



## L'IDENTITÀ SEGRETA DEL TELEFILM

LE TRE STAGIONI DEL RAPPORTO TRA FUMETTO E SERIE TV  
di Matteo Stefanelli

Nel primo episodio di *Carnivàle*, telefilm di culto della HBO, le ombre del passato emergono come un'eco inevitabile per la serialità contemporanea. Negli States rurali degli anni '30 Padre Justin vive una straniante esperienza con una ladra che, scoperta, gli vomita addosso le monete rubate in chiesa. Mentre riflette sull'accaduto, nel salotto di casa risuona una voce radiofonica. Quel che sentiamo è un autentico, vecchio radiodramma: la fosca vicenda di un crimine sventato da un giustiziere che sparisce nella notte, pronto a riemergere – nella città come nei palinsesti dei "Radio Days" – per una nuova avventura. Si tratta del giustiziere mascherato

noto come L'Ombra, *The Shadow*, primo grande successo della serialità radiofonica USA. Un successo tale da ispirare a pochi anni di distanza Bob Kane, inventore del giustiziere mascherato per eccellenza: Batman. La storia del rapporto tra serie tv e fumetto è un po' come la storia del rapporto tra L'Ombra e Batman. Una relazione ignota ai più, eppure stabilmente al centro della storia della narrativa popolare, con una profondità di scambi reciproci che ha prodotto alcuni dei più significativi segni rimasti incisi nell'immaginario globale. Una relazione oggi decisiva nel definire la fortuna dei più recenti telefilm di successo, *Battlestar Galactica* e *Lost* inclusi.

### ● Alle origini di un'industria della serialità

Dal boom di *Max und Moritz* in Germania alle battaglie dei magnati della stampa americana Pulitzer e Hearst per contendersi strisce come *Yellow Kid* e *Bibi e Bibò*, il suo statuto è chiaro fin dal tardo '800: il fumetto è soprattutto un'industria che produce immaginari in forma seriale. Una regola che vale per tutti i successi, dal re del merchandising *Buster Brown* ad *Asterix*, da *Little Nemo* a *Charlie Brown* al nostrano *Signor Bonaventura*. Per l'industria culturale il fumetto è stato a lungo una macchina per la produzione seriale di personaggi, storie, iconografie. Un tratto che lo ha dominato fino alla rivoluzione degli anni '60-'70, in cui artisti come Pratt, Tardi o Eisner spinsero per recuperare una dimensione letteraria e autoriale che solo in anni recenti il *graphic novel* (o romanzo grafico) sta praticando sistematicamente. Ma nel guardare al significato dei *comics* per la storia dei media, il dato di fondo resta questo: il fumetto è stato il comparto per antonomasia guidato dai paradigmi e dalle regole della serialità. Con il risultato di essere il bacino naturale di provenienza di molte delle *franchise*

globali più longeve, dai personaggi Disney ai supereroi fino a *Tintin*, *Puffi* e *Dragonball*.<sup>1</sup> Dal punto di vista di una storia delle relazioni tra i comparti del sistema dei media, fra gli anni '20 e '40 la macchina della serialità fumettistica prospera, in misura simbiotica con l'intera organizzazione simbolica e industriale del cinema. Sono gli anni delle sketch comedy prima e dei movie serial poi, da *Blondie* a *Dick Tracy*, da *Agente Segreto X-9* a *Flash Gordon*, ma anche delle strisce dedicate a "Fat" Freddy Arbuckle, Buster Keaton, Gianni e Pinotto o Stanlio e Ollio. Con il secondo dopoguerra lo scambio con il cinema si riduce, per scivolare alla tv, nel momento in cui questa sveste i panni di strumento para-pedagogico per tuffarsi nella sua stagione pop. Il rapporto fra televisione seriale e fumetto si apre quindi negli anni '50, con il debutto della serie dedicata a *Superman*, interpretata da George Reeves (1952-1958). Questo lungo rapporto ha vissuto almeno tre grandi stagioni, l'ultima delle quali pare la più intensa, con vari elementi che indicano una crescente e fertile integrazione fra le due industrie.

