

Lo scrittore collettivo. I meccanismi di feedback nella produzione delle fiction televisive e la relazione fra pratiche di scrittura e industria culturale contemporanea

Valentina Cappi e Giacomo Manzoli

L'articolo che segue ha un duplice scopo. Descrivere in termini generali, isolando alcuni casi esemplari, il processo di scrittura industriale che presiede alla realizzazione delle principali fiction televisive - americane ma non solo -, ormai 'core business' (assieme al videogame) dell'industria culturale contemporanea. Provare quindi a riflettere sulla natura e sulle conseguenze dei fenomeni che si stanno verificando in relazione alla pratica stessa della scrittura.

È ormai opinione diffusa che le serie televisive abbiano assunto nelle società contemporanee la stessa funzione (positiva o negativa che sia) svolta dal romanzo, in particolare dal feuilleton – dalla letteratura popolare nell'accezione più ampia del termine e senza che questo assuma alcuna valenza qualitativa – tra Ottocento e inizio Novecento, più o meno fino all'invenzione del cinema¹.

Da un certo punto di vista, dunque, non si assisterebbe a niente di particolarmente innovativo. Le recenti serie televisive di grande successo come *Elementary* (CBS, dal 2012) o *Sherlock* (BBC, dal 2010)

¹ Grasso, Aldo, "Accendi la TV. Il romanzo è un telefilm americano", *La Lettura*, n.2, 25.11.2011, <http://lettura.corriere.it/accendi-la-tv-il-romanzo-e-un-telefilm-americano/>, web (ultimo accesso: 30/09/2014)

non sarebbero altro che le ultime incarnazioni o variazioni sul tema. Detto in altri termini, l'ennesimo frutto di un adattamento del cosiddetto "ecosistema narrativo"² inventato da Sir Arthur Conan Doyle ed evolutosi attraverso innumerevoli novelle più o meno apocrife, fumetti, film, serial cinematografici o paleotelevisivi.

Ci sono due aspetti di questa teoria che meritano l'apertura di un fronte di ricerca. La profondità e pervasività delle serie televisive è un fenomeno tutt'altro che nuovo. Le cosiddette "grandi serie" degli anni Sessanta e Settanta, di derivazione più o meno letteraria e più o meno diretta, da *La freccia nera* a *A come Andromeda*, dal *Pinocchio* di Comencini al *Sandokan* di Sollima avevano ripercussioni in termini di audience e di impatto sulla società e sull'immaginario del tempo che hanno ben poco da invidiare a quelle contemporanee³. E un ulteriore salto qualitativo avviene già a fine anni Ottanta, allorché un serial come *Twin Peaks* di David Lynch possedeva tutte quelle caratteristiche legittimanti (un regista da 'arthouse', un plot estremamente innovativo ed elaborato, una accuratezza linguistica e stilistica fuori dal comune) adatte ad accreditare una serie televisiva come prodotto culturale di alto profilo oltre che come 'entertainment' o 'exploitation' di successo e fenomeno di costume. A distanza di cinquanta, quaranta, trent'anni si continua a scoprire il "già noto" e a sorprendersi di quello che dovrebbe essere ormai un fatto assodato e pienamente metabolizzato. Non solo. Il fatto di inquadrare la fiction televisiva nel 'frame' del romanzo ottocentesco o del feuilleton a puntate, ripiegandolo sullo schema di un filo conduttore (quello seriale) assolutamente ovvio, sembra soprattutto svolgere una funzione rassicurante.

Nonostante un mutamento costante dello scenario cognitivo e mediale che si è fatto frenetico negli ultimi dieci/quindici anni, in fondo

² Sul concetto di ecosistema narrativo si veda: Innocenti-Pescatore 2012.

³ Non è nostra intenzione paragonare prodotti culturali come gli sceneggiati della RAI degli anni Sessanta e Settanta alle serie contemporanee in termini di processo produttivo o – per così dire – morfologici, ma solo dal punto di vista della loro pervasività e della loro efficacia riflessiva. Al riguardo, per uno studio di caso, si veda Manzoli 2012.

le cose non cambiano poi molto, e la continuità delle forme e dei motivi (anche delle forme di fruizione) prevale sul trauma delle tante rotture e dei tanti cambiamenti tecnologici e linguistici con cui ci siamo dovuti confrontare dall'avvento dell'era digitale in poi. Non più carta stampata e illustrazioni, non più pellicola, non più nastro magnetico, ma solo la convergenza in quel grande calderone tradotto in un codice binario. Tuttavia siamo sempre di fronte a persone più o meno capaci che raccontano le storie di investigatori induttivi e deduttivi, di guardie e ladri, di pirati, di cowboy, di fate e orchi, di angeli, di dottori e avvocati, di draghi e gladiatori in diverse salse per un pubblico sempre desideroso di viaggiare con la fantasia, sospendendo l'incredulità per addentrarsi nelle trame di 'romances' come *Lost* (ABC, 2004-2010) o *Il trono di spade* (HBO, dal 2011) e di 'novels' come *I Soprano* (HBO, 1999-2007) o *Sex & the City* (HBO, 1998-2004).

Eppure, dai tempi di *Madame Bovary*, alcune cose sembrano essere cambiate, alcune linee di discontinuità sembrano avere tracciato dei solchi e lo spettatore contemporaneo appare assai più scaltro, in termini di 'agency', di quanto non accadesse al ben più remissivo lettore delle storie di Vitor Hugo, Eugène Sue o Emilio Salgari.

Laboratori dell'immaginario

Scriveva Roger Silverstone che la dialettica del gioco e del ruolo dei media nella vita sociale «è una dialettica di libertà e condizionamento, di ruoli attivi e di ruoli passivi, di pubblico e privato, e viene elaborata all'interfaccia di forze istituzionali e azioni individuali, storicamente determinata e radicata nei contrasti d'opinione della vita quotidiana» (Silverstone 2000: 9). Silverstone evoca in poche righe non solo alcune delle forze e delle dinamiche coinvolte nella produzione, realizzazione e distribuzione di un qualsiasi prodotto mediale, ma riesce a fare emergere anche la natura negoziale che esso assume rispetto alla rete di significati, pratiche, saperi e istituzioni sociali in cui è immerso e da cui trae significato. All'interno di un panorama mediale in continua evoluzione, la serialità televisiva si pone come un luogo di osservazione privilegiato per

indagare lo stato della negoziazione fra produzione e ricezione, fra “autori” e “utenti”, fra immaginario e vita materiale.

Per il suo rapporto di reciprocità con la vita quotidiana, la fiction seriale⁴ si configura infatti come un eccezionale laboratorio di assorbimento e di diffrazione dell’immaginario⁵:

insediate negli interstizi della vita ordinaria, consumate nel contesto domestico e nelle parentesi intime dell’abitare, le serie televisive ne sono al tempo stesso il riverbero e la matrice. Ogni qualvolta esse cristallizzano un’abitudine, uno stile di vita o un costume, contribuiscono a propagarne la luce e a corroborarne la trama. (La Rocca, Malagamba, Susca 2010: 11)

Inizialmente derubricata come forma espressiva minore, «inferiore per statuto non solo alla più prestigiosa informazione ma allo stesso intrattenimento» (Buonanno 2004: 21), la fiction televisiva arriva a conquistarsi un pubblico sempre più ampio, capace di attrarre decine di milioni di spettatori in tutto il mondo, fino ad essere considerata non solo una diretta e prestigiosa discendente del cinema

⁴ Con “fiction seriale” ci si riferisce qui in senso lato a un corpus di storie d’invenzione per il piccolo schermo articolate secondo la logica della serialità. Nei suoi formati più diffusi, la fiction seriale presenta alcune caratteristiche che la identificano come realtà testuale audiovisiva autonoma e dotata di una sua specificità in relazione non soltanto ai contenuti, ma anche agli aspetti strutturali e formali. Per quanto riguarda le strutture narrative e l’articolazione temporale delle vicende narrate, le caratteristiche più generali che la contraddistinguono, come evidenzia Gianni Losito, sono: la ripetizione, ovvero la reiterata presentazione in testi diversi degli stessi elementi (sia formali, sia di contenuto); la serializzazione, ovvero la successione di testi legati tra loro dalla continuità delle vicende narrate o dall’appartenenza allo stesso nucleo tematico e/o narrativo; la dilatazione, ovvero il prolungamento – virtualmente indefinito, in alcuni generi - della successione. Losito 2002: 108.

