

La serie classica: istituzioni televisive e forme narrative

Gianluigi Rossini

La serialità contemporanea che riceve elogi raramente concessi alle forme televisive viene spesso paragonata al romanzo e al cinema, anche se le sue radici sono innanzitutto, appunto, televisive. Nella struttura formale, nelle tecniche narrative e nel sempre più sfumato sistema dei generi, tutte le grandi serie attuali da *The Sopranos* a *Gomorra* si basano sul modello della serie episodica aperta, nato negli Stati Uniti negli anni '50. Attraverso le innovazioni introdotte nei primi anni '80, in particolare da *Hill Street Blues*, la serialità televisiva ha incorporato quegli elementi di continuità tra gli episodi, analisi psicologica del personaggio ed esplorazione in profondità di una ragnatela tematica che ne hanno fatto non solo uno dei più importanti strumenti narrativi della contemporaneità, ma anche una forma d'arte vera e propria. Eppure tutto è nato da una forma commerciale e screditata, additata per lungo tempo come triviale, irrilevante artisticamente e perfino pericolosa.

La serie episodica "classica" viene in genere definita mediante categorie narratologiche: un insieme ristretto di personaggi ricorrenti, un'ambientazione più o meno fissa, una "formula" che si ripete di episodio in episodio e una totale assenza di continuità: dopo la sigla finale tutto viene cancellato, e la settimana successiva si riparte dalle stesse premesse¹. Uno degli esempi più citati è *Columbo*, ma proprio da ciò si vede come la definizione puramente narratologica sia in realtà inadeguata: *Columbo* è una serie piuttosto atipica, più simile a un ciclo

¹ Cfr. per es. Eco 1984; Buonanno 2002; Benassi 2000.



di mini-film o a una miniserie antologica e più vicina ai modelli europei². *Hawaii Five-O*, *Kojak* o *Starsky & Hutch* sono sicuramente esempi più appropriati, anche se più ci si pensa e più è difficile trovare un prototipo di serie episodica che rappresenti adeguatamente la forma. Questo perché, molto probabilmente, tale prototipo non esiste.

Un'analisi narratologica delle caratteristiche strutturali della serie episodica aperta, infatti, dovrebbe essere accompagnata da un resoconto della sua evoluzione storica e del sistema industriale della quale è un prodotto. Tanto più che le forme narrative elaborate all'interno della televisione e più in generale del *broadcasting* hanno alcune differenze fondamentali con tutte le altre: innanzitutto, come sosteneva già Raymond Williams (1974: 25), nel *broadcasting* la distribuzione ha preceduto la produzione. Ciò che non è avvenuto neanche con il cinema, radio e televisione sono nati come strumenti di trasmissione e ricezione prima ancora che si sapesse bene *cosa* avrebbero trasmesso. I primi programmi, quindi, avevano una natura parassitaria: erano eventi sportivi, celebrazioni, teatro e così via. Il contenuto della televisione è arrivato *dopo* la televisione stessa. L'elaborazione della maggior parte delle forme televisive, quindi, ha avuto ben poco di spontaneo: c'era del minutaggio da riempire e bisognava inventarsi qualcosa.

In secondo luogo la televisione, come la radio, è stata maggiormente soggetta a controllo e censura rispetto a qualsiasi altro medium, per molti fattori: la sua presenza all'interno della sfera domestica, l'assenza di barriere che impedissero ai minori di accedere a contenuti giudicati inappropriati, la sua elevatissima visibilità e la stretta relazione con la vita nazionale. Storicamente, infatti, la televisione ha rappresentato soprattutto un luogo dove la cultura nazionale potesse esprimersi e rendersi fruibile. Essa «ha dato a ogni nazione una vita privata» (Ellis 2001: 983), diventando un fattore fondamentale nel creare e cementare il senso di appartenenza a una comunità nazionale. Tanto i canali pubblici quanto quelli privati hanno

² Ho analizzato un po' più diffusamente l'inadeguatezza di *Columbo* come esempio di serie episodica in Rossini (in corso di stampa).

sempre dovuto avere ben presente quella che è la funzione principale del *broadcasting*, cioè «tenere insieme»:

Tenere insieme è, in effetti, lo scopo e la funzione del *broadcasting*; [...] è sul terreno della comunicazione con una pluralità di diversi che si misura la televisione generalista. Questo comporta di lavorare prevalentemente sul “condiviso” o sul condivisibile da parte di soggetti eterogenei – per sesso, età, cultura, stili di vita e quant’altro. (Buonanno 2002: 32)

Anche i canali commerciali in chiaro non possono prescindere più di tanto da questa logica: al di là delle considerazioni economiche, in tutto il mondo occidentale un canale televisivo privato *free to air* sfrutta una risorsa pubblica e limitata (la frequenza) su concessione dello Stato ed è per questo obbligato a rispettare certe regole, che comprendono normalmente un’idea di accettabilità dei contenuti.

Infine, la televisione è stata per lungo tempo una risorsa *limitata*: pochi canali a disposizione, tempi definiti e regolamentati. Un programma televisivo poteva anche nascere dall’atto creativo di un’unica persona, ma per esistere effettivamente aveva bisogno di passare per l’approvazione di un numero piuttosto ristretto di *gatekeepers* a capo di un complesso apparato burocratico, le cui decisioni potevano tenere conto di ragioni economiche ma anche etiche e politiche³.

Se si mettono insieme questi fattori diventa chiaro come le strutture istituzionali all’interno delle quali le forme televisive sono nate e cresciute siano state tanto determinanti quanto le caratteristiche tecnologiche del medium, se non più. In questo saggio, quindi, cercherò di mostrare in che modo la serie episodica aperta sia diventata la forma egemone di narrazione televisiva negli Stati Uniti, surclassandone altre, soprattutto grazie alla sua adattabilità a quel

³ Questa condizione è in molti casi ancora attuale, nonostante l’enorme espansione del numero di canali, e forse è solo grazie al *web*, cioè a un altro medium, che se ne può parlare al passato.

particolare sistema in quel particolare momento storico. Come ha scritto Todd Gitlin:

There is no technological imperative behind long-running series. Limited runs of six to thirteen episodes are common in Europe. [...] Why aren't regular characters the staples of popular culture everywhere and at all times? Are Americans more needy of familiar figures than the English, who have royalty as their continuing quasi-family? Theories that begin from audience demand always run afoul of the fact that popular taste is not born but made. (Gitlin 1994: 56)

La serie classica

È indispensabile, a questo punto, un rapido chiarimento terminologico: con "serie episodica aperta" intendo quella forma televisiva che normalmente viene chiamata *serie* e si oppone al *serial*, la differenza principale tra le due essendo la continuità narrativa. Mentre nella serie, come già detto, la narrazione riparte da zero (o quasi) a ogni nuovo episodio, nel serial ogni puntata è una prosecuzione della precedente, come avviene nella *soap opera*. Con "aperta" intendo sottolineare il fatto che queste serie sono concepite in modo da poter andare avanti all'infinito, senza nessuna ipotesi di conclusione. La specifica "episodica", invece, è a mio parere necessaria perché ormai siamo abituati a chiamare "serie" le forme miste che combinano trame episodiche autoconclusive e trame continue interepisodiche e che Milly Buonanno definiva "serie serializzate" (2002: 64). Poiché ormai quasi tutte le serie hanno elementi di continuità, per quanto minimi, mi sembra più sensato riservare un attributo ulteriore per le serie composte esclusivamente di trame autoconclusive.

Se ormai è quasi impossibile trovare una serie episodica "pura", fino ai primi anni '80 e anche oltre negli Stati Uniti valeva la regola opposta: tutte le serie erano episodiche, con rarissime eccezioni. Poiché spesso e per varie ragioni il trentennio che va dagli anni '50 agli '80 viene riferito come "classico" dagli storici della televisione americana,

anche le serie prodotte in questo periodo sono definite “classiche”. Con una certa approssimazione, quindi, chiamo “serie episodica classica” o “serie classica” un eterogeneo insieme di testi che comprende tanto *Dragnet* (NBC, 1951-9) quanto *Perry Mason* (CBS, 1957-66), *Dr. Kildare* (NBC, 1961-66), *Batman* (ABC, 1966-8), *The Rockford Files* (NBC, 1974-80) fino a *The Dukes of Hazzard* (CBS, 1979-85), ma la lista sarebbe ovviamente infinita. Molte altre serie successive, inoltre, sono assimilabili a questa forma, tuttavia i cambiamenti del sistema televisivo intercorsi dagli anni '80 in poi hanno fatto sì che essa abbia gradualmente perso la centralità di cui godeva fino a quel momento.

