

IMAGO 32



Studi di cinema e media

CINEMA E PUBBLICO RELOADED

Vittorio Spinazzola e gli studi sull'industria del film

a cura di Francesca Cantore, Andrea Minuz



Roma Tre Press
2026

Anno XVI - n. 32

Secondo semestre 2025

Dossier

Cinema e pubblico reloaded. Vittorio Spinazzola e gli studi sull'industria del film

Rivista semestrale promossa e curata da

Dipartimento di Storia, Antropologia, Religioni, Arte, Spettacolo, Sapienza Università di Roma

Dipartimento di Filosofia, Comunicazione e Spettacolo, Università Roma Tre

Fondata da Paolo Bertetto e Giorgio De Vincenti

Direttori Andrea Minuz, Stefania Parigi

Direttore responsabile Enrico Menduni

Comitato direttivo Alessandro Canadè, Enrico Carocci, Valerio Coladonato, Roberto De Gaetano, Ilaria A. De Pascalis, Mauro Di Donato, Damiano Garofalo, Lorenzo Marmo, Emiliano Morreale, Marta Perrotta, Veronica Pravadelli, Ivelise Perniola, Giacomo Ravesi, Elio Ugenti, Christian Uva

Comitato scientifico Lucilla Albano (Università Roma Tre), Giaime Alonge (Università degli Studi di Torino), Silvio Alovio (Università degli Studi di Torino), Jacques Aumont (Université Sorbonne Nouvelle Paris 3, EHESS), Raymond Bellour (CNRS, Paris), Paolo Bertetto (Università La Sapienza), Lucia Cardone (Università degli Studi di Sassari), Giulia Carluccio (Università degli Studi di Torino), Antonio Catolfi (Università per Stranieri di Perugia), Antonio Costa (Università IUAV di Venezia), Elena Dagrada (Università di Bologna), Antoine de Baccque (Université Paris Ouest Nanterre La Defense), Giorgio De Vincenti (Università Roma Tre), Mary Ann Doane (University of California – Berkeley), Richard Dyer (King's College, London), Giulia Fanara (Università La Sapienza), Uta Felten (Universitat Leipzig), David Forgacs (New York University), Jesús González Requena (Universidad Complutense de Madrid), Román Gubern (Universitat Autònoma de Barcelona), E. Ann Kaplan (State University of New York – Stony Brook), Sandra Lischi (Università di Pisa), Giacomo Manzoli (Università di Bologna), James Naremore (Indiana University), Guglielmo Pescatore (Università di Bologna), Laurence Schifano (Université Paris Ouest Nanterre La Défense), Pierre Sorlin (Université Sorbonne Nouvelle Paris 3), Giorgio Tinazzi (Università degli Studi di Padova), Anita Trivelli (Università degli Studi “G. D’Annunzio” Chieti-Pescara), Vito Zagarrìo (Università Roma Tre)

Caporedattori Ilaria A. De Pascalis, Pietro Masciullo

Comitato di redazione Vincenzo Altobelli, Anja Boato, Silvia Campisano, Francesca Cantore, Mattia Cinquegrani, Valerio Coladonato, Luana Fedele, Matteo Santandrea, Raffaella Tartaglia, Elio Ugenti, Arianna Vergari

Cura editoriale e impaginazione

teseo  editore Roma teseoeditore.it

Elaborazione grafica della copertina

MOSQUITO  mosquitoroma.it

Edizioni **Roma TrE-Press**®

ISSN 2038-5536

<http://romatrepress.uniroma3.it>

Quest'opera è assoggettata alla disciplina Creative Commons attribution 4.0 International Licence (CC BY-NC-ND 4.0) che impone l'attribuzione della paternità dell'opera, proibisce di alterarla, trasformarla o usarla per produrre un'altra opera, e ne esclude l'uso per ricavarne un profitto commerciale.



L'attività della **Roma TrE-Press** è svolta nell'ambito della
Fondazione Roma Tre-Education, piazza della Repubblica 10, 00185 Roma.

La peer review per i numeri 31 e 32 è stata effettuata da:

Vincenzo Altobelli, Fabio Andreazza, Claudio Bisoni, David Bruni, Simona Busni, Francesca Cantore, Alessia Cervini, Mattia Cinquegrani, Valerio Coladonato, Mariapia Comand, Ilaria A. De Pascalis, Elisa Farinacci, Damiano Garofalo, Mimmo Gianneri, Elena Gipponi, Mariachiara Grizzaffi, Dominic Holdaway, Stefano Locati, Denis Lotti, Jennifer Malvezzi, Anton Giulio Mancino, Luca Mazzei, Pietro Masciullo, Alma Mileto, Emiliano Morreale, Giulia Muggeo, Paolo Noto, Mariangela Palmieri, Annalisa Pellino, Ivelise Perniola, Mariapaola Pierini, Gabriele Rigola, Rosamaria Salvatore, Massimiliano Tortora, Simone Venturini, Federico Vitella, Martina Zanco, Federico Zecca

IL PROGETTO ROMA TRE-PRESS

Il progetto della Roma TrE-Press nasce nel 2013 ed inizia la sua attività all'interno del Sistema Bibliotecario di Ateneo.

Vengono avviate le prime Collane e Riviste di Ateneo. Fin dall'inizio il progetto ha scelto la strada dell'open access: opere scientifiche realizzate in formato digitale ed accessibili a chiunque, dovunque, sempre.

Le ragioni sono le stesse che spingono altre università europee: la ricerca accademica è finanziata da risorse pubbliche; occorre che i suoi risultati siano accessibili a tutti, senza onerose intermediazioni; ciò è reso possibile dalle tecnologie digitali; rientra nella "terza missione" delle università diffondere al pubblico più largo i suoi prodotti sia didattici che scientifici; ma è anche un'esigenza di contenimento dei costi dettata dalle crescenti ristrettezze di bilancio.

Nel primo quinquennio (2013/2017) la Roma TrE-Press pubblica quasi 100 volumi. La crescente richiesta dei ricercatori dell'Ateneo e il successo dell'iniziativa (oltre 150.000 downloads) suggeriscono agli organi di Ateneo di affidare, a partire dall'autunno 2018, l'attività di e-press alla Fondazione Roma Tre Education.

Le linee guida della Roma TrE-Press sono:

- La piena autonomia scientifica dei Dipartimenti e dei Centri di Ateneo nella scelta di che cosa pubblicare, con un forte incoraggiamento verso procedure di assicurazione della qualità secondo le migliori prassi recepite dalle comunità scientifiche di riferimento.
- L'apertura verso autori e istituzioni non appartenenti all'Università Roma Tre, secondo logiche di aggregazione e di promozione della ricerca di qualità.
- Il plurilinguismo, non solo come esigenza culturale ma anche come strumento di coesione e collaborazione internazionale.
- La cura – affidata alla responsabilità della Roma TrE-Press – della linea grafica (copertine e impaginazione), secondo la secolare tradizione del libro come prodotto anche estetico ed artistico.
- La promozione del movimento verso una generale politica di open access che coinvolga anche altre istituzioni accademiche italiane e straniere in coerenza con il dettato dell'art. 9 della nostra Costituzione: "*La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica*".