### ● Le icone fumettistiche e l'alba della pop tv

Ad accendere il rapporto tra fumetto e tv è, come scrivono i giornali dell'epoca, la *supermania* maturata intorno al successo del simbolo del fumetto popolare americano. Questa prima fase si gioca tutta all'insegna di una nuova dimensione dell'intrattenimento tv. Negli anni '50-'60, infatti, accanto al grande successo dei quiz show e delle soap opera, la cooptazione dell'immaginario e delle forme del fumetto popolare è funzionale all'elaborazione di un vero e proprio boom del *pop televisivo*. Con il serial dedicato a *Superman* la tv si arricchisce di un linguaggio sintetico e icastico, fatto di dialoghi e ritmi da narrativa pulp, personaggi che eccedono la tradizionale credibilità realistica (e pedagogica) dell'immaginazione televisiva e che assecondano registri leggeri più che drammatici. Con i game show e certi prodotti seriali la tv pop erode i dettami valoriali ed estetici della modernizzazione "ben temperata" e rende il piccolo schermo luogo avanzato di eccitazione di nuove pulsioni, immaginari e desideri. Non è un caso che la supermania sia anche motore dello sviluppo del merchandising tv – gadget e memorabilia – allora un business tutto da inventare: *Superman* si fa marchio pervasivo, su cibi, oggetti, giochi e abiti. Dieci anni dopo, la nota serie di *Batman* interpretata da Adam West (1966-1968) non farà che rilanciare al parossismo il legame fra pop tv e fumetto di supereroi. La serie *camp* per eccellenza, amata dai bambini come dai creativi, e forse tra le più ricordate della tv del passato, con il suo inverosimile concentrato di nonsense narrativo, divertissement estetico e approssimazione recitativa, diventa in pochi anni un simbolo della moderna tv a colori, dinamica e guascona. Una finestra sul mondo, ma anche una risorsa per nuove iconografie, e un vettore degli immaginari di consumo.

<sup>1</sup> M. Stefanelli (a cura di), *Fumetto International. Trasformazioni culturali del fumetto contemporaneo*, Drago Arts & Communication, Milano 2006.

## ● Dalla scrittura multistrand al commercio dei multiversi

In seguito i rapporti fra tv e fumetto si raffreddano. O almeno così pare ai più, quando negli anni '70 le manie fumettistico-telesive si stemperano. La tv di allora, che mette al centro una presa di coscienza delle ambiguità della modernizzazione, dalla crisi dei valori tradizionali al "tutto è politica", cerca un confronto con la realtà che il fumetto non riesce a offrire, proiettato com'è sulla strada dell'elaborazione fantastica. In quegli anni l'asse fra i due mezzi cambia radicalmente: non più un travaso di contenuti, ma di formule narrative. Detto altrimenti: la scrittura e la progettazione seriale si trasformano, e proprio nel dialogo tra fumetto e tv prendono forma dapprima una nuova scrittura fondata su "linee narrative multiple", e poi una progettazione delle serie tv che lavora sulla gestione complessa degli "insiemi" di linee narrative, sull'esempio della gestione di spin-off e universi di personaggi elaborati dall'industria della serialità fumettistica. Il processo questa volta si innesca a partire dalla crescente "soapizzazione" della scrittura televisiva, che influenza le regole consolidate della serialità fumettistica generando i tratti fondamentali dei nuovi eroi Marvel, ben diversi da quella di casa DC (editore di *Superman* e *Batman*). La serialità Marvel è infatti più moderna perché, in sostanza, incorpora il nuovo rapporto fra tempi narrativi e tempi del vissuto dei pubblici instaurato dalle soap: i personaggi sono responsabili di ciò che accade di episodio in episodio, e si fa cruciale lo sviluppo di una *continuity* narrativa accuratamente orchestrata.<sup>2</sup> È all'interno di questa strategia che nel 1973 la collana *Amazing Spider-Man*, scritta allora da Gerry Conway, fa esplodere le conseguenze della soapizzazione dei comics raccontando, in toni melò, la morte dell'allora fidanzata di Peter Parker, Gwen Stacy. Per i comics seriali è un evento fondativo: i personaggi vivono evoluzioni drammatiche, e i coprotagonisti possono morire. Un vero punto di non ritorno: la serie low budget dedicata a *Spider-Man* dalla CBS nel 1978, ancorata al vecchio modello della pura iconografia pop, sarà