Ciò che tutti questi testi hanno in comune è la ricorrenza dei personaggi principali, la tendenza a ripetere una formula narrativa, la quasi totale assenza di continuità tra gli episodi e la lunga durata, o più precisamente la narrazione progressiva (Escola 2008): ideazione e pubblicazione corrono in parallelo, spesso senza un'idea precisa del seguito né, soprattutto, di un finale.

È importante, inoltre, notare come in Europa questa forma si sia sviluppata solo successivamente e non abbia mai raggiunto la stessa importanza. In Italia la produzione di serie episodiche inizia molto tardi, in maniera intermittente e un po' dilettantesca con *I ragazzi della III C* (Italia 1, 1987-89), per raggiungere la maturità solo nei primi 2000 con *La Squadra* (Rai 3, 2000-7) (Brancato 2007: 51-6). In Gran Bretagna con “classic serial” si intendono tradizionalmente miniserie in costume, con meno di dieci episodi e spesso adattate da classici della letteratura. Sebbene la BBC avesse prodotto serie già nel 1954 (*Fabian of the Yard*), tuttavia anche qui per lungo tempo furono i *single play*, e come contraltare meno colto i *serial*, a costituire la porzione più pregiata del palinsesto (cfr. Cooke 2003).

Drammi in diretta

Se prendiamo in considerazione tre fortunate periodizzazioni della storia della televisione, elaborate per tre paesi diversi, troviamo un certo accordo su un punto: una prima era televisiva si conclude tra la fine degli anni '70 e i primi '80: gli Stati Uniti, secondo Rogers,

Epstein e Reeves⁴, hanno già conosciuto tre ere, TV I, II, e III; per la Gran Bretagna, John Ellis (2000) ha parlato di passaggio dall'età della scarsità (*scarcity*) all'età dell'abbondanza (*availability*), ormai superata a sua volta dall'età della disponibilità (*plenty*); Umberto Eco⁵, poi ripreso da Francesco Casetti (1988), aveva distinto per l'Italia tra *paleotelevisione* e *neotelevisione*. Ci sono enormi differenze tra queste tre visioni, tanto nell'impostazione teorica quanto nei criteri utilizzati per dividere i periodi; quello che interessa qui, tuttavia, è constatare che in tutti e tre i casi il trentennio che va all'incirca dal 1950 al 1980 incarna un primo ciclo storico del medium, durante il quale esso ha trovato le sue forme e le ha saturate, per poi iniziare un rinnovamento. In questo periodo la TV ha elaborato la sua retorica, le sue forme di rappresentazione e le sue forme narrative.

Glenn Creeber (2013), nel descrivere l'evoluzione dell'estetica televisiva, individua due fasi successive della «early television»: una sperimentale, che va dalle primissime trasmissioni degli anni '30 fino alla metà degli anni '50, e una più matura, fino alle fine dei '70. Di questa prima fase sperimentale moltissimo è stato perso, in particolare della porzione che precede la guerra mondiale: la stragrande maggioranza delle trasmissioni era in diretta e sebbene la tecnologia del *kinescope*⁶ fosse disponibile già da tempo, prima del 1947 era piuttosto raro che le registrazioni venissero effettuate, e ancora più raro che venissero archiviate e conservate. Eppure, il breve periodo che va dalla fine dei '40 alla metà dei '50 ha un grande rilievo nella storia della televisione statunitense: è questa, infatti, la prima «golden age», il momento in cui il nuovo medium genera più entusiasmo e interesse

⁴ L'interessantissimo quadro teorico sviluppato dai tre studiosi è distribuito su vari contributi in volumi collettanei, il più noto e completo dei quali è probabilmente Rogers-Epstein-Reeves 2002.

⁵ Come è noto Eco introdusse il concetto di «neotelevisione» in un articolo del 1983, dal titolo «Tv: la trasparenza perduta». L'articolo è adesso in Eco 2012.

⁶ Un apparecchio che permetteva di registrare l'immagine televisiva su pellicola cinematografica. Cfr. O'Dell 2005.

critico che preoccupazione e riprovazione. Già nel 1961, dopo lo scandalo dei quiz show, l'invasione delle serie western e delle sitcom, le proteste per l'eccesso di violenza in serie come *The Untouchables* (ABC, 1959-63), la televisione era ormai diffusamente considerata una «vast wasteland»⁷.

Una delle forme narrative di maggior successo in questo periodo era il *live anthology drama* o teledramma⁸: rappresentazioni di stampo teatrale, trasmesse in diretta da studi dislocati per lo più a New York, all'interno di contenitori antologici come *The Kraft Television Theatre* (NBC, 1947-58), *Philco/Goodyear Television Playhouse* (NBC, 1948-55), *Studio One* (CBS, 1948-58). Inizialmente i teledrammi erano adattamenti di spettacoli di Broadway, romanzi o classici del teatro, ma presto vennero prodotti anche moltissimi testi originali, anche perché il nuovo medium rivelò immediatamente la sua gigantesca fame di storie. Come ricorda lo sceneggiatore Robert Dozier:

It was a very exciting time. There were maybe fifteen hours of live anthology television drama each week in New York. There was an enormous need for material and there were very few writers. So you would sit down and write something with almost the sure knowledge that if you wrote something halfway passable you would sell it. (Stempel 1996: 44)

Nonostante i ritmi frenetici e i budget ridotti, nonostante le restrizioni e difficoltà tecniche che la diretta comportava, i teledrammi venivano visti come quanto di meglio la televisione potesse offrire: erano innovativi e provocatori, popolari e raffinati. Raymond Williams

⁷ L'espressione viene da un famoso discorso pronunciato nel 1961 dall'allora presidente della FCC Newton Minow, alla riunione annuale della National Association of Broadcasters. Minow, successivamente, reclamò il fatto che la sua era l'appassionata critica a *un modo* di fare televisione e non alla televisione in quanto tale.

⁸ Spesso chiamato anche *single play*, *teleplay* o *teledrama*, con varie sfumature. Userò per lo più la locuzione italiana "teledramma" che, una volta tanto, rende perfettamente l'originale.

li definì senza mezzi termini «the most creative contribution in all American broadcasting», riconoscendo la grande influenza che ebbero sulle successive produzioni britanniche:

In substance and in method – the exploring ‘eye of the camera’, the feel for everyday ordinary life, the newly respected rhythms of the speech of work and the streets and of authentic privacy [...] – this new television drama stimulated similar work elsewhere, though in the United States [...] it was shamefully cut short. (Williams 1974: 58)

Essi incarnavano una rivincita della cultura teatrale contro il cinema di massa, non solo perché facevano entrare Shakespeare e Ibsen nei soggiorni di milioni di americani, ma anche per la lontananza dei testi originali dal *glamour* e dalla spettacolarità dei film di Hollywood. Ciò era in parte dovuto a questioni di necessità: la diretta rendeva molto difficili i cambi di ambientazione e di costumi, l’uso degli esterni, le scene affollate, i campi lunghi in generale. Tuttavia, il cast artistico proveniva per lo più dal teatro e aveva le competenze per trasformare questi limiti in risorsa: i teledrammi tendevano così a focalizzarsi su situazioni ordinarie, stanze chiuse, analisi della psiche dei personaggi.