LA SQUADRA DELLA ROMA TRE-PRESS È COSÌ COMPOSTA

prof. Vincenzo Zeno-Zencovich (*Delegato di Ateneo per l'e-press*)

prof.ssa Nazarena Patrizi (*Responsabile editoriale*)

prof. Sirio Zolea (*Delegato per i rapporti internazionali*)

dott. Ivan Guiducci (*Webmaster*)

Alessandro Riboldi (*Collaboratore informatico*)

Indice

DOSSIER

Cinema e pubblico reloaded. Vittorio Spinazzola e gli studi sull'industria del film

a cura di Francesca Cantore e Andrea Minuz

- Vittorio Spinazzola e Cinema e pubblico. Un'eredità da raccogliere* 13
Francesca Cantore e Andrea Minuz
- «E lasciateci divertire!». La narrativa come 'antidoto' nella critica di Vittorio Spinazzola* 21
Gianni Turchetta
- Sciolto dal giuramento. L'esperienza di Film, 1961-1964* 35
Alberto Pezzotta
- Alcune questioni di democrazia cinematografica. Vittorio Spinazzola e i primi studi culturali* 51
Mauro Giori
- I figli di qualcuno. Vittorio Spinazzola e l'«operazione Matarazzo»* 65
Matteo Macaluso
- Cinema e pubblico reloaded: rileggere il superspettacolo con le Digital Humanities. Industria, autorialità e cultura* 83
Luana Fedele
- La crisi del 1956 e la produzione dei 'supercolossi'. Nuove fonti di studio* 103
Cosimo Tassinari
- «Una verità inafferrabile e d'altronde scontata». Alberto Sordi come inconscio politico della storia repubblicana: genealogia e modelli* 119
Gianni Crippa
- Il punto centrale di crisi del neorealismo? Roberto Rossellini nelle pagine di Cinema e pubblico* 133
Elena Dagrada
- Non c'è rosa senza Spina(zzola). Vittorio Spinazzola e la fenomenologia del neorealismo rosa* 149
Francesco D'Asero
- Pubblico e/o popolo. Spinazzola vs. Asor Rosa* 169
Giacomo Manzoli

SAGGI

- Rai: 'di tutto, di tutti'? Rappresentazioni inclusive nelle serie Rai tra streaming e prime time* 185
Paola Brembilla e Stefano Guerini Rocco
- A racist movie in the United States, a progressive masterpiece in Italy? The American and Italian critical receptions of The Blues Brothers (1980)* 203
Stefano Darchino

FOCUS

- Mother o delle asincronie della luce. Robert Wilson in dialogo con Michelangelo* 221
Mattia Cinquegrani
- Cos'è la teoria? Intorno a Teorie del film documentario di Oliver Fable* 227
Daniele Dottorini
- Corpi e spazi nei media immersivi. Il caso Venice Immersive 2005* 233
Anja Boato

Rai: ‘di tutto, di tutti’?

Rappresentazioni inclusive nelle serie Rai tra streaming e *prime time*

Paola Brembilla e Stefano Guerini Rocco*

ABSTRACT

Netflix e altre piattaforme OTT hanno trasformato il panorama mediatico italiano attraverso approcci innovativi alla diversità, equità e inclusione (DEI). In questo contesto, la Rai cerca di adattarsi ai cambiamenti socio-culturali e alla concorrenza delle piattaforme di streaming, integrando i temi della DEI nelle proprie produzioni seriali. La Rai affronta per una doppia sfida: soddisfare il pubblico tradizionale della prima serata e attrarre una fascia demografica più giovane e progressista, attraverso RaiPlay. L'analisi di tre casi di studio – *Le indagini di Lolita Lobosco* (Rai1, 2021-), *5 minuti prima* (RaiPlay, 2022) e *Un professore* (Rai1, 2021-) – evidenzia il netto divario tra la programmazione di prima serata della Rai e le narrazioni più progressiste e inclusive. In questo modo si fa luce su come il duplice approccio della Rai rifletta tensioni più ampie tra tradizione e innovazione.

Parole-chiave. Rai; Fiction; Diversità; Inclusione; Pubblico

Netflix and other OTT platforms have reshaped the Italian media landscape through innovative approaches to diversity, equity, and inclusion (DEI). Meanwhile Rai is navigating the current socio-cultural shifts and the streamers' new competitive pressures by striving to integrate DEI themes into its serial productions. In doing so, Rai faces the dual challenge of catering to its traditional prime-time audience while appealing to the younger, more progressive demographic drawn to RaiPlay. Examining three case studies – *Le indagini di Lolita Lobosco* (Rai1, 2021-), *5 minuti prima* (RaiPlay, 2022) and *Un professore* (Rai1, 2021-) – this paper highlights the stark divide between Rai's prime-time programming and the more progressive, inclusive storytelling. This analysis sheds light on how Rai's dual approach reflects broader tensions between tradition and innovation.

Keywords. Rai; Fiction; Diversity; Inclusion; Audience

* Paola Brembilla, Università di Bologna, p.brembilla@unibo.it; Stefano Guerini Rocco, Università di Bologna, stefano.guerinirocco@unibo.it.

Autrice e autore hanno condiviso il contenuto dell'intero articolo. Paola Brembilla ha scritto l'introduzione e i paragrafi: L'impatto di Netflix Italia; Qualcosa è cambiato?; Stefano Guerini Rocco i paragrafi: Prime time e pubblico generalista: il caso *Le indagini di Lolita Lobosco*; Streaming e pubblico giovanile: il caso *5 minuti prima*; Tra *ship slash* e bicancellazione: il caso *Un professore*. Le conclusioni sono state scritte congiuntamente.

L'articolo è uno dei risultati della ricerca finanziata nell'ambito del progetto PRIN 2022 PNRR *WokeIt. Investigating Representation, Inclusivity, and Social Responsibility in Rai's Fictional Audiovisual Productions (2015-2022)*.

Introduzione

Il potenziale della serialità televisiva di costruire, decostruire e ricostruire un ‘senso comune’ della vita quotidiana¹ le conferisce un fondamentale valore sociale, rendendola un veicolo chiave per far percepire, conoscere e, talvolta, interiorizzare certi fenomeni sociali, contribuendo anche a cambiamenti nella società. È in questo contesto che anche la fiction italiana, in particolare quella Rai, si trova oggi ad affrontare sfide inedite legate alla necessità di rispecchiare meglio la complessità della società contemporanea. Temi come immigrazione, integrazione, equità e inclusione, che fino a pochi anni fa erano marginali o assenti nel racconto televisivo nostrano, stanno lentamente emergendo come nuove priorità. Questo processo è accelerato dall’arrivo delle piattaforme di streaming internazionali, che hanno trasformato il panorama mediale, imponendo modelli narrativi e produttivi non solo più aperti alla diversità, ma che sui temi di *diversity, equity & inclusion* (DEI) fondano le loro policy.