un flop, e verrà cancellata dopo 15 episodi. In un secondo momento l'attenzione si sposta sullo sviluppo di una scrittura seriale fondata sulla narrazione *multistrand*, che proprio nel fumetto trova il suo laboratorio più convinto. Il motore decisivo è il successo, negli USA, degli *X-Men*. Ripresa dallo sceneggiatore Chris Claremont nel 1975, la serie Marvel è oggetto di un trattamento radicalmente diverso da quello canonico per i "super-gruppi": al centro vi è il racconto di una comunità di personaggi e delle loro relazioni umane, sviluppate con l'ausilio di numerose sottotrame lentamente intrecciate. Sotto l'influenza delle soap e di una radicalizzazione del modello Marvel che accorda importanza ai personaggi "dietro la maschera", Claremont fa coesistere azioni sviluppate in un episodio con altre svelate lungo mesi e persino anni. Lo stesso processo opera in alcune serie tv, e in particolare *Hill Street Blues* (1981), con cui il creatore Steven Bochco, per differenziarsi da serie poliziesche classiche quali *Starsky e Hutch* o *Dragnet*, elabora trame non lineari, fondate sulla compresenza e alternanza di linee parallele che arrivano a dispiegarsi anche in dieci unità temporali. "La quantità di personaggi principali cambia significativamente. E l'episodio ha dei contorni indefiniti, riprende una o due storie dell'episodio precedente all'inizio, mantenendone una o due aperte alla fine."<sup>3</sup> Il nuovo standard si estende rapidamente all'insieme del fumetto americano che, da metà anni '80, è dominato dalla nuova complessità narrativa. Mentre *Iron Man* affronta minacce tecnologiche o extraterrestri, le linee parallele raccontano l'evoluzione delle sue relazioni sentimentali, o la drammatica discesa nell'alcolismo. *Spider-Man* alterna all'action l'evoluzione dei rapporti con amici storici, alter ego alieni e con Mary Jane, che sposerà di lì a qualche anno. In un terzo momento, infine, il successo degli *X-Men* legato alla nuova scrittura multistrand genera una duplice onda d'urto commerciale, che si esprime nel boom di spin-off e *crossover*. Fra gli "X-book" nascono *The New Mutants* (1983),

*The X Factor* (1985), *Excalibur* (1987), *Wolverine* (1988), dedicati a protagonisti o personaggi minori, sodali o allievi del *core group*. Anche altri comics rilevanti, come *Spider-Man*, *Superman* o *Batman*, moltiplicano gli spin-off dando vita a famiglie di serie legate le une alle altre. La pratica del crossover, timidamente apparsa in tv in quegli anni, è moneta corrente nel fumetto americano dagli anni '60, e in pieno "X-boom" raggiunge il parossismo, con intere collane dedicate agli incroci fra serie Marvel e persino Marvel/DC (*Superman* e *Spider-Man*, *Wonder Woman* e *Hulk*, *Wolverine* e *Batman*...). La serialità televisiva si muove in sintonia, sebbene con prudenza, anche su questo piano: a 18 anni dalla fine di *Star Trek*, nasce lo spin-off *Star Trek: The Next Generation* (1987). La macchina della serialità fumettistica tesse ormai una tela intertestuale impressionante. E se da un lato sembra di toccare con mano certe utopie borghesiane, dall'altro vengono a galla problemi nuovi, di governabilità narrativa. Da un lato gli universi coerenti fatti di dozzine di serie intrecciate entusiasmano i lettori, fino a miniserie che ne celebrano la complessità (per *Crisis* della DC si parla, nell'85, di "megacrossover"). Ma dall'altro la difficile orchestrazione di tale complessità porta alle prime crisi: la leggibilità per il lettore medio è compromessa, e con alcune miniserie (la stessa *Crisis*, o *Secret Wars* per casa Marvel) si tenta la carta dell'ingegneria intertestuale, riordinando tutte le linee e i nodi narrativi incoerenti, sospesi o i vicoli ciechi, per uscirne con i rispettivi multiversi ripuliti (morte di personaggi inutili incluse). Dallo slancio della proliferazione del multistrand alla crisi della sua governabilità, l'industria dei comics vive una stagione caotica che ne fa una palestra cruciale per la progettazione di serialità. Inizia qui l'esodo di "allenati" sceneggiatori di comics, come il Conway di *Spider-Man*, passato a lavorare su serie tv, da *Matlock* a *Law & Order*, in virtù di abilità acquisite come *plotmaster* attento e rigoroso. E serie tv come le cinque stagioni di *Babylon 5* (1993-1998) o *Star Trek: Deep Space Nine* (1993-1999) nascono proprio incorporando un'architettura narrativa che enfatizza la coerenza e complessità dei propri multiversi, suggerendo il piacere di una fruizione plurilineare che ricorda il contesto della produzione e del consumo di comics seriali. Come riconosceranno Bob Gale (creatore della trilogia filmica di *Ritorno al Futuro* e sceneggiatore dei comics di *Batman* negli anni '90), Quentin Tarantino o Kevin Smith (autore negli anni '90 di vari episodi di *Devil* e altre serie), con gli anni '70 e '80 il fumetto seriale entra stabilmente nel DNA della progettazione di narrazioni seriali popolari.