Nel tempo il teledramma ha acquisito una propria coscienza estetica, allontanandosi dall’idea di “teatro filmato” e creando anche delle peculiari forme di virtuosismo: movimenti di camera complessi, soluzioni ingegneristiche tramite le quali realizzare ambientazioni apparentemente impossibili, come in «Shakedown Cruise» (1955), il cui setting era un sottomarino allagato (Jacobs 2003: 75). Ma era nel senso di intimità e nella rappresentazione delle situazioni ordinarie che il teledramma trovava la sua vera forza:

Amid such technical wizardry an actor was likely to become a zombie, and in the end it emphasized what others could do better. The [...] directors were not inclined to think of live production as a limiting factor; it merely influenced the kind of drama to be

explored. They found its niche in compact rather than panoramic stories, in psychological rather than physical confrontations. (Barnouw 1990: 160)

Gli scrittori, in effetti, erano i veri protagonisti dell'epoca, nonostante registi come Delbert Mann, Arthur Penn, Sydney Lumet, John Fienkemeier abbiano iniziato qui la loro carriera. Tra i più famosi si ricordano Paddy Chayefsky, Rod Serling, Reginald Rose e Gore Vidal; nell'intervista citata poco sopra, Robert Dozier raccontava di aver ricevuto per anni lettere dai fan⁹.

Dialoghi e volti degli attori in primo piano erano il mezzo espressivo di questa forma, che non potendo utilizzare ambientazioni troppo complesse si focalizzava sulla caratterizzazione del personaggio e riusciva al meglio con una struttura compressa, «attacking a story closely to its climax—very different from the loose, multiscene structure of a film» (Barnouw 1990: 160). «The play was the thing» (*ibid.* 1990: 154): la sorgente prima del teledramma era il testo.

Uno dei più citati dell'epoca è «Marty» di Paddy Chayefsky, trasmesso il 24 maggio del 1953 dalla NBC all'interno del *Philco Television Playhouse*, con protagonista un giovane Rod Steiger. La trama ruota intorno a un solitario macellaio trentacinquenne del Bronx che vive con la madre, al suo disperato desiderio di un amore e al suo incontro con un'insegnante modesta e non particolarmente bella. Era questo, secondo lo stesso Chayefsky, il tipo di materiale narrativo che riesce al meglio in televisione:

[It] deals with the world of the mundane, the ordinary, and the untheatrical. The main characters are typical, rather than exceptional [...]. I tried to write the dialogue as if it had been wire-tapped. I tried to envision the scenes as if a camera had been focused upon the unsuspecting characters and had caught them in an untouched moment of life. This sort of meticulous literalness is

⁹ Sul ruolo dello scrittore nella *golden age* cfr. Stempel 1996: 44–56; Marc-Thompson 1995: 117–131.

something that can be done in no other medium. (Chayefsky 1995: 183)

«Marty» fu il primo testo televisivo a essere trasformato in un film, che nel 1955 vinse quattro Oscar e la Palma d'Oro. Ne seguirono molti altri, come «Twelve Angry Men» di Reginald Rose, «The Rabbit Trap» di JP Miller, «Requiem for a Heavyweight» di Rod Serling¹⁰.

Il teledramma, quindi, fiorì sfruttando le tre caratteristiche estetiche che definivano il nuovo medium: la diretta video come sua capacità esclusiva, intimità e domesticità in opposizione al cinema, la natura ibrida che permetteva di appoggiarsi su forme precedenti¹¹. La forza della diretta non va sottovalutata: all'epoca la possibilità di far vivere un'esperienza simultanea e irripetibile a un grande numero di persone aveva un qualcosa di quasi mistico, che superava le possibilità di qualsiasi altro medium conosciuto; è famoso un articolo del *New York Times* del '57 in cui Rod Serling sentenziava: «whatever memorable television moments exists were contributed by live shows. Whatever techniques were developed that were television's own are live techniques» (Serling 1957b). Va anche considerato che l'esposizione e il rischio degli interpreti era totale: parte della bravura del cast stava anche nella capacità di risolvere problemi durante la trasmissione. Lez Cooke (2003: 41) racconta di un caso estremo: durante la diretta di «Underground»¹² uno degli attori protagonisti si accasciò e morì. Il regista Ted Kotcheff, nei due minuti e mezzo dell'interruzione pubblicitaria, riorganizzò le scene e ridistribuì le

¹⁰ Trasmessi rispettivamente nelle antologie: *Studio One*, CBS, 1954; NBC, *Philco Television Playhouse*, 1955; *Playhouse 90*, CBS, 1956. La versione cinematografica di «Twelve Angry Men» fu diretta nel '57 da Sidney Lumet, e un remake fu fatto da William Friedkin quaranta anni dopo. «La trappola del coniglio» fu, all'epoca, un successo anche in Italia, e di qui venne ripreso per le televisioni dell'Est Europa, cfr. Stempel 1996: 47.

¹¹ Cfr. Creeber 2013: 17, che parte da considerazioni di Jacobs 2000. I due autori parlano di «live immediacy», «intimacy», «hybrid medium».

¹² Trasmesso da ITV in Gran Bretagna, all'interno dell'antologia *Armchair Theatre*, nel 1958.

battute, in modo da portare lo stesso il dramma fino alla conclusione. Il rischio era certamente uno dei fattori di interesse che uno spettacolo in diretta era in grado di suscitare.

Come ha fatto notare Jane Feuer (2003), due fattori in particolare rendevano il teledramma eccitante e prestigioso: da un lato era una forma nuova e sperimentale, che sfruttava caratteristiche essenziali del proprio medium; dall'altro si richiamava al teatro, cioè a una forma più antica ed elevata, ereditandone il prestigio culturale. Secondo la studiosa questo schema contraddittorio torna ciclicamente in ballo ogni volta che si parla di "quality television": forme sperimentali a livello tecnologico, ma conservatrici a livello strutturale. D'altra parte, seguendo invece Bolter e Grusin (2003), si potrebbe facilmente argomentare che il teledramma rientri nelle strategie utilizzate dal medium emergente per posizionarsi nel mercato, poiché la contraddizione evidenziata da Feuer corrisponde precisamente alla doppia logica della rimediazione: da un lato si sfruttava la trasparenza della TV per portare il teatro nei salotti, dall'altro si sviluppava una tendenza a ipermediare nel rendere la forma sempre più evidentemente televisiva.

In ogni caso, negli Stati Uniti l'età del teledramma non durò a lungo: quando nel 1955 Paddy Chayefsky tornò a New York da Hollywood, finite le riprese del film *Marty*, pensò che le antologie fossero finite (Stempel 1996: 50). Non era del tutto vero, dato che *Playhouse 90* iniziò nel 1956 con l'ambizioso formato da un'ora e mezzo e andò avanti fino al 1960; tuttavia, era già chiaro che l'asse produttivo si stava spostando verso la costa ovest e che i programmi filmati stavano prendendo il sopravvento: se nel 1953 l'80% delle trasmissioni televisive era in diretta, nel 1960 la percentuale era scesa al 36% e in caduta libera (Thompson 1996: 22).

La morte del teledramma coincide con l'espandersi della televisione a livello nazionale: nel 1950 solo il 9% delle famiglie americane possedeva un televisore; nel 1959 era l'85,9% (Marc 2004: 64). È piuttosto allettante, quindi, ipotizzare che una delle cause sia stata l'allargamento della platea alle fasce meno abbienti e meno istruite della popolazione, rispetto alla borghesia medio-alta urbana

che rappresentava, idealmente, il target iniziale di un apparecchio piuttosto costoso. Tuttavia, come ha sostenuto Lynn Spigel, già a partire dal 1948 possedere un televisore non era più uno *status symbol* ma «un lusso da poveri» (Spigel 1992: 49–50). Non va dimenticato, inoltre, che altrove il teledramma ebbe vita molto più lunga, anche se spesso in forma registrata e non più in diretta: in Gran Bretagna la stagione d'oro dei *single play* si estende ben oltre il 1970, così come quella dello 'sceneggiato' italiano.