In questo quadro, il presente studio si propone di analizzare come la Rai stia reinterpretando il proprio ruolo alla luce delle sfide poste dai cambiamenti sociali e dal consolidamento delle piattaforme di streaming. Il focus principale è sulle strategie di rappresentazione dei temi di DEI nelle produzioni seriali del servizio pubblico, con un confronto tra contenuti destinati al pubblico generalista della programmazione lineare e contenuti sviluppati per il pubblico più giovane della piattaforma digitale RaiPlay. Attraverso l’analisi di tre casi di studio, l’articolo esplora le tensioni e i compromessi tra tradizione e innovazione, nonché il loro impatto sulla costruzione di narrazioni inclusive.

La scelta delle tre serie non è casuale, in quanto ciascuna rappresenta un differente approccio alla rappresentazione di DEI. *Le indagini di Lolita Lobosco* (2021-), rivolta al pubblico tradizionale di Rai1, affronta con cautela tematiche legate alla diversità, rimanendo legata a linguaggi e sensibilità più conservatori. *5 minuti prima* (2022), sviluppata come esclusiva RaiPlay, si presenta come un prodotto sperimentale che mira a conquistare la Generazione Z attraverso storie progressiste e intersezionali. Infine, *Un professore* (Rai1, 2021-) occupa una posizione intermedia, tentando di rivolgersi tanto al pubblico generalista quanto a quello giovane, ma generando dinamiche complesse di ricezione critica. Questa

¹ Cfr. M. BUONANNO, *Leggere la fiction. «Narrami o diva rivisitata»*, Liguori, Napoli 1996, p. 25.

articolazione consente di riflettere non solo sul presente della fiction Rai, ma anche sulle prospettive future del servizio pubblico, in bilico tra esigenze di mercato e responsabilità sociale.

L'impatto di Netflix Italia

«For television studies, but also for society and creative industries, it is worth pondering about the consequences such branding of diversity might have at the local level: will (should) Netflix really become the benchmark of the industry?»². Con questa domanda, A. Asmar, T. Raats e L. Van Haudenhove chiudono un articolo sulle strategie transnazionali di Netflix fondate su DEI. E la questione, in effetti, è rilevante anche per il mercato italiano.

Quando Netflix ha aperto in Italia nel 2015 ha portato con sé non solo il modello distributivo delle piattaforme *over-the-top* (OTT)³, ma anche ciò che M. Jenner chiama un «neoliberal system of customer demand»⁴: un sistema di politiche DEI, apparentemente transnazionali, ma perlopiù tarate su sensibilità statunitensi. Non un fenomeno nuovo, infatti la stessa Jenner parla dell'OTT in termini di «re-invention of television»⁵ poiché negli USA le politiche di Netflix rientrano in una più ampia strategia di distacco e innovazione dal *broadcasting* inteso come sistema 'vecchio', in quella logica di *disruption* tecnologica e rivoluzione culturale che già era al centro della produzione *quality* di molte reti via cavo e che puntava a un segmento di pubblico giovane, progressista, pagante⁶.

È interessante come questa politica abbia effettivamente investito anche i modi di produzione, racconto e rappresentazione locali, che si 'devono' confor-

² A. ASMAR, T. RAATS, L. VAN HAUDENHOVE, *Streaming difference(s): Netflix and the Branding of Diversity*, in «Critical Studies in Television», n. 1, 2023, p. 37.

³ Cfr. P. BREMBILLA, *It's All Connected. L'evoluzione delle serie TV statunitensi*, Franco Angeli, Milano 2018; A. LOTZ, *Netflix and Streaming Video: The Business of Subscriber-Funded Video on Demand*, Polity Press, Cambridge 2022.

⁴ M. JENNER, *Netflix and the Re-Invention of Television*, Palgrave MacMillan, Cham 2018, p. 177.

⁵ Cfr. *Ivi*.

⁶ Cfr. *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*, a cura di K. Akass, J. McCabe, IB Tauris, Londra 2007; M.Z. NEWMAN, E. LEVINE, *Legitimizing Television: Media Convergence and Cultural Status*, Routledge, New York 2012.

mare a tali esigenze per restare competitivi. In Italia, come in altri Paesi⁷, Netflix ha prima di tutto stipulato accordi di distribuzione ma anche di co-produzione con i *player* locali⁸. In questo senso, va sottolineato che:

[w]hile the streamer collaborates extensively with domestic legacy players, it clearly differentiates itself from them. This dual strategy allows Netflix to maintain preferential partnership(s) (most notably with local producers) essential to its integration into local markets while directly putting pressure on local industries by taking advantage of national and/or cultural debates⁹.

Il catalogo delle serie originali di Netflix Italia mostra questa 'localizzazione' di politiche statunitensi, soprattutto per quanto riguarda la rappresentazione di DEI. Possiamo rintracciare gli esempi più emblematici in quella che Luca Barra definisce la «(re)discovery of teen drama with a local sensibility»¹⁰. Il genere del *teen drama*, infatti, si presta naturalmente all'incorporazione di tematiche attuali, care ai giovani e di forte impatto socioculturale. Ad esempio, *Skam Italia* (TIMvision-Netflix, 2018-), adattamento dell'omonima serie norvegese, si è affermata come un manifesto della Generazione Z italiana affrontando temi come, fra gli altri, l'orientamento sessuale, la malattia mentale, l'esperienza delle seconde generazioni¹¹. *Zero* (Netflix, 2021), il cui protagonista è un giovane italiano afrodiscen-

⁷ Cfr. A. AFILIPOAIE, C. IORDACHE, T. RAATS, *The 'Netflix Original' and What It Means for the Production of European TV Content*, in «Critical Studies in Television», n. 3, pp. 304-325.

⁸ Cfr. L. BARRA, P. NOTO, *Casual Films Inside a Bigger Strategy: Investigating the Film Production Agreement Between Mediaset and Netflix*, in *European Cinema in the Streaming Era Policy, Platforms, and Production*, a cura di C. Meir, R. Smits, Palgrave Macmillan, Cham 2024, pp. 239-257; L. BARRA, *Dark Narratives or Sunny Stories? Appropriating Global Teen Drama in Italian Netflix Originals*, in *Streaming Video. Storytelling Across Borders*, a cura di A.D. Lotz, R. Lobato, New York University Press, New York 2023, pp. 248-263.

⁹ ASMAR, RAATS, VAN HAUDENHOVE, *Streaming difference(s): Netflix and the Branding of Diversity*, in «Critical Studies in Television», cit., p. 35.

¹⁰ BARRA, *Dark Narratives or Sunny Stories?*, cit., p. 249.