⁵ La Rocca-Malagamba-Susca 2010: 14.

ma anche l'ispiratrice di sempre più numerose produzioni per il grande schermo⁶.

Le modalità narrative che la contraddistinguono sono in realtà basate su presupposti diversi rispetto a quelli che caratterizzano la testualità cinematografica. A segnare un elemento decisivo nella differenza fra i due formati è, per esempio, il tempo della narrazione: un film è strutturato per essere un unicum, mentre l'episodio di una serie televisiva è realizzato già pensando alle interruzioni pubblicitarie che lo spezzetteranno. Estremizzando, si è poi soliti attribuire al cinema una trasgressività rispetto alle convenzioni formali e sociali e alle serie tv la riproduzione del punto di vista della comunità, così come la dimensione di straordinarietà degli eventi narrati sarebbe di pertinenza del primo, mentre le seconde investirebbero sulla straordinaria risonanza della quotidianità⁷. Nella pratica, ovviamente, esistono film e film, serie tv e serie tv e la distanza teorizzata fra modelli narrativi e figurativi del piccolo e del grande schermo si dimostra essere tutt'altro che rigida. Le acque si mischiano ancora di più quando acclamati registi di Hollywood decidono di mettersi, oltre che alla produzione, dietro la macchina da presa per girare uno o più episodi di serie televisive di culto: lo hanno fatto Martin Scorsese con il pilot di *Boardwalk Empire* (HBO, 2010-2014), Steven Spielberg con *Falling Skies* (TNT, 2011) e *Terra Nova* (Fox, 2011), Quentin Tarantino con un episodio di *ER* (NBC, 1994-2009), Steven Soderbergh con l'intera prima stagione di *The Knick* (Cinemax, dal 2014), e molti altri. L'intervento di alcuni nomi noti è stato utilizzato essenzialmente per etichettare il prodotto in questione come originale, sperimentale o comunque foriero di curiosità e continue novità con le quali stuzzicare i fan e attrarre nuovi spettatori. Ma, come ricorda Vito Zagarrìo, «certo non è il regista a condizionare la struttura e le scelte linguistiche della serie, che sono invece pensate a tavolino dai 'creativi' della casa produttrice» (Zagarrìo 2005: 152).

⁶ A questo proposito si vedano, fra gli altri: Caldwell 1995; Thompson 1997; McCabe-Akass 2007; Jancovich-Lyons 2008.

⁷ Del Pozzo 2002: 24-29.

A differenza di un contesto italiano in cui una serie può a volte identificarsi con un regista-autore, il modello produttivo americano «presuppone una divisione del lavoro tale da richiedere il turn over di molti registi-professionisti, il cui compito è quello di rispettare modi e stili della confezione stabilita a tavolino» (*ibid.*: 151). La cifra stilistica, insomma, «appartiene più all'impianto collettivo, alla macchina produttiva che c'è dietro (fatta di soggetti, sceneggiature, story boards, rigidi piani di lavorazione, etc), all'idea iniziale "brevettata" dal creatore sulla base di un'indagine di mercato, magari, o nell'intuizione di un mutato gusto di massa» (*ibid.*). Si deve quindi pensare a un'idea di regia non autoriale nei termini classici, certo non individuale, in cui l'"autore" è solo uno degli snodi di una catena di montaggio riconoscibile più che altro dal marchio della casa di produzione⁸. Fra i molti esempi, non è difficile notare come l'americana HBO, di proprietà della Time Warner, si sia contraddistinta e sia diventata riconoscibile per aver prodotto serie tv, oltre che di alto livello e di grande originalità, spietate, ciniche, violente, per nulla consolatorie e magistralmente scritte come *I Sopranos*, *Six Feet Under* (2001-2005), *True Blood* (2008-2014), *Boardwalk Empire*, *Game of Thrones*, *True Detective* (dal 2014) e molte altre. Zagarrío parla, a ragione, di un'autorialità più diffusa, «che appartiene ad una equipe e forse, più generalmente, al gusto e all'immaginario di un'epoca» (2005: 152).

Il telespettatore

Non è frutto di una lettura romantica della serialità televisiva sostenere che essa appartenga, si modelli, si plasmi attorno al gusto dei suoi spettatori. Le tecnologie del feedback, infatti, partecipano - oggi più che mai - in tutto e per tutto alla trasformazione della narrazione televisiva. In ambito cinematografico, si fanno risalire addirittura agli anni Trenta del Novecento i primi test screening sui lungometraggi,

⁸ Per una disamina minuziosa del processo produttivo e del ruolo di tutti i soggetti coinvolti nell'industria televisiva e cinematografica Americana, si rimanda a Caldwell 2008.

quando alcune major americane erano solite programmare un'anteprima dei film per un campione selezionato di popolazione, al fine di sondare le reazioni del pubblico attraverso un questionario.

Roger Ebert, critico cinematografico del *Chicago Sun-Times*, non si è fatto scrupoli nell'osservare che «too often, however, studio executives use previews screenings as a weapon to enforce their view on directors, and countless movies have had stupid happy endings tacked on after such screenings» (2004: 860).

Gli interventi correttivi che vengono apportati in seguito ai test screening e prima del rilascio ufficiale del film spaziano dal semplice cambiamento del titolo a veri e propri tagli di scene e, più spesso, a stravolgimenti del finale. Celebre è la battuta di Frank Oz, regista di *Little Shop of Horrors* (1986) che, a commento della decisione di cambiare il finale inizialmente previsto per il suddetto film, avrebbe detto: «It's not the ending we wanted, but we also weren't making the movie for two people. We were making the movie for a lot of people»⁹. Che è un po' come dire: a noi piaceva, ma i produttori ci hanno dimostrato che avremmo fatto più incassi cambiando il finale, e allora abbiamo assecondato le aspettative del pubblico.

Il procedimento è ancora più complesso nel caso delle serie tv. Durante i primi quattro mesi dell'anno, gli studios televisivi e le case di produzione si dedicano a perfezionare un 'pilot', ovvero un episodio campione di una serie tv, che invogli i networks ad inserire la serie nella successiva programmazione autunnale. I pilot sono il risultato di una lavorazione lunga e costosa, che va dalla presentazione di un'idea ai networks, alla stesura della bibbia e dello script del pilot, spesso commissionato all'ideatore della serie o a qualche noto sceneggiatore. Sottoposti alla valutazione e alle correzioni ritenute necessarie dei networks, pochi sono gli script che effettivamente vengono commissionati e ancora meno quelli che conducono alla produzione di un pilot. La *Encyclopedia of Television*, curata da Horace Newcomb, stima che ogni anno, di trecento proposte, circa cinquanta siano gli script commissionati e di questi, solo fra i sei e i dieci arrivino

⁹ Cit. in: Müller 2002: 500.

finalmente alla produzione di un pilot. I produttori mostrano quindi il pilot ultimato ai rappresentanti dei networks e se lo show raccoglie giudizi positivi, viene sottoposto al test audience. Non solo la stragrande maggioranza dei pilot viene oggi testata prima del suo lancio su un campione di telespettatori, ma i produttori esecutivi predispongono contestualmente dei focus groups per contribuire a perfezionare il concept della serie e, una volta che essa è in corso di produzione, vengono addirittura pre-testati determinati episodi o linee narrative. L'«audience dial testing» per la televisione ha preso piede grossomodo negli anni '60, stando a quanto racconta Elliot Rosenberg, presidente dell'ASI - Entertainment Audience Studies Inc., società leader nel settore recentemente acquistata dalla Screen Engine, a sua volta nota per i test sui film per il grande schermo, il cui motto è «we believe in the power of an audience's voice». Sono insomma sempre meno coloro che scommettono su una buona idea senza investire almeno dai 20.000 ai 40.000 dollari (tale è il costo di un test dell'ASI) sui pareri tutto sommato arbitrari di un ipotetico pubblico.

