

## Intervento di replica

Gianluigi Rossini

Già dalla discussione che si sta sviluppando su questa rivista intorno al libro di Antonello credo si veda bene una contrapposizione che mi capita spesso di rilevare nel dibattito nostrano: da un lato la sacrosanta irritazione verso un certo conservatorismo di sinistra e verso la lamentosa condanna “crisologica” della contemporaneità, atteggiamenti tanto diffusi quanto sterili; dall’altro una condivisibile preoccupazione: non diventeremo, per dirla con Milan Kundera, gli «spiritosi alleati dei nostri stessi becchini»? Nell’affrancarci da posizioni che sembrano obsolete, cosa ci rimane da contrapporre al dominio dell’ideologia mercantile e brutalmente quantitativa del neoliberismo?

E spesso mi trovo piuttosto confuso sulla posizione da prendere: come Fusillo e Scalise, detesto chi continua a portare avanti, coscientemente o meno, tesi sul potere della televisione che già Eliuh Katz negli anni '50 aveva messo in serio dubbio; leggendo La Porta, tuttavia, non posso non chiedermi anch’io se gli spazi per una «comunicazione gratuita, non strumentale e non immediatamente consumabile» siano a serio rischio di sparizione, se non altro per assenza di pubblico, e come possa questo non essere un male. Ed è d’altra parte vero che le accuse di atteggiamento apocalittico, snobismo, corporativismo intellettuale e così via sono spesso usate come un tasto “elimina” su chiunque critichi prodotti culturali che arrivano ad avere enorme visibilità per motivi del tutto indipendenti dal loro valore estetico.

Il libro di Antonello fa notare, ma forse non sottolinea abbastanza, quanto tutto ciò non sia affatto estraneo al dibattito anglosassone: John Hartley raccontava come, nell’ambiente accademico degli anni '70

the successful student was the one who could catalogue most extensively the supposed evils associated with television, although of course these evils only affected other people, possibly because students were not encouraged to watch TV themselves, only to opine haughtily about it.

E sono sicuro che non manchi chi la pensa ancora così. David Lavery, nell'introduzione a un volume del 2006 sui *Sopranos*, dopo aver riportato alcuni passi di un saggio piuttosto critico sulla serie, commentava in questo modo:

[This] condescending, dismissive tone [...] should be familiar to anyone who follows the reception of television studies in the popular press. The vast majority of US reviews of important studies of significant television series [...] are written by the nonplussed and incredulous. Committed to self-fulfilling prophecy, newspapers and magazines, it seems, wouldn't think of assigning a review to a friend of television. Even though the field continues to proliferate [...] Television Studies in general can't get no respect.

La specificità italiana, forse, è nell'immobilità sclerotica della contrapposizione delineata sopra. Dal 2006 ad oggi in America le cose sembrano definitivamente cambiate, e sulla *Los Angeles Review of Books* si disquisisce con passione e gravità del finale di *Breaking Bad*: chi considera la televisione spazzatura a prescindere, ormai, assume una posizione di retroguardia. Qui da noi, invece, capita facilmente di vedere colleghi intelligenti, giovani e colti reagire con diffidenza alla notizia che Jane Campion si è cimentata in una serie TV: vorrà dire che si è venduta?

Non ho, ovviamente, né lo spazio né le capacità per suggerire sintesi e ricomposizioni, né si deve pensare che *Dimenticare Pasolini* possa essere ridotto a un'approvazione entusiastica della contemporaneità. Mi sento però di concordare pienamente con l'autore quando afferma che una cosa va riconosciuta: la cultura di massa ha prodotto, nel complesso, una democratizzazione della società, e «la

diffusione di oggetti culturali come la musica leggera, i fumetti, le serie televisive, o i video-giochi hanno contribuito a disseminare cultura e a rendere molto più sofisticati dal punto di vista delle decodifiche del significato e delle strutture estetiche milioni di persone»<sup>1</sup> (83). Un'industria culturale in buona salute, quindi, è sempre una buona notizia, dove "in buona salute" significa, almeno, economicamente florida e con un numero sufficiente di attori.

L'esempio di HBO e della recente serialità statunitense, che Antonello cita di sfuggita, è rivelatore in questo senso: spesso anche chi elogia *Mad Men* o *The Wire* non sembra tenere presente quanto quei titoli siano figli di un sistema industriale, prima che di una visione artistica. La *quality TV* che tanto ha fatto parlare negli ultimi anni ha una lunga storia e una genesi complessa, ma sarebbe difficile negare che le sue condizioni di possibilità siano da rintracciare innanzitutto nelle necessità competitive generate da uno dei sistemi più "mercantili" del mondo.

Fino alla metà degli anni '90, infatti, HBO era nota principalmente per i film in prima visione e gli eventi sportivi, a cui si aggiungevano alcuni documentari e il porno *softcore*: fu l'ascesa del videoregistratore e la volontà di entrare in concorrenza diretta con le TV generaliste a creare la necessità di reinventarsi completamente. Buttarsi nella serialità, per quanto rischioso, aveva molto senso dal punto di vista della fidelizzazione dello spettatore; creare serie provocatorie, scandalose e di elevata qualità era necessario per giustificare il prezzo dell'abbonamento: grazie ai ridotti vincoli di censura (linguaggio, violenza e nudo) di cui godono i canali a pagamento, HBO poteva e può mandare in onda scene impensabili per i canali generalisti.