¹¹ Cfr. S. ANTONIONI, L. BARRA, C. CHECCAGLINI, *SKAM Italia did it again. The multiple lives of a format adaptation from production to audience experience*, in «Critical Studies in Television», n. 4, 2021, pp. 433-454.

dente che ha il simbolico superpotere di diventare invisibile, affronta temi come il razzismo, l'esclusione sociale e il senso di appartenenza, elementi centrali nell'esperienza quotidiana di molti giovani di origine straniera in Italia¹². O ancora *Summertime* (Netflix, 2020-2022), *drama* romantico ambientato sulla riviera romagnola che, pur nel solco del genere, si distingue per la scelta di una protagonista afro-italiana. Su questo va però riportato quanto dichiarato dallo sceneggiatore E. Audenino: «In *Summertime*, the character is crucial: we cast a girl of color, a second-generation Italian, although we didn't address the issue directly. It is aspirational – although you're writing for Italy, there's the rest of the world beyond»¹³. Qui la *diversity* non è quindi davvero tematizzata, ma comunque ritenuta «aspirational», poiché è proprio la protagonista a rappresentare e mettere in primo piano «the world beyond». Ciò che Netflix sembra avere contribuito a popolarizzare, infatti, è anche la localizzazione di un approccio alla rappresentazione delle 'minoranze' che si poggia sul concetto di *meaningful diversity*: al contrario di stereotipizzazione o tokenismo, qui le minoranze sono personaggi complessi, stratificati, con il potere di muovere e portare avanti la narrazione in maniera significativa¹⁴.

Se guardiamo alla produzione originale italiana degli altri *streamers*, notiamo un *pattern* simile per quanto riguarda le politiche di DEI. Disney+ ha in catalogo *Le fate ignoranti* (2022), serie ispirata all'omonimo film del 2001 di Ferzan Özpetek, di cui mantiene l'essenza del racconto tenendo al centro una comunità queer vivace e complessa. La prima serie hit italiana di Prime Video è *Prisma* (2022-2024), dagli stessi creatori di *Skam Italia*, che attraverso un gruppo di adolescenti affronta temi come l'identità di genere, l'orientamento sessuale, la disabilità, il disagio mentale e il senso di appartenenza. Sulla scia di Netflix Italia, anche Disney+ e Prime Video sembrano rispondere alla domanda che ci siamo posti all'inizio e mostrare che la piattaforma può essere vista come un *benchmark* per le altre OTT. Ma lo è anche per i broadcaster nazionali?

¹² Cfr. D. PAUL, *Between Invisibility and Hypervisibility: Race, Genre, and Politics in Summertime and Zero*, in «Italian Culture», n. 1, 2024, pp. 64-82.

¹³ E. AUDENINO, in L. BARRA, *Dark Narratives or Sunny Stories?*, cit., p. 261.

¹⁴ Cfr. M. BELTRÁN, *Meaningful Diversity: Exploring Questions of Equitable Representations on Diverse Ensemble Cast Shows*, in Flow, 27 agosto 2010, <www.flowjournal.org/2010/08/meaningful-diversity/> (ultima consultazione: 4 gennaio 2025).

Qualcosa è cambiato?

Nel contratto di servizio Rai 2018-2022, il primo dopo l'arrivo di Netflix in Italia, emergono punti interessanti riguardo al nostro oggetto di studio. Nell'articolo 2, si assicura un'offerta di servizio pubblico improntata su diversi principi, fra cui:

avere cura di raggiungere le diverse componenti della società, prestando attenzione alla sua articolata composizione in termini di genere, generazioni, identità etnica, culturale e religiosa, nonché alle minoranze e alle persone con disabilità, al fine di favorire lo sviluppo di una società inclusiva, equa, solidale e rispettosa delle diversità [...] Diffondere i valori dell'accoglienza e dell'inclusione, del rispetto della legalità e della dignità della persona¹⁵.

Effettivamente, tale mandato è prima di tutto riscontrabile nei contenuti della nuova articolazione digitale del servizio pubblico – e non a caso, nel contratto, si propone anche un rafforzamento di tale apparato.

La Rai ha potenziato la sua offerta di streaming su diversi fronti; da una parte, ha iniziato a concedere in licenza le sue serie più promettenti e di successo a piattaforme come Netflix, Disney+ e Paramount+, aumentando la loro visibilità con risultati positivi anche sul *broadcasting* stesso – si pensi al celebre caso di *Mare Fuori* (Rai 2-RaiPlay, 2020-)¹⁶. Dall'altra, ha consolidato la propria offerta digitale

¹⁵ *Contratto di Servizio Rai 2018-2022*, art. 2, punti 2.1.b, 2.2.6, in Rai.it <https://www.rai.it/dl/doc/1607970429668_Contratto%20di%20servizio%202018-2022.pdf> (ultima consultazione: 4 gennaio 2025). Nel contratto di servizio 2023-2028, gli articoli sono riformulati e i principi DEI restano ma sembrano 'diluiti' in punti più generici in cui si parla di un'offerta complessiva «accessibile a tutti, non discriminatoria» (art. 2.1), improntata ai principi di «rispetto della dignità della persona umana, delle diversità, della convivenza civile [...] del contrasto a ogni forma di violenza, discriminazione e discorsi d'odio». (art. 2.2). Si parla esplicitamente di «inclusività sociale» solo in relazione allo sport: «diffondere e incoraggiare lo sport e gli stili di vita sani e responsabili, valorizzandone gli aspetti di inclusività sociale» (art. 2.3.f). MINISTERO DELLE IMPRESE E DEL MADE IN ITALY, *Contratto di servizio 2023-2038*, in Rai.it, <https://www.rai.it/dl/doc/1720444267130_Contratto%20di%20servizio%202023-2028.pdf> (ultima consultazione: 4 gennaio 2025).

¹⁶ Cfr. C. COLACURCIO, *Fenomeno Mare Fuori, i numeri del boom in streaming*, in *Annuario della TV*, 2 febbraio 2024, <<https://annuariodellatv.it/articoli/fenomeno-mare-fuori-i-numeri-del-boom-in-streaming>> (ultima consultazione: 4 gennaio 2025).

attraverso la produzione di contenuti *online-first*¹⁷, le cosiddette 'esclusive RaiPlay'. Come recita il sito Rai:

RaiPlay è la piattaforma digitale di destinazione per prodotti originali per assecondare le nuove tendenze personalizzate del consumo e rivolgersi a segmenti di pubblico in uscita dall'area generalista o che non la frequentano, in particolare i giovani. Dunque, un'offerta che spinge su tematiche dedicate con titoli di genere *coming of age*, contaminazioni, formati brevi e linguaggi familiari a chi naviga on line¹⁸.

Le produzioni per RaiPlay, infatti, sono vicine ai gusti e alle sensibilità degli spettatori della Generazione Z, esplorando temi come l'identità, l'appartenenza e l'attivismo sociale, con cast inclusivi e trame che riflettono le esperienze e le preoccupazioni dei giovani di oggi. L'esempio di Netflix, del resto, ha dimostrato come questo pubblico, identificato con la Generazione Z ma anche con i *Millennials*, sia una delle nicchie di mercato più solide e attive degli utenti dei servizi SVOD¹⁹. E che l'offerta di contenuti a esso dedicati abbia costituito un vantaggio competitivo, permettendo una maggiore penetrazione della piattaforma nel contesto mediale nazionale²⁰.