Il meccanismo è tanto elaborato quanto interessante¹⁰: l'audience testing viene effettuato generalmente su un campione casuale di 48 persone, uomini e donne, pagati circa 80 dollari per due ore del loro tempo, cui viene mostrato il pilot della serie in questione. A ciascun partecipante è assegnata una scatola con un dispositivo costituito da

¹⁰ Il meccanismo dell'audience testing è stato qui ricostruito a partire da diverse fonti: oltre al sito web dell'ASI (<http://www.ASIentertainment.com>) e a Newcomb 2004, sono state preziose le indiscrezioni che alcuni produttori hanno rilasciato a bloggers statunitensi. Fra gli altri: Tomashoff, Craig, "Programmers Keep Shows' Prospects in Focus (Groups)", *The New York Times*, 11.05.2012, http://www.nytimes.com/2012/05/13/arts/television/networks-rely-on-audience-research-to-choose-shows.html?_r=1&, online; Polone, Gavin, *The Folly of Having Focus Groups Judge Tv Pilots*, <http://www.vulture.com/2012/05/tv-pilot-focus-groups-gavin-polone.html>, online.

un bottone e da una manopola. I partecipanti devono girare la manopola in un verso o nell'altro, talvolta assegnando un punteggio da 0 a 100, per indicare quanto stanno gradendo in ogni momento ciò che viene loro offerto sugli schermi. C'è inoltre un bottone che gli spettatori devono premere se ritengono di aver smarrito interesse nel programma al punto da voler cambiare canale. I produttori assistono alle reazioni dei partecipanti attraverso un falso specchio, osservando i picchi di interesse attraverso un grafico computerizzato collegato ai dispositivi. Terminata la proiezione, dodici uomini e dodici donne vengono condotti in stanze separate in cui saranno interpellati sulle proprie opinioni in merito al pilot appena visto.

Ovviamente ogni network adotta un proprio criterio di credibilità rispetto ai risultati: c'è chi ritiene più valide le reazioni a caldo, registrate attraverso il pulsante e la manopola, che non le opinioni raccolte nel post-show; chi sostiene la necessità di questi test in caso di risultati positivi e ne evidenzia l'inutilità in caso di risultati negativi; chi, infine, evidenzia come un campione così esiguo di spettatori non possa fornire risultati attendibili. Coloro che mettono in dubbio la credibilità dei test evocano a dimostrazione delle loro posizioni i casi delle serie *Seinfeld* (NBC, 1989-1998) e *Friends* (NBC, 1994-2004), i cui pilot furono giudicati estremamente negativi: *Friends* ottenne un punteggio di 41, quando 65 è considerato appena sufficiente e di *Seinfeld* i partecipanti al focus group rilevarono che fosse «whiny and narcissistic», «too New York» and «too Jewish». Al lancio di questo programma, i produttori preferirono allora *Sister Kate*, una sitcom focalizzata su una suora che si faceva carico di un gruppo di orfani, che nei test era risultato vincente. Il risultato? *Sister Kate* (NBC, 1989-1990) fu cancellata dopo 18 episodi mentre *Seinfeld*, nella primavera successiva, divenne una delle sitcom più apprezzate e innovatrici della televisione americana del periodo. Meno estremo è il caso di *Grey's Anatomy* (ABC, dal 2005), la cui iniziale colonna sonora era stata giudicata troppo sdolcinata e fastidiosa per alcune persone. Cambiate le musiche, la serie è oggi ancora in produzione ed è giunta alla sua undicesima stagione. Allo stesso modo, Marc Cherry, creatore di *Desperate Housewives* (ABC, 2004-2012), ricorda di aver tratto dai test

alcuni suggerimenti preziosi riguardo al casting della serie: l'attore inizialmente reclutato per il ruolo del giardiniere sexy di Gabrielle era Kyle Searles, famoso per aver interpretato Mac nella serie *7th Heaven*. Searles aveva a quel tempo diciassette anni e li dimostrava tutti, ricorda Cherry:

The women who tested the show did not understand why [Gabrielle] would have an affair with this boy and risk her marriage because he looked like a boy. So we went and found Jesse Metcalfe with all his muscles and the women said, 'Yes, I would risk my marriage for that.' ... That's what testing is supposed to do, reveal something you didn't figure out for yourself¹¹.

I sostenitori dei test fanno notare come questi possano aiutare a capire quali parti della narrazione sono confuse, quali noiose, se le battute fanno ridere o meno. In ogni caso pare che i produttori si siano rassegnati a questo processo pur ritenendolo, a tratti, persino assurdo. È così che lo ha definito Mark Roberts, executive producer di *Mike and Molly* (CBS, dal 2010): «It seems absurd to me, making a science out of a creative project. But I guess networks and studios are more comfortable making things scientific»¹². C'è infine chi si limita a relativizzare i resoconti dei partecipanti: Carlton Cuse, executive producer di *Lost* ricorda quando i partecipanti, durante l'audience test, non si trattennero dal mostrare la loro antipatia per i personaggi di Jin e Sawyer. I due erano in effetti stati consapevolmente dipinti come gli

¹¹ Fonte: Owen, Rob, "Test Audience Still Have Sway in the Launch of a TV Series", *Pittsburgh Post-Gazette*, 17.09.2006, <http://www.post-gazette.com/ae/tv/2006/09/17/Test-audiences-still-have-sway-in-the-launch-of-a-TVseries/stories/200609170308>, online.

¹² Fonte: Tomashoff, Craig, "Programmers Keep Shows' Prospects in Focus (Groups)", *The New York Times*, 11.05.2012, http://www.nytimes.com/2012/05/13/arts/television/networks-rely-on-audience-research-to-choose-shows.html?_r=1&, online.

antagonisti e nessuno, stando a quanto racconta Cuse, si aspettava che il pubblico li amasse. Salvo poi, alla fine della serie, risultare fra i personaggi più amati.

Gavin Polone, produttore e fonte diretta per le indiscrezioni sul back-stage produttivo delle serie tv, sostiene che anche i focus group siano ormai passati di moda¹³ e che nell'epoca di internet sarebbe di gran lunga più utile caricare sul sito dei vari network tutti i pilot a disposizione e lasciare che l'intera pletera di telespettatori scelga cosa portare avanti e come migliorare la serie. Le major potrebbero inoltre, secondo Polone, rientrare nei costi di produzione di quei pilot che vengono poi scartati introducendo inserzioni pubblicitarie nell'anteprima dei pilot.

