

# LA FICTION VERSO LA LUNGA SERIALITÀ

di Daniela Cardini

Riassumere il percorso della fiction seriale italiana nell'arco dell'ultimo trentennio, come si propone questo breve contributo, porta alla luce un dato che ha contraddistinto gran parte della riflessione accademica internazionale sulla televisione negli anni Ottanta: tra fiction e televisione tout court sembra esistere una relazione biunivoca e privilegiata, una sorta di sineddoche teorica che porta a sovrapporre la parte (il genere) con il tutto (il medium), in rapieghie dell'evoluzione del genere traspare la fisionomia dell'intero sistema televisivo. Per coglierne le peculiarità, una bussola affidabile è costituita dal percorso, non sempre fluido, della lunga serialità originale.

La storia della serialità corre parallela alla storia dei media e trova nella televisione un ecosistema particolarmente favorevole al suo sviluppo. Come accade agli oggetti fisici costruiti con la catena di montaggio, anche per i prodotti culturali la serialità muove dalla necessità di ottimizzare le risorse economiche, grazie alla segmentazione della narrazione in piccole unità uguali per formato ma non per contenuto, ripetibili e capaci di sollecitare l'interesse del pubblico a passare ritmicamente dall'una all'altra<sup>2</sup>.

Intorno agli anni Ottanta si è sviluppato un vivace dibattito internazionale – che ha lambito anche l'Italia – sul ruolo della produzione autoctona di fiction seriale. Mentre i sistemi televisivi occidentali stavano affrontando la fase del consolidamento, la lunga serialità<sup>3</sup> si rendeva necessaria non solo da un punto di vista economico, ma anche perché riusciva a dar voce al *national drama*, cioè al bisogno di un racconto quotidiano profondamente legato all'esperienza del suo pubblico<sup>4</sup>. Nelle pagine che seguono ripercorreremo le tracce e sottolineeremo le ragioni del lento e tortuoso sviluppo della lunga serialità italiana.

---

<sup>1</sup> J. FISKE - J. HARTLEY, *Television Culture*, Routledge, London 1978; J.W. CAREY (ed.), *Media, Myths and Narratives. Television and the Press*, Sage, Newbury Park-London-New Delhi 1988; H. NEWCOMB (ed.), *Television. The Critical View*, Oxford University Press, New York 1984.

<sup>2</sup> A. ABRUZZESE, *Ai confini della serialità*, Liguori, Napoli 1984; R. ALLEN, (ed.), *To be continued... Soap Operas Around the World*, Routledge, London-New York 1995; J. TULLOCH, *Television Drama: Agency, Audience and Myth*, Routledge, New York 1990.

<sup>3</sup> La ricostruzione del denso dibattito internazionale sul significato del concetto di 'lunga serialità' esula dal perimetro del presente contributo. Indicativamente, in queste pagine si considera tale il formato continuo seriale a puntate aperte, che in molte culture va sotto il termine *soap opera*, ma che può includere anche le produzioni articolate in più stagioni (come la più recente serialità statunitense) e/o con un numero di puntate pari o superiore a 10-13 unità per singola stagione.

<sup>4</sup> R. ALLEN, *Speaking of Soap Operas*, University of North Carolina Press, Chapel Hill 1985; S. LIVINGSTONE, *Making Sense of Television*, Routledge, London-New York 1998<sup>2</sup>.

Come è noto, negli anni Ottanta il sistema televisivo italiano passa dalla logica del monopolio Rai alle dinamiche conflittuali della concorrenza con la nascente televisione commerciale. La dilatazione progressiva dei palinsesti genera una forte domanda di nuovi contenuti. Sul versante della Rai, le produzioni originali privilegiano il tradizionale formato della miniserie (da due a quattro-sei puntate), erede del glorioso sceneggiato degli anni Cinquanta e Sessanta di matrice prevalentemente letteraria, che rispondeva alla vocazione pedagogica e all'autorevolezza culturale della televisione di Stato<sup>5</sup>. Le importazioni di fiction dall'estero, pur presenti, rimangono quantitativamente contenute.

