delle produzioni individuate sono realizzate da associazioni o altre istituzioni, che vedono nel *web* non tanto un mezzo specifico con caratteristiche proprie, ma un accesso più facile e *low cost*, senza considerare la battaglia per individuare gli interessati - i *networked publics* -, né conoscere e rispettare le caratteristiche del *web*.

In ultimo, pensare che la rappresentazione della realtà, e dunque entrare dentro un carcere con le telecamere microfonando le persone, sia più capace di rendere la realtà è, come sappiamo, un grande errore. La realtà rappresentata non è mai la realtà. Solo nella *fiction* si possono tranquillamente mostrare i necessari *omissis* della realtà. E sul tema carcere gli *omissis* sono molti.

Nota biografica

Silvia Pezzoli è ricercatrice di Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso il Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali dell'Università di Firenze. Fuoco della sua attenzione e dell'attività di ricerca e riflessione sono i processi di comunicazione legati alle rappresentazioni collettive e individuali, mediate e non, e come essi si verificano nei territori del reale e dell'immaginario. L'attività di riflessione e ricerca si sviluppa principalmente su due percorsi di studio tra loro intrecciati, caratterizzati dalla centralità della narrazione intesa sia come rappresentazione "sensata" del sé, individuale e collettivo, sia come rappresentazione mediale e si sofferma in modo particolare sulla rappresentazione di alcuni aspetti temi specifici come la malattia, il fine della vita e l'esclusione sociale di alcuni gruppi vulnerabili. Dal 2008 segue alcuni studenti-detenuti nei percorsi di studi universitari all'interno del Polo Penitenziario Universitario dell'Università di Firenze.

Bibliografia

- Boccia Artieri, G. (2012). *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*. Milano: Franco Angeli.
- Boccia Artieri, G. (2012). Productive publics and transmedia participation. *Participation. Journal of audience and reception studies*, 9 (2).
- Boccia Artieri, G., & Valeriani, A. (2013). *Racconto le rivoluzioni. Dal basso. Il caso di @tigella tra giornalismo, attivismo, social media curation e celebrità online*. Mediascapes Journal, 1/2013. Preso da: ojs.uniroma1.it/index.php/mediascapes/article/view/10252/10156
- Brancato, S. (2011). *Post-serialità: Per una sociologia delle tv-series Dinamiche di trasformazione della fiction televisiva*. Napoli: Liguori.

- Buonanno, M. (a cura di). (2013). *Tempo di fiction, il racconto televisivo in divenire*. Napoli: Liguori.
- Buonanno, M. (a cura di). (2010). *Se vent'anni sembrano pochi. La fiction italiana, l'Italia nella fiction. Anni ventesimo e ventunesimo*. Roma: Rai Eri.
- Buonanno, M. (2006). *L'età della televisione. Esperienze e teorie*. Bari: Laterza.
- Frezza, G. (2015). *Cinema e società: nodi ancora irrisolti*. in *Mediascapes Journal*, 4/2015.
- Buonanno, M. (1996). *Leggere la fiction*. Napoli: Liguori.
- Goffman, E. (1998). *Il rituale dell'interazione*. Bologna: il Mulino.
- Goffman, E. (2001). *Asylum. Le istituzioni totali: i meccanismi dell'esclusione e della resistenza*. Torino: Edizioni di comunità.
- Goffman, E. (2001). *Frame Analysis*. Roma: Armando editore.
- Goffman, E. (2001). *Espressione e identità. Gioco, ruoli, teatralità*. Bologna: il Mulino.
- Michel, F., & Pierrot M (1983). *Jeremy Bentham, Panopticon ovvero la casa d'ispezione*, Venezia: Marsilio.
- Innocenti, F., & Pescatore, G. (2008). *Le nuove forme della serialità televisiva. Storia, Linguaggio e temi*. Bologna: Gedit Edizioni.
- Schütz, A. (1974). *La fenomenologia del mondo sociale*. Il Mulino: Bologna.
- Silverstone, R. (2002). *Perché studiare i media*. Bologna: Il Mulino.

Note

¹ Dall'intervista telefonica con Paolo Bernardelli.

² Le carceri di cui parlano le *docu serie*, ad esempio, sono sempre diversi.

“Serialità” e “fumetto”: problemi di definizione

Paolo Biondi
Università degli Studi del Molise

Nel contesto degli studi sui media, il concetto di 'serialità' è definito come qualcosa che identifica i tratti formali costitutivi di 'ciò che è seriale' ed è considerato riferito a un oggetto che esiste indipendentemente sia dall'osservatore scientifico che dai suoi fruitori. Questo tipo di definizione sembra connessa al tentativo di rivalutare positivamente la cultura popolare – che è comunemente considerata ampiamente seriale –, in contrasto con la visione più datata che la considerava 'povera' o 'bassa' anche per via della sua ripetitività. A questo scopo, tuttavia, il concetto di serialità dovrebbe essere in grado di delineare un oggetto di indagine unitario e trasversale a tutti i campi della produzione mass-mediatica. Inoltre, il concetto dovrebbe permettere di rendere conto del modo specifico in cui la cultura popolare sia stata, e sia, in grado di produrre e promuovere un cambiamento culturale positivo e innovativo – ovvero, una cultura più partecipativa. Questo articolo discute il modo in cui il concetto di serialità è stata costruito, dal discorso degli studi sui media, come un oggetto d'indagine unitario e cerca di mostrare che questo tentativo può essere considerato affine a un approccio teorico di tipo strutturalista. Tuttavia, l'articolo cerca di mostrare che il concetto che ne risulta è teoricamente ambiguo, perché il tentativo di definire la serialità a partire dall'identificazione degli elementi costitutivi che tutti i prodotti seriali condividono rende difficile identificare come questi stessi elementi possano produrre il cambiamento nel tempo. Si presenta, poi, il caso del fumetto per mostrare che un approccio simile all'elaborazione di una definizione generale di 'fumetto' conduce alle stesse difficoltà e ambiguità. Tale similitudine sembra delineare un più ampio 'problema di definizione' che potrebbe essere rilevante ogni volta che la ricerca scientifica sulla cultura tenti d'identificare oggetti d'indagine unitari allo scopo di investigare il cambiamento culturale. In conclusione, si suggerisce che l'influenza del paradigma strutturalista sulla ricerca accademica sui media e sulla cultura popolare può escludere dall'indagine questioni quali il ruolo dell'osservatore scientifico e i modi in cui la relazione tra ricerca scientifica e il sistema della media possa influire essa stessa sul cambiamento culturale.

In the context of media studies, the concept of 'seriality' is defined as something that identifies the constitutive formal features of what is 'serial' and is considered as referring to an object that exists independently from the scientific observer, as well as from its consumers. This kind of definition seems to be connected to the attempt to re-evaluate positively popular culture – that is commonly deemed to be largely serial –, in contrast with the old-fashioned view, which considers it as 'poor' or 'low' also because of its repetitiveness. To this aim, however, the concept of seriality should allow to delineate a unitary object of investigation transversal to all fields of mass-media production. Moreover, the concept should allow also to account for the specific ways in which popular culture has been able to produce and promote a positive and innovative cultural change – namely, a more participative culture. This article starts with a discussion of the way in which the concept of seriality has been constructed, by media studies discourse, as a unitary object of inquiry and tries to show that such attempt can be said to follow a structuralist theoretical approach. However, the article tries to show that the resulting concept is theoretically ambiguous, because the attempt to define seriality moving from the identification of the constitutive elements that all serial products share, makes it difficult to identify the ways in which those same elements may produce change in time. Then, the case of comics is presented, to show that the attempt to elaborate a general definition of 'comics' leads to the same difficulties and ambiguities. Such similarity seems to delineate a wider 'problem of definition', which could be relevant each time scientific research on culture tries to identify unitary objects of inquiry to investigate cultural change. In conclusion, it is suggested that the influence of the structuralist approach on academic research about media and popular culture may exclude from the investigation

questions like the role of the observer and the ways in which the scholarly research on media and popular culture may itself affect cultural change.

Key Words: Serialità; Fumetto; Strutturalismo; Teoria dell'osservatore.

Nel campo della ricerca sulla 'cultura popolare' e sui media, i concetti di 'serialità' e 'fumetto' condividono alcune caratteristiche dal punto di vista teorico. Entrambi sono concetti generali che si riferiscono a un'estrema varietà di oggetti concreti – quali le diverse manifestazioni particolari di 'fumetto' e di 'serie' che si ritrovano in diverse culture o in diversi momenti storici. In entrambi i casi, dunque, gran parte della loro utilità risiede nel rendere possibili confronti e comparazioni tra oggetti 'equivalenti'. Entrambi, inoltre, sembrano dovere la propria fortuna accademica alla rivalutazione in positivo della cultura 'pop' che si è consumata a partire dagli sessanta in connessione con il successo dell'approccio semiotico allo studio della comunicazione e dei media (Innocenti e Pescatore, 2008, p. 54; Eco, 1964). Tuttavia, sia per il concetto di 'serialità' che per quello di 'fumetto' s'incontrano alcune difficoltà nel cercare di formulare una definizione teorica precisa.

Serialità è infatti termine più ampio di fumetto. Dato che quest'ultimo è per molti versi un prodotto seriale (Dittmer, 2014), potremmo dire che mentre per comprendere il fumetto è necessaria una nozione di serialità, non è vero il contrario. Da questo punto di vista, la serialità dei prodotti culturali popolari diffusi dai media di massa, intesa come affine al principio che sottosta la produzione in serie di qualsiasi altra merce, è stata intesa anche come un oggetto d'analisi privilegiato per indagare e cogliere il cambiamento culturale meglio di quanto non sia possibile attraverso i prodotti culturali 'alti'. Gli studi sui media hanno sottolineato che l'estensione del principio della produzione in serie all'ambito artistico ed estetico è una cifra distintiva della modernità che sostituisce le logiche del profitto e della produzione industriale a quelle dell'atto creativo unico e dell'intuizione come motore della produzione culturale (Jurga, 1999, p. 92; Innocenti e Pescatore, 2008, p. 53).

Nel nuovo contesto moderno, sempre più contraddistinto dalla produzione di massa e dal capitalismo, la specifica natura simbolica dei prodotti mediali, il fatto cioè che essi possono esistere “solo nel processo interpretativo di appropriazione da parte dei consumatori nei propri mondi di significato” (Jurga, 1999, p. 92), ovvero solo nella misura in cui il loro significato sia accessibile e appagante per il pubblico di massa che li fruisce, permetterebbe all'analisi della serialità mediatica di configurarsi come osservazione degli sviluppi e delle possibili modificazioni del *desiderio collettivo* che emerge in e da un certo contesto storico, sociale e culturale. Ciò peraltro permetterebbe di tenere insieme, a un tempo, le dinamiche economico-produttive dell'industria culturale e le preferenze di gruppi di fruitori che si fanno via via più estesi, fino a includere idealmente intere società.

Data la tendenza, insita nell'usare il concetto come una sorta di spartiacque tra l'evo moderno e quello pre-moderno, a individuare continuità e similitudini in manifestazioni della serialità tra di loro molto diverse sia per ragioni storiche che culturali, questo tipo di approccio sembra obbligato a concentrarsi più sull'aspetto formale che su quello del contenuto. Infatti, uno degli esiti più recenti dello studio della serialità emerso nell'ambito

degli studi sui media riguarda la centralità persistente, anche in un sistema mediatico ridisegnato dall'inadente comparsa della rete, di forme tipiche della serializzazione televisiva introdotte in particolare da quella statunitense, capace per prima di sfruttare le caratteristiche e le possibilità d'interazione con il proprio pubblico aperte dal web 2.0 dando luogo a nuove esperienze di fruizione di uno storytelling che si fa transmediale più immersivo e più partecipativo (Jenkins, 2007; Bioni, Innocenti, Pescatore, 2013; Cardini, 2014).

Concetti generali quali serialità e fumetto, dunque, si riferiscono implicitamente anche al cambiamento culturale, nel senso che permettono d'individuare e distinguere, per così dire, una cultura pre-seriale o pre-fumettistica, che apparterebbe a un passato ancora non propriamente moderno, da una cultura seriale o fumettistica espressione di una modernità ormai matura. Affinché quest'approccio funzioni, tuttavia, occorre definire tali concetti nella maniera più inclusiva possibile, in modo da rendere conto di un'estrema varietà di manifestazioni, ma allo stesso tempo in modo da rendere possibile cogliere sia la specificità del singolo prodotto che quella relativa alle dinamiche del cambiamento. La strada che gli studi sui media hanno percorso per perseguire questo scopo sembra essere quella di considerare il fumetto e la serialità, usando un quadro teorico di tipo strutturalista, come qualcosa di oggettivo (indipendente cioè dalle prospettive e dagli scopi dei ricercatori) e che può essere identificato sulla base di un insieme finito di elementi formali. Dato che in questo quadro teorico la definizione dei relativi concetti deve essere estremamente generale, ciò, tuttavia, comporta che, essa resti problematica in quanto si presta a essere allargata al di là degli ambiti designati per la loro applicazione particolare.

La problematicità del definire i concetti di serialità e fumetto in questi termini sembra rinviare a quello che potremmo chiamare un più generale 'problema di definizione' che sembra interessare le scienze sociali, in particolare quelle impegnate nell'analisi della cultura, ogni qualvolta esse tentino di definire il proprio oggetto di studio come luogo di osservazione privilegiata del cambiamento culturale. Il seguito di questo articolo intende mostrare quali sono le difficoltà teoriche che l'approccio strutturalista al problema della definizione non riesce a risolvere sia nel caso del concetto di serialità che in quello di fumetto. Inoltre, intende suggerire che la tendenza a fondare su una domanda di tipo ontologico la ricerca sulla cultura popolare e sui media esclude dall'indagine una questione di centrale importanza per l'analisi del cambiamento culturale, ovvero quali siano il rapporto, le possibili forme d'interazione e le reciproche influenze tra lo studio accademico-scientifico della produzione di cultura popolare e il cambiamento del sistema dei media.

Serialità come problema

Per mantenere la promessa di qualificarsi come un luogo privilegiato di osservazione del cambiamento culturale in atto (Bioni, Innocenti e Pescatore 2013, 13), la serialità deve essere definita come un oggetto unitario d'indagine, coestensivo con l'intero campo dei

prodotti mediatici: dalla stampa ai fumetti, dal cinema alla televisione. La questione dell'unitarietà e della coestensività è posta da Tudor Oltean in un famoso saggio del 1993 sullo studio delle serie televisive e intitolato "Series and Seriality in Media Culture". Secondo Oltean "per articolare un sistema comparativo che sia applicabile in maniera generalizzata nell'analisi delle narrazioni seriali" (Oltean, 1993, p. 5-6) occorre superare l'idea di una diversità essenziale tra i vari esempi di serie che affollano il panorama mediatico.

Oltean fonda la propria tesi "sull'idea – adattabile alle serie – che tutte le narrazioni formino ed esibiscano un'unità nella diversità e che tale diversità sia analizzabile sulla base degli schemi che regolano la narrazione in quanto processo di produzione e ricezione" (Oltean, 1993, p. 8-9). Considerando, quindi, tutti i prodotti mediatici (compresi quelli non-finzionali) come narrazioni, lo studioso attribuisce loro la funzione fondamentale di conferire senso al reale, spiegando la diversità come il risultato dei vincoli storici, sociali, culturali, oltre che materiali, che sono indipendenti dal singolo autore e/o fruitore e che regolano la loro produzione, distribuzione e ricezione.

In tale quadro, la serialità è vista come la "struttura immanente" (Oltean, 1993, p. 7) ai media di massa attraverso cui questi articolano le proprie narrazioni: essa si costituisce come "condizione fondamentale imposta dai media a qualunque tipo di narrazione" (Oltean, 1993, p. 5) una sorta di "macchinario" che "esiste e costituisce uno degli strumenti più caratteristici della cultura contemporanea" (Oltean, 1993, p. 6). Ciò non significa che la diffusione della forma seriale sia qualcosa di negativo. Al contrario, qualificandosi come l'attributo di tutto ciò che è popolare e di massa essa diviene il tratto fondamentale "della propagazione e dell'inventiva culturale" (Oltean, 1993, p. 6). In quanto struttura, quindi, la peculiarità della serialità è quella di essere trasformativa, capace cioè di rendere i propri prodotti identificabili sulla base di caratteristiche comuni come appartenenti a un insieme più ampio (ad esempio, i singoli episodi di una serie televisiva), ma allo stesso tempo capace di dare luogo al cambiamento (le differenze che essi presentano e le novità che introducono), attraverso l'ibridazione formale di generi, temi e formati. Secondo Oltean il trend innescato dal definitivo affermarsi del principio seriale nel campo della produzione di cultura è proprio quello di una maggiore ricettività dell'industria culturale nei confronti delle esigenze e delle aspettative del pubblico che corrisponde alla sua maggiore partecipazione, o in altre parole: "la 'mediatizzazione' dell'audience, che stabilisce cooperazione e interdipendenza tra produttore (o 'creatore') e audience (o 'ricreatore')" (Oltean, 1993, p. 12).

La definizione di serialità come struttura immanente ai media appare, quindi, coerente col generale trend di rivalutazione della cultura popolare, ma anche con le più recenti tesi della transmedialità e dell'accresciuta partecipazione del pubblico nel contesto mediatico contemporaneo cui si accennava precedentemente. Tuttavia, se si approfondisce il rapporto che la ricerca ha costruito tra serialità e cambiamento culturale, l'idea suggerita da questa definizione dell'esistenza di un fondamentale accordo di cooperazione tra produttori e audience appare come un *presupposto* teorico, qualcosa che orienta l'analisi confermando se stesso, piuttosto che qualcosa che si riferisce a un'evidenza fattuale. A tal proposito, è importante notare che, a prescindere dal suo carattere narratologico, nel

contributo di Oltean la struttura immanente è ciò che produce il senso del prodotto seriale particolare, permettendo allo spettatore di coglierne il significato nell'insieme di rapporti formali tra gli elementi di novità e quelli già noti, tra innovazione e ripetizione, il che rivela una vicinanza tra la definizione strutturalista di serialità e il quadro teorico semiotico.

Dato che nell'economia di entrambi questi approcci è importante sottolineare che l'esistenza dei prodotti seriali si fonda sulla possibilità che il pubblico sia in grado di attivare un peculiare meccanismo di produzione di senso, si può dire quindi che sia l'approccio semiotico che quello narratologico lascino aperto una sorta di 'vuoto teorico'. Non spiegano come sia possibile che singoli spettatori siano in grado di ricavare un senso che sia personale, individualizzato, sentito come esclusivamente proprio, da caratteristiche formali generali che sono disponibili *a tutti* allo stesso modo e che permetterebbero a tutti d'identificare in un certo prodotto *lo stesso* senso, a prescindere dalle differenze individuali. In altre parole, nonostante entrambi questi approcci sostengano che esistano degli elementi che permettano a chiunque di identificare un certo prodotto come seriale, non ammettono che singoli spettatori possano godere del ricavare piacere dal rapporto tra nuovo e vecchio assegnando significatività a elementi identificati sulla base di preferenze individuali. Ciò esclude che una trasformazione di senso innovativa, ovvero una nuova interpretazione, possa emergere, per così dire, 'dal basso', ovvero proprio dalla capacità dei fruitori singoli di produrre interpretazioni nuove che differiscono da quelle degli 'altri'.

Michael Betancourt (2005) evidenzia come tale vuoto sia particolarmente evidente nel contributo di Umberto Eco (1994) al dibattito. Betancourt sottolinea come la peculiare qualità trasformativa attribuita alla serialità “implicitamente richieda che gli spettatori usino un modello interno derivato dalla loro passata esperienza con altri esempi del tipo” che gli permetta di distinguere dal *loro* punto di vista il vecchio dal nuovo e affinché possano trarre piacere da questo riconoscimento: “tuttavia, Eco non fornisce alcuna discussione a proposito di come tale modello possa emergere o funzionare” (Betancourt, 2005, p. 315).

Sembra si possa quindi dire che, nell'economia generale del discorso accademico sulla forma seriale, l'idea di serialità come struttura immanente ai media tende a svolgere due diverse funzioni. Da un lato, permette di evitare di confrontarsi con l'eventualità che, piuttosto che essere una struttura oggettiva indipendente dall'osservatore/fruitori, “la serialità possa essere [qualcosa di] basilare per il modo in cui *noi* interpretiamo” (Betancourt, 2005, p. 319, corsivo mio) e che quindi ogni fruitore possa usare questa categoria in modo diverso, ad esempio, considerando come membri di una stessa serie tutti i prodotti mediatici (tanto quelli televisivi che quelli cinematografici) realizzati nel corso della storia su uno stesso tema o personaggio (poniamo, lo zombie). Ciò significherebbe rilevare la confusione esistente tra concetti centrali nella ricerca sui media quali quelli di serialità, serie, genere, sotto-genere. Ma ciò significa anche, in maniera più rilevante, escludere aprioristicamente che la serialità possa qualificarsi non come struttura immanente ai media, ma come qualcosa la cui percezione dipende dall'osservatore, dalle sue caratteristiche e dalla moltitudine di condizionamenti che agiscono su di esso (tra cui quelli attivati dai media di massa potrebbero non essere i più rilevanti) invece che dal mezzo. Dall'altro lato, la concezione strutturalista di serialità legittima un tipo di analisi scientifica indirizzato a delineare *un modello ideale di fruitore* in quanto esso stesso

prodotto dai media e implicito in essi, o meglio nei vincoli contestuali che, di volta in volta nella storia, regolano la produzione, la distribuzione e la ricezione. Tale operazione sarebbe ovviamente meno legittima se la serialità fosse intesa come una categoria a disposizione di qualsiasi fruitore, in tal modo evidenziando che l'uso che ne fa l'osservatore scientifico corrisponde solo a uno degli usi possibili a disposizione dell'insieme dei fruitori e che pertanto non può dirsi rappresentativo di tendenze riscontrabili nel pubblico in generale.

Alla luce di tali osservazioni, fondare un discorso scientifico sull'idea che la serialità costituisca una struttura oggettiva è un'operazione che si espone ad almeno due diverse critiche. In primo luogo, tale definizione di serialità non sembra rispettare la propria condizione di validità che risiede nella possibilità di trovare un numero finito di tratti distintivi tale da identificare *a priori* la *serie-in-generale*, cioè il prodotto astratto della 'macchina' della serialità unitario e coestensivo all'intero sistema dei media, a prescindere da quando e dove esso appaia. Limitandosi agli studi sulla televisione, Tanja Weber e Christian Junklewitz (2008) conducono una rassegna dei principali tentativi che sono stati fatti in questa direzione allo scopo di individuare una definizione di serie unitaria che permetta di includere la varietà culturale delle differenti forme di serie e la varietà della loro fruizione introdotta dall'avvento di nuovi supporti mediatici, esigenza resa impellente nella ricerca sui media dalla globalizzazione e della crescente presenza della rete nel mercato dell'entertainment (Weber, Junklewitz, 2008, p. 14).