Per Raymond Williams il teledramma americano sparì a causa di «sponsorship problems» (1974: 58). Gli sponsor sono i colpevoli anche secondo Erik Barnouw (1990), soprattutto per il progressivo esacerbarsi della censura e delle pretese di controllo sui contenuti. Tuttavia il teledramma aveva sempre convissuto con l'invasione degli sponsor: come gli stessi titoli delle antologie mettono in evidenza, ognuna di esse era finanziata da un'unica azienda e aveva, quindi, un unico padrone, la cui sensibilità non poteva essere urtata. Secondo Anna Everett (2005), infatti, l'attenzione alle storie ordinarie e ai problemi individuali era necessaria anche perché le aziende rifiutavano sistematicamente testi che trattassero problemi politici e sociali potenzialmente scottanti o polarizzanti. Il testo originale di «Thunder on Sycamore Street» di Reginald Rose, ad esempio, parlava di una famiglia nera che si trasferisce in un quartiere bianco e viene maltrattata ed espulsa dal vicinato. I produttori di *Studio One* accettarono il testo purché la famiglia protagonista fosse trasformata da nera a bianca, con il padre ex galeotto: nessuno voleva far arrabbiare i telespettatori degli stati del Sud¹³. Nello stesso anno in cui Rod Serling scriveva l'articolo per il *New York Times* citato poco sopra, veniva pubblicata una raccolta di sue sceneggiature (Serling 1957a) nella cui prefazione descriveva diffusamente tanto le limitazioni tecniche della *live television* quanto la pesantissima ingerenza degli sponsor: in un testo scritto per l'antologia *Appointment with Adventure* (CBS, 1955-6), finanziato da una marca di sigarette, gli fu chiesto di sostituire tutte le ricorrenze di 'American' con 'United States' e tutti i

¹³ La vicenda è raccontata sia in Stempel 1996: 51–2 che in Serling 1957a.

'lucky' con 'fortunate'. Questo perché le prime espressioni potevano ricordare la marche di sigarette rivali.

È probabile, quindi, che non sia del tutto corretto pensare che sia stata la pressione degli sponsor a soffocare il teledramma. Inoltre, va detto che l'ammirazione con cui spesso viene richiamato il *live anthology drama* beneficia di uno sguardo nostalgico e non del tutto obiettivo. Quelli che si ricordano sono, ovviamente, i migliori: la qualità media probabilmente non era molto elevata. Molti di essi aderivano acriticamente a un «dead-centrism» (Everett 2005) che rifletteva i valori comuni della classe media, sorvolando su tutto ciò che rischiava di offendere la sensibilità di qualcuno. E. Jack Neuman, sceneggiatore piuttosto attivo nel periodo, non ricorda le sue produzioni con molto favore:

The best of it was really a third-rate movie [...] On *Playhouse 90* I was always thinking about what I could do in a movie set, and how terribly limited and awkward it was. The people who were running it at the time [...] wanted to preserve that "spontaneous" horseshit. [...] No, it was a boring medium, in my estimation. (Stempel 1996: 56)

Durante la seconda metà degli anni '50 tre eventi modificano in maniera rilevante il sistema televisivo statunitense: innanzitutto, nel 1956 chiuse definitivamente DuMont, il quarto network nazionale, l'unico che non proveniva da un precedente network radiofonico e che spesso si era distinto per produzioni sperimentali. In secondo luogo, a partire dal 1955 l'iniziale ostilità tra network e major cinematografiche si risolse in un matrimonio commerciale, in virtù del quale le seconde iniziarono a produrre massicciamente contenuti filmati per i primi. L'efficienza e le possibilità tecniche garantite dal film, almeno per quanto riguarda le forme narrative, erano semplicemente irraggiungibili dalla diretta.

In ultimo, in questi anni cambiarono radicalmente le forme di finanziamento delle produzioni televisive. Nella prima metà del decennio il modello più comune era lo sponsor unico: una sola azienda

finanziava un certo programma e agganciava ad esso il proprio marchio, un po' come per le squadre sportive. Materialmente, era l'agenzia pubblicitaria che curava il marchio in questione a creare il contatto e a occuparsi della produzione, mentre il network veniva pagato per la trasmissione. In un mercato del genere gli ascolti, pur essendo molto importanti, non erano sempre il fattore principale per decidere della sopravvivenza o meno di un programma: alcuni sponsor tenevano più al prestigio che alla pubblicità vera e propria, altri desideravano più esserci che ottenere un ritorno immediato. *The United States Steel Hour* (ABC/CBS, 1953-63), per esempio, era finanziata da un'impresa che non aveva nessun interesse nella pubblica distribuzione, la U.S. Steel Corporation. Fu, infatti, l'ultima *live anthology* a chiudere.

Questo modello, tuttavia, non era ottimale per i network: avevano tutta la responsabilità per i contenuti di fronte alla FCC e pochissimo controllo su di essi; ancora peggio, in un momento in cui la diffusione della televisione era in crescita vertiginosa, venivano pagati la stessa cifra indipendentemente dal successo di un determinato programma. Come sostiene Jason Mittell (2003), quindi, i network iniziarono presto a cercare forme di finanziamento alternative, ma l'occasione per cambiare definitivamente il sistema fu fornita dallo scandalo dei quiz show del 1958.

La vicenda è piuttosto nota¹⁴: in poche parole, si scoprì che alcuni dei quiz più popolari del tempo erano pilotati, in modo da costruire personaggi e sfruttarne la popolarità. Gli autori decidevano chi dovesse vincere e come, fornendo le risposte in anticipo o intimando a un concorrente di perdere. Quando la cosa venne scoperta seguirono una grande ondata di indignazione e dei processi veri e propri, ma i network si svincolarono dalle accuse incolpando i responsabili della produzione, cioè gli sponsor e le agenzie pubblicitarie. Sull'onda di questi eventi, nel giro di poco tempo il modello di finanziamento standard diventò la «partecipation» o «magazine sponsorship» (Mittell

¹⁴ Robert Redford ne fece anche un film, *Quiz Show* (1994).

2003; Boddy 1992), già sperimentato dalla NBC e considerato molto più redditizio, anche se più rischioso.

Nel nuovo modello i network commissionavano programmi ai produttori e costruivano il palinsesto, vendendo successivamente "spot" individuali da 30 a 60 secondi nei blocchi pubblicitari misti che erano previsti all'interno di ogni programma. Acquisivano, in questo modo, un controllo molto maggiore sulla produzione e sulla gestione del palinsesto, aumentando i guadagni per i programmi di successo. Aumentava, tuttavia, anche il rischio imprenditoriale: un programma fallimentare poteva causare grandi perdite. In questo nuovo scenario chi non raggiungeva rapidamente buoni ascolti o non li sosteneva abbastanza a lungo veniva cancellato senza troppe cerimonie. Per il teledramma diventò sempre più difficile sostenere la concorrenza di un animale decisamente meglio equipaggiato per la sopravvivenza televisiva in questo nuovo ambiente: la serie episodica filmata.

Come la radio, ma meglio

Secondo Bolter e Grusin:

The prime target of television's remediation has been film [...]. In its early days, television drew heavily on vaudeville and the stage play, but soon television was also bringing the film into the home. [...] Throughout the 1950s, television programming increasingly came to remediate such film genres as drama, comedy, western, and mystery. (2000: 185)

Al momento della sua prima diffusione, tuttavia, la televisione è stata pensata soprattutto come un'evoluzione della radio: le problematiche giuridiche, tecnologiche, industriali e creative connesse al nuovo medium avevano infatti molte somiglianze con quelle già affrontate in ambito radiofonico e ben poco a che vedere con il cinema. Se la radio era entrata gradualmente nelle case degli americani, passando attraverso una complessa fase di sperimentazione e di regolamentazione, la televisione invece

slid smoothly out of the retooled factories of the major electronic firms and into American living rooms, complete with established corporate owners, regulatory structures, and even programming. (Hilmes 2010: 180)

Negli Stati Uniti la gestione delle frequenze fu affidata alla Federal Communications Commission (FCC), che nel 1934 aveva sostituito la Federal Radio Commission. Le impalcature già create precedentemente vennero rimodellate per le esigenze del nuovo medium senza troppe discussioni: la FCC «creò la televisione a immagine e somiglianza della radio degli anni '40» (*ibid.*: 185), favorendo i grandi network radiofonici e ostacolando altri soggetti, come per esempio le major di Hollywood: pur in assenza di una legge che impedisse esplicitamente ai produttori di cinema di acquistare stazioni televisive, la FCC utilizzò vari espedienti sia per rifiutare le licenze alle major sia per stroncare sul nascere vari esperimenti di TV a pagamento, come la «theatre television» o i sistemi a sottoscrizione (cfr. Watsko 2012). L'obiettivo della FCC, secondo Michele Hilmes (2010: 172–3), era proteggere il modello della televisione gratuita via etere dalla concorrenza dei giganti di Hollywood, concedendo una posizione di privilegio ai network che si erano già dimostrati affidabili nella gestione del sistema radiofonico. Ci vollero quasi dieci anni prima che le major si rassegnassero a non poter entrare direttamente nel mercato televisivo e venissero a patti con i network, entrando nel mercato con i film di catalogo e contenuti appositamente prodotti¹⁵.