Non c'è modo di verificare se alcune case produttrici stiano già mettendo in atto nuove modalità di "controllo incrociato" delle opinioni dei propri telespettatori e soprattutto se si facciano carico delle stesse per modificare di volta in volta le linee narrative aperte nel corso di una stagione. Ma alcuni indizi lasciano pensare che si vada sempre più in questa direzione. Il team di sceneggiatori di *Grey's Anatomy*, ad esempio, aggiorna continuamente un blog che ha migliaia di utenti che intervengono a commentare puntate, linee narrative, scelte di casting e molto altro. Inaugurato da Shonda Rhimes, capo-sceneggiatrice e ideatrice della serie, nonché una fra le sceneggiatrici più pagate di Hollywood e fra le 100 persone più influenti del mondo nel 2007 secondo la rivista TIME¹⁴, il blog *Grey Matter* è stato aggiornato fino alla decima stagione della serie dal team degli

¹³ Polone, Gavin, *The Folly of Having Focus Groups Judge Tv Pilots*, <http://www.vulture.com/2012/05/tv-pilot-focus-groups-gavin-polone.html>, online.

¹⁴ Per avere un'idea di quanto i personaggi creati da Shonda Rhimes siano entrati a far parte della quotidianità di milioni di telespettatori, basta leggere lo status che la sceneggiatrice ha apposto in apertura al suo profilo Twitter: «I make stuff up for a living. Remember, it's not real, okay? Don't tweet me your craziness».

sceneggiatori, che dà anche il nome al dominio web del blog: www.greyswriters.com.

Sceneggiatori, esperti di marketing, bloggers

All'interno del blog, gli sceneggiatori coltivano attentamente la relazione con gli spettatori incoraggiandoli a rispondere ai loro post e a discutere le puntate appena andate in onda. Vengono commentate anche le repliche delle precedenti stagioni, svelandone il back-stage e aggiungendo dettagli a quelli già noti al grande pubblico:

By inviting the viewers to examine her decision and by explaining the reasons why she wrote that plot twist, Vernoff, and the other writers who described episodes they wrote for season one, create an intimacy that doesn't normally exist between writers and viewers. Because of the writers' blog, the viewers know not only what happened on the episode they just watched, but why it happened as well. (Wendell 2007: 59)

I lettori del blog vengono quindi accompagnati in uno spazio intermedio fra la scena e il retroscena, in cui sono messi al corrente rispetto a dettagli che non avrebbero conosciuto attraverso la semplice fruizione televisiva, ma sono allo stesso tempo partecipi del grande mistero che la produzione riesce a mantenere sui nuovi episodi della serie e le future storylines. Il blog è un'arma a doppio taglio per i creatori della serie poiché nel momento stesso in cui essi ottengono popolarità dalla partecipazione e dal coinvolgimento degli spettatori, li mettono in condizione di poter avanzare richieste e fare pressioni sulla produzione:

Beyond the issue of recognition, fans on a first-name basis with the writers of a show also have someone to hold accountable when storylines take a direction of which they don't approve, and get a sense of how the writers work in the

viewers' interest by lobbying the network to allow them to air a controversial storyline. (Wendell 2007: 60)

L'interazione e la compartecipazione degli utenti alla narrazione delle serie tv attraverso lo strumento del blog ufficiale è solo uno dei tanti esempi capaci di restituire un'idea di quanto una determinata serie tv oggi sia «invariably determined by who watches the show, which in turn justifies form and content, modes for reception and the ways in which the drama will be talked about» (McCabe 2005: 212).

Vincoli e poteri di una serie tv: il caso dei medical dramas

Il medical drama, ovvero la fiction di ambientazione ospedaliera, oltre ad essere uno dei generi più popolari¹⁵ all'interno della serialità televisiva (e longevi, se si pensa che il primo medical drama, *City Hospital*, è stato trasmesso dalla ABC nel 1951), è un genere particolarmente interessante per ciò che concerne il consumo mediale dei suoi spettatori e le mediazioni istituzionali cui i produttori, volenti o nolenti, debbono far fronte prima e dopo la stesura della sceneggiatura. «In a medical story, in any tv tale» - commenta Joseph Turow - «a writer or a production company has only limited power. The storytelling process is shaped from within and from without the television industry» (Turow 1989: xiii). Joseph Turow è autore di una approfondita ricerca volta ad esplorare i modi in cui forze e soggetti influenti all'interno dell'ambiente medico americano hanno cercato di pilotare la rappresentazione della loro istituzione nella fiction televisiva, soprattutto all'interno dei 'prime-time doctor show'.

Turow descrive le peripezie cui un episodio del medical drama *Trapper John, M.D.* (CBS, 1979-1986), "Game of Hearts", fu sottoposto. Nell'episodio in questione, Trapper John, chirurgo cardiovascolare, deve compiere un trapianto di cuore artificiale su un amico di lunga

¹⁵ Wikipedia cataloga 271 serie mediche che hanno avuto al loro attivo almeno una stagione, prodotte in tutto il mondo fra il 1951 e il 2014.

data, la cui arteriosclerosi non lascia molti dubbi rispetto all'ineleggibilità del paziente all'operazione. Ma il chirurgo ripudia le linee guida amministrative dell'ospedale che vorrebbero attribuire un prezzo alla vita dei pazienti. Decide quindi di portare a termine l'operazione e, nonostante i suoi sforzi, il paziente muore. Questo per lo meno è il finale che John Whelpley, capo sceneggiatore della serie, assieme ai produttori, era intenzionato a girare. Il medico reclutato per la supervisione delle procedure e del linguaggio tecnico utilizzato nella serie non aveva fatto alcuna obiezione al finale previsto: ictus, trombi e morte erano sfortunate ma non rare occorrenze durante i trapianti di cuore (si ricordi che *Trapper John, M.D.* viene prodotta e trasmessa tra il 1979 e il 1986). Ma quando i produttori inviarono lo script al dottor Robert Jarvik, il chirurgo che creò l'impianto cardiaco in plastica e ne sperimentò per primo l'utilizzo, questo si oppose con forza ad un finale di episodio in cui il paziente avrebbe dovuto morire per le complicazioni di un trapianto di cuore artificiale. Jarvik sosteneva che nonostante lo script fosse accurato nel rappresentare il passato della medicina, non lo era più molto nei confronti del presente e del futuro: i progressi nel campo dei trapianti di cuore stavano avvenendo molto velocemente e un trapianto riuscito male in prima serata avrebbe potuto danneggiare seriamente la fiducia dei telespettatori in questo tipo di operazione, nella società responsabile della creazione dei prototipi e, infine, nei chirurghi. I produttori, che avevano sottoposto lo script a Jarvik e colleghi per avere da loro suggerimenti atti ad affinare l'aura di realismo necessaria all'episodio, ma anche per ottenere strumentazioni necessarie alla scenografia, fecero riscrivere in fretta e furia l'episodio. Fu così che nell'episodio in questione il paziente non fu fatto morire, a scapito di gran parte della tensione emotiva che la versione precedente era stata in grado di suscitare. Turow racconta le vicissitudini del suddetto episodio a dimostrazione del fatto che la televisione è un'attività collettiva e che «telling stories on television is, above all, a game of power» (Turow 1989: xiii).

La preoccupazione del chirurgo americano non era priva di fondamento anche per altri motivi, se si considerano gli effetti della popolarità di cui godono oggi i medical dramas in tutto il mondo. In

Italia, la puntata di un telefilm 'made in Usa' con il maggiore ascolto nella storia della televisione italiana resta ancor oggi un episodio di *ER*, trasmesso il 4 dicembre 1997, con 7 milioni e 179 mila spettatori¹⁶ mentre *House, M.D.* (Fox, 2004-2012), distribuito in 66 Paesi, nel 2008 ottiene il primato per il programma tv più seguito al mondo¹⁷.