Senza dover ricorrere alle peculiarità dei prodotti seriali 'nativi' di internet, tuttavia, essi concludono che l'identificazione dei tratti distintivi della serie-in-generale non può non tenere conto delle peculiarità del ricercatore/osservatore in quanto "varia a seconda del focus sull'oggetto di studio adottato da esso, circoscrivendo la prospettiva a un tipo particolare di serie" (Weber, Junklewitz, 2008, p. 17). Infatti, ogni criterio che gli autori esaminano finisce per non essere sufficientemente inclusivo e per non tenere in conto quella varietà che pure s'intendeva prendere in considerazione. Così, ad esempio, assumere come tratto distintivo la segmentazione in parti dei prodotti seriali (episodi e stagioni) non permetterebbe d'includere la specificità della *fiction* italiana tradizionale, organizzata in episodi ma non in stagioni. D'altro canto, sottolineare la regolarità della trasmissione non tiene in conto che in alcuni casi (ad esempio quello tedesco) molte serie televisive non sono state trasmesse con scadenza regolare; la continuità di personaggi e/o del cast non include le serie antologiche, e così via (Weber, Junklewitz, 2008, p. 14-19). Insomma, tutti i criteri analizzati "sono legittimi nel loro contesto, ma nessuno può essere usato come universale" (Weber, Junklewitz 2008, 18) e quindi nemmeno considerato propriamente oggettivo. Di conseguenza, gli autori ripiegano su un criterio minimo, che identifica come serie qualcosa che "consiste di due o più parti tenute insieme da un'idea, un tema o un concetto comune e che può manifestarsi in tutti i media" (Weber, Junklewitz, 2008, p. 18).

Tale mossa non mette in discussione il presupposto dell'immanenza della serialità rispetto ai media ma individua un'unica caratteristica della forma seriale, cioè quella per cui le sue parti possono essere ordinate gerarchicamente, in base a una logica volutamente non specificata, ma che può essere ad esempio temporale. Tuttavia,

nonostante siano comprensibili le esigenze di chiarezza e i vantaggi che possono derivare per la ricerca da questa riduzione, essa non sembra in grado di cogliere la specificità degli oggetti di cui intende occuparsi. Non sembra esserci alcun motivo, infatti, che impedisca di usare la definizione minima appena proposta per descrivere prodotti culturali che *non* si sono sviluppati nel contesto dei media di massa (come ad esempio l'*Illiade* e l'*Odissea*), se non quello di dichiarare ridicola qualsiasi applicazione dei concetti di serie e serialità a *posteriori* (Oltean, 1993, p. 8). In questo senso, affidarsi a criteri minimi per definire la serie-in-generale, sembra mettere in discussione che la serialità abbia a che fare con la specificità del cambiamento culturale.

La seconda critica all'idea di serialità come struttura oggettiva riguarda una questione di coerenza tra lo studio della serialità e la generale tendenza dello studio della cultura popolare contemporanea e dei media a finalizzare l'indagine all'individuazione di un modello ideale di spettatore. Da questo punto di vista, occorre sottolineare di nuovo che la ricerca sulla serialità si colloca nel trend di generale rivalutazione della cultura prodotta e diffusa dai media di massa, volto ad affermarne la varietà e la capacità di rispecchiare un cambiamento nella società di solito espresso nei termini di una maggiore partecipazione dell'audience.

Tuttavia, sostenere che sia possibile definire il modello di fruitore implicato dalle forme specifiche della produzione seriale, significa anche sostenere – nella misura in cui è necessario produrre una definizione che permetta d'identificarlo con chiarezza e quindi implicitamente di distinguerlo da altri modelli di fruizione compresenti – che tale modello non è incarnato da *tutti* i fruitori concreti. A questo punto, la questione diventa: com'è possibile sostenere che la situazione attuale sia migliore o peggiore (poniamo, nei termini di una minore o maggiore partecipazione) rispetto a situazioni precedenti, se sia oggi che ieri vi sono solo *alcune* porzioni della società interessate dal cambiamento veicolato dai media? Ciò in definitiva appare possibile o ammettendo che sia possibile misurare quantitativamente e secondo criteri oggettivi il miglioramento di cui si parla – il che appare quantomeno difficile – o accettando che in epoche non caratterizzate dalla presenza del capitalismo e dai media di massa, non esistesse alcun sistema di feedback tra domanda e offerta di prodotti culturali che fosse possibile definire 'economia della cultura' – il che appare quantomeno discutibile.

Inoltre, nel formulare modelli di spettatore sulla base di criteri che si propongono come oggettivi, le scienze sociali sembrano non tenere in conto che esse stesse possono costituirsi come un agente di riduzione o aumento della varietà seriale, spingendo l'industria culturale e i suoi fruitori verso l'omologazione e la riduzione di varietà nell'offerta o verso la diversificazione. In altre parole, la ricerca sulla serialità nei media sembra considerare se stessa come esterna al sistema di vincoli e limiti che regola la produzione di cultura, assumendo che sia possibile per la scienza condurre osservazioni e studi sul proprio oggetto senza influenzarne gli sviluppi. Ora, un prodotto largamente seriale come il fumetto, ma quasi sistematicamente escluso da una ricerca sulla serialità che tende a concentrarsi sui media audiovisivi rappresenta un utile contraltare a quest'idea. Infatti, la sua storia formale e contenutistica appare notoriamente segnata dal complesso gioco di azioni e reazioni, al livello di produzione, distribuzione e fruizione, innescata dal suo

ingresso nel contesto accademico-scientifico. Il caso più eclatante è probabilmente la diffusione durante gli anni cinquanta del novecento del celebre studio di Frederic Wertham (1954) sulla “seduzione degli innocenti” che ha avuto eco in pressoché tutti i paesi in cui il fumetto è stato 'adottato' dall'industria culturale (cfr. Lent, 2009; e Detti, 1984 per il fumetto italiano). Non è tuttavia da questo punto di vista che s'intende esaminare il caso del fumetto, quanto piuttosto da quello della sua definizione.

Il caso del fumetto

Riassumendo quanto detto finora, i concetti di serialità e serie sembrano apparire problematici per come si sono delineati nella ricerca sui media. Sebbene la loro definizione appaia condizionata dalla prospettiva del ricercatore e dagli scopi dell'indagine, va rilevato che raramente singoli ricercatori s'impegnano nella definizione degli intenti generali che orientano la loro attività di ricerca (Weber, Junklewitz, 2008, p. 17), evitando di rispondere esplicitamente alla domanda del perché studiare la serialità. Da un lato, si enfatizza che serie e serialità sono una caratteristica di *tutte* le narrazioni finzionali, contraddicendo l'idea che esse descrivano una modalità della produzione culturale specifica del contesto dominato dai media di massa. Dall'altro, si assume che la peculiarità a cui rimandano sia il carattere infinito della loro produzione, non considerando le difficoltà insite nell'affermare che una serie possa essere *realmente* senza fine (Weber, Junklewitz, 2008, p. 17-18).

In relazione a quest'ultimo aspetto, sembra delinearsi una sorta di 'pregiudizio televisivo' della ricerca sulla serialità, ovvero la tendenza a derivare concetti dal contesto televisivo che vengono poi estesi all'intero panorama dei media. Infatti se per definire la serie-in generale diviene fondamentale basarsi sulla rilevazione di una continuità di produzione, distribuzione e fruizione esageratamente prolungata nel tempo, allora sarebbe opportuno, per approfondire la conoscenza della serialità, rivolgersi a prodotti che esprimono una serialità lunga, ma che non appartengono ai temi e ai formati del mainstream televisivo, come, ad esempio, il fumetto disneyano. Tale strada, tuttavia, appare raramente battuta. Un altro esempio è quello della pornografia. Sarah Schaschek sembra alludere a un simile pregiudizio quando afferma che nonostante la pornografia sia evidentemente un prodotto seriale, essa è quasi del tutto assente dalla ricerca sulla serialità o, comunque, è un ambito in cui gli approcci dominanti e i discorsi che ne derivano sembrano condurre a una sua valutazione negativa, proprio per via della ripetizione insistente di stereotipi e situazioni (Schaschek, 2014, p. 6) che tuttavia in questo caso viene interpretata come espressione di *ridotta* capacità trasformativa e partecipativa. Dal suo punto di vista, tuttavia, l'assenza di riflessione sulla relazione tra pornografia e forma seriale contribuisce a che “la grande quantità di critica sulle serie televisive e sull'arte seriale non riesca a fornire una chiara teoria della serialità” (Schaschek, 2014, p. 7).

Le osservazioni di Schaschek appaiono condivisibili se riferite al modo strutturalista d'intendere la serialità, soprattutto perché definirla in questi termini tende a spingere

l'analisi a usare il concetto come una sorta di *deus ex-machina* per riferirsi a certi fenomeni e prodotti in maniera non problematica, mentre sembra escludere indagini tese, al contrario, a definire la serialità di volta in volta, sulla base dell'uso che ne fanno specifici prodotti, come ad esempio la pornografia (Schaschek, 2014, p. 6) o il fumetto. Tuttavia, il problema può essere più ampio della tendenza a derivare concetti generali dallo specifico ambito televisivo per applicarli all'intero panorama mediatico. Tale problema può riguardare la stessa possibilità per le scienze sociali, e in particolare per quelle che s'impegnano nell'analisi della cultura popolare, di definire oggetti univoci che siano in grado di rendere conto del cambiamento culturale. Infatti, mentre l'impresa di definire la serialità può apparire difficile dal punto di vista teorico a causa dell'astrattezza e della complessità di ciò a cui rimanda, difficoltà analoghe sembrano comunque emergere anche nel tentativo di definire un prodotto concreto e facilmente riconoscibile come il fumetto.

La necessità di definire univocamente il concetto di fumetto appare determinata dalle stesse esigenze che motivano gli sforzi di definire la serialità, ovvero permettere la comparazione tra una varietà estremamente ampia di forme e manifestazioni e rivalutarne positivamente lo status. Ciò ha probabilmente condotto a giudicare troppo ingenua definizioni come quella proposta ad esempio da Will Eisner (1985), secondo cui il fumetto sarebbe semplicemente "arte sequenziale". La ricerca scientifico-accademica sul fumetto ha tentato di evitare il ricorso a concetti che implicano un arbitrario giudizio di valore (come ad esempio la distinzione tra arte e non-arte) e che sono stati per di più usati per svalutare questo prodotto. Come sottolineano Jeet Heer e Kent Worcester, inizialmente centrata su questioni di contenuto la ricerca sul fumetto è stata interessata da una sorta di "svolta formalista" (Heer, Worcester, 2009, p. 101). In tale quadro, la questione della difficoltà di "produrre una corretta definizione di fumetto, una definizione che permetta di discriminare cosa esso non sia, ma che non escluda alcuna delle sue manifestazioni storiche" (Groensteen, 2009, p. 125), comprese quelle più marginali, sperimentali e visionarie, è diventata di centrale importanza ed è stata affrontata tra gli altri da Thierry Groensteen.

Egli nota che le definizioni "essenzialiste", quelle cioè che puntano a catturare sinteticamente l'essenza del fumetto, (cfr. Rey, 1978; cit. in Groensteen, 2009, p. 124), ne sminuiscono la complessità e le potenzialità espressive ed estetiche. D'altro canto, quelle più estese, centrate sull'enunciazione di più attributi o condizioni che permetterebbero di escludere ciò che non è fumetto (cfr. Kunzle, 1973; Blackbeard, 1974; cit. in Groensteen, 2009, p. 125) risultano "normative e auto-interessate" (Groensteen, 2009, p. 125), ciascuna prodotta per sostenere un'arbitraria costruzione della storia del fumetto, ad esempio la rivendicazione della sua origine americana. Secondo Groensteen, la presunta validità di tali definizioni dipende dall'accettazione di due falsi dogmi teorici, ovvero che il fumetto necessariamente implichi "l'inserimento, nell'immagine, di enunciati verbali" e "la permanenza, nelle vignette, di almeno un personaggio identificabile" (Groensteen, 2009, p. 125).

Egli riesce in maniera convincente a produrre numerosi esempi di prodotti fumettistici che non potrebbero essere classificati come tali se questi criteri fossero accettati (tra gli altri, *Arzach* di Moebius nel primo caso e *I Puffi* di Peyo nel secondo). In tal senso, la sua argomentazione può essere usata, come quella di Weber e Junklewitz in

relazione al concetto di serie-in-generale, per affermare la rilevanza della prospettiva del ricercatore e degli scopi arbitrariamente scelti per la sua indagine al fine di risolvere il problema della definizione del proprio oggetto. Tuttavia, in maniera analoga ai due studiosi tedeschi, non è su questo punto che insiste Groensteen. Piuttosto, cerca di superare la difficoltà e di difendere l'idea che 'fumetto' designi un oggetto generale che esiste indipendentemente da chi guarda proponendo un criterio di definizione minimo, ossia identificando "l'unico fondamento ontologico del fumetto" nel "gioco relazionale di una pluralità di immagini interdipendenti" e formulando il concetto di "solidarietà iconica": "definisco così immagini interdipendenti che, partecipando di una serie, presentano la doppia caratteristica di essere separate – tale specificazione esclude immagini uniche e conchiusse in una profusione di schemi e aneddoti – e che sono plasticamente e semanticamente determinate dal fatto di coesistere *in praesentia*" (Groensteen, 2009, p. 128).

Lo stesso Groensteen riconosce che il problema di una definizione così ampia è quello della sua estensibilità *a posteriori*, cioè l'inclusione nella categoria 'fumetto' di prodotti culturali come i cicli di affreschi delle chiese medievali o le stazioni della *Via Crucis*, e occorre quindi concedere all'approccio essenzialista che "non è sufficiente allineare immagini, anche in maniera interdipendente, per produrre un fumetto" (Groensteen, 2009, p. 129). A partire dall'accettazione di una specificità esclusiva del fumetto, lo studioso lo paragona quindi al concetto di 'letteratura'. Riassumendo un dibattito risalente ad Aristotele e prendendo posizione, Groensteen afferma che l'identificazione di un'opera letteraria si fonda sulla possibilità di riconoscere una rottura tra l'uso del linguaggio adoperato in essa e l'uso ordinario del linguaggio, rottura che si manifesta nella tensione tra l'interesse o tendenza alla produzione di racconti di fiction e l'elaborazione di uno stile riconoscibile. In tal senso, quando riconosciamo un'opera letteraria stiamo riconoscendo un certo uso del linguaggio ordinario che risulta letterario. Tuttavia, continua Groensteen, diversamente dalla letteratura il fumetto non mostra alcuna preferenza per la produzione di racconti di fiction, né rimanda alla conoscenza precedente di un linguaggio ordinario già noto affinché il suo stile peculiare possa essere riconosciuto. "Tale plasticità" implica, secondo Groensteen, che il fumetto sia esso stesso un linguaggio (Groensteen, 2009, p. 129) che egli si propone di analizzare circoscrivendo il 'sistema' che contestualmente ne determina tutte le attualizzazioni (Groensteen, 2009, p. 130).

Anche nel caso del fumetto, come in quello della serialità, la necessità di giungere a una definizione che permetta di rendere conto di una grande varietà di oggetti conduce all'affermazione teorica di una sovra-entità, una struttura, responsabile al di là delle intenzioni dei produttori e dei fruitori, "della totalità delle sue manifestazioni storiche [...] e anche di tutte le altre produzioni non realizzate in un certo momento ma teoricamente concepibili" (Groensteen, 2009, p. 130). Anche in questo caso, tuttavia, l'efficacia di tale operazione appare discutibile. Neil Cohn (2005) si concentra sulla problematicità del concepire tale struttura come linguaggio. Elaborando sulle sue considerazioni (Cohn, 2005, p. 3) possiamo dire che definire il fumetto come un linguaggio in sé non autorizza a sostenere che in esso vi sia una minore rilevanza, rispetto alla letteratura, della questione dell'uso che di tale linguaggio fanno singole opere. Se per essere coerente con

l'argomentazione di Groensteen la ricerca sul fumetto dovrebbe rivolgersi indistintamente a tutta la produzione fumettistica, compresa quella amatoriale, è evidente che essa, al contrario, privilegia la produzione professionale e canonizzata. Quest'approccio risulterebbe contraddittorio perché da un lato si proclamerebbe universalista, mentre dall'altro sosterrrebbe implicitamente l'idea che vi siano fumetti 'più fumetti' di altri, conducendo a esclusioni che si qualificerebbero come arbitrarie.

La rilevanza della questione dell'uso comporta riconoscere che il fumetto attinge a un repertorio di segni, simboli, immagini che *non* sono 'nativi' del fumetto, il che comporta, a sua volta, ammettere l'esistenza di un'ulteriore entità sovraordinata, un più ampio linguaggio visuale. Lo stesso Groensteen sembra muoversi in tale direzione quando afferma che “la solidarietà iconica è solo la condizione necessaria affinché i messaggi visuali possano, in prima approssimazione, essere assimilati con un fumetto” (Groensteen, 2009, p. 130). Come nota Cohn questa via (cfr. McCloud, 1993; Eisener, 1985; Horrocks 2001; cit. in Cohn, 2005, p. 2) intende il termine 'linguaggio' letteralmente, cioè in maniera analoga a quanto si fa parlando del linguaggio naturale. Ciò tuttavia implica riconoscere “non solo che il [...] fumetto sia inteso come un linguaggio, ma [anche] che la sua struttura linguistica differisca nel mondo” (Cohn, 2005, p. 2), proprio come differiscono tra di loro diverse lingue.

Di conseguenza, nonostante aspiri a rendere conto in maniera unitaria della varietà delle manifestazioni del fumetto, la definizione di Groensteen conduce al riconoscimento di una diversità tra le produzioni elaborate da diverse comunità linguistiche talmente profonda e ineliminabile che ciò che in una viene qualificato come fumetto non necessariamente riceverebbe la stessa qualificazione in un'altra. Ciò comporta che qualsiasi studio comparativo elaborato sulla base di questa definizione debba considerare se sia davvero possibile afferrare il senso di due prodotti di nazionalità diversa in base a una legge universale che regola le funzioni interne dei loro elementi. Tale questione può essere evitata solo accettando il presupposto, quantomeno discutibile, che il linguaggio visuale coincida con “la naturale capacità semiotica umana di produzione di immagini” (Cohn, 2005, p. 2) e che, di conseguenza, sia una forma più elementare o più naturale di linguaggio rispetto a quello verbale, seguendo l'idea intuitiva, ma ampiamente contestabile, che sia più facile comunicare per immagini che per parole.

Secondo Groensteen, la regola universale di funzionamento del fumetto sembra rimandare alla sequenzialità suggerita dalla divisione della pagina in vignette: “Ciò che appare è sempre uno spazio che è stato diviso, compartimentalizzato, una collezione di frame giustapposti” (Groensteen, 2009, p. 130). Da questo punto di vista, la sua definizione risulta molto simile a quella proposta da Scott McCloud che intende il fumetto come “immagini pittoriche e d'altro tipo intenzionalmente giustapposte in sequenza, finalizzate a trasmettere informazioni e/o a produrre una risposta estetica nel lettore” (McCloud, 1993, p. 9), di conseguenza esponendosi a due ulteriori obiezioni alla sua pretesa di inclusività. La prima è la più ovvia: sottolineare la rilevanza della divisione in vignette escluderebbe il classificare come fumetto i prodotti normalmente identificati come fumetti a livello della fruizione ma che utilizzano un'unica vignetta (cfr. Cohn, 2005, p. 2; Heer, Worcester, 2009, p. 10; Carrier, 2000). La seconda consiste nel fatto che, qualora si

insistesse nel sostenere che la definizione di Groensteen non implica riconoscere la divisione della pagina in vignette come criterio distintivo, non si comprende che cosa, per fare solo un esempio, impedirebbe di classificare come fumetto anche un dipinto come la *Conversione di San Paolo* del Caravaggio. Anch'esso partecipa di una serie di immagini, nel senso che acquista significato ulteriore se osservato a partire da altri esempi pittorici che illustrano lo stesso tema e affrontano lo stesso personaggio; anche la sua superficie, come la pagina di un fumetto "si offre dapprima a una visione globale sintetica, ma ciò non può essere soddisfacente. Richiede di essere scorso, attraversato, osservato e decifrato analiticamente" (Groensteen, 2009, p. 130).

Conclusioni

Sia nel caso della serialità che in quello di fumetto il tentativo di elaborare una definizione oggettiva utilizzando un approccio strutturalista appare problematico. La difficoltà principale consiste nel fatto che definendo tali concetti come strutture si ammette la possibilità di redigere un elenco di tratti distintivi che permetterebbero *a priori* di riconoscere e classificare qualsiasi loro prodotto salvaguardandone allo stesso tempo la specificità, il che, ovviamente, non sembra né possibile né tantomeno utile, dato che la gran parte della ricerca sia sulla serialità che sul fumetto sembra concentrarsi proprio sull'affermare che queste forme sono produttive di cambiamento esattamente quanto, se non di più, di forme culturali tradizionalmente considerate 'alte'.

La tendenza a ricorrere a una definizione di tipo strutturalista di concetti che designano oggetti di studio specifici come serialità e fumetto sembra svolgere due funzioni implicite nell'ambito generale della ricerca sui media, orientandone significativamente gli esiti. La prima è quella di suscitare l'idea che le scienze sociali non influenzino, attraverso le loro osservazioni, i propri oggetti. Questo tipo di definizioni, in altre parole, sembrano svolgere un ruolo importante nel costruire una rappresentazione della cultura in cui il cambiamento emerge a prescindere dalla stessa attività scientifica di osservazione della cultura. Di conseguenza, possiamo aspettarci che una riflessione scientifica sulla serialità o sul fumetto che definisca tali concetti in senso strutturalista tenderà a escludere l'ipotesi che fenomeni oggi di particolare interesse, quali la serializzazione delle serie televisive (Innocenti e Pescatore, 2008, p. 18) e la loro accresciuta qualità o l'attuale popolarità del *graphic novel*, possano dipendere in maniera significativa dall'ingresso degli oggetti 'serialità' e 'fumetto' nell'accademia e dallo sviluppo di un discorso accademico-scientifico su di essi, così come tenderà a non approfondire tale possibile connessione, considerandola come irrilevante per una più completa comprensione del sistema dei media.