Rientrava nella logica di creare una «scarsità artificiale» (Marc 2004: 59), quindi, il «freeze» deciso dalla Commissione, che dal 1948 al 1952 bloccò le concessioni di nuove frequenze, ufficialmente per ragioni di riorganizzazione tecnica del servizio. In quel momento i *broadcaster* nazionali erano quattro: i tre grandi network radiofonici (NBC, CBS, ABC) e DuMont, estensione di un'industria che produceva

¹⁵ Per l'affascinante storia del progressivo avvicinamento tra Hollywood e i network, oltre ai citati Hilmes 2010 e Watsko 2012, cfr. anche Anderson 1994; Boddy 1992.

apparecchi televisivi. All'uscita dal blocco il dominio del mercato raggiunto dai quattro rese estremamente difficile l'ingresso di nuovi concorrenti nazionali. DuMont non riuscì mai a decollare e, come già detto, chiuse definitivamente nel 1956. Da allora NBC, CBS e ABC non ebbero praticamente concorrenza fino all'avvento dei canali via cavo, verso la fine degli anni '70. La maledizione del quarto network fu spezzata solo nel 1986 dalla Fox di Rupert Murdoch.

Le caratteristiche fondamentali che distingueranno il sistema televisivo americano da quelli europei erano già ben visibili nel sistema radiofonico uscito dal Radio Act del 1927 e dal Communication Act del 1934. In particolare:

(1) l'intreccio tra diritto al profitto e «interesse pubblico»: in assenza di un vero servizio pubblico, le frequenze vengono concesse dallo Stato a soggetti privati che possono utilizzarle per profitto ma sono tenuti a rispettare «the public interest, convenience or necessity» (così il Radio Act del 1927). Un «quid pro quo system» (Hilmes 2010: 63) con il grosso problema che la definizione di «public interest» non fu mai chiarita fino in fondo. I network radiofonici, comunque, sono responsabili dei contenuti di fronte alla FCC nel momento in cui essi siano considerati di bassa qualità, partigiani, indecenti. La FCC non può sanzionare direttamente, ma può revocare le concessioni.

(2) l'idea di network: i canali nazionali non sono canali veri e propri, ma fornitori di contenuti ai quali le stazioni locali possono scegliere di affiliarsi, creando, appunto, una rete di stazioni interconnesse. La diffusione di un network nazionale, quindi, dipende dal numero di affiliate che esso riesce ad attrarre.

(3) l'oligopolio commerciale: i network nazionali sono pochi e schiacciano i canali locali: anche se in teoria è un mercato aperto, in realtà si tratta di un oligopolio fortemente integrato verticalmente (in radio dominato da NBC e CBS, con la Mutual Broadcasting System come concorrente minoritario).

(4) la centralità delle *advertising agencies*: la produzione di programmi è dominata dalle agenzie pubblicitarie, il cui ruolo creativo è stato fondamentale nell'invenzione dei format radiofonici. Ciò cambierà, come abbiamo visto, solo alla fine degli anni '50 con lo

scandalo dei quiz show, dopo il quale le agenzie pubblicitarie saranno sostituite dalle case di produzione di Hollywood.

Tutto questo contrastava fortemente con il modello dominante in Europa, in cui le frequenze erano, invece, gestite direttamente dallo Stato e la pubblicità aveva un ruolo secondario, se non era completamente assente. Da questi diversi assetti derivano diverse idee di quale sia lo scopo del *broadcasting*: per la BBC era (ed è tuttora) il motto coniato da John Reith: «to inform, educate, entertain», con l'intenzione paternalista di «elevare» culturalmente le masse e la finalità di trasformare la nazione in un «sol uomo» (Hendy 2003). Per i network commerciali la missione era (ed è), invece, radunare la maggior audience possibile per il tempo più lungo possibile, fornendo contemporaneamente un servizio la cui qualità non potesse essere sanzionata dalla FCC. Sia chiaro che non si intende qui assegnare un primato etico a uno dei due sistemi: l'ideale del servizio pubblico ha il suo lato oscuro nel paternalismo e nell'esclusione delle voci dissonanti, e la stessa BBC ha ricevuto molte critiche in proposito. Il sistema commerciale, per quanto spesso cada nella trappola del «lowest common denominator», ha però più volte dimostrato una notevole capacità di innovazione¹⁶.

La differenza tra i due sistemi, in ogni caso, ha prodotto tendenze diverse nella programmazione, visibili sin dalla radio degli anni '30. Confrontando i palinsesti statunitensi con quelli della BBC, Himes (2010: 88–9) rileva come già allora emergessero alcune contapposizioni: da un lato, ad esempio, si aveva un flusso continuo, blocchi di programmazione di durata standard (15, 30, 60 minuti) allocabili ai vari acquirenti, che transitavano l'uno nell'altro senza soluzione di continuità. Il silenzio («dead air», per gli americani) non è tollerato. Dall'altro durate variabili, tagliate su misura per ogni trasmissione e, nei passaggi, il silenzio poteva essere perfino un valore aggiunto in quanto forma di rispetto verso un certo contenuto. Ancora, da un lato programmi regolari che vanno in onda lo stesso giorno alla stessa ora, con gli stessi personaggi a comporre una «famiglia radiofonica» che si

¹⁶ Su questo cfr. Williams 1974: 32–43.

intreccia con quella degli ascoltatori; dall'altro eventi speciali, presentazioni uniche che assomigliavano alla modalità di fruizione tipica di un evento serale, come al teatro o in un auditorium.

È proprio grazie alla regolarità di programmazione che la radio statunitense ha creato la serialità contemporanea, probabilmente la vera invenzione del *broadcasting*, il suo maggior contributo alle forme di rappresentazione occidentali:

Rather than scheduling single program events in a random manner – as the early BBC did – American radio [...] devised segmented serial narrative forms that both changed and stayed the same, in a perpetual tension between innovation and continuity. [...] It essentially created a new art form. Serial narratives were nothing new [...] but radio broadcasting gave narrative seriality a whole life on national stage. (Hilmes 2010: 104)

La serialità creata dal *broadcasting* è una forma nuova in almeno due sensi: da un lato, come ha notoriamente sostenuto John Ellis (1992), la serie implica l'iterazione di una situazione drammatica, uscendo così dallo schema di narrazione aristotelico che prevede una chiusura. Ci sono molti finali a livello locale, nei singoli segmenti, ma una serie nel suo complesso non offre risoluzione del conflitto, non per scelta ma per sua propria struttura. In secondo luogo la domesticità del medium, unita alla regolarità di programmazione e alla lunga durata fa sì che i personaggi, per quanto fittizi, diventino parte del quotidiano dell'ascoltatore, quasi membri della famiglia. Nel 1924 uno dei primi amori radiofonici americani fu Wendell Hall, «the redhead music maker» che cantava e suonava l'ukulele in *The Everady Hour*, primo programma radiofonico sponsorizzato della storia. Gli ascoltatori iniziarono presto a spedire lettere alla redazione in cui esprimevano il loro affetto per il musicista-presentatore:

Please, oh please give us more of the Red Headed Music Maker, everytime we hear him we like him better [...]. After you hear him

two or three times and you pick up the paper and find he is going to perform you feel just like you are going to a nice big party and someone you know is going to be there.