Se però è vero che la Rai deve cercare di recuperare l'attenzione del pubblico più giovane, è altrettanto vero che non può permettersi di ignorare l'importanza della programmazione lineare e di quel pubblico adulto che continua a generare ascolti significativi sui canali televisivi. Guardando all'offerta generalista, è possibile notare come, negli ultimi dieci anni, ci sia stata comunque una (almeno apparente) ridefinizione dell'identità di Rai Fiction, che ha unito alle sue produzioni più tradizionali anche nuove serie con un'inedita attenzione ai temi DEI. II

¹⁷ Si veda il report legato al progetto di ricerca PSM-AP. Cfr. M. SCAGLIONI, A. NUCCI, M. GALLI, *Italian policy brief: La transizione digitale del Servizio pubblico in Italia*, in PSM-AP, 2024, <<https://psm-ap.com/italian-policy-brief-la-transizione-digitale-del-servizio-pubblico-in-italia/>> (ultima consultazione il 4 gennaio 2025).

¹⁸ *La fabbrica delle storie*, in Rai.it, <<https://www.rai.it/portale/La-fabbrica-delle-storie-86dc82f3-3f7a-4f7a-9b06-bf21e4185832.html>> (ultima consultazione: 4 gennaio 2025).

¹⁹ Cfr. E. BECATTINI, *When We Were Young. Netflix and the Teen Audience*, in «Comunicazioni Sociali», n. 2, 2018, pp. 207-217.

²⁰ Cfr. L. BARRA, *Dark Narratives or Sunny Stories?*, cit.

monitoraggio sul *Pluralismo di temi, soggetti e narrazione nella programmazione della Rai*, realizzato da CARES-Osservatorio di Pavia nel 2019, ha evidenziato un incremento dell'attenzione su temi come l'orientamento sessuale e la disabilità, mentre restano sotto-rappresentati i personaggi di origine 'etnica' non occidentale²¹, tranne in pochi casi che mettono in primo piano personaggi non bianchi, inserendoli in ruoli fino ad allora preclusi e mostrando modalità di rappresentazione più stratificate che in passato²². Guardando però alle linee editoriali per la produzione di fiction Rai, osserviamo che, per contrasto a quanto richiesto per Rai2 e Rai3, Rai1 rimane uno spazio perlopiù tradizionalista e, quindi, 'sicuro'. Per Rai2, infatti, si parla di «offerta fuori schema che si sposta rispetto agli equilibri generalisti, affrontando tematiche e contenuti non convenzionali» e per Rai3 si menzionano «vicende sociali e problematiche attuali»; per Rai1 si richiedono invece i generi tradizionali di maggiore successo (eventi, poliziesco, *true crime*, biopic, *period drama*, commedia) fra i quali spicca solo un «dramedy al femminile»²³. In che modo, allora, i temi DEI sono rappresentati in questo scenario?

Prime time e pubblico generalista: il caso Le indagini di Lolita Lobosco

La prima serie in esame è *Le indagini di Lolita Lobosco*, tratta dal ciclo di romanzi di Gabriella Genisi e in onda dal 2021 in *prime time* su Rai1. Protagonista della serie è Luisa Ranieri nel ruolo della vicequestora di Bari, presentata come unica donna in un ambiente esclusivamente maschile, ma capace di non rinunciare alla propria femminilità – ad esempio, la regia indugia spesso sul fatto che indossi sempre i tacchi alti. Si tratta di una serie che si inserisce a pieno titolo del florido filone del *crime* europeo e soprattutto del *crime* al femminile²⁴ che, in virtù di un solido riscontro di pubblico, trova eco in molte altre produzioni affini come *Imma*

²¹ Cfr. M. MALCHIODI, *Monitoraggio sul Pluralismo Sociale: la fiction Rai*, in Osservatorio di Pavia, 4 dicembre 2020, <<https://www.osservatorio.it/monitoraggio-sul-pluralismo-sociale-nella-fiction-rai/>> (ultima consultazione: 4 gennaio 2025).

²² Cfr. S. CASOLI, *Personaggi tra giallo e noir. La diversità etnica nella serialità televisiva crime italiana*, in «Scritture migranti», n. 15, 2021, pp. 41-63.

²³ *La fabbrica delle storie*, cit.

²⁴ Per un approfondimento su questi temi, si faccia riferimento all'ampia produzione accademica legata ai progetti di ricerca DETECt – Detecting Transcultural Identity in European Popular Crime Narratives e Atlante del giallo – Storia dei media e cultura popolare in Italia (1954-2020).

Tataranni – Sostituto procuratore (Rai1, 2019-), *Blanca* (Rai1, 2021-), *Mina Settembre* (Rai1, 2021-), *I casi di Teresa Battaglia* (Rai1, 2023-).

Dal punto di vista di questa indagine, *Lolita Lobosco* risponde pienamente alle linee editoriali promosse per le fiction di Rai1 – fiction cioè capaci di proporre «storie popolari, forti sul piano valoriale, che si rivolgano a tutte le fasce del pubblico», citando direttamente le *Linee Guida per la presentazione di progetti audiovisivi* pubblicate sul sito della Rai²⁵. Fiction, quindi, che devono raggiungere un pubblico ampio, generalista, principalmente anziano, con una buona componente femminile e con un livello non particolarmente alto di scolarizzazione²⁶. Si tratta di un pubblico tendenzialmente conservatore e tradizionalista, che non dimostra una particolare attenzione o sensibilità ai temi della *diversity & inclusion* – come invece, vedremo tra poco, è incline a fare il pubblico giovanile²⁷. E, infatti, coerentemente con questa tendenza, in *Lolita Lobosco* i temi della *diversity* non sono centrali, e quando compaiono non vengono mai tematizzati o sono semplicemente legati ai singoli casi di puntata.

È il caso del terzo episodio della prima stagione dal titolo *Gli spaghetti all'assassina*, in cui Lolita Lobosco scopre che il responsabile dell'omicidio di puntata è Geppino, un cameriere omosessuale, non dichiarato, che ha contratto dei debiti per mantenere segretamente il suo amante marchettaro – secondo un'immagi-

²⁵ *Linee guida presentazione progetti audiovisivi a Rai*, in Rai.it, <<https://www.rai.it/portale/Linee-guida-presentazione-progetti-audiovisivi-a-Rai-4e14a2d2-542c-4adb-90ff-f55b3007663f.html>> (ultima consultazione: 4 gennaio 2025).

²⁶ L'*Annuario Statistico Italiano 2024* redatto dall'Istat certifica che nel 2023 il consumo di televisione ha continuato ad affermarsi come un'abitudine consolidata fra la popolazione, dato che l'88,6% degli italiani ha affermato di guardarla (e il 78,2% quotidianamente). Tuttavia, è da sottolineare come questa percentuale salga al 90,7% nella fascia 45-64 anni e addirittura al 94,5% per la fascia dai 65 anni in su, mentre scenda all'83,7% per la fascia 6-24 anni e all'83,4% per la fascia 25-44 anni. Parimenti, il dato di consumo televisivo cresce al 91,8% tra le persone dotate di sola licenza elementare o senza titolo di studio, mentre scende all'85,1% tra i laureati. Infine, si registra una discrepanza, sebbene più lieve, tra le donne (89,1%) e gli uomini (88,1%). Cfr. *Annuario Statistico Italiano 2024*, in Istat.it, <<http://dati.istat.it/Index.aspx?QueryId=22369#>> (ultima consultazione: 4 gennaio 2025).