Stando ai risultati emersi a partire da alcune ricerche¹⁸ sulla ricezione dei medical dramas sui pubblici inglesi, italiani e francesi, risulta del tutto possibile attribuire ai medical dramas un ruolo di socializzazione secondaria¹⁹ o informale rispetto al sapere sulla malattia e ai luoghi preposti alla cura. Il sapere negoziato a partire dalla visione dei medical dramas va ad integrare le conoscenze ottenute nell'ambiente familiare e in quello scolastico. La fiction, dunque, oltre che una proposta da interpretare in quanto testo audiovisivo, si conferma una risorsa da utilizzare. La fruizione di medical dramas viene considerata efficace non solo per l'acquisizione di informazioni a livello linguistico, cognitivo e spaziale/ambientale,

¹⁶ Fonte: <http://www.telesimo.it> (Cit. in: Braga 2008).

¹⁷ Fonte: Eurodata TV Worldwide, Agence France Presse, *House is the world's most popular TV show*, 12.06.2009.

¹⁸ Si vedano, in particolare: Cappi 2015; Davin 2000 e 2007; Chalvon-Demersay 1999.

¹⁹ Con questo termine si intende il processo sociale di trasmissione e interiorizzazione dell'insieme di valori, norme, ruoli, aspettative e credenze della società attraverso pratiche e istituzioni dell'organismo sociale. La socializzazione primaria avviene nell'infanzia, quando gli individui acquisiscono le competenze di base per entrare in società, normalmente attraverso la scuola, la famiglia, gli istituti religiosi, etc; mentre la socializzazione secondaria è l'insieme di pratiche e conoscenze che permettono l'acquisizione di competenze specialistiche e la differenziazione dei ruoli sociali. Nella letteratura sociologica, i media, assieme al gruppo dei pari, all'ambiente di lavoro e a molti altri agenti, vengono fatti rientrare in questa seconda fase del processo. Per un approfondimento sul tema, si vedano: Dubar 2004; Turkle 1996; Boudon-Bourricaud 1991; Bourdieu-Passeron 1970; Berger-Luckmann 1974.

ma anche per l'interiorizzazione di comportamenti adeguati in situazioni di emergenza.

Si può capire la preoccupazione destata anche in Italia dall'offerta di fiction ospedaliere, se si considera il potere che esse paiono aver esercitato con la loro popolarità. Scrivono Roberta Gisotti e Mariavittoria Savini:

L'influsso di *ER* è stato tale che si ascrive a questa serie tv la riforma del Pronto soccorso degli ospedali italiani sul modello organizzativo di *ER*, come l'introduzione dei codici di diverso colore assegnati ai pazienti al momento dell'accettazione o anche le strisce colorate che disegnano i vari percorsi interni alle strutture sanitarie. (Gisotti - Savini 2010: 61)

Non è stato possibile verificare la tesi appena citata, certo è che la disseminazione di frammenti mediali se non addirittura *habitus* ispirati ai medical dramas è sempre più folta, fra i telespettatori/pazienti ma anche fra i professionisti della sanità.

Reazioni simili a quelle riportate da Joseph Turow sono quelle suscitate al tempo dell'uscita di *Crimini bianchi*, serie tv italiana in onda nel 2008 su Canale 5 prodotta da Valsecchi e incentrata su vicende di malasanità (diagnosi sbagliate, turni disumani, cattiva organizzazione ospedaliera, truffe): «Dato il potere della televisione» – commenta il presidente dell'A.M.A.M.I., Associazione medici accusati di malpractice ingiustamente, Maurizio Maggiorotti - «il pubblico italiano sarà ulteriormente condizionato da questa fiction, che getterà fango sull'intera categoria, causando un'impennata di cause contro i medici: un florido giro d'affari per avvocati e avvocatocchi»²⁰. Da qui l'invito agli organismi di categoria ad attivarsi presso il Garante per le telecomunicazioni per bloccare la messa in onda. La serie non riesce a trarre popolarità dalle polemiche e viene sospesa dopo il sesto episodio, ma l'impressione è che a farne fallire la messa in onda sia

²⁰ Cit. in Costantini 2008.

stato più lo scarso interesse del pubblico che non la pressione esercitata dalla classe medica. *Crimini bianchi* è la miccia che fa scatenare una sequela di proteste sulla stampa cartacea e in televisione. Interviene Luigi Frati, presidente della facoltà di Medicina e Chirurgia dell'Università La Sapienza di Roma e prorettore dell'Ateneo: «è inopportuno, fuorviante, oltretutto copiato da certe serie americane. Non fa giustizia delle tante vite salvate, degli atti di abnegazione e sacrificio che tutto il personale sanitario compie giornalmente, ben oltre ciò che è richiesto dai loro contratti»²¹. Più bipartisan sembra essere invece Lorenzo Sommella, direttore sanitario dell'ospedale San Filippo Neri di Roma. Incitando a fare attenzione ai messaggi che si lanciano ai telespettatori perché «la criminalizzazione, e la spettacolarizzazione, dei medici nuocciono profondamente al rapporto con i malati», Sommella ammette anche che «l'umore dei medici è diverso a seconda delle serie, e so per certo che alcuni colleghi guardano *ER* come a un'occasione di aggiornamento, per via delle ricostruzioni moderne e realistiche dei problemi»²².

Risulta chiaro, insomma, che se i feedback degli utenti (e anche quelli delle associazioni di categoria e di molteplici istituzioni sociali) stanno modificando il modo di scrivere le serie tv, queste stesse a loro volta, grazie alla loro popolarità e capacità di coinvolgimento, stanno producendo altrettante mediazioni a livello sociale, anche in contesti fino a poco tempo fa al riparo dalle suggestioni della televisione. Le tecnologie del feedback messe sin qui in evidenza non sono nuove. Nuovo è l'impatto che, nell'era del 'customer care' esse ottengono sulla produzione, ideazione e realizzazione di un prodotto audiovisivo.

Conclusioni: The Writers' Room (e il buco della serratura)

Da tutto ciò che abbiamo fin qui descritto, sembra profilarsi un contesto in cui le pratiche di scrittura non sono più riconducibili in

²¹ *Ibid.*

²² Cit. in Gisotti-Savini 2010: 80.

alcun modo ad una qualche istanza di tipo autoriale. Anche qui, sappiamo bene che dagli anni Sessanta una vasta letteratura che va da Paul De Man a Roland Barthes ha ampiamente celebrato la morte dell'autore. Tuttavia, ancora negli anni Novanta, uno scrittore e saggista di grandissimo prestigio come David Foster Wallace poteva opporre alle argomentazioni di chi si proponeva di eseguire l'autopsia sul cadavere dell'autore²³ un postulato di William Gass²⁴ in base al quale «i critici possono cercare di eliminare o iperdefinire l'autore fino all'anonimia, per ogni genere di ragioni, tecniche, politiche o filosofiche, e "quest'anonimia può voler dire molte cose, ma di certo non che quel testo non l'ha scritto nessuno"» (Wallace 1992: 181).

Lo scenario di fronte al quale ci troviamo, seguendo il filo conduttore che abbiamo cercato di stendere, definisce oggi una situazione che appare ulteriormente mutata. Gli "autori" delle serie televisive, intesi come coloro che le scrivono, inventandone i personaggi, i conflitti, i dialoghi e i loro sviluppi, non sono affatto anonimi. Tutt'altro. I loro nomi sono ampiamente accreditati e possono godere di forte reputazione e credibilità nel mondo degli addetti ai lavori e del pubblico più affezionato. Si sa bene, per esempio, che l'intera serie di culto *True Detective* è stata inventata e scritta da Nic Pizzolatto per il network HBO, così come lo scrittore David Benioff ha inventato e scritto il già citato *Trono di spade* (*Game of Thrones*) per lo stesso network assieme a Daniel B. Weiss, rielaborando in maniera estremamente creativa una saga fantasy di George R.R. Martin. Benioff è stato considerato uno dei più grandi scrittori della sua generazione quando il suo primo romanzo, *La 25° ora*, nel 2001 è diventato un best seller, attirando l'attenzione di Spike Lee che l'ha trasposto in un tipico film d'autore interpretato da Edward Norton e Philip Seymour Hoffman. Ma Daniel B. Weiss, a sua volta, è accortissimo scrittore che può contare su un master in filosofia al Trinity College e una prestigiosa laurea in letteratura al Wesleyan College, mentre Pizzolatto, oltre ad aver insegnato alla University of

²³ Ad esempio: Hix 1990.