Grandma was aroused from “dreamland” last night at midnight by the “Radio”, which is at the head of my bed—sounded like a voice in my room. [...] I am so anxious to hear “red head” again I fell in love with him even if I am 74 years old.¹⁷

La capacità di generare questo senso di familiarità con un personaggio, allo stesso tempo sognante e prosaico, potentissimo e vagamente osceno è una delle caratteristiche uniche della serialità come interpretata dal *broadcasting*. Fu probabilmente sia per difesa dall'entusiasmo delle fan che per alimentare questo senso di comunità che Hall si sposò in diretta radiofonica, nello stesso anno.

Classic Network System e serie episodica

Dai cambiamenti che interessano il sistema televisivo statunitense nella seconda metà degli anni '50 nasce quello che viene comunemente definito «Classic Network System» (CNS). Le due novità decisive, come già è stato detto nei paragrafi precedenti, furono il passaggio allo *spot advertising* e la divisione del lavoro tra network e case di produzione cinematografica, dove i primi acquistavano dalle seconde la grande maggioranza dei contenuti filmati (mentre la produzione dei contenuti che ancora venivano trasmessi in diretta, come le *news*, gli eventi sportivi, i varietà, restava nelle mani dei network stessi).

La serie filmata, rispetto all'antologia in diretta, aveva un gran numero di vantaggi: innanzitutto il film era superiore tecnologicamente, sia per le possibilità produttive (esterni, editing,

¹⁷ Cit. in (Hilmes 2010: 55). Le sottolineature nella seconda lettera, apparentemente casuali, sono riportate dall'originale scritto a mano e spedito il 19 marzo del 1924 da un'ascoltatrice di Davenport, Iowa.

gestione della messa in scena), sia perché permetteva di trasmettere più volte lo stesso programma, incrementandone il valore economico. L'esempio di *I Love Lucy* (CBS, 1951-7) mostrò presto gli enormi guadagni che potevano venire dalla *syndacation*, cioè dalla vendita dei diritti di ritrasmissione alle reti locali e all'estero. In secondo luogo, la serie è un formato decisamente più efficiente a livello industriale: permette economie di scala poiché riutilizza molte volte gli stessi set; consente la formazione di un nucleo creativo più compatto e stabile, che può sfornare moltissime storie operando variazioni su uno schema fisso; rende possibile di mettere sotto contratto per lungo tempo un cast artistico più o meno fisso. Fondamentale, infine, era la capacità della serie di mantenere degli ascolti molto più stabili rispetto all'antologia. Se quest'ultima, infatti, richiedeva ogni volta una nuova scommessa e un nuovo investimento emotivo verso storie e personaggi diversi, la serie garantiva una fidelizzazione sicuramente maggiore riproponendo lo stesso *storyworld* e facendo leva sull'affezione ai personaggi regolari. A parte poche eccezioni, dunque, dalla fine degli anni '50 spariscono dalla scena tanto la diretta quanto il formato antologico e per due decenni il *prime time* dei canali statunitensi sarà occupato principalmente da serie episodiche.

A livello strutturale, la serie statunitense di questo periodo ha tre caratteristiche fondamentali: innanzitutto ha un andamento stagionale, cioè viene prodotta per gruppi di 22-24 episodi da trasmettere settimanalmente nel corso di una stagione televisiva. Nei paesi europei non sono molti i formati a raggiungere questa lunghezza, e tutt'oggi mentre le serie statunitensi si dividono in «seasons», quelle inglesi si dividono in «series». In secondo luogo, la serie statunitense è aperta, cioè concepita per non finire mai, o comunque per continuare il più a lungo possibile. Infine, è episodica, cioè scritta in modo che non sia necessario aver visto gli episodi precedenti per comprendere la narrazione. Anche in questo caso, le pratiche industriali del sistema televisivo hanno avuto un ruolo determinante nel plasmare queste caratteristiche, quanto e forse più delle peculiarità tecnologiche del medium o delle stesse esigenze narrative della forma-serie.

La «television season», per esempio, prende forma nei primi anni '60 e duplica nel palinsesto i ritmi della società, scanditi in particolare dall'anno scolastico statunitense. Trattandosi di una «norma industriale non ufficiale» (Lotz 2007: 101-2) i confini non sono fissi, ma in generale la stagione copre circa 35 settimane, da metà settembre a metà maggio, e lascia 17 settimane di pausa estiva. La stagione nasce dalla semplice constatazione che durante l'estate il pubblico televisivo si riduce considerevolmente, ma nel tempo è diventata una componente fondamentale dell'industria: permette, ad esempio, di suddividere le 52 settimane di cui si compone un anno tra periodi di prime visioni e periodi di repliche («reruns»), aumentando così il valore del singolo episodio e riducendo i costi di produzione, ma garantendo alle TV affiliate a un network una sufficiente copertura di contenuti. Ancora più importante, la stagione regola la vendita degli spazi pubblicitari, che avviene per lo più a maggio durante i cosiddetti *upfronts*, tuttora il motore fondamentale della televisione statunitense. Si tratta di un intervallo di tempo durante il quale i network ricevono gli inserzionisti pubblicitari, mostrano loro il palinsesto della stagione successiva e vendono la gran parte degli spazi disponibili, in pacchetti distribuiti su vari programmi. Agli acquirenti vengono garantiti determinati ascolti complessivi e l'impegno a un risarcimento in spazi gratuiti, in caso di non raggiungimento degli obiettivi. Una percentuale che varia tra il 65% e il 75% degli spazi disponibili viene venduta durante gli *upfronts*, generando un mercato che oggi vale circa 8 miliardi di dollari (Barthes 2011: 53).

Una serie, quindi, viene prodotta in un numero di episodi proporzionale alla stagione, e anche narrativamente ne segue i ritmi. Notoriamente, infatti, gli episodi più importanti o forti vengono riservati per determinati periodi dell'anno, così come all'interno della stagione ci sono dei periodi di pausa e di ripresa. Il numero di episodi è andato progressivamente decrescendo con l'aumentare dei costi di produzione: se la prima stagione di *The Lone Ranger*, tra 1949 e 1950, consisteva di 52 episodi, *I Love Lucy* nella stagione 1951-52 ne contava 35; *Perry Mason*, nella stagione 1957-58 fu prodotto in 39 episodi, ma già nella successiva era sceso a 30, numero standard per buona parte

degli anni '60, verso la fine dei quali però si era già scesi ai 22-24 che per lo più valgono ancora adesso.

La logica della stagione e il mercato degli *upfronts* sono una delle cause della seconda caratteristica della serialità statunitense, cioè la sua natura aperta: le serie sono concepite con la speranza che riescano a sostenere il maggior numero di stagioni possibile, innanzitutto perché gli spazi pubblicitari di un titolo di successo vengono venduti a prezzo maggiore rispetto a quelli di una serie nuova. C'è, inoltre, un altro fondamentale motivo, che non riguarda i network ma le case di produzione: nel CNS come adesso, queste ultime non generano profitti dalla prima vendita di una serie, anzi, molto spesso in questa fase la casa di produzione è in perdita, poiché il network acquista le serie a un prezzo inferiore al costo di produzione. Questo sistema, detto «deficit financing» (Mittell 2003: 47), si regge sul fatto che un programma di successo può diventare una miniera d'oro nel momento in cui se ne vendono i diritti per la *syndacation*, domestica e all'estero. Una sola serie di successo può generare profitti enormi per lungo tempo, coprendo così le spese anche di tutte le altre che sono fallite. Per una prassi che si è rapidamente consolidata però, le serie diventano appetibili per la *syndacation* solo quando hanno raggiunto un numero consistente di episodi, normalmente almeno 88, cioè quattro stagioni (Anderson 2005: 82). Se si aggiunge che i contratti di ritrasmissione vengono per lo più stipulati fissando un costo per episodio, è evidente che l'obiettivo comune di network e case di produzione sia creare una serie che riesca a mantenere alto l'interesse del pubblico il più a lungo possibile nel corso di molti anni.