La seconda funzione della definizione strutturalista sembra essere quella di scartare come irrilevante l'ipotesi che i concetti elaborati dalle scienze sociali coinvolte nell'analisi della cultura non si riferiscano a qualcosa di oggettivo, ma a qualcosa che è nell'occhio dell'osservatore. Infatti, una volta ammesso che la definizione di concetti quali 'serialità' e

'fumetto' non può dirsi indipendente dalla prospettiva e dagli scopi che ogni ricercatore sceglie per le proprie analisi, ciò renderebbe tale questione centrale per l'indagine scientifica. Più in particolare, uno dei risultati più rilevanti di tale ammissione consisterebbe nel dover fare i conti da un punto di vista accademico-scientifico con la circostanza che il lavoro di ricerca, e i ricercatori stessi, non operano nel vuoto, ma sono calati all'interno di una comunità che presuppone una qualche forma di 'politica della conoscenza'. Con questa espressione s'intende un insieme implicito di 'scelte' teoriche preferite che posizionano la ricerca nei confronti dei propri oggetti, e implicano un qualche sistema di valutazione dell'efficacia di tali scelte. Benché sia qui impossibile affrontare più approfonditamente la questione, sembra opportuno almeno offrire qualche spunto per una possibile riflessione ulteriore su di essa in relazione al tema affrontato in questo articolo.

Lo studio della serialità sembra concentrarsi prevalentemente su un medium, cioè la televisione, e quando si parla di cambiamento nei media s'intende prevalentemente un cambiamento nelle forme televisive o la capacità di tali forme di influenzare altri media. L'attuale rilevanza assegnata all'esigenza di formulare modelli o profili di spettatore, sembra indicare che la ricerca scientifica ha individuato come proprio oggetto preferenziale quello che appare, almeno da un punto di vista economico, come il medium tradizionalmente egemone, schierandosi più che dal lato della fruizione, da quello della produzione e della distribuzione di contenuti. In altre parole, lo studio della serialità sembra posizionarsi nei confronti del proprio oggetto dalla parte dei produttori più che da quella dei fruitori. La modalità attraverso cui si è delineata questa 'alleanza' potrebbe, tuttavia, non essere efficace e vantaggiosa per le parti in causa. Ad una prima ricognizione appare, infatti, che dal punto di vista scientifico il concetto di serialità ha una rilevanza geograficamente disomogenea. Esso non sembra rientrare tra i concetti fondamentali degli studi sui media di matrice americana e anglosassone (cfr. ad es. Pearson & Simpson, 2001; Barker, 2004; Downing, McQuail, Schlesinger & Wartella, 2004; Casey, Casey, Calvert, French & Lewis, 2008; Danesi, 2009; Mitchell & Hansen, 2010; Hartley, 2011; Ott & Mack, 2014), mentre al contrario appare piuttosto ricorrente in quelli di matrice 'continentale' (Abruzzese, 1984; Innocenti e Pescatore, 2008; Brancato 2011; Jurga, 1999; Allen & van den Berg, 2014).

Se ne potrebbe concludere, almeno in via preliminare, che la serialità sembra essere un oggetto di studio rilevante soprattutto in quei contesti che hanno 'subito' l'invasione di prodotti provenienti prevalentemente da oltre oceano. In tali contesti, e in particolare in Italia, la produzione televisiva non sembra attualmente in grado di competere con i concorrenti angloamericani che dominano il mercato globale. Ciò sembra rendere problematico il ruolo di una ricerca scientifica teoricamente sbilanciata verso l'elaborazione di modelli di spettatore che, quantomeno implicitamente, sembrano tendere a stimolare un adeguamento della produzione televisiva a standard che appaiono troppo lontani sia per ragioni strutturali che culturali.

Nota Biografica

Paolo Biondi (Ph.D.) è cultore della materia presso la cattedra di Filosofia Politica presso L'università degli Studi del Molise. I suoi interessi di ricerca includono gli studi di genere, la teoria Queer, il femminismo, l'anarchismo, il post-anarchismo e il post-strutturalismo. Si occupa inoltre di analisi dei prodotti culturali, di metodologie del dialogo e comunicazione interculturale. Ha recentemente tradotto e curato l'edizione italiana del classico di David Bohm Sul dialogo (2014, Pisa: ETS) e ha recentemente pubblicato il saggio Maschere. V per Vendetta (2016, Pisa: ETS).

Bibliografia

- Abruzzese, A. (1984). *Ai confini della serialità*. Napoli: Società Editrice Napoletana.
- Allen, R. & Van den Berg, T. (eds.). (2014). *Serialization in Popular Culture*. New York and London: Routledge.
- Barker, C. (2004). *The Sage Dictionary of Cultural Studies*. London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage.
- Betancourt, M. (2005). Serial form as entertainment and interpretative framework: Probability and the 'black box' of past experience. *Semiotica*,1(4).
- Bisoni, C., Innocenti, V., & Pescatore, G. (2013). Il concetto di ecosistema e i media studies: un'introduzione. In C. Bisoni & V. Innocenti (a cura di), *Media Mutations – Gli ecosistemi narrativi nello scenario mediale contemporaneo*, Modena: Mucchi Editore.
- Blackbeard, B. (1974). Mislabeled Books. *Funny World*, 16.
- Brancato, S. (a cura di). (2011). *Post-serialità. Per una sociologia delle tv-series*. Napoli: Liguori Editore.
- Cardini, D. (2014). Il tele-cinefilo. Il nuovo spettatore della Grande Serialità televisiva. *Between*, 4, 8.
- Carrier, D. (2000). *The Aesthetics of Comics*. Philadelphia: Penn State University Press.
- Casey, B., Casey, N., Calvert, B., French, L., & Lewis, J. (a cura di). (2008). *Television Studies. The Key Concepts*. London and New York: Routledge.
- Cohn, N. (2005). Un-defining 'Comics'. *International Journal of Comic Art*, 7, 2005. Preso da: http://www.visuallanguagelab.com/P/NC_Undefining_Comics.pdf
- Danesi, M. (2009). *Dictionary of Media and Communication*. Armonk: M.E. Sharpe.
- Detti, E. (1984). *Il fumetto tra cultura e storia*. Firenze: La Nuova Italia.
- Dittmer, J. (2014). Serialization in Comic Books and Graphic Novels. In R. Allen & T. Van den Berg, (eds.), *Serialization in Popular Culture*. New York NY and London: Routledge.
- Downing, J.D.H., McQuail, D., Schlesinger, P., & Wartella, E. (2004). *The Sage Handbook of Media Studies*. Thousands Oaks: Sage.
- Eco, U. (1964). *Apocalittici e Integrati. Comunicazioni di massa e teorie della cultura di massa*. Milano: RCS.
- Eco, U. (1994). *The Limits of Interpretation*. Bloomington: University of Indiana Press.

- Eisner, W. (1985). *Comics & Sequential Art*. Florida: Poorhouse Press.
- Groensteen, T. (2009). The Impossible Definition. In J. Heer & K. Worcester (eds.), *A Comics Studies Reader*, Jackson: University Press of Mississippi.
- Hartley, J. (2011). *Communication, Cultural and Media Studies. The Key Concepts* (4th edition). Abingdon, Oxon, and New York: Routledge.
- Heer, J., & Worcester, K. (2009). Craft, Art, Form. In J. Heer & K. Worcester (eds.), *A Comics Studies Reader*, Jackson: University Press of Mississippi.
- Horrocks, D. (2001). Inventing Comics: Scott McCloud Defines the Form. *Understanding Comics. The Comics Journal*, 234.
- Innocenti, V., & Pescatore G. (2008). *Le nuove forme della serialità televisiva. Storia, linguaggio e temi*. Bologna: Archetipolibri.
- Jenkins, H. (2007). *Transmedia Storytelling* 101. Preso da: http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html (ultimo accesso 23/06/2015).
- Jurga, M. (1999). *Fernsehtextualität und Rezeption*. Wiesbaden: Springer.
- Kunzle, D. (1973). *The Early Comic Strip: Narrative Strips and Picture Stories in the European Broadsheet from c. 1450 to 1825*. Berkeley: University of California Press.
- Lent, J.A. (2009). The Comics Debates Internationally. In J. Heer & K. Worcester (eds.), *A Comics Studies Reader*, Jackson: University Press of Mississippi.
- McCloud, S. (1993). *Understanding Comics: The Invisible Art*. New York: Harper and Collins.
- Mitchell, W.J.T., & Hansen, M.B.N. (eds.). (2010). *Critical Terms for Media Studies*, Chicago: The University of Chicago Press.
- Oltean, T. (1993). Series and Seriality in Media Culture. *European Journal of Communication*, 8, (1).
- Ott, B.L. & Mack, R.L. (2014). *Critical Media Studies. An Introduction* (2nd edition), Malden: Wiley Blackwell.
- Pearson, R., & Simpson P. (eds.). (2001). *Critical Dictionary of Film and Television Theory*. London e New York: Routledge.
- Rey, A. (1978). *Les spectres de la Bande. Essai sur la B.D.*, Paris: Éditions de Minuit.
- Schaschek, S. (2014). *Pornography and Seriality. The Culture of Producing Pleasure*. New York: Palgrave Macmillan.
- Weber, T., & C. Junklewitz (2008). Das Gesetz der Serie – Ansätze zur Definition und Analyse. *MEDIENwissenschaft*, 1.
- Wertham, F. (1954). *The Seduction of the Innocent*. Main Road Books.

Personaggi seriali e mondi transmediali. I pulp, Tarzan e le origini del *Transmedia Storytelling*

Paolo Bertetti

Università degli Studi di Siena

Se consideriamo il *transmedia storytelling* come un'esperienza caratterizzata dall'espansione della narrazione attraverso diversi mezzi di comunicazione e (in molti casi) dalla partecipazione degli utenti a tale espansione, potremmo dire che non si tratta di fenomeno emerso negli ultimi anni sulla scia della convergenza mediale, ma si può far risalire almeno alle origini della moderna industria culturale, tra la fine dell'800 e l'inizio del '900. Un'archeologia transmediale, tuttavia, non si deve limitare a studiare la storia e le caratteristiche delle forme più antiche di narrazione transmediale; occorre anche evidenziare come alcuni meccanismi narrativi alla base delle produzioni contemporanee siano in realtà radicate nelle pratiche di serialità sviluppatesi tra fine del XIX e l'inizio del XX secolo, in particolare sulle riviste pulp. Per entrambi questi aspetti, il ruolo di Edgar Rice Burroughs sembra essere fondamentale. Il suo personaggio più conosciuto, Tarzan, apparso per la prima volta nel serial *Tarzan delle scimmie* ("All-Story Magazine" 1912), è stato il protagonista di altri venticinque romanzi, ai quali si aggiungono diversi altri seguiti (autorizzati o meno) scritti da altri autori. L'uomo-scimmia è anche uno dei primi personaggi transmediali: a partire dal film *Tarzan of the Apes* (1918), egli è apparso in innumerevoli opere su media diversi (soprattutto fumetti e film, ma anche drammi radiofonici, serie televisive, produzioni teatrali, giochi ecc.). In questo articolo ci concentreremo sulle caratteristiche che contraddistinguono le diverse espansioni narrative, proponendo anche un modello narratologico per l'analisi delle trasformazioni subite dal personaggio nel passaggio tra i diversi testi e media.

If we consider transmedia storytelling as an experience characterised by the expansion of the narrative through different media and (in many cases) by the participation of the users in that expansion, we could say that this is not a new phenomenon emerging on account of technological convergence but rather it can be traced back almost to the origins of the modern cultural industry between the end of 1800 and 1900. An archaeology of transmedia, however, should not only investigate the history and the features of oldest forms of transmedia storytelling; it should also highlight that certain narrative mechanisms underlying contemporary productions are rooted in the practices of seriality of the pulp magazines between late XIX and early XX century. For both of these aspects, the roles of Edgar Rice Burroughs seem to be pivotal. His best known creation, Tarzan, first appeared in the novel *Tarzan of the Apes* ("All-Story Magazine" 1912), was the main character of twenty-five sequels and some authorized and unauthorized books written by other authors. The Ape-man is also one of the first transmedia characters: starting from the 1918's movie *Tarzan Of The Apes*, he appeared in innumerable works in different media (mainly comics and film, but also radio dramas, television, Theatrical productions, games etc.). In this paper we will focus on the features of the different narrative expansions, also proposing a narratological framework to analyse the transformations of the character across different texts and media.

Key Words: transmedia storytelling, transmedia archaeology, serialità, Tarzan, pulp magazines.

John Clayton, visconte di Greystoke, più noto come Tarzan, è uno dei personaggi più popolari dell'immaginario avventuroso novecentesco, la cui fama si è andata via via diffondendo dalle riviste *pulp*, al cinema, al fumetto ed altri media ancora. Il personaggio fece il suo esordio nel romanzo *Tarzan of the Apes* di Edgar Rice Burroughs, apparso a puntate nel 1912 sullo storico pulp *All Story Magazine* e in volume nel 1914, ma già a partire dal film *Tarzan of the Apes* (1918) incominciano le sue avventure attraverso i media; da allora sono innumerevoli le opere di cui è protagonista nelle più diverse piattaforme mediali: fumetti e film, come si diceva, ma anche drammi radiofonici, serie televisive, produzioni teatrali, giochi ecc. Tarzan è in effetti uno dei primi "personaggi transmediali" dell'industria culturale novecentesca, intorno al quale si è generato un vero e proprio *franchise* finalizzato al suo sfruttamento economico sui diversi media.

Da questo punto di vista l'uomo scimmia rappresenta un valido esempio di come il fenomeno del *transmedia storytelling* (o narrazione transmediale), lungi dall'essere emerso negli ultimi anni sulla scia della convergenza mediale e della creazione dei grandi trust multimediali come spesso si crede, si possa in realtà far risalire almeno alle origini della moderna industria culturale, tra la fine dell'800 e l'inizio del '900, quando già apparivano prodotti che anticipavano in maniera sorprendente parecchie caratteristiche degli attuali *franchise* transmediali. È la tesi che si è cercato di dimostrare in un recente volume dedicato all'Archeologia del transmediale (Scolari, Bertetti, Freeman, 2014), e che qui riproporremo analizzando in dettaglio lo sviluppo transmediale di Tarzan.

Per un'archeologia del *Transmedia Storytelling*

Come noto, il concetto di *Transmedia Storytelling*, è stato proposto per la prima volta da Henry Jenkins (2003, 2006); esso ha al centro la nozione di *mondo narrativo*: se è vero che qualsiasi testo narrativo (film, fumetto o romanzo che sia) crea un proprio mondo narrativo o, come si dice, un *mondo possibile* (Eco, 1979; Ryan 1991), le narrazioni transmediali si basano proprio sull'esistenza di mondi che non si esauriscono in un singolo testo o media, ma danno origine a una pluralità di storie realizzate su piattaforme mediali diverse, ognuna delle quali contribuisce ad arricchire la complessità dell'universo diegetico; ogni media/piattaforma racconta dunque un aspetto diverso di un più vasto mondo narrativo¹.

Gli ultimi anni hanno visto una proliferazione di studi che affrontano la narrazione in una prospettiva non più monomediale ma "transmediale" – si tratta anzi di un concetto ormai alla moda –, e tuttavia la maggior parte delle pubblicazioni scientifiche sul *transmedia storytelling* si concentra sulle produzioni contemporanee. Al massimo la memoria corre indietro a *Star Trek* o a *Doctor Who*, i cui universi narrativi sono apparsi per la prima volta negli anni '60. In realtà, se consideriamo il *transmedia storytelling* come un'esperienza caratterizzata dall'espansione della narrazione in media diversi e, in molti casi, dalla

partecipazione degli utenti a tale espansione, questo non è un fenomeno nuovo. Già negli anni '30 molte narrazioni destinate all'intrattenimento popolare – da Batman a Topolino – venivano spalmate su diversi media (fumetti, riviste pulp, radio, ecc.). Allo stesso tempo, erano già molto attive le comunità dei *fan*, che partecipavano in maniera significativa all'espansione del mondo immaginario (cfr. Bertetti, 2011).

Un buon esempio di un universo transmediale *ante-litteram*, anzi il primo grande franchise transmediale come lo definisce Mark J.P. Wolf (2012), è quello del *Mago di Oz*, approfonditamente studiato da Matthew Freeman (2014a). Il mondo inventato da Frank L. Baum, infatti, fa la sua prima apparizione nel 1900 nel romanzo *The Wonderful Wizard of Oz* – il primo dei quattordici romanzi della serie – e già nel 1902 inizia la sua espansione narrativa su media diversi; in quell'anno, infatti, viene rappresentato a Chicago e New York un musical tratto dal libro. Nel 1904, poi, in occasione dell'uscita del secondo romanzo, *The Marvelous Land of OZ*, Baum sviluppa, assai prima dei moderni *franchise* transmediali, un vero e proprio meccanismo di *cross promotion* attraverso l'espansione su media diversi: fumetti (*Queer Visitors from the Marvelous Land of Oz*, 1904) volumi illustrati per bambini (*The Woggle-Bug Book* del 1905, apparso in contemporanea con un musical omonimo), film, spettacoli teatrali, merchandising vario (cartoline, spillette, giochi da tavolo ecc.) e persino uno show multimediale itinerante (*The Fayrilogue and Radio-plays Tour*, 1908) con un'orchestra, una ventina di attori, proiezioni con lanterne magiche e visioni di cortometraggi. Soprattutto, tali estensioni medialità della creazione di Baum non sono semplici trasposizioni delle opere letterarie, ma corrispondono a vere e proprie espansioni narrative. Come osserva Wolf (2012),

Oz non è semplicemente nato sulle pagine del libro di Baum e poi adattato in altri media; nuove storie di Oz potevano apparire sotto forma di libri, musical, fumetti o rappresentazioni teatrali e quindi essere adattate attraverso i media, e tali adattamenti potevano spesso aggiungere nuovi materiali, eventi e personaggi, facendo di Oz un vero mondo transmediale (pp. 118-19).

Un'archeologia del *transmedia storytelling* implica alcune prese di posizione: innanzitutto occorre pensare a una concezione più flessibile di tale concetto, rispetto a quella di Jenkins (2003, 2006), per il quale il *transmedia storytelling* è strettamente legato alla creazione di un mondo finzionale più ampio e coerente attraverso molteplici forme e piattaforme medialità. In questo caso l'accento privilegia non tanto la costruzione di un universo finzionale coerente e di contenuti non ridondanti, ma innanzitutto l'espansione mediale in sé, e in particolare la creazione di un'esperienza basata su mondi e personaggi narrativi ricorrenti attraverso vari media.

Lo stesso Jenkins (2006), del resto, ammette che quello da lui descritto è un modello ideale che ha non sempre riscontro nella pratica produttiva; alcuni anni dopo, anzi, sintetizzano alcuni principi basilari della narrazione transmediale (Jenkins, 2009), arriverà a parlare piuttosto di un'opposizione *continuity vs. multiplicity*, seppure tale molteplicità sembri interessarlo soprattutto riguardo ai casi di *mash up* e ai contributi generati dagli

utenti, oppure a *storyline* programmaticamente alternative come quelle della serie *Elsewhere* della DC Comics.

È su questa scia che Giovanni Boccia Artieri (2012) può “collocare la narrazione transmediale entro un continuum operativo complesso che va dalla riduzione del racconto da un medium all’altro (...) a narrazioni alternative” (p. 118), passando per *spin off*, narrazioni parallele, approfondimenti del racconto principale ecc.

D’altro canto, per identificare un’estensione narrativa non è necessaria un’assoluta coerenza, ma piuttosto è necessario che si mantenga una *riconoscibilità* del mondo — o dei personaggi — sui quali si basa tale espansione da parte del fruitore (lettore/spettatore/giocatore), il quale ha modelli abbastanza elastici da accettare, entro certi limiti, possibili variazioni del caso. È quanto ha mostrato Marrone (2003) analizzando semioticamente il caso del *franchising* transmediale nostrano sorto intorno al Commissario Montalbano; per Marrone l’identità “sociosemiotica” di un personaggio è data dalla totalità dei testi che si riferiscono a esso nei diversi media, in una concezione che rinvia esplicitamente al mito di Lévi-Strauss. Tra l’altro, anticipando quanto diremo, quella di personaggio è una nozione che, in un’ottica di storia della narrazione transmedia, appare centrale: come vedremo, infatti, la condivisione di un personaggio comune sembra essere logica costitutiva dominante dei *franchise* transmediali più antichi.

Una visione “archeologica” del *transmedia storytelling* permette inoltre di riannodare tali pratiche con le forme di narrazione seriale che si sono sviluppate nella *popular culture* fin dall’800, anche — e anzi prevalentemente — in un singolo media, stante il fatto che le narrazioni transmediali non sono altro che un caso particolare di transtestualità. In particolare, in Scolari, Bertetti & Freeman (2014), si è evidenziata l’importanza delle riviste pulp e dei fumetti sull’evoluzione delle narrazioni transmediali: se la narrativa pulp dei primi del Novecento ha costituito un primo grande modello di serialità, precedente l’arrivo delle serie televisive, tali formule sono poi riemerse nei *comic books* che nei decenni seguenti hanno ereditato alcune funzioni dei vecchi pulp. Proprio quello del fumetto è stato il settore della cultura popolare in cui è emersa con maggiore evidenza una serie di questioni oggi all’ordine del giorno nello studio del *transmedia storytelling*, come quelle concernenti la continuity narrativa tra le diverse serie parallele o alla consistenza dell’universo diegetico condiviso (Barbieri, 1992).

Personaggi transmediali

Per Henry Jenkins, come si è detto, la costruzione del mondo è una delle caratteristiche centrali del *transmedia storytelling*. Anzi, per certi versi il *World Building* — non meno che la presenza di una visione produttiva strategica — diventa l’elemento centrale che distingue queste forme innovative di sfruttamento mediale da altre più antiche. Questa logica “mondocentrica” sembra, in effetti, tipica solo di alcune delle produzioni transmediali più recenti, alle quali, non a caso, Jenkins (2006) fa esclusivo riferimento; le forme più antiche di espansione mediale sono invece basate, a nostro avviso, su una logica

costitutiva dominante almeno parzialmente diversa, incentrata sulla condivisione di un personaggio comune (Bertetti 2011, 2014a) piuttosto che sulla costruzione di un mondo; si pensi soltanto alla fortuna transmediale di eroi come Sherlock Holmes, Superman o il nostro Tarzan. È quanto osserva anche Scott (2009), il quale retrodatando le origini delle produzioni transmediali fino all'epoca del film muto e individuando strategie economiche e promozionali comuni ai *franchise* contemporanei, introduce il concetto di *character-oriented franchise*. Lo stesso Jenkins (2009), ritornando più di recente sull'argomento, ammette la possibilità di ricondurre quelle odierne a pratiche transmediali più antiche, distinguendo tra le moderne figure transmediali, caratterizzate da un'unica cronologia ("*timeline*"), e personaggi come Felix The Cat svincolati da uno specifico contesto narrativo.