<sup>2</sup> S. Brancato, "Da Occidente a Oriente", in F. Colombo (a cura di), *Gli anni delle cose. Media e società italiana negli anni Settanta*, Vita e Pensiero, Milano 2001.  
<sup>3</sup> S. Johnson, *Everything Bad Is Good for You. How Today's Popular Culture Is Actually Making Us Smarter*, Riverhead Books, New York 2005.

### ● Derive del cult e design della serialità intermediale

La terza epoca del rapporto fra fumetto e serie tv matura a metà anni '90, in seno a un profondo mutamento nelle strategie di prodotto e nelle politiche industriali della serialità. Anche qui possiamo individuare alcuni momenti salienti.

**L'industrializzazione del cult.** Un primo momento vede al centro la riscoperta della natura culturale del prodotto seriale fumettistico, su cui l'industria audiovisiva torna a insistere come una risorsa strategica. Siamo negli anni del dopo *Batman* di Tim Burton, che mescolando una rilettura archetipica con il trattamento revisionista operato da fumettisti come Frank Miller o Alan Moore, aveva riaperto i riflettori su prodotti dagli impianti narrativi densi letterariamente e articolati. Ma il vero fattore dinamico nasce nella tv dei grandi network USA che, in cerca di prodotti per contrastare la dispersione dei pubblici generalisti, contesi dai canali tematici, studia come garantirsi nicchie di spettatori fedeli, sul modello dei pubblici dei cosiddetti prodotti "cult".<sup>4</sup> Da qui l'attenzione verso i principali casi di serialità cult, di cui si cerca la "ricetta" a partire da aspetti cruciali come le formule narrative, i generi e le dinamiche di circolazione. L'analisi di casi storici come *Star Trek*, *Star Wars* o

*Twin Peaks* aiuta a mettere a fuoco la questione intorno alle formule (il multistrand), ai generi (il fantastico come genere "immersivo" per eccellenza) e alla circolazione (la capacità di fare *community building*). E qui si inserisce la riscoperta del fumetto, visto come un vasto e coerente "mercato del cult". Agli occhi dei produttori tv, e a ragione, l'intero fumetto pop americano appare come un vero e proprio "cult medium" (non a caso a lungo osservato come subcultura).<sup>5</sup> Da un lato perché offre un'ampia enfasi sul fantastico e un radicale investimento nella progettazione multistrand. Dall'altro perché il suo stesso statuto culturale, maturato ai margini delle forme culturali istituzionali, lo aveva condotto – per necessità e per virtù – a promuovere dinamiche di circolazione decisamente "comunitarie", fondate sulle forme passionali e partecipative dei gruppi di fan, promotori di un intero circuito fatto di fiere e convention, fanzine e poi BBS,<sup>6</sup> community iperattive e canali distribuitivi dedicati come le "fumetterie".<sup>7</sup> Nel fumetto la tv vede un bacino di immaginari e prodotti che, maturati in un contesto di forte passione da parte dei pubblici del mezzo, sembrano garantire un surplus di partecipazione in grado di sostenere la costruzione di comunità di spettatori fedeli. È