²⁷ Il rapporto Ipsos *Italia 2024 – Un Paese divergente* mostra come i Millennials e la Gen Z siano le fasce demografiche che dimostrano maggiore attenzione a temi DEI (con particolare riferimento a questioni di giustizia sociale, uguaglianza di genere, diritti LGBTQ+) rispetto a Boomers e della Gen X. Fonte: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2024-03/Flair%202024-libro%20COMPLETO%20Digital_Alta.pdf (consultato il 04/01/2025).

nario che, in un certo senso, scomoda quelle rappresentazioni stereotipiche dell'omosessualità che affondano le radici nel cinema italiano degli anni Sessanta e Settanta²⁸.

A conclusione delle indagini, il fruttivendolo di Lolita la raggiunge a casa e si congratula con lei per la soluzione del caso – «Caso risolto in cinque giorni, neanche il Tenente Colombo», commenta. In merito all'orientamento sessuale dell'assassino, Lolita e il fruttivendolo hanno il seguente scambio:

Un po' mi dispiace per Geppino, sembrava tanto una brava persona... Chi se lo andava a pensare?

Che era un assassino?

No, che era ricchione... Bè, mo' che ho detto?

Non ti rispondo neanche

Ho fatto una battuta, Lolì

Benché la battuta del fruttivendolo sia quantomeno triviale, se non propriamente offensiva, la reazione di Lolita Lobosco si limita a poco più di un rimbroto, un sorriso di rimprovero. Lo stesso effetto comico è presente anche nella scena in cui, nello stesso episodio, il poliziotto Lello Esposito confida alla aprensiva madre di essersi innamorato «di un meccanico». Alla notizia, la donna ha un mancamento – salvo poi scoprire, più avanti nella stagione, che il meccanico in questione è in realtà un'avvenente ragazza.

Analizzando queste scene, è facile intuire come *Lolita Lobosco*, essendo destinata alla prima serata di Rai1, sia realizzata tenendo in mente le esigenze di un pubblico anagraficamente più anziano e conservatore, che non dimostra una par-

²⁸ Sulla rappresentazione dell'omosessualità nel cinema italiano, e nel cinema di genere, cfr. in particolare M. GIORI, «Ma oggi come te movi te piano per...». *L'omosessualità nel cinema italiano degli anni Sessanta*, in «Cinergie – Il Cinema e le altre Arti», n. 5, 2014, pp. 34-44; ID., *Cartoline da un mondo torbido: maschilità, violenza e omosessualità nel cinema italiano del dopoguerra*, in «Genesis: rivista della Società Italiana delle Storie», n. 2, 2019, pp. 127-143; F. DI CHIARA, *Transnazionalità e identità europea nelle coproduzioni e nel giallo italiano*, in «Bianco e Nero», n. 1, 2012, pp. 48-57; E. DELL'AGNESE, *Tu vuo 'fa l'Americano: la costruzione della mascolinità nella geopolitica popolare italiana, in Mascolinità all'italiana. Costruzioni, narrazioni, mutamenti*, a cura di Ead., E. Ruspini, Torino, Utet 2007, pp. 3-34.

ticolare attenzione ai temi della *diversity* e alle rappresentazioni inclusive. In questo senso, la rappresentazione dell'omosessualità in *Lolita Lobosco* asseconda e, in un certo senso, sposa le sensibilità del proprio pubblico: il potenziale offensivo della serie viene dunque disinnescato dalla mancata reazione del pubblico di riferimento che, appunto, legge questo tipo di narrazione e rappresentazione come assolutamente ordinaria.

Streaming e pubblico giovanile: il caso *5 minuti prima*

Sul fronte opposto a *Le indagini di Lolita Lobosco* si colloca invece *5 minuti prima*, serie distribuita esclusivamente in streaming su RaiPlay. Come gli altri attori OTT entrati nel mercato nazionale, RaiPlay mira a rivolgersi a un pubblico più giovane e idealmente più progressista, che riconosce nelle modalità di inclusione e di valorizzazione della *diversity* importanti fattori alternativi a logiche commerciali più conservatrici, normative e stereotipiche. In particolare, *5 minuti prima*, al pari di alcune serie di Netflix o Prime Video, sembra aderire pienamente ai principi della cosiddetta *meaningful diversity*²⁹, risultando particolarmente utile per far emergere le sfide che ancora persistono nel raggiungere narrazioni pienamente approfondite e inclusive, specialmente nel confronto tra contenuti *online-first* e contenuti in *prime time*.

La *head writer* della serie, Laura Grimaldi, ha confermato come, effettivamente, il progetto sia nato proprio dalla volontà di RaiPlay di realizzare un prodotto dal linguaggio «fresco e sfidante», capace di differenziarsi dalle narrazioni proposte dai canali generalisti e, soprattutto, di attirare l'attenzione di un pubblico giovanile. Per questo, RaiPlay ha invitato gli autori a «non autocensurarsi», fornendo loro come *reference* in fase di scrittura non soltanto *Skam Italia*, ma anche la serie Netflix *Sex Education* (2019-2023), che negli ultimi anni è diventata emblema delle rappresentazioni inclusive e intersezionali nell'universo delle serie *teen*³⁰.

Non a caso, *5 minuti prima* sembra voler valorizzare modalità di narrazione complesse e di rappresentazione della *diversity* in un'ottica intersezionale, offrendo

²⁹ Cfr. BELTRÁN, *Meaningful Diversity: Exploring Questions of Equitable Representations on Diverse Ensemble Cast Shows*, cit.

³⁰ Intervista a Laura Grimaldi realizzata dall'autore Stefano Guerini Rocco il 04 agosto 2023.

uno sguardo nuovo sulla Generazione Z italiana. Protagonista della serie è infatti una adolescente apparentemente asessuata, che sublima le proprie ansie e le proprie fantasie sessuali nella realizzazione di fumetti di natura pornografica; c'è poi un ragazzo omosessuale che vive il proprio orientamento apertamente, anche con la famiglia e gli amici, senza per questo essere vittima di bullismo – sovvertendo quindi le dinamiche di alcune narrazioni più tradizionali e stereotipiche sull'omosessualità e sul *coming out*; e ancora, tra i personaggi principali c'è anche una ragazza con un disturbo neurologico (ADHD) che vive una sessualità aperta, fluida e poliamorosa, e che viene mostrata in contesti intimi ed espliciti sia con ragazzi che con ragazze.

È tuttavia opportuno sottolineare che RaiPlay, a differenza di Netflix e delle altre piattaforme di streaming attive oggi nel mercato nazionale, sia ancora oggi poco promossa e utilizzata, e che le sue produzioni Original raggiungono la portata di fenomeni più di nicchia che effettivamente popolari. Nondimeno, è possibile constatare come anche nel caso di *5 minuti prima* si registri una piena rispondenza tra il prodotto e le aspettative del pubblico di riferimento – sebbene di segno opposto rispetto al caso di *Lolita Lobosco*. In termini di inclusività e rappresentazione della *diversity*, infatti, la serie risponde pienamente alle esigenze del pubblico giovane e progressista cui vorrebbe rivolgersi, anche se l'esclusiva distribuzione attraverso la piattaforma proprietaria ha permesso alla serie di ottenere una visibilità assai minore rispetto alle serie in *prime time* o che sono state re-distribuite attraverso le OTT.