Un *personaggio transmediale*, è un eroe finzionale la cui storia è raccontata in una pluralità di testi su varie piattaforme mediali, ognuno dei quali apporta nuovi dettagli alla sua biografia (Bertetti, 2014a). Si pensi alle serie televisive e ai cartoni animati che raccontano l'infanzia di Luke Skywalker e della principessa Leia Organa, colmando l'ampia ellissi esistente tra la prima e la seconda trilogia di *Star Wars*.

In Bertetti 2014b si è mostrato come — sulla scorta delle teorie dei mondi possibili narrativi, per le quali un mondo possibile non è soltanto un possibile stato di cose, ovvero un insieme di individui forniti di proprietà, ma anche una serie di predicati d'azione che delineano un dato corso di eventi (Eco, 1979, p. 131) — sia possibile fare una prima distinzione formale tra i personaggi transmediali (o, più generalmente, transtestuali), a seconda del fatto che il *personaggio si basi su un singolo oppure su molteplici corsi di eventi*. Nel primo caso, si attribuisce al personaggio una bibliografia univoca e coerente, al cui interno s'inquadrano tutte le sue occorrenze nei diversi testi: è il caso classico della "continuity" dei fumetti Marvel o DC Comics, fondata sull'idea che tutti gli episodi di una serie siano come singoli capitoli di un'unica storia. Questo coincide con la concezione mondo-centrica del *transmedia storytelling*.

Nel secondo caso ci troviamo di fronte a personaggi per i quali i vari episodi di una serie, o le diverse riprese transmediali, non fanno riferimento a un corso di eventi unico: ogni occorrenza racconta una storia a sé, autoconclusiva e potenzialmente anche in contraddizione con le altre. Questa categoria corrisponde a quelle che Eco (1985) ha definito "serie iterative", come polizieschi classiche quali *Il Tenente Colombo* o *Derrick*, o come le avventure dei personaggi disneyani (Pippo, ad esempio; cfr. Bertetti 2014b), nelle quali — sebbene non manchino episodicamente riferimenti intertestuali tra una storia e l'altra — ogni testo fa tendenzialmente storia a sé, e spesso il personaggio può apparire in ambientazioni, tempi, ruoli narrativi assai disparati, talvolta assumendo caratteristiche e attributi assai diversi.

Nel tentativo di individuare almeno alcuni modi di variazione nei quali può incorrere l'identità di un personaggio, e in particolare di uno a corso di eventi molteplice, per il quale tali variazioni sono per forza di cosa più ampie ed evidenti, si è sviluppato (Bertetti, 2011, 2014a) un modello per lo studio dell'identità transmediale del personaggio che ripresentiamo qui in forma rivista, esemplificandolo sul personaggio di Tarzan. Tale modello si basa, almeno in parte, sul modello greimasiano del percorso generativo del

senso, visto come costruzione metasemiotica nella quale sono organizzati e sistematizzati, in una rappresentazione gerarchica, i differenti livelli di descrizione che articolano l'analisi semiotica del testo. L'idea è che le trasformazioni identitarie si debbano individuare a partire da tutti i livelli in cui esso è analizzabile; ad alcuni di questi livelli è stato associato un particolare tipo di identità, tenendo presente che non tutte le componenti testuali concorrono alla stessa maniera alla costruzione dell'identità del personaggio.

Rifacendoci alla classica dicotomia aristotelica tra *azione* e *carattere*, vale a dire tra un *fare* e un *essere* proprio del personaggio — che *mutatis mutandis* ritroviamo anche nella semiotica contemporanea, nella distinzione fatta da A.J. Greimas (1970, 1982) tra *attente* e *attore* e, più in generale, tra livello discorsivo e livello semio-narrativo del testo —, distinguiamo innanzitutto:

1) un'*identità narrativa*, e

2) un'*identità esistenziale* (*discorsiva*, in termini greimasiani) del personaggio.

Il livello dell'*identità narrativa* del personaggio è quello in cui si pone innanzitutto la questione della coerenza narrativa (se, cioè, si è di fronte a un corso d'azioni unico o plurimo). A questo livello (che nel modello greimasiano corrisponde a quello delle strutture semio-narrative) andranno ulteriormente distinti:

— un'*identità attanziale*, relativa ai diversi ruoli attanziali rivestiti di volta in volta dall'attore-personaggio;

— un'*identità modale*, relativa alle varie modalizzazioni da esso assunte;

— un'*identità assiologica*, nella quale — a un sottolivello più profondo — si rispecchiano i sistemi di valori che muovono il suo agire.

All'interno dell'*identità esistenziale* trovano posto:

A) Un'*identità propria* (semantica), costituita dall'insieme degli elementi identitari che riguardano l'essere in sé del personaggio. Al suo interno si possono identificare:

— un'*identità figurativa*, legata all'insieme degli attributi "figurativi", in senso greimasiano, del personaggio: quindi non solo il suo aspetto esteriore del personaggio e la sua resa visiva, ma più in generale l'insieme degli attributi del personaggio, in senso proppiano — ivi comprese le caratteristiche psicologiche — e in particolare il *nome proprio* e l'*immagine propria*, vale a dire l'immagine che ci consente nel corso di un film, e più in generale di un testo visivo, di riconoscere il personaggio (Tomasi, 1988).

— un'*identità tematica*, relativa ai ruoli tematici di volta in volta rivestiti dal personaggio: ruoli sociali, familiari, culturali ecc., ad esempio "pescatore", "guerriero", "padre", "calciatore". L'identità tematica di un personaggio (di un attore) è dunque l'insieme dei ruoli che esso riveste, contemporaneamente o in successione, all'interno di un testo o di una serie di testi, ivi compresi i casi di ricategorizzazione tematica.

B) Un'*identità relazionale* (sintattica) relativa agli elementi identitari che afferiscono alle relazioni del personaggio con il mondo che lo circonda: tali racconti riguardano innanzitutto lo spazio e il tempo (relazioni *temporali* e *spaziali*) e in secondo luogo gli altri personaggi presenti nei racconti (relazioni *attoriali*).

Sulle tracce di Tarzan

In un'archeologia del *transmedia storytelling*, Tarzan ha sicuramente un ruolo primario, non solo per il successo e la durata del suo *franchise* transmediale, e per la sua penetrazione nella cultura popolare. Il suo creatore, Edgar Rice Burroughs, ha rappresentato, non meno di Baum, un modello nello sfruttamento seriale e plurimediale delle proprie creazioni letterarie, creando già nel 1923 una società, la Edgar Rice Burroughs Inc., per gestire i diritti di licenza, lo sfruttamento del merchandising (Wolf 2012: 126; Freeman 2014b) e, dal 1931, anche la pubblicazione in proprio dei libri; questo senza contare il contributo di Burroughs nello sviluppare alcune strategie narrative e seriali tipiche dei Pulp².

Il personaggio, come si è detto, ha fatto la sua prima comparsa nel romanzo *Tarzan of the Apes* di Edgar Rice Burroughs, apparso a puntate nel 1912 sulle pagine di *All Story Magazine*. La storia è nota: Tarzan è il figlio di Lord e Lady Greystoke, abbandonati sulla costa occidentale dell'Africa dai marinai della nave che li trasportava nelle colonie inglesi. È qui che, in una capanna in riva al mare, nasce il piccolo John. Quando il bambino ha un anno, sua madre muore di cause naturali e suo padre è ucciso da Kerchak, il capo di una tribù di grandi scimmie, i Mangani, nella fantasia di Burroughs più vicine all'uomo di quelle conosciute dalla scienza. Il piccolo orfano viene adottato dalla scimmia Kala, che gli dà il nome di Tarzan (Bianco-pelle). Il protagonista del romanzo cresce così nella tribù di scimmie, e dopo un primo periodo di emarginazione, grazie alla sua forza e alla sua intelligenza ne diventa il capo. Diventato adulto, Tarzan incontra una giovane donna americana, Jane Porter, che insieme a suo padre e ad altri membri di una spedizione scientifica sono stati anch'essi abbandonati da un equipaggio di pirati nello stesso punto della costa africana dove sorte analoga era capitata ai genitori di Tarzan venti anni prima. Dopo una serie di peripezie, quando la ragazza torna in America, Tarzan abbandona la giungla in cerca di colei, che considera il suo unico vero amore.

A questa prima avventura Burroughs fece seguire altri ventidue romanzi, ai quali vanno aggiunti due testi per ragazzi e almeno un paio di opere di altri autori, senza contare alcuni romanzi apocrifi non autorizzati. Nelle opere successive, dopo ulteriori feuilletonistiche avventure, Tarzan e Jane si sposano e hanno un figlio, Jack, che prenderà poi il nome scimmiesco di Korak ("l'uccisore"). La famiglia vive per un po' in Inghilterra ma Tarzan, mal sopportando l'ipocrisia della civiltà, decide di tornare in Africa, dove acquista una vasta tenuta che diverrà la base per le sue avventure successive.

Passato velocemente dalle pagine dei pulp alle edizioni rilegate (1914), l'uomo scimmia arriva ben presto a una certa fortuna transmediale: il primo film *Tarzan of the Apes* è del 1918 ed è una trasposizione abbastanza fedele del romanzo di Burroughs. Nel ruolo di Tarzan troviamo Elmo Lincoln, protagonista anche di due sequel, *The Romance of Tarzan* (1918, perduto) e il serial *The Adventures of Tarzan* (1921). Nel periodo del muto, furono girati in tutto otto film di Tarzan (3 dei quali *serial*), per lo più basati sui romanzi del ciclo, interpretati anche da P. Dempsey Tabler, James Pierce e Frank Merrill. Il primo film sonoro *Tarzan the Tiger* (1929), con Frank Merrill, venne in realtà girato muto e poi parzialmente

sonorizzato prima della sua uscita; Il primo autentico film sonoro fu pertanto *Tarzan the Ape Man* (1932), capostipite di una serie di dodici film con Johnny Weismuller nei panni di Tarzan, girati tra il 1932 e il 1938 per la MGM prima e per la RKO poi. Seppure per diversi aspetti alquanto distante dal personaggio burroughsiano, Weismuller, con il suo fisico atletico e la sua bellezza corporea rimasta un modello anche per gli interpreti successivi, rappresenta sicuramente il Tarzan cinematografico per eccellenza, quello al quale è maggiormente legata l'immagine cinematografica del personaggio. Al suo fianco, almeno nei primi film vi sono Maureen O'Sullivan, la Jane più famosa dello schermo, e la scimmia Cita, che non è invenzione burroughsiana, ma appare in questo film per la prima volta. Il *franchise* continuò anche dopo l'abbandono di Weismuller, con la produzione di numerosi film, fino alla fine degli anni '60, coinvolgendo parecchi attori, tra i quali il culturista Gordon Scott e Jock Mahoney. Accanto ad esso, in particolare negli anni '30, apparvero altri di Tarzan: segnaliamo in particolare *The New Adventures of Tarzan* (1935), con Herman Brix, l'unico che vide direttamente impegnato nella produzione lo stesso Burroughs. Ultimo film di rilievo è *Greystoke: The Legend of Tarzan, Lord of the Apes*, che nel 1984 presentò Christopher Lambert nei panni di un Tarzan dalla personalità più umana e complessa.

Nel frattempo Tarzan approda anche ad altri media: è del 1921 la prima rappresentazione a Broadway del musical *Tarzan of the Apes*, mentre bisogna aspettare il 1929 per le prime strisce giornaliera a fumetti, dovute alla mano di un grande come Hal Foster. Nel 1931 si aggiunge una serie di tavole domenicali a colori, inizialmente affidate al mediocre Rex Maxon e poi allo stesso Foster. Nonostante numerosi illustratori si fossero già cimentati con l'uomo della giungla nelle pagine dei *pulp* e dei libri, è a Foster che si deve l'immagine visiva tradizionale di Tarzan. Nel 1937 Foster è sostituito da un altro grande del fumetto, Burne Hogarth che darà nel corso degli anni (si occuperà del personaggio fino al 1950) un'interpretazione del personaggio sicuramente personale. Nel frattempo, dal 1939, le avventure di Tarzan incominciano a essere pubblicate anche in formato *comic book*.

Sempre negli anni '30 Tarzan diventa un personaggio di successo alla radio, con un primo sceneggiato in 77 puntate nel 1932 tratto da *Tarzan of the Apes*, e altri due nel 1935 e 1936 basati su storie originarie di Rob Thompson, poi riadattate nelle serie a fumetti. Ma è con il serial *Tarzan and the Diamond of Asher* (1938), che Burroughs attua un tentativo *ante litteram* di narrazione transmediale coordinata tra radio, fumetto e romanzo, nella quale i vari testi mediali, come tessere di un puzzle, tratteggiavano un'unica grande avventura (Freeman 2014b: 52).

Curiosamente, Tarzan approda relativamente tardi in televisione e nel cinema di animazione: bisogna, infatti, aspettare il 1966 perché la NBC trasmetta il primo episodio di una serie che durerà per tre stagioni (per un totale di 57 episodi di un'ora) interpretata da Ron Ely e prodotta da Sy Weintraub che aveva anche prodotto gli ultimi film del franchise, dei quali la serie è una sorta di appendice. In realtà già nel 1958 Gordon Scott aveva interpretato tre episodi pilota di un'eventuale serie, ma il progetto non ebbe seguito; il girato apparve soltanto nel 1966 come film a episodi. Quanto all'animazione è del 1976-1977 la serie TV *Tarzan, Lord of the Jungle*, mentre si dovrà aspettare il 1999, con il *Tarzan* disneyano per vedere un lungometraggio animato al cinema. Esso segna una

sorta di reboot per il personaggio, che continua tuttora a essere protagonista (seppur non continuativamente) di serie a fumetti, film, produzioni televisive, nuovi romanzi ed altre estemporanee apparizioni.

Come si vede si tratta di una produzione mediale ricchissima e articolata, qui descritta forzatamente a grandi linee, e che, ai fini di questo primo intervento abbiamo analizzato inevitabilmente a campione, concentrandoci sulle produzioni più antiche.

Anche così appare con evidenza come Tarzan sia, sul piano dell'identità narrativa, il tipico personaggio a corso di eventi molteplice. Già all'interno dei singoli media le storie non mantengono il più delle volte una coerenza intertestuale: si pensi soltanto a come le strisce giornaliere a fumetti e quelle domenicali a colori avessero *storyline* del tutto indipendenti tra loro, ognuna perseguendo una propria *continuity*. Questo è a maggior ragione se si considera l'insieme dei media, e questo anche rispetto ai testi letterari originari. Spesso a essere diversi sono avvenimenti anche importanti della biografia del personaggio: ad esempio, nei film con Weissmuller e la O'Sullivan, Tarzan e Jane non si sono mai sposati, a differenza di come avviene in ambito letterario già dal secondo romanzo (*The Return of Tarzan*, 1920). Per altro, come vedremo, anche all'interno dei romanzi di Burroughs non mancano le contraddizioni tra un testo e l'altro, e la stessa *continuity* appare talvolta problematica.

Nell'analisi che segue, ci soffermeremo in particolare sull'essere del personaggio, e quindi sulla sua *identità esistenziale*, riservando a un prossimo studio le trasformazioni relative alle sub-componenti *attoriali, modali e assiologiche* che concorrono a comporre l'identità narrativa del personaggio.

Veniamo dunque *all'identità esistenziale*, partendo dalle variazioni al livello figurativo. Dal punto di vista strettamente visivo il personaggio mantiene nel corso degli anni e dei passaggi mediali una sua fondamentale coerenza, pur nella varietà degli approcci. Così, il Tarzan di Burroughs è esplicitamente descritto come un essere umano fisicamente perfetto, un "dio della foresta", straordinariamente forte, ma anche straordinariamente bello. In questo senso si orientano sicuramente le immagini proprie (Tomasì 1988) di Weissmuller, con il suo fisico perfetto, e del Tarzan di Foster, che diventeranno il modello per tutte le incarnazioni successive del personaggio nei diversi media visivi. Prima di loro, l'immagine di Tarzan aveva subito alcune oscillazioni: i primi Tarzan dello schermo avevano certamente un fisico meno scultoreo e anche nelle illustrazioni dei pulp e dei primi libri le interpretazioni erano più variegata, basti pensare al curioso Tarzan disegnato da Charles L. Bull con un grande paio di basette per l'edizione apparsa su *The Redbook Magazine* di *Tarzan the Untamed* (1919).

Diverso è il caso di altri attributi del personaggio. Si pensi in particolare al suo linguaggio, grammaticalmente involuto e semanticamente limitato: sebbene la famosa frase "Io Tarzan, Tu Jane" non sia mai stata pronunciata in alcun film, tale linguaggio è comunque un'invenzione cinematografica risalente al primo film sonoro con Weissmuller. Viceversa, nei romanzi di Burroughs Tarzan ha un parlare impeccabile e persino forbito; egli rivela anzi una spiccata intelligenza e una particolare attitudine per le lingue, imparando da solo fin da ragazzo a leggere e scrivere in Inglese (sulla base soltanto di un abecedario) e arrivando a parlare correttamente numerose altre lingue, da quelle europee

come il francese e il tedesco, all'arabo e ai dialetti africani, fino agli idiomi di Pellucidar e degli uomini-formica³. Tuttavia l'unico film a presentare un Tarzan sotto quest'aspetto aderente all'originale burroughsiano è il serial *The New Adventures of Tarzan* (1935), non a caso la sola produzione cinematografica che vede coinvolto in prima persona lo stesso Burroughs. Bisognerà aspettare i film prodotti alla fine degli anni '50 da Sy Wintraub con Gordon Scott, e in particolare *Tarzan's Greatest Adventure* (1959) e *Tarzan the Magnificent* (1960) per ritrovare un Tarzan più vicino al personaggio originale di Burroughs.

Questa differenza sul piano figurativo corrisponde a un cambiamento significativo a un livello più profondo, quello dell'*identità tematica* del personaggio. Il Tarzan di Burroughs, almeno nei primi romanzi, è un personaggio piuttosto complesso, un uomo scimmia che è geneticamente "uomo", ma nello stesso tempo anche "animale". Dell'animale ha la mancanza di scrupoli o esitazioni nell'uccidere, qualora sia necessario, ma insieme anche la mancanza di crudeltà nel farlo; e inoltre parecchie abitudini, comprese quelle alimentari, sulle quali Burroughs non evita di soffermarsi con un certo effettismo. Dell'uomo ha la spiccata intelligenza, di cui l'abilità linguistica è una manifestazione non meno che la sua capacità di auto-apprendimento, l'attitudine a realizzare e utilizzare attrezzi (il suo famoso coltello), ma anche una vera e propria memoria culturale atavica, seppur all'inizio inconscia e rimossa, della propria eredità di nobiluomo inglese. Come osserva Manetti (2007) la dimensione nascosta che emerge, in un curioso rovesciamento della tradizione che dal romanticismo arriva a Freud, non è l'ambito dell'istinto naturale, ma proprio quello che antropologicamente si identifica con la cultura.

Già nei romanzi di Burroughs il tratto di animalità tenderà nel tempo a diluirsi, per essere ovviamente rifiutata nelle trasposizioni a fumetti. Quanto al cinema, questa dicotomia "uomo"/"animale" si stempera progressivamente; nei film (almeno in quelli del *franchise* classico), si ripropone in definitiva il vecchio tema del "buon selvaggio": Tarzan è bello, moralmente buono e onesto (e persino "puro"), non è un animale, ma in fondo – come esprime bene la sua approssimata capacità linguistica – nemmeno pienamente all'interno del dominio culturale, del quale la giungla di Tarzan finisce di rappresentare un "altro" edenico.

Per quanto riguarda l'*identità* relazionale, essa risulta nel suo insieme forte, pur nella sua complessità. Per quanto riguarda la componente spaziale, Tarzan è – in tutte le sue declinazioni medialità – strettamente legato alla sua giungla nell'Africa centrale (sebbene in cinque degli ultimi romanzi a lui dedicati da Burroughs, tale ambientazione lasci il posto agli altipiani etiopici). Ciò non toglie che egli sia, fin dal primo libro e in tutti gli altri media, un gran viaggiatore: visita non solo il mondo civilizzato (e nei film anche l'India e l'oriente), ma si spinge a esplorare in terre sconosciute, giungendo fino al mitico mondo di Pellucidar, posto al centro della terra.

La giungla africana di E.R. Burroughs ha solo pochi agganci con la geografia reale: è un mondo fantastico nel quale i toponimi realmente esistenti sono assai limitati, mentre pullulano paesi dimenticati, città favolose e imperi perduti, dalla collocazione assai problematica. Al suo interno Tarzan è molto mobile: la capanna natale del personaggio e l'insediamento delle grandi scimmie si trovano sulle coste dell'Angola, mentre la

piantazione Greystoke si trova in Kenya a ovest di Nairobi. È questa, almeno dal racconto “The Eternal Lover” (1913), la casa di Tarzan, quella in cui vive con Jane e il figlio Jack, e da cui parte per le sue avventure. È la “base” che ritroviamo anche nei comics, mentre nei film della serie classica essa si trasforma nella famosa casa sospesa sull’albero.

Riguardo alla dimensione temporale, nei primi romanzi di Burroughs Tarzan è un personaggio la cui collocazione temporale è assai precisa, ma l’accumulo di date ed eventi giunge a creare un pericolo d’incoerenza: la sua nascita si colloca nel 1888, mentre l’incontro con Jane arriva all’età di ventun anni, nel 1909. Il figlio Jake nasce qualche anno dopo, intorno al 1911, com’è suggerito in *The Return of Tarzan* (1913). La situazione arriva a complicarsi con il quarto romanzo, *The Son of Tarzan* (1915): nella vicenda non appaiono date precise, ma ci viene presentato un Jack già ragazzo dall’inizio, che passa otto anni nella Giungla tra le scimmie (assumendo il nome di Korak, l’uccisore), e arriva alla fine a sposarsi, il che farebbe del romanzo un esempio di narrativa d’anticipazione, ponendo la storia intorno al 1929. La contraddizione esplode con *Tarzan the Untamed* (1918), nella quale Jack-Korack è mobilitato nell’esercito inglese per combattere i tedeschi nel 1914, quando dovrebbe essere intorno ai tre anni. Tra l’altro a questo punto Tarzan sarebbe già sulla quarantina, precocemente invecchiato nell’arco di sei romanzi, e in *Tarzan and the Ant-Man* (1923) arriva addirittura a essere nonno.