²⁴ Gass 1985.

Chicago e in altri atenei americani, prima di cimentarsi con la serialità televisiva aveva già scritto due libri, il secondo dei quali (*Galveston*) è stato pubblicato da un editore importante come Scribner e tradotto in una ventina di paesi.

Un background analogo è presente nelle schede che caratterizzano i credits di molte altre serie, da *Dexter* (Showtime, 2006-2013) a *Six Feet Under* (HBO, 2001-2005), da *New Girl* (Fox, dal 2011) a *Modern Family* (ABC, dal 2009). Scrittori di comprovato talento che si prestano alla scrittura di serie televisive a partire spesso da testi letterari preesistenti, in un lavoro di equipe dalle caratteristiche decisamente particolari. E il contesto italiano presenta numerosi esempi del tutto analoghi: basti pensare all'*Ispettore Coliandro* (Rai, 2006-2010) che, a partire da un personaggio inventato da Carlo Lucarelli, ha visto succedersi per la trasposizione dei singoli episodi un numero consistente di validi scrittori, da Gianpiero Rigosi a Umberto Contarello, passando per Maurizio Matrone, Andrea Cotti, Matteo Bortolotti e molti altri. Similmente, la serie *Gomorra* (dal 2014) di Sky, il caso televisivo italiano dell'ultima stagione, ha visto attivo un team composto da Roberto Saviano, dal giornalista investigativo Giovanni Bianconi, da Stefano Bises, Leonardo Fasoli e Ludovica Rampoldi. Per dire quanto poco si rischi l'anonimia è sufficiente citare una intervista del settimanale del *Corriere della Sera*, *Io Donna*, nel quale la sceneggiatrice – già autrice delle sceneggiature di alcuni film d'autore come *Il gioiellino* (2011) di Andrea Molaioli – viene intervistata come vera e propria star dell'industria culturale, meritandosi perfino l'appellativo di "lady fiction"²⁵.

Ebbene, per quanto riguarda le serie televisive italiane, le procedure e le relazioni che sovrintendono al processo creativo restano ancora tutte da scrivere e si può supporre che entro certi limiti seguano ancora gli schemi di un lavoro artigianale²⁶. Nel contesto americano,

²⁵ Ciabatti, Teresa, "Ludovica Rampoldi: "Con Gomorra abbiamo rischiato di celebrare il male"", *Io Donna*, 04.07.2014.

²⁶ Naturalmente è ben diverso il caso di serialità di lunga durata e fortemente standardizzate come quelle di *Un medico in famiglia* o *Un posto al*

dove la concorrenza fra una molteplicità di soggetti ha reso il panorama assai più frastagliato e ha fatto moltiplicare i programmi ad alto contenuto sperimentale, ci sono sistemi ormai collaudati per sbirciare nel buco della serratura della stanza in cui si riunisce il comparto creativo delle differenti serie. Sarà che la dimestichezza con la cosiddetta “scrittura creativa” anche a livello di insegnamento accademico ha ormai una tradizione consolidata, dal 2013 è stata perfino progettata una sorta di “meta-serie” televisiva, *The Writers’ Room*, diretta da Jim Rash per il piccolo canale via cavo Sundance TV. Il nome del network rimanda al più celebre festival americano per il cinema d’essai e la sua programmazione è costituita da film indipendenti, documentari, cortometraggi e programmi “culturali” sul modello della francese Arté. In Italia, la versione doppiata di *The Writers’ Room* va dunque in onda su Sky Arte.

Il talk-show mette attorno ad un tavolo i suddetti scrittori e i molti altri che partecipano all’ideazione e scrittura di una serie. Si tratta di una “stanza degli scrittori” ricostruita in studio, ovviamente, che somiglia in tutto e per tutto a quelle stanze dei distretti di polizia in cui una squadra di agenti speciali sta cercando di ricostruire i fili di una serie di delitti o di una ramificata gang criminale. Appunti sulle lavagne, protagonisti, antagonisti, colpi di scena, post-it colorati con le varie idee che andranno a comporre le puntate, montabili e smontabili in maniera modulare, come mobili Ikea²⁷.

Ciascuno di loro ha un nome e un cognome e c’è una evidente gerarchia fra chi partecipa e chi prende le decisioni ultime. Ma ciò che emerge è chiaramente l’idea di qualcosa che non viene mai veramente ‘scritto’. Si chiama “writers’ room” ma nessuno di loro viene

sole, dove l’impostazione del lavoro è molto simile a quella di una catena di montaggio.

²⁷ Il riferimento al celebre marchio non vuole avere nessuna connotazione negativa. Si tratta infatti di un concept di straordinaria efficacia, che abbina un design innovativo, una qualità più che discreta, prezzi democratici, inventiva e razionalità nel marketing e massima funzionalità. Per un approfondimento si veda Delbecchi 2007.

qualificato come 'writer', bensì 'executive', 'executive producer', 'runner', 'co-runner', 'creator', 'editor', e naturalmente partecipano a volte anche gli attori protagonisti, che non solo offrono un contributo ideativo ma che – alla fine – dovranno concretamente incarnare la "sceneggiatura" nelle proprie parole, gesti ed espressioni.

A colpire è soprattutto lo spirito con cui questi scrittori interpretano il proprio lavoro nel team della serie. Nella puntata dedicata a *Dexter*, per esempio, la supervisor Sara Colleton parla serenamente di una «grande esperienza creativa, unica e appagante, durata otto anni». Otto anni nei quali dichiara di aver lavorato con assoluto spirito collaborativo assieme agli altri "sceneggiatori", nel segno di continue discussioni il cui scopo ultimo e comune era «fare un buon lavoro, scegliere di volta in volta la cosa giusta, quella che rispecchia le intenzioni della serie». Le fa eco Elisabeth Meriwether (laureata a Yale...), giovanissima creatrice della brillante *New Girl*, che ricorda a sua volta come sia necessario «ragionare con l'occhio della serie». Meriwether sostiene che dovrebbe esserci una perfetta omologia fra autori e spettatori nella creazione di un sistema oblativo. Il suo motto, da fare invidia a Lacan, è: «il nostro desiderio di autori non è altro che il desiderio degli spettatori». Ma in tutti gli altri esempi continua ad emergere questa necessità di cancellarsi in funzione di un obiettivo di funzionamento del dispositivo narrativo, che scioglie completamente la vecchia pratica di scrittura in qualcosa di definitivamente diverso dal tentativo canonico di andare incontro alle aspettative e ai bisogni simbolici dei lettori.

Sentendoli raccontare di un'attività che il più delle volte è definita «eccitante», si ha la sensazione che queste persone non arrivino mai davvero ad una pratica di scrittura ma che costruiscano lo sviluppo narrativo complessivo, i singoli episodi e l'intera messa in scena attraverso una continua chiacchierata o discussione, letteralmente una 'chat'. Ci si immagina che spetti poi ad un semplice redattore/segretario tirare i fili di questo lavoro, non scrivendolo ma trascrivendolo. Questi sceneggiatori sono innanzitutto dei 'performers', ed è in questo senso che si può arrivare a sostenere che queste serie sono un esempio credibile di prodotti che "non sono stati scritti da

nessuno". Nel senso che non sono proprio stati scritti, nell'accezione tradizionale del termine. Sono stati 'performati' da spettatori specializzati particolarmente creativi e quindi realizzati in forma audiovisiva.

