



Una fan del **Trono di Spade** vestita come il personaggio di Cersei Lannister alla mostra londinese del 2015 sulla serie tratta dai libri di George R.R. Martin

TOLGA AMMENANADOLU AGENCY/GETTY IMAGES

**SUL DIVANO**

TUTORIAL PER PREPARARE LE RICETTE DELLE SERIE TV O PER VESTIRSI COME I PERSONAGGI PIÙ AMATI. EPPURE DALLA **GRANDE ABBUFFATA** C'È CHI INIZIA A DISINTOSSICARSI

# SIAMO TUTTI DIPENDENTI DELLA FABBRICA DEI SOGNI

di **Elisa Manisco**

**P**uò capitare – sempre più raramente, ma può capitare – di incontrare in una occasione sociale X qualcuno che non solo afferma spavalidamente di non aver mai guardato una serie ma, *folli!*, di non avere neanche la minima intenzione di farlo.

Per simili casi spinosi il sito [www.tvserial.it](http://www.tvserial.it) ha un protocollo specifico che potrebbe tornare utile anche in un confronto con terrapiattisti e no- 

**COPERTINA**  
**NON CI SONO MEZZE STAGIONI**

vax: innanzitutto mantenere la calma di fronte a questo «concetto a dir poco inspiegabile» e poi ricordarsi di «accettare e rispettare le abitudini delle altre persone perché (fortunatamente!) al mondo non siamo tutti uguali».

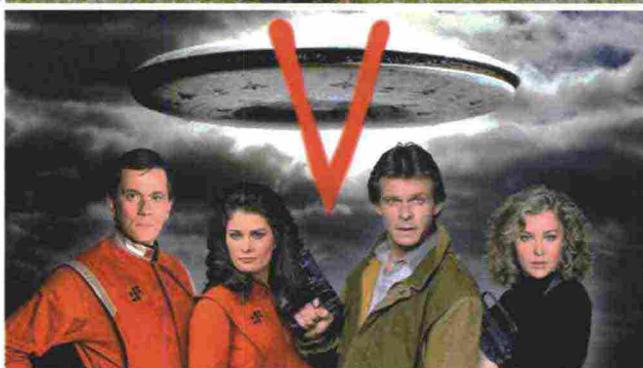
Tutti uguali no, ma molto simili sì, come dimostrano i numeri pantagruelici di Netflix e compagnia narrante. Parafrasando John Lennon, i personaggi delle serie tv sono ormai più famosi di Gesù Cristo. E come lui tendono a generare fanatici, soprattutto in rete. C'è chi si inventa tutorial per ricreare le ricette viste negli episodi preferiti (volete provare l'ossobuco di *The Office* o l'assurdo "tacchino ripieno di tacchino" di *How I Met Your Mother*? Cercate su YouTube il canale *Binging with Babish*, e buon appetito!). Chi offre dritte per riprodurre in modo filologico i look dei personaggi delle serie, come "Linda la nerd" sul suo sito *WornOnTv*. I seguaci delle colonne sonore di *Tunefind*, dove ritrovare i brani ascoltati nei propri episodi preferiti, e i maniaci di automobili di *IMCDB.org*, una specie di *Quattroruote* televisivo che cataloga ogni mezzo di locomozione passato sul piccolo o piccolissimo schermo. Per non dire dei cosiddetti *fansubbers*, amanuensi che fin dai primi anni 2000 passano la maggior parte del loro tempo libero a trascrivere le sceneggiature e sincronizzare sottotitoli, andando incontro anche a grane legali, come è accaduto ai pionieri di *Italiansubs*.