Molto meno evidente invece è il perché, almeno fino al successo planetario di *Dallas* (CBS, 1978-91), il *prime time* americano sia stato appannaggio esclusivo della serie episodica, mentre il serial veniva relegato ai segmenti meno pregiati del *daytime*, quindi con finanziamenti ridotti e nessuna pretesa estetica. Eppure era chiaro fin dall'inizio che le potenzialità drammatiche del serial erano enormi. Raymond Williams scriveva che «poche forme televisive hanno la potenziale importanza del serial originale» (Williams 1974: 61) e lamentava come in Gran Bretagna questa importanza fosse stata

nascosta dagli adattamenti dei classici e dalle formule ripetitive. Tuttavia, da *Coronation Street* (ITV, 1960-) in poi, la Gran Bretagna ha conosciuto un gran numero di serial, di lunga durata o limitati, trasmessi con gran successo in prima serata. Negli Stati Uniti, invece, la continuità interepisodica è stata a lungo un tabù. Horace Newcomb scriveva:

With the exception of soap operas, television has not realized that regular and repeated appearance of a continuing group of characters is one of the strongest techniques for the development of rich and textured dramatic presentations. (Newcomb 1974, 254)

Una delle motivazioni che vengono citate più spesso è la convinzione che il serial comportasse un investimento maggiore da parte degli spettatori, per cui chi avesse perso alcune puntate non sarebbe più stato in grado di seguire e avrebbe abbandonato la visione. Eppure resta strano che non sia stato fatto quasi nessun tentativo: un serial implica un maggior investimento cognitivo ma anche una maggiore fidelizzazione e un minor rischio di scadere nella prevedibilità e quindi nella noia, come invece accade molto facilmente alle serie episodiche. Ci sono, inoltre, molte tecniche per rimettere al passo gli spettatori non assidui, come i montaggi riassuntivi a inizio episodio (i «previously on» ben noti agli appassionati seriali), o gli spiegoni disseminati nei dialoghi (quelli che Jason Mittell chiama «diegetic retelling»). Queste tecniche erano all'epoca già utilizzate, oltre che nelle *soap*, anche negli episodi in due parti di serie da *prime time*.

Una delle rarissime eccezioni all'imperativo episodico che ha dominato la prima era della televisione statunitense è stata *Peyton Place* (ABC, 1964-69), il cui successo fu di breve durata ma riuscì comunque a portarla a completare cinque stagioni. La particolarità del caso *Peyton Place*, secondo Robert Thompson, non è tanto nel suo successo, ma proprio nel fatto che fu un caso isolato:

What was unusual about *Peyton Place* was not its commercial success, which might have been expected given the popularity of soaps in the afternoon, but the fact that it wasn't effectively imitated. In its first season [...] *Peyton Place* ended the year in the Nielsen top twenty. Though those ratings were not sustained for long, it still seems strange that more attempts weren't made to bring the soap out after dark. (1996: 33)

Di contro si potrebbe dire che la *soap* è un genere molto esigente produttivamente, tanto che, come ricostruisce Daniela Cardini (2004), il suo passaggio dalla radio alla televisione ebbe bisogno di un periodo di rodaggio: sebbene la prima serie televisiva mai trasmessa fosse proprio una *soap*, *Faraway Hill* (DuMont, 1946), fu solo dopo il 1952 che si riuscì con successo ad adattare la forma al nuovo medium. Va inoltre considerato che il modello di trasmissione della *soap* non è adatto al *prime time*, perché è difficile pensare di rischiare anche una mezz'ora delle preziose tre ore di cui esso è costituito con un unico programma. In più il tempo ha dimostrato che

Il *soapscape* di una determinata cultura è limitato: in Gran Bretagna e in Italia tre programmi importanti esauriscono l'intera offerta, negli Stati Uniti (la cui popolazione è molto più numerosa) sono circa nove i prodotti attualmente in onda, con dati di ascolto costanti. (Cardini 2004: 89)

Da questo punto di vista la serie episodica ha sicuramente un'elasticità maggiore. Eppure, ancora, il successo di molti serial da *Dallas* in poi continua a smentire tutte queste ipotesi. Di nuovo, perché così pochi tentativi sono stati fatti?

Nel suo fondamentale studio sull'industria televisiva, Todd Gitlin (1994) racconta che uno degli scopi principali che si era prefisso sin dall'inizio era quello di capire in che modo un programma passa dall'ideazione alla messa in onda. Intervistando le persone responsabili all'interno dei network, era emerso un complesso processo di selezione in base al quale ogni anno, di circa tremila proposte pervenute in varie

forme, un centinaio venivano scelte per essere sceneggiate, venticinque diventavano *pilot* e da cinque a dieci effettivamente prodotte in serie e trasmesse. L'anno successivo, tra queste, ne sopravvivevano una o due per una seconda stagione. In base a quali principi funzionavano queste selezioni? Quali regole, quali leggi non scritte governavano queste scelte? Ponendo questa domanda ai top manager dei tre network, la risposta che lo studioso ha ottenuto più spesso è stata: «if you figure it out, please let me know» (Gitlin 1994: 17).

Il problema principale dell'industria televisiva, sostiene Gitlin, è che prevedere cosa sarà un successo e cosa no è sostanzialmente impossibile. Per quante tecniche si siano sviluppate per testare un'idea o un *pilot*, resta il fatto che i risultati hanno un'affidabilità piuttosto limitata: il fatto stesso che la percentuale delle serie che falliscono sia così alta lo conferma, e l'industria trabocca di aneddoti su serie che in base ai test non avrebbero dovuto essere prodotte e sono poi diventate enormi successi (*All in the Family*, *Hawaii Five-0*, *Seinfeld*, per dirne qualcuna). La maggior parte delle volte, quindi, la scelta ricade sul manager e sul suo «istinto», ma anche su abitudini e convinzioni prive di un reale fondamento:

To manage the flux of possibilities, the networks breed notions about live or dead genres, doomed formats, cycles that come and go. For instance, one axiom network executives now hear, says Scott Siegler [al momento dell'intervista, Siegler era il vicepresidente del settore *drama development* alla CBS] is that "single-woman leads don't work on hour-long dramatic television. Or science fiction don't work on television. Or black leading man don't work on television, in the hour form. Or the variety genre is dead". (*Ibid*: 19)

Come d'altra parte è ovvio pensare, quindi, non sempre l'industria segue meccanicamente la logica del profitto. O più precisamente, non sempre segue la logica nel cercare il profitto. Le convinzioni dei top manager, le credenze profonde e diffuse nell'ambiente hanno un ruolo determinante nelle scelte che vengono

fatte. Dato che nel CNS i network erano tre e il collo di bottiglia tra ideazione e produzione era strettissimo, in quel periodo queste convinzioni diffuse avevano un potere ancora maggiore.

Negli Stati Uniti la ghettizzazione del serial ha radici molto profonde. Come ha ricostruito Michele Hilmes (2010), fino al 1935 serial come *Just Plain Bill*, *Myrt and Marge*, *The O'Neills* venivano trasmessi nella fascia serale con grande successo. Dall'anno successivo, tuttavia, furono tutti spostati al *daytime*, perdendo molti ascoltatori. Il motivo di questa deportazione, secondo Hilmes, ha poco a che fare sia con ciò che desiderava il pubblico sia con gli imperativi economici. Dopo il Communication Act del 1934, i network stavano cercando di dimostrare di avere in gran considerazione la loro missione di offrire un servizio di qualità, anche a scapito di ciò che era commercialmente più redditizio. I *serial drama*, tradizionalmente pensati per un pubblico femminile e maggiormente centrati sulle relazioni e la vita privata, sembravano in questo contesto la parte più spudoratamente commerciale del palinsesto.