Per garantire lunga vita al suo personaggio, nei romanzi successivi Burroughs sgancia il personaggio da una rigida cronologia, liberando il personaggio dalla realtà del tempo. Come capita spesso nella serialità di lungo periodo, i romanzi seguenti presentano un’atemporalità che trova a un certo punto la sua giustificazione in *Tarzan’s Quest* (1934), dove l’uomo scimmia beneficia dell’elisir di eterna giovinezza. Tale atemporalità, che è fin da subito caratteristica delle estensioni narrative negli altri media, non impedisce tuttavia un aggiornamento agli usi e alle tecnologie del momento, e nemmeno l’irruzione dell’attualità della storia, come nel film *Tarzan Triumphant* (1943) nel quale l’uomo scimmia John Weissmuller si trova a combattere contro un corpo d’invasione nazista.

Parallelamente a tale sganciamento temporale, Burroughs fa sparire anche la famiglia di Tarzan, che rende il personaggio troppo condizionato dal punto di vista temporale (Tarzan padre e poi nonno) e delle virtualità narrative. Già nell’opera di Burroughs, dunque, *l’identità attanziale* di Tarzan (nei suoi rapporti con i personaggi comprimari) varia parecchio nel tempo. Tale identità è accentuata nei film della serie classica, dove Jane (non più Porter ma Parker, e non più americana ma inglese) è, come già accennato, soltanto la compagna e non la moglie di Tarzan e il loro figlio “Boy” è un trovatello adottato dalla coppia e non loro figlio naturale, in osservanza del codice Hays. Ma soprattutto, come si è accennato, appare lo scimpanzé Cita come fedele compagno dell’uomo scimmia, laddove nei romanzi è Jad-bal-Ja, il leone dorato dalla criniera nera, ad accompagnare il nostro eroe.

Conclusioni

Seppur ancora a uno stadio preliminare, il nostro studio su Tarzan ci sembra comunque confermare l'utilità di un modello orientato semioticamente nell'analisi delle trasformazioni di un personaggio attraverso media e testi diversi. La tipologia proposta tiene conto da un lato della condivisione o meno di un unico universo finzionale (inteso come corso di eventi), così come delle possibili varianti a ogni livello testuale. Tale strumento appare particolarmente rilevante per lo studio di quei *carachter-oriented franchise* che sembrano essere dominanti nelle forme storiche di espansione transmediale e seriale. Infatti, sebbene il concetto di *Transmedia Storytelling* nasca in relazione al panorama attuale della convergenza e alle possibilità date dalle tecnologie, occorre rilevare come pratiche analoghe, seppur diverse, siano presenti in media più tradizionali. In questo senso, la narrazione transmediale non è qualcosa di nuovo, ma una pratica trans-storica di produzione testuale che emerge come un elemento fondamentale della cultura popolare del XX secolo.

Nota biografica

Paolo Bertetti insegna *Teorie e tecniche della comunicazione di massa* all'Università di Siena. Già vice-presidente dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici (AISS), si occupa di Mass media, Popular Culture, Semiotica del cinema e teoria semiotica. Le sue ricerche più recenti riguardano le narrazioni transmediali, il *worldbuilding* e l'immaginario del cinema muto italiano. Tra i suoi volumi: *Il mito Conan* (2011), *Il discorso audiovisivo. Teorie e strumenti semiotici* (2012), *Lo schermo dell'apparire* (2013). Il suo ultimo libro, *Transmedia Archaeology* (2014; con C. Scolari e M. Freeman), è stato pubblicato in Inghilterra da Palgrave Macmillan.

Bibliografia

- Barbieri, D. (1992). *Tempo, immagine, ritmo e racconto. Per una semiotica della temporalità nel testo a fumetti* (Preso da: <http://www.danielebarbieri.it/downloads.asp>)
- Bertetti, P. (2011). *Conan il mito*. Pisa: ETS.
- Bertetti, P. (2014a). Toward a Typology of Transmedia Characters. *International Journal of Communication*, 8: 2344–236. doi:10.1080/09502386.2011.600528
- Bertetti, P. (2014b). Transmedia Storytelling: Words and Characters. A Semiotic Approach. Intervento presentato al VII Congreso Internacional de Sémiotica della Federacion Latinoamericana de Sémiotica (FELS), San Luis Potosi, Messico, 21 febbraio.
- Boccia Artieri, G. (2012). *Stati di connessione*. Milano: FrancoAngeli.
- Eco, U. (1979). *Lector in fabula*. Milano: Bompiani.
- Eco, U. (1985). L'innovazione nel seriale. In *Sugli specchi e altri saggi* (pp. 125-146). Milano: Bompiani.

- Freeman M. (2014a). Advertising the Yellow Brick Road: Historicizing the Industrial Emergence of Transmedia Storytelling. *International Journal of Communication*, 8: 2362–2381. Preso da: <http://www.ijoc.org>
- Freeman M. (2014b). The Wonderful Game of Oz and Tarzan Jigsaws: Commodifying Transmedia in Early Twentieth-Century Consumer Culture. *Intensities: The Journal of Cult Media*, 7: 44-54. Preso da: <http://www.intensitiescultmedia.com>
- Greimas, A.J. (1970). *Du sens*. Paris: Seuil.
- Greimas, A. J. (1982). *Du sens II*. Paris: Seuil.
- Jenkins, H. (2003). Transmedia storytelling. *Technology Review*, January 15. Preso da: <http://www.technologyreview.com/biotech/13052/>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where old and new media collide*. New York, NY: New York University Press.
- Jenkins, H. (2009). The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia storytelling (Well, Two Actually. Five More on Friday). *Confessions of an Aca-Fan — The Official Weblog of Henry Jenkins* [Web log message]. Preso da: http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html.
- Manetti, G. (2007). L'infanzia di Tarzan e la memoria dei ragazzi selvaggi. In M. Bresciani Califano (a cura di), *Infanzia e memoria* (pp. 111-134). Firenze: Olschki.
- Marrone, G. (2003). *Montalbano. Affermazioni e trasformazioni di un eroe mediatico*. Roma: Rai-Eri.
- Ryan, M.L. (1991). *Possible Worlds, Artificial Intelligence and Narrative Theory*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Scolari C., Bertetti P., & Freeman M. (2014). *Transmedia Archaeology. Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comics and Pulp Magazines*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Scott, J. (2009). The Character-Oriented Franchise: Promotion and Exploitation of pre-sold characters in American film, 1913-1950. In I.R. Smith (ed.), *Cultural Borrowings: Appropriation, Reworking, Transformation*. Nottingham: Scope.
- Tomasi, D. (1988). *Cinema e racconto. Il personaggio*. Torino: Loescher.
- Wolf, M.J.P. (2012). *Building Imaginary Worlds: The Theory and History of Subcreation*. New York, NY & London: Routledge.

Note

¹ Una seconda caratteristica saliente del *transmedia storytelling* è, per Jenkins, la partecipazione degli utenti all'estensione dei mondi narrativi. In questo intervento, terremo conto solo marginalmente di questo aspetto: a nostro parere, infatti, le pratiche collaborative, seppur molto importanti nello studio delle narrazioni transmediali, non sono necessarie (né sufficienti) per definirle in quanto tali. Da un punto di vista strettamente semiotico-narrativo, tale narrazione è il risultato di una rete di testi su varie piattaforme mediali che espandono un universo narrativo, dove l'origine *bottom up* o *top down* di tali testi non è pertinente.

² Si pensi ad esempio al *crossover* tra personaggi e mondi diversi messo in atto in *Tarzan at the Earth's Core* (1916), nel quale l'uomo scimmia visita la terra perduta di Pellucidar, già oggetto di un'altra serie di romanzi burroughsiani (Scolari, Bertetti, Freeman, 2014, pp. 11-12).

³ Sul linguaggio di Tarzan si veda Manetti (2007).

La grammatica mutante di Nicolas Eymerich nella serializzazione partecipata

Alberto Sebastiani
Università di Bologna

Un'analisi linguistico-stilistica dimostra che l'identità del personaggio Nicolas Eymerich, inquisitore protagonista del Ciclo di Eymerich (1994-2010) di Valerio Evangelisti, presenta una grammatica precisa: una costruzione lessicale, sintattica e retorica coerente e coesa, che definisce specifici tratti costitutivi e una loro puntuale combinazione. In una serie di dieci libri "fantagotici", Eymerich invecchia e presenta un'evoluzione psicologica attraverso avventure ambientate tra il 1352 e il 1399, proposte in ordine non cronologico, all'interno di romanzi complessi organizzati su piani spaziali e temporali diversi e interconnessi. La serie si è da subito ampliata in una vasta narrazione attraverso più media solo in parte riconducibile a Evangelisti, e nata sia all'interno di una mailing list aperta dall'autore negli anni 90, sia attraverso racconti spin-off e cross-over, fumetti, radiodrammi, composizioni musicali, giochi di ruolo, videogame, fan fiction. Il personaggio sta ora vivendo un processo definibile di "serializzazione partecipata". Così, ignorato per ora da cinema e tv, Eymerich si muove in un ecosistema narrativo tra supporti tradizionali (libro, riviste cartacee, radio, cd), device di videolettura e/o videoludici, e web. Un ecosistema in cui converge anche una produzione critica e pubblicitaria crescente. Per comprendere l'inevitabile riconfigurazione sociosemiotica del personaggio bisogna affrontare la "serializzazione partecipata" in atto. A partire dalla descrizione della mutazione in atto della grammatica di questo eroe popolare italiano di successo, osservando in particolare la produzione videoludica, musicale e del fandom (cioè le meno partecipate dall'autore), questo intervento si interroga sulla ricezione e/o la riscrittura del personaggio e della storia da parte dei "prosumer", su quali tratti risultino più accattivanti per loro, e perché.

A socio-linguistic analysis shows how the identity of Nicolas Eymerich, a real historical inquisitor and main character of the Valerio Evangelisti's *Ciclo di Eymerich* (1994-2010) is based on a cohesive rhetorical construction. In the course of ten books, Eymerich presents a psychological evolution through adventures set from the 1352 to 1399, proposed in non-chronological order. The series has now expanded into a vast storytelling across multiple media – spin-off and cross-over, comics, radio dramas, musical compositions, role games, fan fictions, videogames only partly attributable to the Evangelisti's book. This process can be called "participatory serialization." By observing videogames, musical productions and fandom communities, this paper aims at analyzing the practices of "prosumers" in the reception and/or rewriting the fictional character of Nicholas Eymerich.

Key Words: Nicolas Eymerich; Linguistica; Serializzazione; Ricezione; Ecosistema narrativo

Lo studio dei personaggi, da tempo, è tornato al centro dell'interesse della ricerca letteraria, anche in Italia (Bottiroli, 2001; Stara, 2004; Testa, 2009; Jossa, 2013), e si è rivelato particolarmente funzionale all'osservazione della espansione degli universi narrativi, ovvero di quei processi che, come ricorda Doležel (1999), si muovono seguendo delle direttrici, e che si sono manifestati in diverse forme testuali, tradizionali come riscritture o adattamenti (Hutcheon, 2011), o di più recente sviluppo come quelle riconducibili alla produzione del fandom (Hellekson & Busse, 2014). In questa situazione fluida, le definizioni di saga e serie (Eco, 1984) si confrontano con la dimensione di una serializzazione sempre più ecosistemica, propria del panorama narrativo contemporaneo, frutto anche della cultura partecipativa (Jenkins, 1992, 2006, 2008), potenziata dall'avvento dei cosiddetti nuovi media. Il Ciclo di Eymerich e il personaggio Nicolas Eymerich sono un caso del massimo interesse per osservare il fenomeno.

Come per molti altri personaggi, pensiamo ad esempio per l'Italia al commissario Montalbano di Andrea Camilleri (Marrone, 2003), attorno ad Eymerich si è infatti generato un interesse produttivo anche amatoriale o ibrido che ha portato a una significativa espansione del suo universo narrativo, su più media, con la partecipazione di più autori. Un processo che presenta caratteristiche della serializzazione, ma appunto all'interno di una cultura partecipativa, che diventa interessante dal punto di vista della ricezione, della riscrittura e dell'interpretazione del personaggio, della rielaborazione sociosemiotica delle sue caratteristiche fisiche, psicologiche e narrative. Come avvenga, e secondo quali direttrici, la serializzazione partecipata Eymerich, e come essa modifichi il personaggio e quindi il Ciclo "espanso", è l'oggetto della presente ricerca, svolta a partire da un'analisi dei testi di Evangelisti per individuare le grammatiche del personaggio e del Ciclo originario, veri e propri nuclei dell'ecosistema narrativo.

La grammatica di Nicolas Eymerich

Sul suo sito ufficiale, www.eymerich.com, Valerio Evangelisti con il titolo "Ciclo di Eymerich" si riferisce ai suoi testi narrativi pubblicati tra il 1994 e il 2010 aventi per protagonista il domenicano Nicolas Eymerich, un inquisitore del XIV secolo. In attesa del nuovo romanzo annunciato nel 2016, ad oggi il Ciclo si compone di dieci romanzi editi da Mondadori e, fino a *Mater Terribilis*, anche da "Urania", le cui edizioni presentano varianti anche significative. I titoli sono: *Nicolas Eymerich inquisitore* (1994), *Le catene di Eymerich* (1995), *Il corpo e il sangue di Eymerich* (1996), *Il mistero dell'inquisitore Eymerich* (1996), *Cherudek* (1997), *Picatrix, la scala per l'inferno* (1998), *Il castello di Eymerich* (2001), *Mater Terribilis* (2002), *La luce di Orione* (2007), *Rex Tremendae Maiestatis* (2010). A questi va aggiunto il racconto *Venom*, pubblicato in *Metallo urlante* (Einaudi 1998). Ogni romanzo è costruito su tre livelli temporali diversi ma interconnessi: il XIV secolo, il "tempo base", in cui agisce in vita l'inquisitore; la nostra contemporaneità (tra

fine '800 e primi anni Zero), narrata anche ucronicamente o distopicamente; un futuro più remoto di tipo fantascientifico, con il quale l'inquisitore finirà per interagire.

La figura portante del Ciclo, Eymerich, deve i suoi dati anagrafici (1320-1399) e bibliografici all'omonimo inquisitore realmente esistito. In più di un'occasione, peraltro, Evangelisti ha pubblicato in appendice ai suoi romanzi delle biografie di Nicolas (o Nicolau) Eymerich, e sul suo sito ufficiale ha dedicato una pagina all'Eymerich "storico", con l'indicazione delle fonti bibliografiche sulle quali si è documentato (www.eymerich.com/eymerich/eym7.htm). All'interno del Ciclo è però un personaggio finzionale creato da Evangelisti. Ha un ruolo e azioni da compiere: il suo maestro padre Dalmau Moner l'ha istruito perché diventasse Inquisitore e prestasse obbedienza a un solo sovrano (Dio, quindi il Papa e la Chiesa), con una missione (difendere l'ordine che la Chiesa, dopo il crollo dell'Impero, ha il dovere di instaurare) da perseguire con la fermezza di un guerriero (con tanto di uniforme: la tonaca domenicana), in perenne conflitto col male, cioè Satana. È inoltre eccezionale per intelligenza, astuzia, cultura, forza, aspetto fisico, ruolo e tutto questo lo rende paragonabile a un classico eroe da feuilleton, ma in negativo. Se infatti tra i suoi modelli dichiarati ci sono Sherlock Holmes e Nero Wolfe, Eymerich è un cattivo con un ideale di cui il lettore si innamora (Scarpa, 2000, pp. 25-27).

Eymerich è violento, spietato, bugiardo ma legittimato dal fine superiore (la lotta contro Satana) e lo è sempre seguendo le regole stabilite dalla Chiesa (un esempio è lo spergiurare con un infedele, non considerabile peccato perché il giuramento con un infedele non ha alcun valore). È un coacervo di conflitti: ideologicamente incorruttibile, votato a un potere che ordina, vigila e punisce la diversità per mantenere il controllo, ma anche schizoide con ossessioni e debolezze che cerca di reprimere; è irascibile ma logico e razionale nelle sue decisioni e azioni, capace di autocontrollo e lucidità nei momenti più pericolosi; è un misantropo, sessuofobo, omofobo, razzista e misogino terrorizzato dagli insetti, dalla sporcizia e dal contatto fisico, ma subisce il fascino dell'ebrea Lilith. Emblematica del suo conflitto psicologico è l'entrata in scena del personaggio nel primo volume:

Il cielo sopra Saragozza era illuminato da miriadi di stelle, tanto fitte e brillanti che Eymerich non poté fare a meno di alzare il capo. Un brivido frenò sul nascere il suo incanto. Non era notte, quella, per perdere tempo in contempezioni. Si strinse attorno al corpo magro la cappa nera che ricopriva la tonaca bianca e accelerò il passo. (Evangelisti 2014: 26)

In una situazione topica che apre alla contemplazione, Eymerich è tentato di distrarsi dal suo compito, ma ritorna subito all'ordine. In quattro frasi Evangelisti anima una scenografia che tenta l'inquisitore attuando una sorta di sospensione temporale dell'azione, descrive una reazione fisica incontrollata che suggerisce un conflitto interiore, esprime un commento che interpreta il pensiero del personaggio e descrive l'azione fisica volontaria con cui riporta il tempo al suo normale scorrimento. In quest'ultima frase, per altro, presenta al lettore una caratteristica fisica di Eymerich (il «corpo magro»), un atteggiamento di chiusura che si evidenzia nel gesto di stringersi nella «cappa nera» sulla «tonaca bianca», che a sua volta caratterizza la «divisa» del soldato Eymerich.

Un'analisi del lessico relativo alle sue proprietà essenziali e alle sue dinamiche relazionali rivela poi un personaggio raccontato attraverso un preciso vocabolario e locuzioni ricorrenti e coerenti all'interno del Ciclo, tanto nei momenti descrittivi (relativi agli aspetti fisici, ai gesti e alle azioni), quanto in quelli mimetici, nella costruzione retorica dei suoi dialoghi, prevalentemente assertiva e sentenziale. In effetti, per quanto il personaggio non sia una figura monolitica all'interno del Ciclo (Somigli, 2007, p. 183-184), ma presenti cambiamenti anche significativi (es. l'invecchiamento) pur restando schizoide, presenta una grammatica precisa relativa ai suoi tratti essenziali e relazionali. Per riprendere la definizione di Forster (1927, p. 56), il personaggio è in questa prospettiva una puntuale combinazione di un «gruppo di parole» selezionate, coerenti e coese.

Come nell'entrata in scena, tutto in Eymerich ha un corrispettivo fisico. Le sue reazioni interiori esprimono sorpresa o repressione degli istinti (come il brivido di fronte al cielo stellato) e sono nominate con verbi (es. *trasalire*) o fraseologie ricorrenti (come quelle che descrivono gli attacchi di tachicardia: il cuore che *gli percuote la cassa toracica, le tempie che martellano*). La descrizione delle sue caratteristiche fisiche si fa predicato del personaggio: l'aggettivazione o le locuzioni rivelano aspetti psicologici, morali, emotivi dell'inquisitore. La sua postura è spesso definita *severa*, come i lineamenti, a loro volta anche *gravi*, mentre la corporatura è *nervosa*, aspetti ribaditi dai tratti del viso, che può essere descritto anche come *cattivo, austero, duro* ma che può ulteriormente indurirsi, farsi *sardonico* o *volgere all'ironia* ed esprimersi con una mimica specifica (es. *aggrotta le sopracciglia*). Le sue labbra (*sottili*) si schiudono molto raramente a sorrisi, mentre sono generose di *sorrisetti, sogghigni* o *mezzi sorrisi*; gli occhi (o per metonimia le pupille), *scuri* o *neri*, sono anch'essi *severi, duri, penetranti, maligni, di ghiaccio*. La sua tensione emerge anche nei movimenti: non passeggia mai, cammina *a grandi* o *a lunghi passi*. Quando parla, il tono, il timbro e il volume della sua voce sono definiti con precisione, e rivelano un atteggiamento improntato allo scontro con gli interlocutori, alla sfida, per l'affermazione del proprio ruolo, in nome della missione da compiere. I suoi gesti sono coerentemente definiti *imperiosi, autoritari, risoluti, recisi*, e su alcuni c'è una particolare insistenza, come il correlativo fisico della sua indifferenza per tutto ciò che non sia la propria missione: *fare spallucce, alzare le spalle, scrollare le spalle* o *stringersi nelle spalle*.

Si potrebbe procedere a lungo nell'elenco e nell'analisi di queste ricorrenze, ma bastino questi esempi, indicativi, in primo luogo, della precisa intenzione di Evangelisti di costruire una figura con una grammatica precisa. In secondo luogo, della configurazione di un personaggio all'interno di un racconto che, come ricorda Eco (1984, p. 24), permette al lettore di «godere della novità della storia mentre di fatto gode per il ricorrere di uno schema narrativo costante ed è soddisfatto dal ritrovare un personaggio noto, con i propri tic, le proprie frasi fatte, le proprie tecniche di soluzione dei problemi». Un personaggio, insomma, che può apparire seriale, ma con significative variazioni nel divenire del Ciclo, come peraltro il Ciclo stesso.

La grammatica del Ciclo di Eymerich

Il Ciclo presenta una grammatica con una struttura coesa (la costante tripartizione) che organizza un discorso coerente ma con variazioni. In *Cherudek*, ad esempio, l'avventura di Eymerich si svolge classicamente nel XIV secolo, nel 1360, e l'inquisitore è alle prese con degli *zombie* agili e combattivi che cercano di far fallire il trattato di Brétigny e la pace tra Francia e Inghilterra. Le altre due parti, invece, non sono ambientate come di consueto, ma sono l'una una sorta di narrazione onirica in una dimensione fantastica, il Cherudek appunto, un purgatorio dominato da un Eymerich spettrale, l'altra un momento metanarrativo fondato sulla sola esistenza di una voce monologante la cui identità si svela solo nel finale, laddove si risolve l'enigma che sottende all'esistenza delle due parti distinte dal (ma non estranee al) "tempo base".