Tra *ship slash* e bicancellazione: il caso *Un professore*

In questa prospettiva, dunque, risulta più interessante analizzare un terzo caso, che riesce a generare un cortocircuito tra linee editoriali e risposta del pubblico. La serie in questione è *Un professore*, adattamento del format originale spagnolo *Merlí* (TV3, 2015-2018), in cui Alessandro Gassmann interpreta un empatico professore di filosofia che, tra una lezione e l'altra, si trova alle prese con le disavventure e i dubbi esistenziali dei propri studenti. La serie, in onda dal 2021, è prodotta da Rai Fiction e Banijay Studios Italy per Rai1, ma, in virtù delle sue numerose *storylines* dedicate a personaggi adolescenti, è riuscita a intercettare anche gli interessi di una fascia di pubblico più giovane, anche a seguito della distribuzione su RaiPlay e Netflix.

Nella serie, infatti, si affrontano alcuni temi cari alla sensibilità progressista

della Generazione Z: dall'omosessualità al bullismo, dal *revenge porn* alla *social dysmorphia*, dall'immigrazione di seconda generazione alla *body positivity*, eccetera. Questo ha portato i media tradizionali a lodare *Un professore* per la sua apertura e per la sua modernità: testate cartacee e online hanno parlato di una serie che «somiglia alla vita vera»³¹, che invita i ragazzi a «non avere paura dei giudizi»³², che propone una «rivoluzione gentile»³³ dei costumi e che, nelle parole del vicedirettore di Rai Fiction Francesco Nardella, risponde alla «missione del servizio pubblico»³⁴, recuperando quello spirito pedagogico caro alla tradizione Rai fin dalle sue origini.

Se da una parte è innegabile che *Un professore* dimostri effettivamente una certa attenzione ai temi DEI, dall'altra è necessario notare come questi vengano affrontati adottando primariamente strumenti e linguaggi consoni a una serie (e a un pubblico) di Rai1, più che di RaiPlay. Si pensi, per esempio, all'episodio *David Hume: la bellezza* della seconda stagione. In una scena, il giovane Simone confessa al padre Dante, protagonista della serie, di aver preso parte a una rissa scaturita da un'aggressione omofoba ai suoi danni. Sebbene nel corso della narrazione non si faccia mai mistero dell'omosessualità di Simone, è interessante notare come nella scena in questione le parole «gay» o «omosessuale» non vengano mai pronunciate. Al contrario, per spiegare i motivi dello scontro, Simone dice che la rissa è scaturita a causa di alcuni commenti su «chi sono», su «come sono» – a quel punto il padre, capendo, abbassa contrito lo sguardo.

Questo approccio è sintomatico di alcune scelte di adattamento che hanno suscitato scalpore, soprattutto in merito alla relazione tra i personaggi di Simone

³¹ S. FUMAROLA, «Un professore», *ultima lezione. Una serie che piace somiglia alla vita vera*, in La Repubblica.it, 14 dicembre 2021, <https://www.repubblica.it/serietv/rai/2021/12/14/news/un_professore_finale_di_stagione-330171028/> (ultima consultazione: 4 gennaio 2025).

³² ID., *Alessandro Gassman, il professore: "Ai ragazzi dico di non avere paura"*, in La Repubblica.it, 08 novembre 2021, <https://www.repubblica.it/serietv/rai/2021/11/08/news/un_professore_alessandro_gassmann_-325497905/> (ultima consultazione: 4 gennaio 2025).

³³ L. DIANA, «Un professore», *la rivoluzione gentile sul piccolo schermo: l'amore non ha più tabù*, in Gay.it, 22 dicembre 2023, <<https://www.gay.it/un-professore-recensione-seconda-stagione-serie-rai>> (ultima consultazione: 4 gennaio 2025).

³⁴ F. MORASCA, «Un professore»: *la conferenza stampa*, in TvBlog, 08 novembre 2021, <<https://www.tvblog.it/post/un-professore-conferenza-stampa>> (ultima consultazione: 4 gennaio 2025).

e Manuel. Nella serie originale spagnola, infatti, i due ragazzi hanno una chiara relazione sessuale e, oltre all'omosessualità di Simone, viene discussa esplicitamente la scoperta della bisessualità di Manuel. Nella serie italiana, invece, la relazione tra i due viene ridotta a un unico bacio furtivo che avviene alla fine della prima stagione – e a cui non viene dato alcun seguito nella seconda. Soprattutto, non viene mai tematizzato l'orientamento sessuale di Manuel, che dopo il bacio con Simone intreccia una relazione sentimentale con un personaggio femminile, Nina. Questo ha portato i media e soprattutto i fan ad accusare la serie di censura e di bicancellazione³⁵, complici anche alcune affermazioni bifobiche dello sceneggiatore Sandro Petraglia³⁶.

È stato soprattutto il pubblico adolescenziale e giovanile a dare voce a questa indignazione, attraverso quelle forme di espressione *grassroots* tipiche delle pratiche di *fandom*³⁷. In particolare, intorno a *Un professore* si sono creati due fenomeni di segno opposto che hanno preso corpo attraverso piattaforme social come Instagram, X, TikTok, YouTube e aggregatori come Wattpad³⁸. In prima istanza, si è

³⁵ Sul tema della bicancellazione nei media, tra gli altri, cfr. N. CHIEREGATO, S. DEMOZZI, S. NAJJAR, *To bi or not to bi? La bisessualità in Italia tra cancellazione, stereotipi e affermazione di sé: le sfide per l'educazione*, in «Pedagogia delle Differenze», n. 52, 2023, pp. 98-126; A. MANZI, F. FASOLI, A. CONNOR, *L'invisibilità delle persone bisessuali. La percezione della bisessualità e la rappresentazione delle persone bisessuali nella società e nei media*, in «The Inquisitive Mind», n. 25, 2023, pp. 1-7.

³⁶ Cfr. DANIELA SACRÌ, *Un professore 3 si farà?*, in Fanpage, 21 dicembre 2023, <<https://www.fanpage.it/spettacolo/interviste/un-professore-3-si-fara-anticipazioni-sulla-terza-stagione-petraglia-simone-manuel-e-torna-mimmo/>> (ultima consultazione: 4 gennaio 2025). In merito alla polemica suscitata dalle parole di Petraglia, cfr. *L'importanza della rappresentazione bisessuale negata in "Un professore"*, <<https://bisessualitanegatainunprofessore.carrd.co/>> (ultima consultazione: 4 gennaio 2025).