Usually written and produced by women, centered around female characters and female concerns, appealing unambiguously to women as a primary audience (though many men became captivated as well), radio's soap attracted more than their fare of social criticism. (Hilmes 2010: 122)

Nella convinzione che la presenza femminile fosse più consistente nel *daytime* che nel *prime time*, quindi, lo spostamento dei serial nel *daytime* raggiungeva il duplice obiettivo di renderli meno visibili a critica e FCC, ma comunque disponibili per il loro pubblico ideale. Questa suddivisione tra giorno e sera, inoltre, corrispondeva a uno spartiacque tra privato e pubblico, tra narrazioni più frivole, riguardanti problemi sentimentali e personali, e altre più serie, riguardanti problemi sociali e collettivi. Lo stigma associato alla *soap*, quindi, nasce prima che lo stesso termine *soap* fosse ancora in uso, ed è inestricabilmente intrecciato con un pregiudizio più generale sulla letteratura «femminile».

In Gran Bretagna il serial veniva redento e quindi reso accettabile in vari modi: l'ascendenza colta dei «classic serial», che avevano comunque un numero di episodi molto limitato, o il sottofondo educativo e realista, almeno da *The Archers* in poi. Negli Stati Uniti, invece, l'obbligatorietà della lunga durata e la natura commerciale del sistema televisivo impedivano entrambe le opzioni. Le accuse verso la *soap*, dunque, congiunte alle oggettive difficoltà di produzione e programmazione, hanno causato la scomparsa del serial dai palinsesti serali di radio e televisione statunitensi per più di cinquant'anni.

Sarà proprio con l'innesto del serial nella forma della serie classica che nascerà la prima delle «quality series», il germe di una rivoluzione narrativa i cui frutti sono così visibili oggi.

Bibliografia

- Anderson, Christopher, *Hollywood TV: The Studio System in the Fifties*, Austin, University of Texas Press, 1994.
- Anderson, Christopher, "Television Networks and the Uses of Drama." *Thinking Outside the Box: A Contemporary Television Genre Reader*, Ed. Gary R. Edgerton - Brian Geoffrey Rose, Lexington, University Press of Kentucky, 2005: 65–87.
- Barnouw, Erik, *Tube of Plenty: The Evolution of American Television*, New York, Oxford University Press, 1990.
- Barthes, Séverines, "Production et Programmation Des Séries Télévisées", *Décoder Les Séries Télévisées*, Ed. Sarah Sepulchre, Bruxelles, De Boeck, 2011.
- Benassi, Stéphane, *Séries et feuilletons T.V.: pour une typologie des fictions télévisuelles*, Liège, Editions du CEFAL, 2000.
- Boddy, William, *Fifties Television: The Industry and Its Critics*, Champaign, IL, University of Illinois Press, 1992.
- Bolter, Jay David - Grusin, Richard, *Remediation: Understanding New Media*, Cambridge, MA, The MIT Press, 2000.
- Brancato, Sergio, *Senza fine: immaginario e scrittura della fiction seriale in Italia*, Napoli, Liguori, 2007.
- Buonanno, Milly, *Le formule del racconto televisivo: la sovversione del tempo nelle narrative seriali*, Milano, Sansoni, 2002.
- Cardini, Daniela, *La lunga serialità televisiva: origini e modelli*, Roma, Carocci, 2004.
- Casetti, Francesco, *Tra me e te. Strategie di coinvolgimento dello spettatore nei programmi della neotelevisione*, Torino, RAI-ERI, 1988.
- Cooke, Lez, *British Television Drama: A History*, London, BFI, 2003.
- Creeber, Glen, *Small Screen Aesthetics: From Television to the Internet*. London, BFI, 2013.
- Eco, Umberto, "Tipologia della ripetizione", *L'immagine al plurale: serialità e ripetizione nel cinema e nella televisione*, Ed. Francesco Casetti, Venezia, Marsilio, 1984.

- Eco, Umberto, *Sette anni di desiderio*, Milano, Bompiani, 2012.
- Ellis, John, *Visible Fictions: Cinema, Television, Video*, London-New York, Routledge, 1992.
- Ellis, John, *Seeing Things: Television in the Age of Uncertainty*. London-New York, I.B. Tauris, 2000.
- Ellis, John, "La televisione", *Enciclopedia Treccani, Eredità Del Novecento*, Roma, Enciclopedia Italiana Treccani, 2001.
- Escola, Marc. 2008. "Le clou de Tchekhov. Retours sur le principe de causalité régressive."
http://www.fabula.org/atelier.php?Principe_de_causalite_regressive.
- Everett, Anna, "Golden Age of Television", *Encyclopedia of Television*, Ed. Horace Newcomb, Museum of Broadcast Communication, 2005. <http://www.museum.tv/eotv/goldenage.htm>.
- Feuer, Jane, "Quality Drama in the US: The New 'Golden Age'?", *The Television History Book*, Ed. Michele Hilmes, 98–102. London, BFI, 2003.
- Gitlin, Todd, *Inside Prime Time*, London, Routledge, 1994.
- Hendy, David, "Television's Prehistory: Radio." *The Television History Book*, Ed. Michele Hilmes, London, BFI, 2003.
- Hilmes, Michele, *Only Connect: A Cultural History of Broadcasting in the United States*. Belmont, CA, Cengage Learning, 2010.
- Jacobs, Jason, *The Intimate Screen: Early British Television Drama*, Oxford, Oxford University Press, 2000.
- Jacobs, Jason, "Experimental and Live Television in the US", *The Television History Book*, Ed. Michele Hilmes, London, BFI, 2003.
- Lotz, Amanda D., *The Television Will Be Revolutionized*, New York, NYU Press, 2007.
- Marc, David, *Television in the Antenna Age: A Concise History*, Malden, MA, Wiley-Blackwell, 2004.
- Marc, David - Thompson, Robert J., *Prime Time, Prime Movers: From I Love Lucy to L.A. Law - America's Greatest TV Shows and the People Who Created Them*, Syracuse, N.Y, Syracuse University Press, 1995.

- Mittell, Jason, "The 'Classic Network System' in the US", *The Television History Book*, Ed. Michele Hilmes, London, BFI, 2003: 44–49
- O'Dell, Cary, "Kinescope", *Encyclopedia of Television*, Ed. Horace Newcomb, Museum of Broadcast Communication, 2005.
<http://www.museum.tv/eotv/kinescope.htm>
- Newcomb, Horace, *TV: The Most Popular Art*, Garden City, N.Y., Anchor Press, 1974.
- Rogers, Marc C. - Epstein, Michael M. - Reeves, Jimmie L., "The Sopranos as HBO Brand Equity: The Art of Commerce in the Age of Digital Reproduction", *This Thing of Ours. Investigating The Sopranos*, Ed. David Lavery, New York, Columbia University Press, 2002.
- Rossini, Gianluigi, "Scrittori di televisione. L'autorialità nella serie episodica", *Quaderni di Arabeschi*, in corso di stampa.
- Serling, Rod, *Patterns: Four Television Plays with the Author's Personal Commentaries*, New York, Bantam, 1957a.
- Serling, Rod, "Tv in the Can vs. Tv in the Flesh." *New York Time Magazine*, November 24, 1957b.
- Spigel, Lynn, *Make Room for TV: Television and the Family Ideal in Postwar America*, Chicago, University of Chicago Press, 1992.
- Stempel, Tom, *Storytellers to the Nation: A History of American Television Writing*, Syracuse, N.Y., Syracuse University Press, 1996.
- Thompson, Robert J., *Television's Second Golden Age: From Hill St. Blues to ER*, New York, Continuum, 1996.
- Watsko, Janet, "Hollywood and Television in the 1950s: The Roots of Diversification", *The Classical Hollywood Reader*, Ed. Steve Neale, New York, Routledge, 2012: 370–88.
- Williams, Raymond, *Television: Technology and Cultural Form*, London, Fontana, 1974, trad. it *Televisione: tecnologia e forma culturale*, Roma, Editori riuniti, 2000.

L'autore

Gianluigi Rossini

Gianluigi Rossini è dottorando presso l'Università di L'Aquila.

Email: g.rossini.it@gmail.com

L'articolo

Data invio: gg/mm/aaaa

Data accettazione: gg/mm/aaaa

Data pubblicazione: gg/mm/aaaa

Come citare questo articolo

Rossini, Gianluigi, "La serie classica: istituzioni televisive e forme narrative", *Between*, IV.8 (2014), <http://www.Between-journal.it/>