Così, in un irripetibile momento tra la fine degli anni '90 e primi 2000, HBO è diventata una sorta di paradiso della creatività, in cui un

---

<sup>1</sup> *Sic.* Sia detto *en passant*: il libro sembra non aver avuto una fase di editing e correzione delle bozze, ed è un peccato. Il numero di errori di battitura o di frasi che avrebbero avuto bisogno di una revisione è talmente elevato da disturbare notevolmente la lettura.

esordiente come Daniel Knauf poteva avere totale libertà d'azione e 3,5 milioni di dollari a episodio (cifra enorme, al tempo) per una serie coraggiosa e svalvolata come *Carnivàle*; in cui Alan Ball, prostrato da anni di sitcom generaliste dove tutto doveva essere esplicito e possibilmente innocuo, riceveva esortazioni a spiegare meno e rendere *Six Feet Under* più estremo. Chris Albrecht, CEO di HBO fino al 2007, non esitava a descriversi come un mecenate ed è arrivato a paragonare HBO alla famiglia Medici; ma va considerato che nel 2004 e nel 2005 il complesso di entrate dato da abbonati, vendita dei DVD, vendita dei diritti, *merchandising* e così via ha generato un margine operativo di 1,1 miliardi di dollari, in quel momento l'introito annuale più alto mai registrato da un *network* nella storia della televisione. La necessità di costruire un *brand* basato sulla qualità e il successo ottenuto da questa strategia, tuttavia, hanno permesso a *The Wire* di durare per cinque stagioni nonostante i bassi ascolti, perché il danno d'immagine causato da una cancellazione del prodotto televisivo più lodato di sempre non sarebbe stato sostenibile.

Se adesso c'è, in generale, molta meno propensione a rischiare capitali in imprese audaci, il precedente creato da HBO è comunque diventato regola e in America come altrove un canale che voglia (ri)lanciarsi può trovare economicamente sensato investire in contenuti di elevata complessità e valore estetico, destinati più a fare dibattito sulle pagine culturali che a conquistare masse di spettatori. Il prestigio generato dall'apprezzamento della critica diventa una risorsa strategica: *Mad Men* ha creato il successo di AMC, anche se fa un quinto degli ascolti di *The Walking Dead*; *Boss*, bella e sfortunata serie durata solo due stagioni, è stato il primo tentativo del canale Starz di entrare nella *major league* dei produttori seriali. Ed è la stessa logica, io credo, che ha portato in Italia alla produzione di *Boris* e *Romanzo criminale*.

Il sistema italiano, però, è lontano anni luce dalla maturità tecnologica, economica e legislativa non solo di quello americano, ma anche di quello inglese o francese, e credo sia questo uno degli ostacoli principali alla creazione di contenuti innovativi nella nostra televisione: come dice giustamente Antonello, «il difetto del contesto

[televisivo] italiano non è stato il mercato ma la sua *assenza*» (79). In una situazione del genere è tanto facile quanto inutile divertirsi a dissezionare la bruttezza di molti prodotti televisivi italiani, facendone appunto un sintomo della nostra decadenza culturale, senza però tenere in considerazione le distorsioni che avvengono nei processi di produzione, che sono la vera causa del problema. Da questo punto di vista, fra l'altro, sarebbe assolutamente corretto registrare invece un miglioramento della televisione italiana, per quanto lento e a volte frustrante, causato soprattutto dall'ingresso di Sky.

Con questo, sia chiaro, non intendo affatto dire che il mercato sia la soluzione di tutti i mali, e sono anzi fermamente convinto che legare completamente alla logica del profitto la produzione culturale, tanto primaria quanto secondaria, non sia una soluzione accettabile. Con altrettanta convinzione, però, penso che conservare curiosità e apertura alle contraddizioni sia assolutamente necessario perché qualsiasi dibattito non diventi un irrisolvibile confronto tra dogmi.

### **Nota bibliografica**

La citazione di Kundera è da *L'immortalità*, trad. it. di Alessandra Mura, Milano, Adelphi, 1990. I brani di John Hartley e David Lavery sono tratti, rispettivamente, da "Housing Television: Textual Traditions in Television and Cultural Studies", *The Television Studies Book*, Eds. Christine Geraghty – David Lusted, London, Hodder Arnold, 1998, p. 146; "Introduction: Can This Be the End of Tony Soprano?", *Reading The Sopranos: Hit TV from HBO*, Ed. David Lavery, London-New York, I.B. Tauris, 2006, p. 7.

## **L'autore**

### **Gianluigi Rossini**

Gianluigi Rossini è dottorando in Generi letterari presso l'Università dell'Aquila.

Email: [g.rossini.it@gmail.com](mailto:g.rossini.it@gmail.com)

## **Come citare questo articolo**

Rossini, Gianluigi, "Intervento di replica", *Between*, III.6 (2013), <http://www.Between-journal.it/>