Molto diversa è la strategia della nascente televisione commerciale. Non disponendo dell'esperienza tecnica necessaria per produrre fiction, le reti di Silvio Berlusconi imboccano la strada dell'importazione massiccia di titoli seriali, principalmente statunitensi. Il divario tra i due competitor nei confronti della funzione della serialità risulta evidente quasi subito, con il caso *Dallas*. Nel 1978 il serial aveva debuttato negli Stati Uniti sulla Cbs, ottenendo rapidamente un enorme successo<sup>6</sup>. La Rai ne acquista i diritti nel 1981, ma internamente all'azienda il tono, i temi e il genere sono percepiti come molto distanti dallo stile della televisione pubblica, tant'è che la serie viene trasmessa in sordina, senza troppo clamore. La prima puntata ha ottimi ascolti, ma inspiegabilmente la programmazione prosegue in maniera casuale, senza seguire l'ordine cronologico delle puntate. Di conseguenza gli ascolti calano e l'opzione sulle stagioni successive non viene rinnovata. Ne approfitta Mediaset, che rileva i diritti e manda in onda *Dallas* nell'ottobre dello stesso anno, facendola precedere da una massiccia campagna di comunicazione basata su *teaser* e *trailer* - termini fino a quel momento sconosciuti al pubblico e agli stessi operatori. L'ordine cronologico viene rispettato e il risultato è più che positivo: *Dallas* rimarrà in palinsesto per più di dieci anni.

Ciononostante, la Rai continua a sottostimare le potenzialità della lunga serialità, originale e di importazione. Non manca il dibattito interno sulla questione<sup>7</sup>, che insiste nel sottolinearne la modernità e la valenza culturale ed economica. Ma le spinte al cambiamento rimangono a lungo lettera morta.

<sup>5</sup> A. GRASSO - M. SCAGLIONI, *Che cos'è la televisione. Il piccolo schermo tra cultura e società: i generi, l'industria, il pubblico*, Garzanti, Milano 2005; V. INNOCENTI - G. PESCATORE, *Le nuove forme della serialità televisiva. Storie, linguaggio, temi*, Archetipo libri, Bologna 2008; M. BUONANNO, *La fiction italiana. Narrazioni televisive e identità nazionale*, Laterza, Roma-Bari 2012.

<sup>6</sup> Cfr. T. LIEBES - E. KATZ, *The Export of Meaning. Crosscultural Readings of "Dallas"*, Polity Press, Cambridge 1990; I. ANG, *Watching "Dallas": Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, Methuen, New York 1985.

<sup>7</sup> Cfr. in particolare il cosiddetto 'Rapporto Fichera', in cui si proponeva la costituzione di una struttura dedicata alla realizzazione di produzioni seriali (si veda A. SILJ, *A Est di "Dallas". Telefilm Usa ed europei a confronto*, Vqpt Rai-Eri, Roma 1987).

L'orgogliosa risposta rappresentata da *La Pioura* (1984), successo anche internazionale, sembra ribadire senza tentennamenti la convinzione della Tv pubblica di volersi mantenere distante dal modello di serialità perseguito dalla Tv commerciale.

### *Gli anni Novanta: l'industria della soap*

Solo cinque anni dopo, tuttavia, lo scenario muta decisamente: i primi anni Novanta segnano una netta apertura della Rai verso la lunga serialità di importazione, come dimostra una nuova 'guerra' scatenatasi fra i due competitor a proposito di un programma seriale di importazione. Nel 1990 Raidue debutta *Beautiful*. Partita in sordina e consolidatasi progressivamente, nonostante rischiosi cambi di palinsesto e azzardati interventi sulla struttura delle puntate originali (le famose 'puntatone' di novanta minuti nel prime time), per quattro anni la soap statunitense vede crescere costantemente gli ascolti. Nel 1994 Mediaset riesce a strapparne i diritti alla Tv pubblica, tra molte polemiche, e a costruire intorno a *Beautiful* il solidissimo daytime di Canale 5.