La mobilità di Eymerich tra i livelli dei romanzi si riscontra anche nel *Mistero dell'inquisitore Eymrich*: nella parte ambientata nella contemporaneità appare nella cella che ospita lo psicanalista Wilhelm Reich e tra i due comincia una sorta di reciproca seduta di analisi. Sono elementi fantastici che, come gli *zombie* in *Cherudek*, popolano il Ciclo, che presenta un'ibridazione continua tra fantastico, fantascienza, gotico, storico, horror, thriller, fantathriller, what if, ucronie e distopie. Tale compresenza di generi e tipologie narrative è una caratteristica del cosiddetto romanzo "neostorico" (Benvenuti, 2012), ma di fatto il Ciclo si iscrive nell'ambito del romanzo d'avventura e nella "letteratura di genere". Questa espressione, per comprendere il valore della produzione di Evangelisti, va intesa però nell'accezione proposta dallo stesso autore in più occasioni e che è stata effettivamente riscontrata nei suoi testi (Evangelisti, 2001, 2004, 2006; Amici, 2014, pp. 132-134), cioè come letteratura critica della contemporaneità, in grado di interpretare eventi storici (del passato remoto o recente) rendendoli fatti letterari, dando vita a una terza via specifica tra cronaca e storia che offra una lettura profonda del presente (Boscolo & Jossa, 2014).

In effetti il Ciclo nel suo complesso risulta di fatto un discorso narrativo sulla politica, più precisamente sul (sulla conquista-consolidamento-esercizio del) potere e sull'immaginario considerato come elemento cardine per il controllo delle masse, secondo la lettura di diverse teorie sociologiche (Ragone, 2015). In questo contesto, Eymerich è l'archetipo dei personaggi protagonisti del Ciclo, per quanto si distingue da tutti per la conflittualità interiore, e le sue avventure nel "tempo base" sono strettamente connesse agli altri livelli proprio attraverso l'isotopia della conquista, del consolidamento e dell'esercizio del potere. Questo discorso sottende e interconnette i tre livelli temporali: si articola secondo diverse modalità, ma chiunque lotti per la conquista, il consolidamento e la gestione dell'esercizio del potere deve sapere in primo luogo come controllare le masse, il che non può avvenire, né avviene, solo con l'uso di misure coercitive e repressive fisiche, ma anche e soprattutto attraverso una colonizzazione dell'immaginario, vale a dire il controllo dei modelli, delle fantasie, dei desideri e delle paure delle masse, per la generazione di consenso. E tale discorso rende coerente e coeso il Ciclo.

Il “Ciclo di Eymrich”: serie o saga?

Il Ciclo è composto da testi autoconclusivi centrati su un personaggio specifico per il “tempo base”, asse del Ciclo frammentato in romanzi, secondo una serialità narrativa che segue regole precise e intreccia generi e contenuti diversi (Eco, 1984, pp. 24-28; Cardini, 2004, pp.19-23; Pescatore & Innocenti, 2008, pp.1-28). La serialità peraltro è riscontrabile a livello produttivo, negli elementi paratestuali, come la denominazione del Ciclo, ma anche in certe scelte editoriali: *Il mistero dell'inquisitore Eymrich* nel 1996 è ad esempio uscito a puntate, come un feuilleton, sul settimanale “il Venerdì”. Sembriamo dunque in presenza di una “serie” di tipo classico, anche se costruita per sequel e prequel. Infatti, la successione editoriale del Ciclo non corrisponde alla cronologia delle avventure di Eymrich, tutte frutto di fantasia, benché con riferimenti storici e politici noti e documentati (Sebastiani, 2015b), e ambientate tra il 1352 e il 1372, anche se l'ultimo romanzo contiene aneddoti d'infanzia riconducibili agli anni trenta del secolo e, dopo una lunga ellissi, si chiude con la morte dell'inquisitore nel 1399:

Ordine editoriale	Ordine cronologico
1994: <i>Nicolas Eymrich, inquisitore</i>	1352: <i>Nicolas Eymrich, inquisitore</i>
1995: <i>Le catene di Eymrich</i>	1353: <i>Venom (in Metallo urlante)</i>
1996: <i>Il corpo e il sangue di Eymrich</i>	1354: <i>Il mistero dell'inquisitore Eymrich</i>
1996: <i>Il mistero dell'inquisitore Eymrich</i>	1358: <i>Il corpo e il sangue di Eymrich</i>
1997: <i>Cherudek</i>	1360: <i>Cherudek</i>
1998: <i>Venom (in Metallo urlante)</i>	1361: <i>Picatrix, la scala per l'inferno</i>
1998: <i>Picatrix, la scala per l'inferno</i>	1362: <i>Mater terribilis</i>
2001: <i>Il Castello di Eymrich</i>	1365: <i>Le catene di Eymrich</i>
2002: <i>Mater terribilis</i>	1365-6: <i>La luce di Orione</i>
2007: <i>La luce di Orione</i>	1369: <i>Il castello di Eymrich</i>
2010: <i>Rex Tremendae Maiestatis</i>	1371-2/1399: <i>Rex Tremendae Maiestatis</i>

Ci sono però problemi nell'affermare che si tratti di una classica serie. In primo luogo, anche in virtù della strutturazione in prequel e sequel, esistono rimandi interni al Ciclo alle vicende di tutte e tre i livelli temporali. Inoltre, nel *Castello di Eymrich*, l'inquisitore ha un rapporto sessuale con il personaggio Lilith, figura umana ma soprannaturale, da cui poi si scopre nascere una progenie, fondamentale poi nel finale di *Rex Tremendae Maiestatis*, quando nel futuro fantascientifico (il terzo livello temporale) una ragazza, anch'essa di nome Lilith e discendente da quell'atto, “libera” l'essenza di Eymrich imprigionata in provette denominate L-Field. Ciò rende l'inquisitore una sorta di supremo giudice universale capace di intervenire per (ri)stabilire l'ordine in ogni momento e luogo della storia dell'uomo. A questo punto, quindi, il “tempo base” non è più l'unico in cui Eymrich può essere protagonista, e all'inquisitore si affiancherebbe la sua progenie. Ciò peraltro

avviene probabilmente già nel *Castello di Eymerich*, dove il secondo livello temporale vede in azione la giovane ebrea Lilith, una figura ambigua in quanto potrebbe essere tanto la medesima Lilith soprannaturale del “tempo base” quanto una discendente di Eymerich.

La serie si apre dunque a una storia potenzialmente infinita con più protagonisti le cui vicende potrebbero essere narrate. Di fatto, Eymerich a questo punto potrebbe iniziare a collaborare con Lilith: l'inquisitore infatti conclude il dialogo con la giovane che lo ha liberato dicendole: «La solitudine è un premio, il buio il suo ambiente. Non temere. Onorando Dio, avremo modo di divertirci. Millenni di storia umana saranno il nostro passatempo» (Evangelisti 2010: 394). Diventerebbe dunque protagonista di avventure in qualsiasi momento della storia dell'uomo, anche all'interno del “suo” XIV secolo, in compresenza con se stesso in vita. Il Ciclo diventa così una serie che apre alla prospettiva di una saga. La condizione di apertura è peraltro una caratteristica fondamentale del Ciclo, come è evidente anche nel racconto *Venom*, in *Metallo urlante*, volume che mette in relazione i romanzi dell'inquisitore con altri lavori di Evangelisti. È una raccolta di quattro racconti, tra cui appunto *Venom* che apre il volume e lo chiude con un'appendice costruendo una sorta di cornice per gli altri tre: *Pantera*, *Sepultura* e *Metallica*, ai quali sono presenti dei rimandi interni nel primo racconto. Insieme, costruiscono un romanzo su cinque livelli temporali (due per *Venom*, uno ciascuno per gli altri), e mettono in relazione il Ciclo di Eymerich con il Ciclo del metallo, ovvero i romanzi *Black Flag* (2002) e *Antracite* (2003) di Evangelisti, con il pistolero Pantera per protagonista. Relazione che prosegue anche in *Black Flag*, dove appare il personaggio Lilith che il lettore di Evangelisti ritroverà in *Rex Tremendae Maiestatis*. Quindi la serie di Eymerich, che è potenzialmente una saga, presenta anche aspetti di serializzazione, nel senso che al suo interno si sviluppano interconnessioni tra i livelli temporali, i romanzi, i racconti e altri Cicli. Le storie tendono dunque a completarsi o comunque a svilupparsi anche oltre il singolo testo autoconclusivo.

L'apertura non riguarda solo i contenuti ma anche la forma, in quanto vicende e personaggi del Ciclo sono stati narrati anche attraverso altri linguaggi, portando Evangelisti a diverse collaborazioni. Ci riferiamo in primo luogo alla stesura delle sceneggiature per i radiodrammi andati in onda su Rai Radio2: *La scala per l'inferno* (1998, regia di Massimo Guglielmi), *Il castello di Eymerich* (2000, regia di Paolo Modugno), *La furia di Eymerich* (2001, regia di Arturo Villone). I primi due sono adattamenti dei romanzi omonimi, il terzo un racconto originale, nato come sceneggiatura per un film mai girato, pubblicata poi da Transeuropa con il titolo *L'inquisitore e i portatori di luce* (2011) e diventato graphic novel per la Mondadori, disegnato da Francesco Mattioli, con il titolo *La furia di Eymerich* (2003). Non è l'unico fumetto originale nato dal Ciclo, a cui va infatti aggiunto il crossover con la testata Lazarus Ledd di Starcomics, *I cristalli di Eymerich*, con Evangelisti soggetto, Ade Capone sceneggiatore e Arturo Lozzi alle matite (2003). Non vanno poi dimenticate l'opera *Tanit*, scritta con Marcello Fois e con musiche di Fabrizio Festa, liberamente ispirata a *Il mistero dell'inquisitore Eymerich*, e le collaborazioni musicali con gruppi thrash metal italiani come gli Aghast Insane, per i quali Evangelisti ha scritto il testo in inglese *Terrible Mother*.

In questi casi Evangelisti interagisce con altri autori esperti del linguaggio e del medium in questione, ma esistono gruppi musicali, autori teatrali, musicisti, scrittori, fumettisti che a loro volta producono liberamente lavori ispirati al personaggio o ai romanzi. Facciamo riferimento ad esempio ai due adattamenti francesi del primo e del terzo romanzo del Ciclo a cura di Jorge Zentner e David Sala (2003-2004; 2006-2007), ma anche ai gruppi musicali heavy metal che si ispirano al Ciclo o al personaggio come Time Machine, Firelord, Picatrix e Scavenger, dei quali esistono anche videoclip visionabili su youtube. Sulla medesima piattaforma di condivisione di video è poi fruibile il gameplay di *Nicolas Eymerich Inquisitore*, ideato da Ivan Venturi e prodotto da Ticon Blu e Imagimotion, videogioco in quattro capitoli di cui sono usciti i primi due: *Il villaggio* (2012) e *La peste* (2014). In rete è poi produttivo il fandom, d'altronde la dimensione social(e) è stata animata da Evangelisti all'interno di una mailing list a partire dagli anni 90 (Paloscia & Scarlini, 2000, pp. 77-83). Non deve quindi stupire se sono diffuse sul web numerose fanfiction legate all'inquisitore (Sebastiani, 2015), e che sia nato un gioco di ruolo, *Il mondo di Eymerich* di Jari Lanzoni edito da Will Boar Edizioni (2007).

Il quadro della produzione e della ricezione è quindi variegato. Il Ciclo si è ampliato in una vasta narrazione articolata su media diversi, solo in parte riconducibile a Evangelisti. Abbiamo adattamenti veri e propri, cioè trasposizioni dichiarate di una o più opere che è possibile riconoscere, ma anche in senso lato, cioè atti creativi e interpretativi di appropriazione/conservazione del testo originario e/o confronti intertestuali con l'opera adattata (Hutcheon, 2011). È un'articolazione apparentemente inarrestabile, condizione d'altronde tipica dei testi fluidi (Bryant, 2002) di cui il Ciclo è un esempio. Una simile espansione trova ragioni nella libertà d'uso di Eymerich che l'autore ha sempre concesso, ma anche nella crescente complessità narrativa del Ciclo, nell'aumentare dei rimandi interni, nonché nella figura in cui si trasforma l'inquisitore con *Rex Tremendae Maiestatis*, che apre anche a storie eccentriche rispetto allo storyworld del Ciclo. Si pensi ad esempio alle recensioni in forma narrativa dello stesso Evangelisti (*Eymerich contro Dan Brown* e *Eymerich contro Palahniuk*, usciti su "Tutto Musica" di "la Repubblica" il 25/11/2004 e il 13/1/2004, poi entrambe in Evangelisti 2006), in cui Eymerich inquisisce lo scrittore Dan Brown o uno dei personaggi del romanzo di Chuck Palahniuk *Ninna Nanna*, la strega Mona. O alla fanfiction *Zeitgeist* di "Alez", Alessandra Daniele (2014), pubblicata nel suo blog (con tanto di spoiler alert per i non lettori dell'ultimo romanzo), in cui nel XIV secolo appare un Eymerich inconsueto.

Il Ciclo di Eymerich e la "serializzazione partecipata"

L'espansione del ciclo letterario è dunque piuttosto disordinata e segue tutte e tre le direttrici individuate da Lubomír Doležel (1999, pp 207-208), ovvero la trasposizione che dà vita a mondi paralleli, l'estensione che colma lacune con prequel o sequel, la dislocazione con nuove versioni del protomondo, che ne ridelineano la struttura e reinventano la storia, dando così vita ad antimondi polemici che minano o negano la

legittimità del protomondo. Se le prime due direttrici sono legittimate dalla Ciclo stesso, cioè dalla tripartizione temporale, dalla differenza tra ordine editoriale e cronologico, dal divenire giudice universale di Eymerich, la terza è di fatto legittimata da Evangelisti: in *La furia di Eymerich*, ad esempio, sono riscontrabili fatti narrati in *Mater Terribilis* ma in un diverso momento temporale, delegittimando di fatto il protomondo. Per cui non deve stupire che il videogame ambientato nel 1964 sia liberamente tratto da *Nicolas Eymerich inquisitore*, la cui storia è del 1352, ma presenti scene, discorsi, situazioni che appaiono citazioni esplicite da altri romanzi come *Cherudek*, *Il mistero dell'inquisitore Eymerich* e *Le catene di Eymerich* (Sebastiani, 2015a).

La negazione del protomondo, a dire il vero, si riscontra finora solo in questi due casi. Molto battute sono invece le altre due direttrici: ne deriva che una serie destinata potenzialmente a farsi saga, che nel corso del tempo si è serializzata al suo interno, ha ora generato anche una serializzazione esterna e articolata in più media, quindi si è aperta a nuovi segmenti autonomi ma legati a una cornice che espande la narrazione. Una situazione gestita da Evangelisti, o da lui in collaborazione con altri artisti o da altri soggetti e dai fan. È un processo non coordinato, sia amatoriale che professionale, intermediale, che mette in connessione linguaggi e pubblici diversi, uniti nel rito collettivo del consumo e della riproduzione del Ciclo (Brancato, 2007, p. 13-56). Al centro del processo è prevalentemente il personaggio Eymerich, considerabile quindi il “grand master” (Fleischner, 2007), matrice le cui gesta stanno quindi vivendo un processo definibile di “serializzazione partecipata”. Le avventure dell'inquisitore (ma non solo) diventano infatti una vicenda che continua, all'interno del XIV secolo e in qualsiasi altro momento, frammentata in episodi autosufficienti e aperti. Un esempio dello sviluppo continuativo del processo in questi anni è l'elenco seguente. In esso ordiniamo cronologicamente le storie raccontate o esperibili nei testi originari e derivati, anche adattati (>) o liberamente ispirati ([]), e relativi al periodo di vita umana di Eymerich (R: radiodrammi, F: fumetti, GR: gioco di ruolo, VG: videogame, FF: fanfiction, Sc: sceneggiatura, M: musicali, T: teatrali):

- 1352: *Nicolas Eymerich, inquisitore* > F: *La dea* (2003-2004) Zentner - Sala
 1353: *Venom*
 1353 FF: *Il pensiero che guarisce* (2003) Davide Rebus Gabrini
 1354: *Il mistero dell'inquisitore Eymerich* [T: Fois - Evangelisti - Festa, *Tanit*, 2000]
 1354 FF: *Tracce del passato* (2003) Alessandra Cesselon
 1357 F: *I cristalli di Eymerich* (Lazarus Ledd, 2003)
 1358: *Il corpo e il sangue di Eymerich* > F: (2006-2007) Zentner - Sala
 1360: *Cherudek* > M: *Time Machine, Evil*, 2001; *Aghast Insane, Cherudek* (2004)
 1360 FF: *Amore blasfemo* (luglio 2008) riki_ch
 1361: *Picatrix, la scala per l'inferno* > R: *La scala per l'inferno*, 1998
 1362: *Mater terribilis*
 1364 FF: *Zeitgeist* (24/10/2014) Alez (Alessandra Daniele)
 1364 VG: *Nicolas Eymerich Inquisitore* (La peste, 2012; Il villaggio, 2014)
 1365 FF: *La potenza di Eymerich* (2005) Kai Zen - Emerson Krott
 1365: *Le catene di Eymerich*
 1365-6: *La luce di Orione*

- 1367 Sc: *L'inquisitore e i portatori di luce* (2011) > R: *La furia di Eymerich* 2001 > F: (2003)
 1368 FF: *Domine canis* (2003) Giuliana Lenzi
 1369: *Il castello di Eymerich* > R: 2000, regia di Paolo Modugno
 1369? FF: *Il prigioniero di Eymerich* (2003) Giacomo Molucchi
 1370 FF: *Scisma* (2003) Marco Borsetti
 1371 FF: *De gaudentibus ignibus* (2003) Jari Lanzoni
 1371-2/1399: *Rex Tremendae Maiestatis*
 1376 FF: *Eymerich all'inferno* (2003) Lorenzo Trenti
 1395 FF: *L'ultimo pontefice* (2013) Alessandra Daniele
 1399 *Il mondo di Eymerich* (GDR: 2007, Jari Lanzoni)
 1399? > M: Aghast Insane - Evangelisti, *Terrible Mother*, 2004

L'elenco è parziale e a esso andrebbero aggiunte sia numerose fanfiction legate al personaggio e ambientate o nella contemporaneità o nel passato ma senza possibilità di datazione (Sebastiani 2015), sia testi riconducibili agli altri livelli temporali del ciclo, come il mediometraggio *R.A.C.H.E.* di Mariano Equizzi (2003) e alcuni racconti dello stesso Evangelisti come *O Gorica tu sei maledetta* (1995), *Il nodo kappa* (1997), *Paradi* (2001). Inoltre l'elenco presenta adattamenti e testi liberamente tratti da romanzi, non ascrivibili effettivamente a processi di serializzazione. Ma già questa parziale rappresentazione mostra una serializzazione all'interno di una produzione frutto di una cultura partecipativa, disorganica ma senza sovrapposizioni e contraddizioni irrisolvibili. In sostanza, ignorato per ora da cinema e tv, l'inquisitore si muove in un ecosistema narrativo tra supporti o canali tradizionali (libro, riviste cartacee, radio, cd), *device* di videolettura e/o videoludici e il web, e in questi ambienti avviene un'espansione del Ciclo anche attraverso una serializzazione di cui Evangelisti è solo uno degli autori. Nell'insieme sembra dunque configurarsi una sorta di *franchise* i cui testi però sono connessi solo col Ciclo e non tra di loro. Non risulta, in effetti, una vera narrazione transmediale, bensì eventualmente tradizioni diverse a partire dai testi primari.

La grammatica mutante di Eymerich

In questa espansione partecipata avviene una mutazione delle grammatiche del personaggio e del Ciclo. E avviene ovviamente non tanto nei testi scritti o supervisionati da Evangelisti, quanto in quelli in cui il suo intervento si fa marginale o inesistente. Se, in generale le caratteristiche fisiche del personaggio, gesti compresi, sono sostanzialmente invariate (a parte, nella raffigurazione grafica, l'accentuazione di certi aspetti, o la comparsa della barba, o gli occhi che diventano azzurri, come nel videogame), lo stile enunciativo e le proprietà psicologiche e relazionali presentano significativi cambiamenti. Nella fanfiction, ad esempio, è ripreso il medesimo lessico dei volumi originari per descrivere le azioni o gli atteggiamenti di Eymerich, ed è conservato il suo stile assertivo e sentenziale, come anche nel videogame, ma spesso quest'ultimo è ostentato, rendendo il personaggio quasi una macchietta.

A dire il vero solo nei testi scritti da Evangelisti è mantenuta la complessità psicologica dell'inquisitore accanto alla sua ferrea fedeltà al ruolo, che siano i fumetti, le recensioni in

forma narrativa o una canzone come *Terrible Mother*, vera e propria invocazione di Eymerich alla madre, alla quale è legato da un conflitto irrisolto. Di fatto, più ci si allontana dal controllo dell'autore più le caratteristiche relazionali si irrigidiscono e della complessa psicologia restano la scontrosità, la severità e la spietatezza nei confronti di personaggi e situazioni. Si tende infatti a prediligere l'azione, l'elemento fantastico delle imprese e il fascino delle ambientazioni.

Si attua quindi una riconfigurazione del personaggio. Nel caso del videogame, un *adventure*, l'eliminare la complessità psicologica di Eymerich, il mantenerne l'acume, la cultura e la scontrosità, e il focalizzare la trama per la risoluzione dell'enigma, sono scelte dettate anche dal medium, dalla giocabilità, ma negli altri casi la riconfigurazione non sembra imputabile solo a questioni di traduzione intersemiotica e intermediale. Sembra piuttosto un indice di ricezione. Così come l'abbandono del discorso politico, che accomuna la quasi totalità della produzione estranea all'autore. Esso appare nei testi dell'album *Evil* dei Picatrix, con un Eymerich che condanna il degrado dei costumi della civiltà del Terzo Millennio e attacca il neoliberalismo. Appare in alcune fanfiction, ma quasi mai il discorso politico raggiunge la profondità che ha in *Evangelisti*, né Eymerich conserva le caratteristiche di archetipo del discorso all'interno del Ciclo. Prevalgono piuttosto riferimenti o allusioni a eventi storico-politici, reali o fittizi, più come scenografia che come elementi su cui costruire una profonda riflessione sul potere. Ciò quindi scardina la grammatica del Ciclo, la cui tripartizione è peraltro spesso ignorata.