Si tratta ovviamente di una semplice ipotesi, poco più di una metafora. Ma non si può fare a meno di pensare al fatto che, da almeno vent'anni, una intera tradizione cinematografica che parte da Peter Greenaway (*I racconti del cuscino*, 1996) e arriva a Mario Martone (*Il giovane favoloso*, 2014), passando per commedie popolari (*Shakespeare in Love*, 1998) e sofisticate elucubrazioni di sceneggiatori geniali - per esempio *Adaptation* (2002) e *Synecdoche, New York* (2008) di Charlie Kaufman - hanno raccontato questa mutazione strategica dello scrittore²⁸. Scrivere non è più operazione intima e appartata che caratterizza persone timide e fuori dal mondo, come accadeva nei tenerissimi film di François Truffaut. Ora la "scrittura" è appannaggio di un vero e proprio 'performer', un virtuoso sia della parola, sia, soprattutto, della costruzione di universi narrativi per combinazioni, come accade nella diegesi di film strazianti come *Donnie Darko* (2001) o *Vero come la finzione* (2006), ma anche nella pratica di scrittura di un formidabile e pirotecnico inventore di personaggi e dialoghi "copiati" che risponde al nome di Quentin Tarantino.

Non sappiamo se si tratti di una semplice deriva della tarda postmodernità o se - invece - stiamo assistendo ad un esempio di adattamento della specie degli scrittori ad un ambiente mediale in rapidissima trasformazione. La somiglianza fra un programma come *Masterpiece*, il talent show della RAI dedicato agli aspiranti scrittori e altri programmi analoghi, come *X-Factor* o *Masterchef* fa riflettere, perché anche in questo caso ad essere in gioco non è la capacità di scrivere il testo migliore in senso assoluto (qualunque cosa questo voglia dire) ma di dimostrarsi in grado di eseguire il ruolo dello scrittore nel corso di una serie di performance eterogenee che si dispiegano nel corso dell'intero programma come nel prototipo dei *Giochi senza frontiere*.

²⁸ Si veda al riguardo: Corrigan 2002.

Nessun moralismo francofortese e nessun rimpianto per un'epoca in cui scrivere significava addentrarsi nelle profondità del proprio essere per riemergere (a volte) con un testo che mettesse in contatto con i misteri dell'assoluto. Siamo ben consapevoli che si tratta di un mito romantico che ha riguardato, al massimo, periodi molto brevi della storia recente e ambiti ristretti e privilegiati del cosiddetto campo letterario. Tuttavia, il combinato disposto di due fenomeni fa pensare ad una trasformazione radicale in atto in quel vasto territorio che abbiamo sempre chiamato genericamente letteratura. Da una parte il proliferare incontrollato di testi di narrativa, segno che la scrittura di un romanzo è una competenza sempre più diffusa. Dall'altra, da questa proliferazione deriva una crisi del settore che fa sì che gli scrittori "di professione" si contino sulle dita di una mano. Come nella musica, quasi nessuno guadagna più con lo scrivere qualcosa (i famosi diritti d'autore) ma diventa sempre più importante l'indotto collegato all'essere il nome associato ad un determinato prodotto letterario. Per molti scrittori lavorare nella 'writers' room' è diventata una condizione necessaria per poter provvedere alle necessità della sopravvivenza quotidiana. Può darsi che reagiranno alle pratiche descritte dedicandosi alla scrittura di romanzi sempre più personali, individuali, resistenti, ma a vederli in tv non sembrano frustrati dal lavoro standardizzato e collettivo come accadeva agli scrittori prestati a Hollywood nell'America degli anni Trenta, da Ben Hecht a Francis Scott Fitzgerald, sul modello del celebre *Barton Fink* (1991) raccontato da Joel e Ethan Coen. Perciò può anche darsi che le modificazioni della sensibilità narrativa che inevitabilmente subiranno li porti a concepire una nuova forma di letteratura diffusa, aperta, collettiva in un senso estremo del termine, che ci metterà a confronto con romanzi che – letteralmente – nessuno ha mai scritto. L'estrema provocazione è che tali forme letterarie esistano già e siano rappresentate dai casi di cronaca politica o giudiziaria più romanzzati e romanzeschi, la cui 'texture' deriva da una pluralità diffusa di testi "sparsi", fra film, canzoni, video, instant books, trasmissioni televisive, rotocalchi,

fumetti, blog, social network, discorsi sociali e quant'altro²⁹. Narrazioni diffuse e disarticolate. Romanzi che nessuno ha davvero scritto ma che tuttavia ci troviamo a leggere in un continuum di informazioni organizzate testualmente – con ben altra coerenza rispetto alla logica dei celebri 'faits divers' – da questi scrittori-produttori che non scrivono materialmente più. Saranno le schiere di giornalisti e autori che progettano i pirotecnici plastici di Bruno Vespa o le strepitose interviste maledette di Franca Leosini i veri Balzac del XXI Secolo? La domanda non è retorica e l'idea può scandalizzare solo chi non si sente a suo agio di fronte all'industria culturale nel suo complesso: come sosteneva Edgar Morin, provare piacere a passeggiare per i boulevard della cultura di massa è la condizione necessaria per capirne la profonda complessità e la diabolica intelligenza (Morin 1962: 38).

Bibliografia

- Berger, Peter - Luckmann, Thomas, *La realtà come costruzione sociale*, Bologna, Il Mulino, 1997.
- Boudon, Raymond - Bourricaud, François, *Dizionario critico di sociologia*, Roma, Armando, 1991.
- Bourdieu, Pierre - Passeron, Jean-Claude, *La Reproduction. Éléments pour une théorie du système d'enseignement*, Paris, Éditions de Minuit, 1970.
- Braga, Paolo, E.R. – *Sceneggiatura e personaggi*, Milano, Franco Angeli, 2008.
- Buonanno, Milly, "Come se. Realtà multiple e mondi possibili dell'immaginazione narrativa", *Realtà multiple: concetti, generi e audience della fiction TV*, Ed. Milly Buonanno, Napoli, Liguori Editore, 2004.

²⁹ È questa la tesi dell'ottimo volume: Nerenberg 2012.

- Caldwell, John Thornton, *Televisuality. Style, Crisis, and Authority in American Television*, New Brunswick, Rutgers University Press, 1995.
- Caldwell, John Thornton, *Production Culture. Industrial Reflexivity and Critical Practice in Film and Television*, Durham and London, Duke University Press, 2008.
- Cappi, Valentina, *Pazienti e medici oltre lo schermo. Elementi per un'etnografia dei medical dramas*, Bologna, Bononia University Press, 2015.
- Chalvon-Demersay, Sabine, "La confusion des conditions. Une enquête sur la série télévisée Urgence", *Réseaux*, vol. 17, 95 (1999): 235-283.
- Ciabatti, Teresa, Ludovica Rampoldi: "Con Gomorra abbiamo rischiato di celebrare il male", *Io Donna*, 4 luglio 2014.
- Corrigan, Timothy, "Which Shakespeare to Love? Film, Fidelity, and the Performance of Literature", *High Pop. Making Culture into Popular Entertainment*, Ed. Jim Collins, Malden e Oxford, Blackwell, 2002.
- Costantini, Emilia, "Fiction sulla malasanità e i medici si ribellano: non mandatela in onda", *Corriere della Sera*, 23.09.2008.
- Craig Tomashoff, "Programmers Keep Shows' Prospects in Focus (Groups)", *The New York Times*, 11.05.2012, http://www.nytimes.com/2012/05/13/arts/television/networks-rely-on-audience-research-to-choose-shows.html?_r=1&, online (ultimo accesso: 30/09/2014)
- Davin, Solange, *Casualty: Reception Study of a Medical Drama*, London, Le Drac, 2000.
- Davin, Solange, *Urgences et ses spectateurs: la médecine dans le salon*, Paris, L'Harmattan, 2007.
- Del Pozzo, Diego, *Ai confini della realtà: cinquant'anni di telefilm americani*, Torino, Lindau, 2002.
- Delbecchi, Nanni, *Il signor Ikea. Una favola democratica*, Venezia, Marsilio, 2007.
- Dubar, Claude, *La socializzazione. Come si costruisce l'identità sociale*, Bologna, Il Mulino, 2004.