I tempi sono maturi: a metà del decennio è proprio la Rai ad affrontare ex novo la produzione di una 'soap opera'<sup>8</sup>, dando vita a un progetto per molti versi sorprendente. La direzione di Raitre decide di acquisire il format produttivo del fortunato serial australiano *Neighbours*, benché in quel periodo la consuetudine verso l'adattamento dei format fosse del tutto estranea al pubblico italiano e agli stessi professionisti televisivi. Inoltre, il modello di lunga serialità a cui Raitre decide di ispirarsi è il serial drama britannico, che risulta totalmente sconosciuto agli spettatori italiani e molto distante per temi e ritmi narrativi sia dal modello *Beautiful*, sia dalla telenovela sudamericana che, fin dal decennio precedente, aveva costituito un contenuto fisso dei palinsesti del daytime commerciale (ricordiamo tra gli altri *La schiava Isaura*, Rete 4, 1982; *Ciranda de Pedra*, Rete 4, 1982-1983; *Dancin' Days*, Rete 4, 1982-1983). Nel serial drama prevalgono le tematiche sociali, la centralità della comunità rispetto alla coppia, l'ambientazione realistica e credibile con frequenti riprese in esterna.

Con queste rischiose premesse, *Un posto al sole* debutta nel 1996. Inizialmente, le storie dei numerosi inquilini di Palazzo Palladini, a Napoli, stentano a far breccia nel pubblico italiano, anche a causa di ingenuità

<sup>8</sup> L'uso delle virgolette indica che il termine è sempre andato stretto ai produttori di *Un posto al sole*, a rimarcare una presa di distanza dal modello statunitense considerato troppo 'commerciale'. Si rimanda al proposito a D. CARDINI, *La lunga serialità televisiva. Origini e modelli*, Carocci, Roma 2004.

narrative e di una infelice collocazione di palinsesto. Ma al programma viene lasciato il tempo di stabilizzarsi, come la lunga serialità richiede, e di raggiungere il consolidamento degli ascolti.

La risposta di Mediaset non si fa attendere: nel 1998 una costola del reparto creativo e produttivo di *Un posto al sole* si stacca dalla Rai per dar vita al primo progetto di lunga serialità originale. Preceduta da una sapiente operazione di lancio, *Vivere* debutta l'anno successivo su Canale 5, collocata al traino della corazzata *Beautiful*, con i suoi circa sei milioni di spettatori quotidiani. La fisionomia di *Vivere* non può che aderire al modello a cui il pubblico di Canale 5 è abituato: l'accento è sulle storie d'amore tormentate e all'atmosfera solare di Napoli si sostituisce la più melodrammatica ambientazione del lago di Como.

La fiducia della Tv pubblica nel formato della lunga serialità si conferma con *Un medico in famiglia*, commedia familiare a puntate settimanali adattata da un format spagnolo che debutta nel 1998 e prosegue per dieci stagioni, pur con lunghe interruzioni tra l'una e l'altra. Anche Mediaset continua a investire nel formato lungo, varando nel 2001 la sua seconda soap, *Centovetrine*, ambientata a Torino in un centro commerciale. E in provincia di Torino, a San Giusto Canavese, viene addirittura creata una vera e propria 'fabbrica della soap', un centro di produzione esclusivamente dedicato a questo genere. In soli cinque anni, dunque, la lunga serialità originale diventa una realtà concreta nel panorama televisivo italiano.

### *Gli anni Zero: la fiction pay e la sfida della qualità nella produzione*

All'inizio del nuovo millennio, l'arrivo in Italia della pay Tv sposta decisamente gli equilibri del duopolio. Rivolgendosi a uno spettatore esigente, lo stile del nuovo player modifica la fisionomia della fiction nazionale, accentuandone la prossimità tematica ed estetica con il cinema d'autore. Il 'modello Sky'<sup>9</sup> prende le distanze dal sapore nazional-popolare dei prodotti Rai e Mediaset, scegliendo temi di nicchia e firme registiche importanti e prefissandosi l'obiettivo di raggiungere i mercati internazionali, storicamente ostici per le produzioni originali italiane.

L'apripista è la consociata Fox Italia, che con *Boris* crea il primo grande successo della serialità pay (2007-2010). Il testimone passa poi a Sky, che in pochi anni realizza ambiziosi progetti originali, prendendo come riferimento il virtuoso modello Hbo, inizialmente privilegiando il formato della miniserie (o del film lungo), con risultati più o meno a fuoco<sup>10</sup>. È però

<sup>9</sup> M. SCAGLIONI - L. BARRA (a cura di), *Tutta un'altra fiction. La serialità pay in Italia e nel mondo. Il modello Sky*, Carocci, Roma 2013.

<sup>10</sup> Ricordiamo per esempio *Quo vadis, baby?* (2008), *Moana* (2009), *Nel nome del male* (2009).