³⁷ Per una mappatura delle pratiche dei fan, cfr. L. TRALLI, *Pratiche delle audience nell'ecosistema narrativo*, in *Ecosistemi narrativi. Dal fumetto alle serie TV*, a cura di G. Pescatore, Roma, Carocci 2018, pp. 187-212. Per un approfondimento sulle pratiche di *fandom*, tra i molti, cfr. J. GRAY, C. SANDVOSS, C.L. HARRINGTON, *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*, New York University Press, New York 2007; M. DUFFETT, *Understanding Fandom: An Introduction to the Study of Media Fan Culture*, Bloomsbury Academic, London 2013; E. BENECCI, *Di chi è questa storia? Autori nella rete tra sfide e opportunità*, Bompiani, Milano 2018.

³⁸ Cfr. L. TRALLI, *The Woes of Bisexual Representation. Bi-erasure and bi-assimilation in Un professore and how fans are trying to fix it*, in JICMS – *Journal of Italian Cinema & Media Studies*, Convegno (The American University of Rome 13-15 giugno 2024).

registrata una fenomenale popolarità dello *ship slash* intorno alla coppia Simuel (crasi dei nomi di Simone e Manuel), laddove per *ship slash* si intende una pratica attraverso cui i fan descrivono, in un *fanwork*, una relazione sessuale o amorosa fra due personaggi dello stesso sesso che non è presente nella produzione ufficiale, il cosiddetto 'canone'³⁹. Va anche notato che la stessa Netflix, dopo avere aggiunto la serie alla sua *library*, ha caricato sul suo canale YouTube ufficiale un video dal titolo *TUTTA la STORIA dei SIMUEL in UN PROFESSORE*, montaggio dei momenti più romantici ed evocativi fra i due, alimentando così ulteriormente il *fandom* della *ship*. In secondo luogo, ha preso forma un fenomeno di *anti-fandom* ai danni del personaggio di Nina, rea di aver impedito l'evoluzione della relazione tra Simone e Manuel, laddove con *anti-fandom* si identifica il contraltare del *fandom*, un luogo in cui si 'ama odiare', un luogo in cui i fan condividono odio, disgusto, frustrazione nei confronti del prodotto culturale di loro interesse⁴⁰.

È dunque possibile osservare come in *Un professore*, a differenza dei casi precedenti, si generi uno scarto tra l'aderenza alle linee editoriali promosse dalla Rai per il *prime time* e l'effettiva risposta del pubblico. Ma è importante sottolineare come solo una parte del pubblico partecipi a questa dinamica, come se lo sguardo del pubblico giovane – un pubblico per il quale non sono pensati i codici di rappresentazione di Rai1 – avesse il potere di trasformare *Un professore* da prodotto aperto e inclusivo, a espressione censoria di posizioni conformiste e bigotte.

Conclusioni

Confrontare Netflix e Rai potrebbe apparire improprio, dato che i due soggetti operano secondo logiche strutturali e modelli produttivi profondamente differenti – da una parte, una multinazionale privata quotata in borsa, dall'altra un broadcaster nazionale di servizio pubblico. Tuttavia, l'accostamento è comunque rilevante per comprendere il modo in cui l'arrivo delle piattaforme OTT ha trasformato il panorama audiovisivo italiano. Netflix non solo ha introdotto un nuovo sistema di distribuzione, ma ha anche influenzato le modalità di

³⁹ Cfr. ID., *Pratiche delle audience nell'ecosistema narrativo*, cit.; P. BREMBILLA, *Franchise mediali. Industrie, narrazioni, pubblici*, Pàtron, Bologna 2023, p. 85.

⁴⁰ Cfr. A. GILBERT, *Hatewatch with Me: Anti-Fandom as Social Performance*, in *Anti-Fandom: Dislike and Hate in the Digital Age*, a cura di M.A. Click, New York University Press, New York, 2019, p. 62.

produzione locali, stabilendo, fra le altre pratiche, standard narrativi e produttivi più aperti ai temi DEI. In questo senso, la Rai, pur rimanendo legata al suo ruolo di servizio pubblico, si configura anche come un *player* di mercato, che ha reagito a questi cambiamenti cercando di ridefinire le sue strategie per rimanere competitiva e rilevante.

Questo studio ha cercato di analizzare proprio tale reazione, osservando come la Rai abbia declinato i temi della diversità e dell'inclusione nelle sue produzioni seriali. Seppur limitato a un campione specifico di tre serie, il nostro lavoro ha evidenziato alcune tendenze significative.

Dal punto di vista della rappresentazione, RaiPlay propone esempi più virtuosi rispetto ai canali generalisti. In questa prospettiva, la piattaforma rappresenta infatti un laboratorio per la creazione di contenuti più progressisti e sperimentali: la piattaforma consente a Rai di assumere maggiori rischi creativi, senza dover rispondere alle restrizioni imposte dagli inserzionisti del *prime time* né alla necessità di attrarre un pubblico particolarmente ampio. Rivolgendosi a un pubblico più giovane, RaiPlay può esplorare temi e narrazioni che rischierebbero di non essere accettati dai telespettatori più maturi e tradizionalisti che seguono l'offerta dei canali generalisti. Al contrario, le serie su Rai1 devono adottare codici e linguaggi conformi alle esigenze di un pubblico ampio e, appunto, generalista, adattandosi anche alle esperienze di *co-viewing*⁴¹. Questo tipo di produzioni sono infatti pensate per attrarre un pubblico che include anche spettatori più anziani, più inclini a narrazioni tradizionali che a rappresentazioni inclusive e progressiste. La preponderanza di questa fascia demografica influisce sulle scelte di contenuto, traducendosi spesso in una programmazione più conformista e meno controversa. Questa doppia strategia sembra evidenziare una frammentazione editoriale, in cui l'inclusività viene trattata in maniera episodica, piuttosto che come un principio strutturale e sistematizzato. Ciò porta anche a chiedersi se gli sforzi della Rai sul piano delle rappresentazioni inclusive rappresentino il tentativo di innescare un vero

⁴¹ Per una rapida ricognizione sull'importanza delle pratiche di *co-viewing* nel panorama mediale contemporaneo, cfr. *Need to Know: What is co-viewing, and why should we care?*, in Nielsen.com, luglio 2024 <Fonte: <https://www.nielsen.com/insights/2024/what-is-coviewing-and-why-you-should-care/>> (ultima consultazione: 4 gennaio 2025).

progresso sul piano del dibattito pubblico e sociale⁴², o si riducano piuttosto a scelte creative occasionali e non integrate a politiche editoriali sistematizzate. In questo contesto, un allineamento più organico tra le diverse offerte distributive e un impegno costante nell'inclusività rappresentano una sfida cruciale, affinché il servizio pubblico possa adempiere al suo ruolo sociale senza perdere di vista le esigenze di un mercato in continua evoluzione.

⁴² Sull'effettivo impatto delle rappresentazioni inclusive sulla società e sul dibattito pubblico, può essere utile confrontare la situazione italiana con quella di altri paesi stranieri. Su questo fronte, con particolare riferimento ai temi dell'orientamento sessuale e dell'identità di genere, cfr. S. BOISVERT, *'Queering' TV, one character at a time: How audiences respond to gender-diverse TV series on social media platforms*, in «Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies», n. 2, 2020, pp. 183-201.