Conclusioni

In conclusione, quindi, in questo processo complesso di serializzazione partecipata si riscontra una tendenziale focalizzazione sul personaggio e un processo di estetizzazione che *Evangelisti* non ha mai ostacolato né condannato. Verrebbe da ipotizzare che consideri le espansioni, comprese le sue, una produzione secondaria e non solo di secondo grado rispetto al Ciclo originario. Più probabilmente, però, *Evangelisti* ha sempre considerato queste appropriazioni del suo personaggio un aspetto interessante della ricezione e della diffusione del suo lavoro, un humus non arginabile (Jenkins, Ford, & Green, 2013), nel quale potrebbero nascere esperienze interessanti, anche dal punto di vista politico. Stiamo parlando di comunità di lettori, (video)giocatori, appassionati di musica e fumetti che interagiscono con un Ciclo di fatto aperto, con una serie che si apre potenzialmente a una saga, serializzata e ulteriormente serializzabile da una comunità composta da più *community* giunte al personaggio, o eventualmente al Ciclo, attraverso più canali. *Evangelisti* sa che gli eroi popolari hanno lasciato segni profondi nell'immaginario, ed è in quel campo che la sua idea di letteratura vuole agire politicamente. Per ora il fine sembra lontano, ed è vero che tanti personaggi popolari hanno mutato la loro identità in un processo sociosemiotico che ne ha stravolto la grammatica, alienandoli dalle intenzioni del loro autore. Ma è ancora presto per capire che

figura nascerà. Intanto, come dimostra questo processo di espansione e di serializzazione partecipata, il personaggio sta attecchendo.

Nota biografica

Alberto Sebastiani lavora al Dipartimento di Filologia Classica e Italianistica dell'Università di Bologna, collabora con il quotidiano "la Repubblica" scrivendo di letteratura e fumetti, ha conseguito due abilitazioni nazionali da associato in Letteratura italiana contemporanea e in Linguistica e Filologia italiana e si occupa di lingua italiana e letteratura contemporanea con particolare attenzione alle cosiddette "nuove scritture" legate alle tecnologie digitali e alla "pop culture", al rapporto tra musica e scrittura e ai testi "fluidi". Ha scritto numerosi saggi su autori moderni e contemporanei, da Silvio D'Arzo a Pier Paolo Pasolini, da Alberto Moravia a Pier Vittorio Tondelli.

Bibliografia

- Alez (Alessandra Daniele) (2014). *Zeitgeist*. Preso da: <https://scheggetaglienti.wordpress.com/2014/10/24/zeitgeist>
- Amici, M. (2014). *La narrativa a tema criminale: poliziesco e noir per una critica politica*. In C. Boscolo & S. Jossa (a cura di), *Scritture di resistenza. Sguardi politici dalla narrativa italiana contemporanea*, (pp. 129-197). Roma: Carocci.
- Benvenuti, G. (2012). *Romanzo neostorico italiano. Storia, memoria, narrazione*. Roma: Carocci.
- Bisoni, C., & Innocenti, V., Pescatore, G. (a cura di) (2013). *Il concetto di ecosistema e i media studies: un'introduzione*. In *Media Mutations – Gli ecosistemi narrativi nello scenario mediale contemporaneo. Spazi, modelli, usi sociali*, (pp.11-26). Modena: Mucchi Editore.
- Boscolo, C., & Jossa, S. (2014). Finzioni metastoriche e sguardi politici dalla narrativa contemporanea. In C. Boscolo, S. Jossa (a cura di), *Scritture di resistenza. Sguardi politici dalla narrativa italiana contemporanea*, (pp-16-67). Roma: Carocci.
- Bottiroli, G. (a cura di). (2001). *Problemi del personaggio*. Bergamo: Bergamo U.P.
- Brancato, S. (2007). *Senza fine. Immaginario e scrittura della fiction seriale in Italia*. Napoli: Liguori.
- Bryant, J. (2002). *The Fluid Text. A Theory of Revision and Editing for Book and Screen*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
- Cardini, D. (2004). *La lunga serialità televisiva. Origini e modelli*. Roma: Carocci.
- Doležel, L. (1999). *Heterocosmica. Fiction e mondi possibili*. Milano: Bompiani.
- Eco, U. (1984). *Tipologia della ripetizione*. In F. Casetti (a cura di), *L'immagine al plurale. Serialità e ripetizione nel cinema e nella televisione*, (pp.19-35). Venezia: Marsilio.
- Evangelisti, V. (2001). *Alla periferia di Alphaville. Interventi sulla paraletteratura*. Napoli: L'Ancora del Mediterraneo.
- Evangelisti, V. (2004). *Sotto gli occhi di tutti. Ritorno ad Alphaville*. Napoli: L'Ancora del Mediterraneo.
- Evangelisti, V. (2006). *Distuggere Alphaville*. Napoli: L'Ancora del Mediterraneo.
- Evangelisti, V. (2010). *Rex Tremendae Maiestatis*. Milano: Mondadori.
- Evangelisti, V. (2014). *L'ombra di Eymerich. L'inizio della saga*. Milano: Mondadori.

- Fleischner, E. (2007). *Il paradosso di Gutenberg. Dalla crossmedialità ai Media on Demand*. Roma: Rai Eri.
- Forster, E. M. (1927). *Aspetti del romanzo*, Milano: Garzanti (1991).
- Hellekson, K., & Busse, K. (eds.). (2014). *The Fan Fiction Studies Reader*. University of Iowa Press.
- Hutcheon, L. (2011). *Teoria degli adattamenti. I percorsi delle storie fra letteratura, cinema, nuovi media*. Roma: Armando Editore.
- Innocenti, V., Pescatore, G. (2008). *Le nuove forme della serialità televisiva. Storia, linguaggio e temi*. Bologna: Archetipolibri.
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture. Studies in culture and communication*. New York: Routledge.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2006). *Fans, Bloggers, and Gamers. Exploring Participatory Culture*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media. I media tra condivisione, circolazione, partecipazione*. Milano-Santarcangelo di Romagna: Apogeo-Maggioli.
- Jossa, S. (2013). *Un paese senza eroi. L'Italia da Jacopo Ortis a Montalbano*. Roma-Bari: Laterza.
- Marrone, G. (2003). *Montalbano. Affermazioni e trasformazioni di un eroe mediatico*. Roma: Rai Eri.
- Paloscia, F., & Scarlini, L. (2000). *Il mondo dei Fan Club*. Roma: Adnkronos libri.
- Ragone, G. (2015). Radici delle sociologie dell'immaginario. *Mediascapes*, 4, 63-75. Preso da: ojs.uniroma1.it/index.php/mediascapes/article/download/13091/12902
- Scarpa, T. (2000). *Cos'è questo fracasso? Alfabeto e intemperanze*. Torino: Einaudi.
- Sebastiani, A. (2015). La fan fiction e la politica. Il caso Eymerich e la critica alla Chiesa cattolica. *Between*, 10. Preso da <http://ojs.unica.it/index.php/between/article/view/1582/1831>
- Sebastiani, A. (2015a). *Nicolas Eymerich Inquisitore. Space Invaders. The impact of digital games in contemporary media ecosystems*. Intervento presentato a Media Mutations 7, 2015.
- Sebastiani, A. (2015b). Venezia, o il racconto assente della violenza imperialista. *Nuova rivista letteraria. Semestrale di letteratura sociale*, n. 2 n.s., novembre, 37-41.
- Somigli, L. (2007). *Valerio Evangelisti*. Firenze: Cadmo.
- Stara, A. (2004). *L'avventura del personaggio*. Firenze: Le Monnier.
- Testa, E. (2009). *Eroi e figuranti. Il personaggio nel romanzo*. Torino: Einaudi.

Le "Idi di marzo". McLuhan, Barthes e la storia come medium narrativo

Andrea Lombardinilo

Università degli studi "Gabriele d'Annunzio" di Chieti-Pescara

Il saggio si propone di legare la riflessione mediologica di McLuhan e Barthes sul mito cinematografico di Giulio Cesare alla proliferazione della serialità narrativa che esso ha ispirato negli anni recenti, a conferma del potenziale cross-mediale del medium storico sul piano televisivo, cinematografico, teatrale, romanzesco. In uno dei capitoli d'apertura de *La sposa meccanica* (1951), McLuhan riflette sull'annuncio pubblicitario del romanzo di Thornton Wilder, *Le idi di marzo* (1948), che può darsi «non ci faccia entrare nel mondo dei Cesari, ma certamente ci fa entrare nel mondo della letteratura e della narrativa contemporanee». La tesi di McLuhan è che il genere del romanzo storico debba il suo successo alla capacità di proiettare il pubblico nelle vite dei potenti, colti nell'intimità quotidiana. Quanto più il personaggio è umanizzato, «dotato di un cervello il più superficiale possibile», tanto più è adatto per una narrazione che sfrutti la storia come pretesto rievocativo. Tesi condivisa da Roland Barthes, che in *Miti d'oggi* (1957) analizza la rappresentazione del mito cesariano proposto dal regista polacco Mankiewicz nel film *Giulio Cesare* (1953). Un mito destinato ad affermarsi come mito mediale: dalla fiction tv *Giulio Cesare* del regista Uli Edel (2003), al romanzo *Le idi di marzo* di Valerio Massimo Manfredi (2008) o al film *Cesare non deve morire* dei fratelli Taviani (2012), cronaca dell'allestimento del *Giulio Cesare* di Shakespeare ad opera di detenuti di massima sicurezza del carcere di Rebibbia. Il tradimento subito dal potente come episodio narrativo seriale e metaforico, dotato di un'elevata attrattività cross-mediale. Così è per *Giulio Cesare* e per altri miti dell'antichità, a condizione che «i grandi, del passato e del presente, sembrano essere tali per le qualità più comuni». Questo il suggerimento di McLuhan per comprendere il successo delle narrazioni storiche al tempo della società dell'incertezza, sospesa tra consumismo e immaginario. Una società segnata da simbolismi fluttuanti e serialità rappresentative, ispirate alla sinergia tra letteratura e mediologia.

This essay aims at binding together the mediological reflexion outlined by McLuhan and Barthes about the cinematographic myth of Julius Cesar and the proliferation of narrative seriality that it has inspired in recent years. These findings reveal the cross-medial potential of the historical medium in movies, television, novels and plays. In one of the first chapters of *The Mechanical Bride* (1951), McLuhan reflects upon the *réclame* of Thornton Wilder's novel, *Ides of March* (1948), that maybe "won't allow us to know the world of Caesars, but surely it makes us enter the world of literature and of contemporary novels». McLuhan claims that the success of the historical narrations lies in the ability to show the personal lives of mighty people. Humanized characters are those who «have a brain as superficial as possible»: these characters are much more suitable for works of fiction that aim at exploiting history as a narrative excuse. McLuhan's thesis is apparently shared by Roland Barthes: in *Mythologies* (1957) he deals with the representation of Caesarian myth proposed by the Polish director Mankiewicz in the film *Julius Caesar* (1953). This is a myth destined to gain a serial dimension: from television fiction *Julius Caesar* by the director Uli Edel (2003), to the novel *Le idi di marzo* by Valerio Massimo Manfredi (2008) and to the film *Cesare non deve morire* by Paolo and Vittorio (2012), that give an account of the staging of Shakespeare's *Julius Caesar* portrayed by maximum security inmates of Rebibbia's jail. The betrayal of the powerful can be read as a serial and metaphorical narrative event, endowed with a high cross-medial attractiveness. This is McLuhan's interpretation of the success of historical narrations in the time of the uncertain society, suspended between consumerism and imagery.

Key Words: sociologia della letteratura, storia e mitografia, narrazioni seriali

Umanizzare la storia: il mito seriale di Giulio Cesare

“L'onore è “il più nobile stimolo del valor militare” (Vico, 1744, p. 882). Così Giambattista Vico nella “degnità” numero LXXXIX della *Scienza nuova*, a proposito delle virtù fondative della storia antica. Sin dai tempi di Omero, l'onore è una delle componenti peculiari del mito narrativo del valore militare, incarnato da condottieri, imperatori, soldati saliti all'onore delle cronache per il coraggio, l'amor di patria, la fame di potere. Da Alessandro Magno a Napoleone, la galleria dei personaggi divenuti leggendari grazie alle conquiste militari è nutrita: ma non tutte le leggende si trasformano in mito.

Si pensi al differente destino di Giulio Cesare e Pompeo Magno: il primo oggetto di una fortuna storiografica senza pari, alimentata dall'ampiezza delle conquiste militari e dall'intrigo dei cesaricidi; il secondo destinato a vivere all'ombra di Cesare, nonostante l'abilità militare e le abilità strategiche. Il tradimento perpetrato dal re egiziano Tolomeo non ha le stesse conseguenze del tradimento di Bruto: Pompeo soccombe alle ragioni ciniche e spietate della guerra civile, Cesare all'anelito di libertà che pervade il Senato.

Il mito di Cesare inizia proprio con la sua fine, scenografica e spettacolare: la restaurazione della libertà ha ragioni più forti dell'espansione di Roma e del potere, di cui Cesare incarna l'espressione più ambiziosa e perentoria. Il tradimento segna la fine della vita mortale di Pompeo, consegnato (anche) ai versi della *Farsalia* di Lucano; il tradimento di Cesare ne determina invece il mito, protrattosi fino ad oggi.

Un vero e proprio mito *mainstream*, sfruttato e alimentato dalla letteratura, dalla televisione, dal cinema, nel segno di una istanza narrativa volta a far rivivere la storia in uno dei protagonisti di maggior presa umana ed emotiva. In un'era, quella cross-mediale, caratterizzata da una serialità narrativa che non sembra conoscere soluzione di continuità, quanto meno sul piano cinematografico e televisivo (D'Amico, 2008; Innocenti, Pescatore 2008; Manzoli 2004). A ben vedere, Giulio Cesare incarna il paradigma dell'uomo di potere destinato a scontare con la vita l'anelito di grandezza: il suo è un mito sempre vivo, perché espressione della ancipite fortuna, che può eternare e soffocare le aspirazioni dell'uomo. La religione del potere che caratterizza l'agire di Cesare si inserisce del resto nel contesto mitico di Roma antica, di per sé sufficiente ad alimentare la sete di conoscenza della società mediale (Morcellini, 2005 e 2013). I simboli e i significati sociali della storia agevolano la fondazione di una mitografia che si nutre di grandi gesta e di cadute roboanti, le sole in grado di svelare la natura più vulnerabile dell'uomo al potere.

Da questo punto di vista, le Idi di marzo costituiscono uno dei momenti topici della storia antica, un episodio ad alto contenuto di drammaticità. I presagi che annunciano l'assassinio di Cesare contribuiscono alla costruzione del mito moderno, agevolato dal racconto di Plutarco, Svetonio, Lucano. Il tradimento si annuncia sotto aspetti misteriosi e profetici: non a caso il mito di Cesare è inserito da Roland Barthes nel novero delle mitologie contemporanee: il riferimento è, in questo caso, al film di Mankiewicz del 1953, noto soprattutto per l'interpretazione di Marcantonio da parte di Marlon Brando, astro nascente del cinema hollywoodiano (Barthes, 1957). Il suo mito prende avvio proprio con la comparsa nel *Giulio Cesare* del regista polacco.

Si tratta del primo adattamento per il cinema del *Giulio Cesare* di Shakespeare, testo obbligato per le narrazioni *mainstream* del mito cesariano: è il caso del film *Giulio Cesare, il conquistatore delle Gallie* del regista Amerigo Anton (1963); è il caso del *Giulio Cesare in Egitto* di Händel, opera lirica in tre atti presentato nel 1677 a Venezia; è il caso della fiction, con la miniserie televisiva americana realizzata nel 2002 dal regista tedesco Uil Edel, dal titolo *Giulio Cesare*, senza trascurare la serie televisiva *Roma* realizzata tra il 2005 e il 2007 da John Milius; è il caso del cinema, con il *Cesare deve morire* dei fratelli Taviani (2012), trasposizione filmica dell'allestimento della tragedia shakespeariana realizzato dai detenuti di Rebibbia; è il caso del romanzo storico contemporaneo, con *Le Idi di Marzo* di Valerio Massimo Manfredi (2008); ed è il caso delle biografie romanzate realizzate da Andrea Frediani (*Dictator. L'ombra di Cesare*, 2010) e Antonio Spinosa (*Cesare, il grande giocatore*, 1997).

Sfruttando l'elevato simbolismo della congiura, il mito di Cesare si è affermato come mito seriale, declinabile secondo le modalità rappresentative dell'industria culturale di massa: il piacere della narrazione si innesta sulla natura emblematica del grande condottiero, osannato e osteggiato allo stesso tempo (Adorno & Horkheimer, 1944). Non è un caso che, da Shakespeare in poi, la narrazione del mito si sia innestata su un'istanza biografica che ne vuol svelare l'intimità dell'uomo, le contraddizioni e le aspirazioni, nel tentativo di rappresentarne l'umanità più nascosta. Da questo punto di vista, il mito sfrutta le potenzialità sinestetiche del linguaggio e della scrittura, particolarmente ampie al tempo della società dei consumi e della riproducibilità tecnica delle narrazioni (Baudrillard, 1976).

D'altro canto, la diffusione dei romanzi storici al tempo del digitale denota un nuovo interesse per la storia e per i suoi miti, fondati su reticolati simbolici, sociali e valoriali dalla sicura presa comunicativa. Ciò accade perché il mito "è un sistema di comunicazione, un messaggio" (Barthes, 1957, p. 191), in grado di sfruttare qualunque tipo di segno per affermarsi al cospetto dell'opinione pubblica, alla ricerca di paradigmi simbolici in cui riconoscersi (Habermas, 1997). Tanto meglio se sotto la lente d'ingrandimento del pubblico si sofferma la contrastata umanità del potente di turno. Il successo delle narrazioni storiche, da Sallustio in poi (si pensi all'immagine di Cesare nel *De coniuratione Catilinae* o nelle *Memorie di Adriano* della Yourcenar), risiede nella tendenza a umanizzare il personaggio, a renderlo penetrabile allo sguardo esterno: il lettore vuol seguire in diretta gli spasimi della coscienza del potente caduto in disgrazia; lo spettatore esige una rappresentazione veritiera dei fatti, studiando i gesti, le espressioni, i comportamenti dei protagonisti.

Non vi è narrazione storica che non si fondi sull'umanizzazione degli attori, con buona pace del protocollo istituzionale e del cerimoniale. La caduta del potente è un evento pubblico, perché pubblica è la caduta degli dei, che può trasformarsi in un mito seriale e *mainstream*. A metterlo in evidenza è Marshall McLuhan ne *La sposa meccanica* a proposito del romanzo di Thornton Wilder, *Le Idi di marzo* (1948): la rappresentazione di Cesare alle prese con il problema della calvizie offre lo spunto per evidenziare come il successo del romanzo storico (e delle sue declinazioni medial) risieda nell'umanizzazione del personaggio, nella rappresentazione della sua intimità, in grado di proiettare il pubblico

in anditi inaccessibili: “I grandi vengono “umanizzati” rendendoli insignificanti” (McLuhan, 1951, p. 62).

Il palazzo del potere si apre agli sguardi indagatori dello spettatore, attratto dalle figure più emblematiche della storia. In primo piano, la costruzione del mito seriale di Cesare, sospeso tra mitografia, consumo mediale e comunicazione.

McLuhan, o dell’umanizzazione del mito

Prima di approdare all’elaborazione de *Gli strumenti del comunicare* (1962) e de *La galassia Gutenberg* (1964), McLuhan appronta uno studio dei miti e dei simboli della cultura di massa, passati in rassegna secondo una modalità rapsodica, che Barthes sembra riprendere in *Miti d’oggi*. McLuhan scandaglia il magma fluttuante della modernità mediale, fondata sul connubio tra immagini, parole, suoni (Ong, 1982). Siamo nell’immediato dopoguerra, caratterizzato dall’esplosione delle mitologie contemporanee legate all’industria culturale di massa. Ne *La sposa meccanica* (1951) il sociologo osserva l’evoluzione delle prassi informative nella fase di passaggio dal cartaceo al *mainstream*, con lo sguardo rivolto alle modalità di narrazione della modernità (Lamberti, 2012). Il suo è un libro caleidoscopico, magmatico: «la *Sposa meccanica* si presenta come clinica alternativa, il cui scopo è curare l’individuo dal morbo della spersonalizzazione. Più che di un libro, si tratta di un medium visivo, fatto essenzialmente di immagini, secondo il credo di chi ritiene finita l’era della carta stampata» (Faenza, 1996, p. 8).

Ciascun capitolo propone la spiegazione di un’immagine, analizzata secondo un metodo di ricerca volto a ritagliare gli anditi di significato condivisi nell’agone pubblico. Una foto, un oggetto, una pubblicità, una notizia, un fumetto: tutto ciò che fa cultura diventa oggetto di indagine sociologica, focalizzata sull’evoluzione sinestetica della comunicazione al tempo del *mainstream*. In primo piano vi sono i cambiamenti avvenuti nell’universo simbolico collettivo con la diffusione della televisione e dei rotocalchi, impegnati nella definizione di strategie comunicative che colpiscano l’immaginazione, senza alimentare la creatività e la fantasia del pubblico (Ragone 2014; Gamaleri 2013).

La tecnica di McLuhan è estremamente efficace. Essa consiste nel ritagliarsi spazi discorsivi da frammenti visivi della quotidianità informativa:

Le immagini sono tratte dal folclore di massa, essenzialmente la pubblicità e la nuova segnaletica comunicazionale, solo che il procedimento logico che sta alla base dei segni qui è rovesciato, al fine di ribaltare la posizione dell’uomo industriale da oggetto positivo a essere dinamico (Faenza, 1996, p. 8).

Nella segnaletica comunicazionale costruita da McLuhan, si inserisce l’annuncio pubblicitario del romanzo di Thornton Wilder, *Le Idi di marzo*: vi campeggiano titolo e autore, un lacerto della recensione del *New York Herald Tribune* e un medaglione con i profili disegnati di Giulio Cesare, Cleopatra e Antonio. Nella parte alta si staglia un estratto del carteggio immaginario tra Cesare e Cleopatra: Cesare confida alla regina d’Egitto la sua solitudine, che si esplicita nella inconsistenza dei rapporti che si è costruito nel tempo.

Il senso di isolamento è acuito dal suo ruolo di dittatore, deciso e austero. Per questa ragione nessuno osa chiedergli perché si sia cosperso il capo di quello strano unguento violaceo.