*Romanzo criminale* (2008-2010) l'emblema dello stile Sky nel suo primo decennio: le tematiche legate alla storia oscura del Paese, il formato modellato sul mercato internazionale (22 puntate di un'ora lorda), la regia e gli attori di provenienza cinematografica aprono la strada ai grandi titoli che di lì a poco formeranno il prestigioso bouquet della fiction Sky, con titoli sempre più internazionali come *Gomorra* (2014-) e *The Young Pope* (2016-).

L'arrivo della pay Tv è un terremoto per la fiction seriale generalista. Mentre *Un posto al sole* resiste senza scosse, mantenendo il proprio pubblico fedele e costante, un nuovo esperimento di Raitre, la soap *Agrodolce* ambientata in Sicilia (2008), fallisce dopo solo un anno di programmazione per problemi produttivi. Sul fronte Mediaset si registrano i mutamenti più sorprendenti: dopo molti cambi di programmazione che ne avevano indebolito gli ascolti, nel 2008 *Vivere* viene cancellata, tra le proteste degli spettatori. Nel 2011 anche *Centovetrine* attraversa una forte crisi produttiva che porterà, fra alti e bassi, alla sua definitiva chiusura nel 2015. Le ragioni della *débâcle* di un genere sul quale la rete aveva investito moltissimo nel decennio precedente si possono rintracciare nel mutato scenario competitivo degli anni Zero, che induce Mediaset a privilegiare generi ancor più trasversali e popolari della soap. A partire dal debutto di *Grande Fratello* (2000), i toni, i ritmi narrativi e il pubblico della soap vengono assorbiti dal genere emergente del reality, sulle cui fortune la rete costruirà i propri palinsesti lungo tutto il decennio. La centralità del melodramma torna nella produzione di fortunati titoli di fiction prime time (*Elisa di Rivombrosa*, 2003-2005; *L'onore e il rispetto*, 2006-2015). L'altro filone classico, la commedia familiare, viene rilanciato dal grande successo de *I Cesaroni*, adattamento di un format spagnolo in onda dal 2006 per sei stagioni su Canale 5.

La televisione pubblica, invece, da un lato consolida la sua immagine rassicurante, 'larga' e familiare, implementando le tradizionali miniserie prime time, rappresentate sia dalle biografie di personaggi storici, sia dalla 'corazzata' *Il commissario Montalbano* (1999-); dall'altro lato si concede qualche rischio, sperimentando formati e linguaggi nuovi, come *Tutti pazzi per amore*, la fiction-musical firmata da Ivan Cotroneo (2008-2012) che propone inattese e fortunate interpretazioni del linguaggio seriale originale.

Si può concludere questa breve panoramica sottolineando come, rispetto all'ambito internazionale, il percorso della lunga serialità in Italia sia stato segnato da una sostanziale mancanza di fiducia nelle potenzialità del formato. Benché i progetti che ne hanno fatto parte, dalla metà degli anni Novanta in poi, denotino la volontà delle emittenti di assumersi una consistente quota di rischio, a consuntivo il punto debole parrebbe la mancanza di convinzione e di perseveranza nelle potenzialità della dimensione industriale del sistema televisivo, che sembra ancora una volta attribuibile a una radicata resistenza culturale. È una regola ineludibile quella secondo

cui la lunga serialità ha bisogno di tempo per assestarsi e per costruirsi un pubblico, e per stabilizzarsi deve essere costantemente sostenuta da iniziative di comunicazione e di marketing.

La crisi della lunga serialità originale che ha preso corpo negli anni Zero, d'altronde, confluisce nella più ampia flessione del genere a livello internazionale<sup>11</sup> – un fenomeno che invertirà la propria tendenza solo a partire dagli anni Dieci: in Italia la lunga serialità verrà rilanciata da prodotti di importazione (si pensi ad esempio alla soap-telenovela spagnola *Il segreto*, trasmessa da Canale 5 a partire dal 2013), e tutto il genere della fiction si troverà a fare i conti con il mutamento degli scenari tecnologici e la diffusione della grande serialità statunitense. Ma questa, appunto, sarà un'altra storia.

<sup>11</sup> S. FORD - A. DE KOSNIK - C. LEE HARRINGTON (eds.), *The Survival of the Soap Opera. Transformations for a New Media Era*, University Press of Mississippi, Jackson 2011.