Punte creative di un mare magnum composto da migliaia - milioni - di pagine wiki, videogame online, post sui social network e siti specializzati in tutti gli idiomi del mondo che sviscerano ogni singolo snodo narrativo di qualsiasi serie gli showrunner abbia-

**NEL 2019,  
SOLO NEGLI USA,  
SONO STATI  
MESSI IN ONDA  
532 DIVERSI TITOLI**



GETTY IMAGES



**+**  
A sinistra, il cast di **Dallas** (andata in onda sulla statunitense Cbs dal 1978 al 1991 e in Italia, a partire dal 1981, prima su Rai Uno e poi su Canale 5) e i protagonisti di **Visitors** (la prima mini-serie è del 1983). Sotto, il sito *WornOnTv.net*, che aiuta a ricreare il look dei personaggi delle serie e il canale culinario YouTube *Binging With Babish*, con i tutorial per cucinare i piatti visti in tv

no mandato in terra. E non sono poche.

Secondo gli ultimi dati rilasciati dal network FX, che ogni anno fornisce un'accurata fotografia del settore, solo nel 2019 e solo negli Stati Uniti, ne sono andate in onda 532. Un modesto 7 per

cento in più rispetto al 2018, che diventa un ingente 52 per cento se confrontato con il 2013 e addirittura uno sconvolgente 153 per cento in più rispetto a dieci anni fa. Una crescita inarrestabile che ha smentito le previsioni fatte nel 2015 da John Landgraf. Allora il Ceo di FX conì il termine *Peak Tv* per spiegare che l'industria aveva raggiunto il suo picco e che la "bolla" televisiva sarebbe scoppiata di lì a poco. Invece è ancora qua, più scintillante che mai, e nessuno ha voglia di uscirne; semmai, abbiamo cominciato ad arredarla, con divano, coperta e pop-corn d'ordinanza.

Anche se il sogno di seguire tutto, condiviso da molti *addicted*, è ormai un'utopia, e il *bingewatching*, la scoppacciata di episodi, spesso lascia il posto alla "purga" del *purgewatching*, come ha notato Adam Sternbergh di *Vulture*, dove l'importante è finire ciò che si è iniziato, anche se non piace granché.



Ma perché siamo tutti pazzi per le serie? In parte, c'entra la chimica. Per come sono concepiti oggi, la maggior parte dei prodotti seriali televisivi sono costruiti su un susseguirsi dello schema "cliffhanger (finale sospeso) -resolution-cliffhanger", che stimola la produzione di dopamina, il neurotrasmettitore del piacere e della ricompensa coinvolto anche nell'amore romantico (e, sì, nella droga).

E poi c'è un'altra ragione. Forse la stessa che secondo Landgraf avrebbe dovuto portare al declino: «Troppe storie e troppa narrazione» che lungi dall'essere un difetto sono diventate una risorsa. Nelle serie c'è un inizio ma potrebbe non esserci una fine, come nelle soap, ma anche nelle mitologie complesse dei fumetti e della letteratura fantasy. Quel che conta, come nota Jason Mittell nel suo saggio *Complex Tv* (Minimum Fax) è creare un universo coerente abitato da personaggi a cui affezionarsi come se fossero nostri amici o parenti. E fa poca differenza che sia Westeros del *Trono di spade* o il sottobosco gay newyorchese abitato dalle trans e drag queen protagoniste di *Pose*. Uno scenario, quest'ultimo, inconcepibile ai tempi della tv tradizionale. Un'epoca naïf in cui telefilm e serial scatenavano sì manie globali (ricordate i *Visitors?*), che però di rado sopravvivevano alla messa in onda.

Una volta capito che a sparare a J.R. (attenzione: *spoiler alert*) era stata la sua ex amante Kristin Shepard, ci siamo messi il cuore in pace e non ci abbiamo più pensato. Invece, (attenzione, altro *spoiler alert*), alla morte di Walter White (*Breaking Bad*) o a quella di Ciro Di Marzio (*Gomorra*) non ci si rassegna. E infatti l'attore che lo interpreta, Marco D'Amore, ha pensato benissimo di "resuscitarlo" al cinema nello spin-off *L'immortale*. Uscito a inizio dicembre, è diventato il miglior debutto italiano del 2019 incassando più di 600 mila euro nel giorno di uscita e battendo persino il record di Chiara Ferragni. *Unposted*. C'è da stupirsi?

**Elisa Manisco**