- Ebert, Roger, *Roger Ebert's Movie Yearbook 2004*, Kansas City, Andrew McMill Publishing, 2004.
- Gass, William, *Habitations of the Word*, New York, Simon & Schuster, 1985.
- Gisotti, Roberta - Savini, Mariavittoria, *Tv buona dottoressa? La medicina nella televisione italiana dal 1954 ad oggi*, Roma, Rai-Eri, 2010.
- Hammond, Michael - Mazdon, Lucy (eds.), *The Contemporary Television Series*, Edinburgo, Edinburgh University Press, 2005.
- Hix, Harvey Lee, *Morte d'Autheur: An Autopsy*, Philadelphia, Temple University Press, 1990.
- Innocenti, Veronica - Pescatore, Guglielmo, "Dalla cross-medialità all'ecosistema narrativo. Le architetture complesse del cinema hollywoodiano contemporaneo", *Il cinema della convergenza*, Ed. Federico Zecca, Milano, Mimesis, 2012.
- Jancovich, Mark - Lyons, James, *Quality Popular Television. Cult TV, the Industry and Fans*, London, British Film Institute, 2008.
- La Rocca, Fabio - Malagamba, Andrea - Susca, Vincenzo (ed.), *Eroi del quotidiano: figure della serialità televisiva*, Milano, Bevivino Editore, 2010.
- Losito, Gianni, *Il potere del pubblico. La fruizione di comunicazione di massa*, Roma, Carocci, 2002.
- Manzoli, Giacomo, "Tradizione letteraria e modernità televisiva: ricezione e fandom del *Sandokan* di Sollima", *Bianco e Nero*, vol. 572, 2012.
- McCabe, Janet, "Creating 'Quality' Audiences for ER on Channel Four", *The Contemporary Television Series*, Eds. Michael Hammond - Lucy Mazdon, Edinburgo, Edinburgh University Press, 2005.
- McCabe, Janet, Akass, Kim (eds.), *Quality TV. Contemporary American Television and Beyond*, London, I. B. Tauris, 2007.
- Morin, Edgar, *L'esprit du temps*, Paris, Grasset et Fasquelle, 1962, tr. it. *Lo spirito del tempo*, Roma, Meltemi, 2008.
- Müller, Jürgen (ed.), *Movies of the 80s*, Colonia-Londra, Taschen, 2002.
- Nerenberg, Ellen, *Murder Made in Italy. Homicide, Media and Contemporary Italian Culture*, Bloomington, Indiana University Press, 2012.

- Newcomb, Horace (ed.), *Encyclopedia of Television*, New York, Routledge, 2004.
- Owen, Rob, "Test Audience Still Have Sway in the Launch of a TV Series", *Pittsburgh Post-Gazette*, 17.09.2006, <http://www.post-gazette.com/ae/tv/2006/09/17/Test-audiences-still-have-sway-in-the-launch-of-a-TVseries/stories/200609170308>, online (ultimo accesso: 30/09/2014)
- Silverstone, Roger, *Televisione e vita quotidiana*, Bologna, Il Mulino, 2000.
- Thompson, Robert J., *Television's Second Golden Age. From Hill Street Blues to ER*, Syracuse, Syracuse University Press, 1997.
- Turkle, Sherry, *Life on the Screen. Identity in the Age of the Internet*, New York, Simon & Schuster, 1997.
- Turow, Joseph, *Playing Doctor: Television, Storytelling and Medical Power*, New York/Oxford, Oxford University Press, 1989.
- Wallace, David Foster, "Che esagerazione", *Tennis, tv, trigonometria, tornado e altre cose divertenti che non farò mai più*, Id., Milano, Minimum Fax, 1999: 174-182.
- Wendell, Sarah, "Diagnostic Notes, Case Histories, and Profiles of Acute Hybridity in *Grey's Anatomy*", *Grey's Anatomy 101: Seattle Grace, Unauthorized*, Ed. Leah Wilson, Dallas, BenBella Books, 2007.
- Zagarrio, Vito, "Fuori fuoco. La messa in scena della serialità USA", *Cult Series vol. II - Le grandi narrazioni televisive nell'America di fine secolo*, Ed. Franco Monteleone Roma, Dino Audino Editore, 2005.

Sitografia

- Grasso, Aldo, "Accendi la TV. Il romanzo è un telefilm americano", *La Lettura*, n.2, 25.11.2011, <http://lettura.corriere.it/accendi-la-tv-il-romanzo-e-un-telefilm-americano/>, web (ultimo accesso: 30/09/2014)
- Owen, Rob, "Test Audience Still Have Sway in the Launch of a TV Series", *Pittsburgh Post-Gazette*, 17.09.2006, <http://www.post-gazette.com/ae/tv/2006/09/17/Test-audiences-still-have-sway-in->

Valentina Cappi, Giacomo Manzoli, *Lo scrittore collettivo*.

the-launch-of-a-TVseries/stories/200609170308, web (ultimo accesso: 30/09/2014)

Polone, Gavin, *The Folly of Having Focus Groups Judge Tv Pilots*, <http://www.vulture.com/2012/05/tv-pilot-focus-groups-gavin-polone.html>, web (ultimo accesso: 30/09/2014)

Tomashoff, Craig, "Programmers Keep Shows' Prospects in Focus (Groups)", *The New York Times*, 11.05.2012, http://www.nytimes.com/2012/05/13/arts/television/networks-rely-on-audience-research-to-choose-shows.html?_r=1&, web (ultimo accesso: 30/09/2014)

<http://www.telesimo.it> (ultimo accesso: 30/09/2013)

Gli autori

Valentina Cappi

Valentina Cappi è dottoranda in Storia presso l'Università di Bologna. Al momento sta conducendo una ricerca sulle rappresentazioni della professione medica nella televisione italiana dagli anni '80 ad oggi e sul consumo mediale della fiction di ambientazione ospedaliera da parte dei telespettatori. I suoi campi di interesse comprendono l'antropologia dei media e l'antropologia medica.

Email: valentina.cappi3@unibo.it

Giacomo Manzoli

Giacomo Manzoli è Professore di Cinema, Fotografia, Televisione presso l'Università di Bologna. Ha presieduto il Corso di Laurea DAMS e la Laurea Magistrale in Cinema, Televisione e Produzione Multimediale. E' membro del Consiglio Universitario Nazionale. Tra le sue principali pubblicazioni: *Cinema e Letteratura* (2003), *Da Ercole a*

Fantozzi: cinema popolare e società italiana dal boom economico alla neotelevisione (2012), *Joel e Ethan Coen* (2013).

Email: giacomo.manzoli@unibo.it

L'articolo

Data invio: 30/08/2014

Data accettazione: 30/09/2014

Data pubblicazione: 30/11/2014

Come citare questo articolo

Cappi, Valentina - Manzoli, Giacomo, "Lo scrittore collettivo. I meccanismi di feedback nella produzione delle fiction televisive e la relazione fra pratiche di scrittura e industria culturale contemporanea", *Between*, IV.8 (2014), <http://www.Between-journal.it/>