Il dramma di Cesare consiste nell'assenza di comunicazione, nel vuoto interazionale stabilitosi tra lui e i suoi collaboratori: nessuno ha il coraggio di dirgli che, così conciato, risulta ridicolo al cospetto del mondo. Nessuno sa che ha dato ascolto ad una donna, «la più grande del mondo», che gli ha suggerito un rimedio contro la calvizie. Quell'unguento composto da miele, bacche di ginepro e assenzio, con cui bisogna sfregarsi la testa, è il simbolo della debolezza umana, l'espressione della speranza ridotta a superstizione. Il grande condottiero ha un punto debole: la perdita dei capelli. Farebbe qualunque cosa pur di riacquistarli, a costo di coprirsi di ridicolo. La sola persona in grado di farglielo notare è la donna delle pulizie: "Divino Cesare, che diavolo hai in testa?". Ascoltata la risposta dell'uomo, la donna lo consola, facendogli notare che un uomo può avere un cervello o i capelli: gli Dei immortali gli hanno donato il primo, non i riccioli. Di qui la gratitudine di Cesare, che confessa a Cleopatra l'intenzione di nominare senatrice la donna.

Il racconto di Wilder proietta il lettore nella dimensione intima del dittatore, alle prese con le frustrazioni e con le problematiche legate alla propria condizione mortale. All'apparenza frivolo, l'elemento calvizie è strategico sul piano comunicativo e semiologico: l'uomo di potere (al pari del politico contemporaneo) ha l'obbligo di curare la propria immagine, secondo le modalità rappresentative della società mediale (Jenkins, 2006). Non è un caso che Wilder ponga in primo piano il Cesare a colloquio con la donna delle pulizie, su un tema (quello dell'estetica personale) di importanza fondamentale per la costruzione dell'immagine televisiva (Pearson, 2011).

Un aspetto colto da Roland Barthes a proposito della frangia che caratterizza i personaggi del *Giulio Cesare* di Mankiewicz (uscito nelle sale cinematografiche due anni dopo la pubblicazione de *La sposa meccanica*). L'acconciatura è un elemento semiologico fortemente connotato sul piano sociale. Di qui il conflitto che Cesare vive nelle proprie stanze, circondato dal timore e dalla diffidenza dei suoi. Il mito del grande condottiero fa breccia nella narrativa americana di largo consumo, nel segno di una semplificazione della strategia narrativa, fondata sulla umanizzazione del personaggio, di cui il pubblico vuole conoscere coraggio e debolezze. Il dialogo con la donna delle pulizie è ispirato ad una colloquialità straniante, in cui le parti sembrano rovesciarsi: è l'umile donna a dispensare consigli, non l'intrepido conquistatore delle Gallie.

L'intento è proprio questo: il potere viene umanizzato, reso banale e scontato. Il racconto di Wilder, al pari di molti altri romanzi storici del nostro tempo, si fonda sulla riduzione simbolica della storia, sulla semplificazione estetica del mito, chiamato ad esprimersi in un linguaggio alla portata di un pubblico di massa, proiettato verso la costruzione di immaginari cinematografici condivisi (Frezza, 2015).

Naturalmente questo linguaggio è infantile. Ma non sta qui il punto. La formula per questo genere di scritti "storici" è di far entrare il pubblico all'interno, di fargli sentire le palpitazioni di amanti reali e imperiali o di assistere non visti alle loro effusioni. Si può obiettare che un uomo deve vivere in qualche posto e che, se il suo tempo subisce tali

tagli a causa di rapidi mutamenti che egli non può trovarvi una fessura abbastanza larga da potervi riposare, allora deve rifugiarsi nel passato (McLuhan, 1951).

Non vi è narrazione storica che non miri a soddisfare le istanze conoscitive dello spettatore, che anela a investigare le contraddizioni e le debolezze del potente caduto in disgrazia. Tutto il contrario della vulgata storiografica: i *Commentarii* cesariani disegnano l'immagine del grande stratega alle prese con la conquista della Gallia e con la gestione di una guerra civile che ne sancirà il mito immortale. Gli scritti cesariani devono il loro successo ad un linguaggio perspicuo e accessibile, che sembra evitare autocompiacimenti di maniera.

Il mito seriale di Cesare si struttura con il modello narrativo della sua opera storiografica: dietro la patina cronachistica si cela una volontà mitografica ben precisa, finalizzata a giustificare le gesta del nuovo padrone di Roma. Paradossalmente, il tirannicidio rafforza (invece di indebolirlo) il mito senza tempo di Roma *caput mundi*. A incarnarlo è un personaggio torvo e incontrastato, celebrato nell'arco dei secoli in ambito storiografico e teatrale, fino al cinema e alla televisione. In effetti Cesare è uno di quei soggetti storici che fanno della versatilità narrativa la loro peculiarità migliore, innervata su un simbolismo che non conosce soluzione di continuità nell'arco dei secoli.

Dal Romanticismo in poi, le narrazioni storiche hanno sfruttato il simbolismo del potere per metterne a nudo contraddizioni e viltà. Soltanto un linguaggio accessibile a tutti può consentirne la rappresentazione immediata, finalizzata a trasformare il personaggio storico in soggetto narrativo mediale. Così è per Giulio Cesare, che Wilder propone al pubblico americano nella sua straniante intimità. Ha ragione McLuhan ad evidenziare la cifra infantile del suo linguaggio, come se fosse in atto una regressione *ad pueritiam* del protagonista: il dialogo con la governante è umile e modesto, ispirato alla colloquialità tra madre e figlio. Il dittatore lamenta una carenza d'affetto su cui il narratore gioca abilmente, perché sa che il pubblico vuol conoscere tanto la storia, quanto nuovi elementi sulla sua vita: tanto meglio se attengono alla vita sentimentale, al rapporto con Cleopatra, altro mito seriale della storia antica, sancito sempre da Shakespeare (*Antonio e Cleopatra*).

Lo spettatore vuol vedere che cosa accade nelle stanze del potere, ammirarne il fasto e il lucre, goderne il fascino seducente. Le vicende umane dei potenti acquistano una forza simbolica straordinaria, soprattutto se colte nella loro fattualità quotidiana. Colloquialità e quotidianità sono infatti le due componenti comunicative fondanti il medium narrativo *mainstream*, inaugurato in epoca romantica da Walter Scott. Il romanzo è l'antesignano letterario del film, deputato a svelare gli anditi reconditi della vita di palazzo. Per non correre rischi di riconoscibilità, meglio rifugiarsi nel passato, miniera inesauribile di figure rappresentative anche per il sociologo, oltre che per il narratore (Di Fraia, 2012; Longo, 2012).

Questa è certamente una delle ragioni che determinarono la produzione di romanzi storici, da Walter Scott a Thornton Wilder. Tale formula, tuttavia, funziona soprattutto in termini di adulazione. Non solo il pubblico è invitato a penetrare all'interno, ma è incoraggiato a credere che non ci sia niente in tale interno che differisca dai suoi pensieri e sentimenti. Questa rassicurazione si ottiene attribuendo ai personaggi storici un cervello

il più superficiale possibile. I grandi vengono “umanizzati” rendendoli insignificanti (ivi, p. 62).

Come ci ha insegnato McLuhan, lo studio della letteratura consente di svelare le dinamiche percettive dei media elettrici: l'avvento di un nuovo medium comporta un mutamento sostanziale nelle capacità sensoriali degli individui, alle prese con la interiorizzazione di reticolati simbolici e percettivi nuovi (Ragone, 2014). La trasposizione mediale del mito di Cesare implica una differente modalità di rappresentazione rispetto alla storiografia antica (Plutarco, Svetonio, Tacito), al teatro (Shakespeare, Haendel), al cinema (Mankiewicz), alla televisione (Edel). Umanizzare le icone del potere, avvicinandole al pubblico: questa la lettura socio-comunicativa del mito di Giulio Cesare operata da McLuhan, attratto dal mito seriale della storia (Lamberti, 2012, pp. 66-77).

Roland Barthes, o del mito cinematografico di Giulio Cesare

Dal romanzo al cinema, Giulio Cesare diviene mito *mainstream*. Tra le mitologie contemporanee descritte in *Miti d'oggi*, Barthes inserisce il *Giulio Cesare* del regista polacco Joseph L. Mankiewicz. Il film segna la nascita di un altro mito del cinema hollywoodiano, Marlon Brando, nei panni di Marcantonio. Da navigato sociologo della cultura, Barthes vuol cogliere i significati sociali generati dai primi anni del boom economico, segnati dall'invasione dei simboli e dai dell'industria culturale americana (Ricciardi, 2015).

L'abbigliamento, lo sport, la letteratura, il cinema, la cucina, il turismo, la pubblicità, i mezzi di trasporto: l'agire quotidiano è influenzato da uno stillicidio di significati reconditi o palesi, ma tutti significativi ai fini della costruzione sociale della realtà (Berger & Luckmann, 1966; Griswold, 1997). Il cinema non fa che ampliare la gamma simbolica delle narrazioni contemporanee, sospese tra umanizzazione e paradigmaticità esperienziale. Un processo che Barthes conosce bene, esperto com'è della funzione semiotica ed estetica dei segni. Se ne ha una prova nel capitolo di *Miti d'oggi* dal titolo *I Romani al cinema*, dedicato all'analisi del film di Mankiewicz. Da un lato il medium come messaggio; dall'altro il mito come sistema di comunicazione. I Romani al cinema hanno due segni caratterizzanti: portano la frangia e sudano tutti, ad eccezione di Cesare, il solo ad ignorare il fato che sta per compiersi alle sue spalle.

Quale che sia il medium prescelto, sono i segni fisici i primi a colpire lo spettatore: a McLuhan non sfugge il contrasto tra la grandezza del condottiero e la fragilità dell'uomo, alle prese con un problema fisico, la calvizie, che si tramuta in segno sociale e psicologico. Anche Barthes coglie il significato estetico della frangia che caratterizza gli interpreti del film. Nessuna possibilità per i calvi di trovare posto sul grande schermo, nonostante la loro diffusione a Roma. Impossibile per il semiologo non interrogarsi sulla scelta del regista, intenzionato a proporre un'immagine della Romanità al passo con gli orientamenti della medialità:

Che cosa è dunque legato a queste frange ostinate? Nient'altro che l'insegna della Romanità. Vediamo così operare allo scoperto la molla principale dello spettacolo, che è il *segno*. Il ciuffo sulla fronte straripa di evidenza, nessuno può mettere in dubbio di essere a Roma, nei tempi antichi. [...] Il fatto è che per noi il segno funziona con eccesso, si scredita lasciando trasparire la sua finalità. Ma questa stessa frangia, tirata sulla sola fronte latina del film, quella di Marlon Brando, ci si impone senza farci ridere, e non è escluso che una parte del successo europeo di questo attore sia dovuto all'integrazione perfetta della capillarità romana nella morfologia generale del personaggio (Barthes, 1957, pp. 18-19).

La proiezione nel passato si svolge nel segno di un linguaggio mitopoietico che lega tradizione e innovazione, rendendo immediatamente riconoscibili i personaggi storici, trasformati in miti seriali e dinamici. L'immaginario simbolico che si cela dietro al segno mitico è uno dei segreti su cui si fonda la ricorsività seriale della storia come medium narrativo e poetico (Lombardinilo, 2016).

La cura dei capelli è uno dei tratti caratterizzanti della Romanità: non fa eccezione Cesare, simbolo del potere di Roma, interpretato da Louis Calhern. L'effetto non è comunque dei migliori: "All'opposto, Giulio Cesare è incredibile, con la sua grinta di avvocato anglosassone consumata ormai da mille ruoli secondari comici o polizieschi, con quel cranio da bonaccione penosamente attraversato da un ciuffo di parrucchiere" (Barthes, 1957, p. 19).

Louis Calhern non è Marlon Brando. Ma al pari di Wilder, Mankiewicz coglie nella calvizie il punto debole del padrone di Roma, alle prese con il mascheramento di un segno che ne mina la credibilità pubblica. Il *pathos* che prelude al cesaricidio è acuito dai primi piani con cui il regista scruta l'interiorità dei personaggi: che siano senatori, donne del popolo o popolani, poco importa. Tutti sudano, tranne Cesare. Perché? È il solo a non tramare contro lo Stato, impegnato ad allargarne i confini e a tutelarne l'integrità. Ha il problema della calvizie, ma non quello del sudore, che per Barthes costituisce l'altro segno caratterizzante la Romanità di Hollywood. E i primi piani, ripetuti, stanno a dimostrare che si tratta di un "attributo intenzionale". A sudare di più sono naturalmente i congiurati, Bruto, Cassio, Casca, determinati a trasformare la virtù in crimine.

"Sudare è pensare": questo il significato di un attributo introspettivo. La naturalezza (presunta) è concessa soltanto a Porzia e Calpurnia: svegliatesi nel cuore della notte, la prima ostenta una chioma nervosamente in disordine, la seconda una treccia che si allaccia intorno al collo. Lo spettatore ha modo così di vivere il travaglio emotivo che si annuncia per Roma:

Come la frangia romana o la treccia notturna, il sudore è anch'esso un segno. Di che cosa? Della moralità. Tutti sudano perché tutti dibattono qualcosa in se stessi; siamo chiamati a vivere nel luogo di una virtù in terribile travaglio, cioè nel luogo stesso della tragedia, e il sudore ha il compito di tenercene informati: il popolo, traumatizzato dalla morte di Cesare, poi dagli argomenti di Marcantonio, suda, combinando economicamente, in questo solo segno, l'intensità della sua emozione e il carattere frusto della sua condizione (Barthes, 1957, p. 19).

Il passato rivive secondo una pratica comunicativa fondata sulla spettacolarizzazione del tradimento, ottenuta mediante l'accentuazione caricaturale dei tratti fisiognomici dei personaggi. Il solo a non tradire emozione è Cesare, alle prese con la costruzione del proprio mito, sancito da Hollywood al cospetto di un pubblico che si nutre di mitologie ad elevato tasso simbolico. Del resto, il mito è un sistema semiologico accresciuto, che carica il segno di significati connotati: anche per questa ragione quello di Cesare è un mito immortale, nel contesto di un'offerta culturale che sfrutta la storia come galleria di varia umanità (Benjamin, 1936).

Giulio Cesare oggi, un mito seriale

L'analisi McLuhaniana e barthesiana delle Idi di Marzo dimostra la portata cross-mediale di determinati miti storici, opportunamente risemantizzati e declinati secondo le direttrici comunicative degli immaginari mediali della postmodernità (de Kerckhove, 2009).

Dalla *Farsalia* di Lucano alla miniserie televisiva *Giulio Cesare* del regista Edel, passando per il *Giulio Cesare* di William Shakespeare e il *Giulio Cesare in Egitto* di Georg Friedrich Haendel, fino al romanzo *Le Idi di marzo* di Valerio Massimo Manfredi e al film *Cesare deve morire* dei fratelli Taviani. La vicenda umana e politica del condottiero romano costituisce ancora oggi un soggetto narrativo vitale, carico di una cifra simbolica ed esistenziale inesauribile. Nella proposta cross-mediale del cesaricidio si mescolano tradimento e passione, sentimento e viltà, nel segno delle contraddizioni insolubili che caratterizzano l'agire umano sin dall'antichità. Il mito si risemantizza nel segno delle nuove frontiere narrative schiuse dalla società connessa, segnata dal flusso permanente delle informazioni (Mazzoli, 2013).

Il segreto del mito seriale di Giulio Cesare risiede nel connubio antifrastico tra potere e libertà, riconquistata a prezzo della morte. La fine del conquistatore delle Gallie e del trionfatore di Pompeo segna l'avvio del mito di Roma nella modernità mediale, contrassegnata dalla fine delle grandi narrazioni care a Lyotard (1979). Così è in letteratura, con la ricostruzione che Valerio Massimo Manfredi fa delle Idi di marzo, proponendo una narrazione che mescola azione e psicologia; così avviene in televisione, con la miniserie che il regista Edel ha impostato sulla ricostruzione ambientale della Roma cesariana e sull'intreccio delle vicende sentimentali di Cesare; così è al cinema, con la proposta dei fratelli Taviani dell'allestimento della tragedia shakespeariana ad opera dei detenuti del carcere romano di Rebibbia. Lo slogan del film, "L'arte è la prima forma di libertà", esprime la cifra catartica dell'operazione cinematografica, che sfrutta il testo di Shakespeare per denunciare la prevaricazione del potere sulla libertà.

Del resto l'uccisione di Cesare è un evento tra i più simbolici della storia: il sangue di Roma scorre in nome della libertà perduta, e il tradimento non è che la conseguenza diretta dello sconfinamento dell'ambizione nella vita privata dei cittadini. Al cinema, in musica, in letteratura, in pittura (si pensi alla *Morte di Giulio Cesare* di Vincenzo Camuccini, dipinto del 1798, oggi al museo di Capodimonte), il tradimento di Bruto si trasforma in un evento narrativo dalla straordinaria potenza etica, morale e simbolica, che

pone in primo piano l'umanità dei potenti, i loro segni distintivi, il contesto politico e sociale in cui agiscono.

A questo proposito vale quanto scrive la Yourcenar nelle *Memorie di Adriano*: “Da vivi, c'è sempre qualcuno disposto a rimproverarci le nostre debolezze, come avvenne a Cesare per la calvizie e gli amori” (Yourcenar, 1951, p. 105). Accade ancora oggi a Giulio Cesare *post mortem*, nell'era delle mitologie cross-mediali e dell'informazione connessa (Boccia Artieri, 2012; Silverstone, 1999). Di qui l'opportunità di capitalizzare la lezione mitografica della storia proposta da McLuhan e Barthes, destinata a trovare non poche conferme nell'era della società individualizzata descritta da Bauman (2001), sospesa tra recupero memoriale e immaginari seriali (Jedlowski, 2002).

Nota biografica

Andrea Lombardinilo è ricercatore di Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso l'Università degli studi “Gabriele d'Annunzio” di Chieti-Pescara, dove insegna Sociologia dei processi culturali e Sociologia dell'educazione. Tra i suoi lavori: *Building University. In una società aperta e competitiva* (Armando, 2014); *Leopardi: la bellezza del dire. Società, educazione, testualità nella “Crestomazia italiana della prosa”* (Marsilio, 2012).

Bibliografia

- Adorno, T. W., Horkheimer, M. (1944). *Dialettica dell'illuminismo*. Torino: Einaudi 2010.
- Baudrillard, J. (1976). *La società dei consumi. I suoi miti e le sue strutture*. Bologna: Il Mulino 2010.
- Barthes, R. (1957). *Miti d'oggi*. Torino: Einaudi 1994.
- Benjamin, W. (1936). *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*. Torino: Einaudi 2000.
- Berger, P., & Luckmann, T. (1966). *La realtà come costruzione sociale*. Bologna: Il Mulino 1969.
- Boccia Artieri, G. (2012). *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*. Milano: FrancoAngeli.
- Bourdieu, P. (1992). *Le regole dell'arte*. Milano: Il Saggiatore 2013.
- Braga, P. (2003). *Dal personaggio allo spettatore. Il coinvolgimento nel cinema e nella serialità televisiva americana*. Milano: FrancoAngeli.
- Brancato, S. (2011). *Post-serialità. Per una sociologia delle tv-series. Dinamiche di trasformazione della fiction televisiva*. Napoli: Liguori.
- Dall'Asta, M. (2007). *Trame spezzate. Archeologia del film seriale*, Recco: Le Mani.
- D'Amico, E. (2008). *Il prodotto cinematografico come strumento d'indagine nella sociologia visuale*. Napoli: Liguori.

- De Kerckhove, D. (2009). *Dall'alfabeto a internet. L'homme «littéré»: alfabetizzazione, cultura, tecnologia*. Milano: Mimesis
- Di Fraia, G. (a cura di) (2012). *Storie con-fuse. Pensiero narrativo, sociologia e media*. Milano: FrancoAngeli.
- Faenza, R. (1996), *Prefazione*. In M. McLuhan (1953), *La sposa meccanica*. Varese: Sugarco
- Frezza, G. (2015), *Figure dell'immaginario. Mutazioni del cinema. Dall'analogico al digitale*. Cava de' Tirreni (SA): Area Blu Edizioni.
- Griswold, W. (1997). *Sociologia della cultura*. Bologna: Il Mulino 2005
- Innocenti, V., & Pescatore, G. (2008). *Le nuove forme della serialità televisiva. Storia, linguaggio e temi*. Bologna: Archetipo Libri.
- Habermas, J. (1997). *Dall'impressione sensibile all'espressione simbolica. Saggi filosofici*. Bari: Laterza 2009.
- Jedlowski, P. (2002). *Memoria, esperienza e modernità. Memorie e società nel XX secolo*. FrancoAngeli: Milano.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York and London: New York University Press.
- Lombardinilo, A. (2016). *Il simbolismo come "parataxis". McLuhan e i "fatti mentali" della società mediale*. In M. Bruno & A. Lombardinilo (a cura di), *Narrazioni dell'incertezza. Società, media, letteratura* (pp. 62-77). Milano: FrancoAngeli
- Longo, M. (2012). *Il sociologo e i racconti*. Roma: Carocci.
- Lytard, J. F. (1979). *La condizione postmoderna*. Milano: Feltrinelli 2002.
- Manzoli, G. (2003). *Cinema e letteratura*. Roma: Carocci.
- Mazzoli, L. (2013). *Cross-news*. Torino: Codice.
- Mazzoli, L. (2012). *Il patchwork mediale. Comunicazione e informazione tra media tradizionali e media digitali*. Milano: FrancoAngeli.
- McLuhan, M. (1951). *La sposa meccanica. Il folklore dell'uomo industriale*, Varese: Sugarco 1996.
- McLuhan, M. (1962). *La Galassia Gutenberg. Nascita dell'uomo tipografico*. Roma: Armando 1991.
- Morcellini, M. (2013). *Comunicazione e media*. Milano: Egea.
- Ong, W. J. (1982). *Oralità e scrittura. Le tecnologie della parola*. Bologna: Il Mulino 1986.
- Pearson, R. (2011). *Cult Television as Digital Television's Cutting Edge*. In J. Bennett & J. Strange (eds.), *Television as Digital Media* (pp. 105-131). Durham (NC), Duke University Press,
- Ragone, G. (2014), *Per una mediologia della letteratura. McLuhan e gli immaginari*. In L. Esposito, E. Piga, A. Ruggiero (a cura di), *Tecnologia, immaginazione e forme del narrare. Between*, no. IV. 8.
- Ricciardi, M. (2015). *Società è comunicazione. Mediascapes Journal, 4/2015, 16-29*. Preso da: ojs.uniroma1.it/index.php/mediascapes/article/download/13087/12898
- Silverstone, R. (1999). *Why study the media?*. London: Sage publication.
- Vico, G. B. (1744). *Principj di scienza nuova*. Milano: Bompiani 2013.
- Yourcenar, M. (1951). *Memorie di Adriano*. Torino: Einaudi 2005.