in questo contesto che maturano sia alcuni successi di nicchia provenienti da adattamenti come la romantica *Lois & Clark* (1993-1997) o la sofisticata sci-fi di *Timecop* (1997), sia molte serie *hype* che attingono a piene mani dai generi, gli immaginari e le formule della serialità dei comics: dalle neo-supereroine in chiave mitologica o metropolitana come *Xena* o *Dark Angel*, all'intrico di linee narrative fantastico/sci-fi e relativi spin-off come *X-Files*, fino al *teenage hero* in salsa horror del multiverso di *Buffy*.

**La ristrutturazione industriale e il boom produttivo.** Molto rapidamente matura una vera e propria svolta industriale: lo sviluppo audiovisivo è un'opportunità che la stessa industria dei comics prende a incoraggiare. E se il baricentro pende inizialmente dalla parte del cinema, presto passa da quella della tv. Negli anni '90 nasce la prima società specializzata nella gestione di licenze multimediali di fumetti, Platinum Studios. Gli editori Dark Horse e Marvel inaugurano rami aziendali dedicati a stimolare adattamenti e brand extension dei propri comics. Fiorisce così una nuova stagione di adattamenti, attraverso film come *Hellboy* e i grandi blockbuster di *Spider-Man*, *X-Men* e *Hulk*. Ma anche con cartoon quali *The Mask*, e serie tv come la super-bad-girl *Witchblade* (2000-2002), o il biotech thriller di *Mutant X* (2001-2004). Ma soprattutto nascono nuovi concept originali, che reinventano le property più celebri, o rielaborano caratteristiche tipiche della serialità fumettistica. Il caso più noto è la serie *Smallville* (2001-2007), che racconta le vicende del giovane Superman in chiave di teen drama. E il caso più recente è la serie *Heroes*, che racconta maturazione, vita privata e vita pubblica di ragazzi che imparano a convivere con talenti "speciali" – dal volo all'invisibilità – che fanno di loro dei supereroi. Un successo fresco che ha polverizzato i record di ascolto e di gradimento della stagione 2006-2007.

**Il mercato dei serial plotmaster.** Nello stesso 2001 in cui escono il film *Spider-Man* e la serie *Smallville*, l'ideatore del cult televisivo *Babylon 5*, J. Michael Straczynski, inizia a scrivere la serie fumettistica *Amazing Spider-Man*. Il travaso fra le due industrie non è solo fatto di licenze di sfruttamento e di idee, ma di veri e propri professionisti e talenti creativi. E nel decennio che più ha consacrato la figura dell'ideatore/scrittore di serie tv come Autore, alcuni nomi sembrano imporsi come modelli, all'insegna di una creatività dei prodotti seriali i cui frutti migliori paiono provenire proprio da figure "bifronti" alla Straczynski,

<sup>4</sup> S. Gwenllian Jones, R. Pearson (a cura di), *Cult Television*, University of Minnesota Press, Minneapolis 2004.

<sup>5</sup> L. Boltanski, « La constitution du champ de la bande dessinée », in *Actes de la recherche en sciences sociales*, n.1, Seuil, Paris 1975.

<sup>6</sup> Bulletin board system, forum network pre-web.

<sup>7</sup> Lo sviluppo del direct market negli USA, che dai '60 agli '80 arriva a sostituire edicole e grande distribuzione come unico canale per la distribuzione di comics di supereroi, è uno dei casi più curiosi nella storia dei media per lo studio dei rapporti fra circolazione dei prodotti, mainstream culturale e ruolo attivo delle comunità di pubblici. Per un inquadramento del fenomeno: Matthew J. Pustz, *Comic Book Culture: fanboys and true believers*, University Press of Mississippi, Jackson 1999.

tra fumetto e tv. Ne è un esempio Mark Verheiden, autore nei primi anni '90 del fumetto-cult *Alien vs. Predator*, tra le prime franchise multimediali sviluppate dalla Dark Horse Entertainment, e già scrittore e supervising producer di *Timecop*. Verheiden nel 2001 scrive diversi episodi iniziali di *Smallville*, passando al ruolo di supervising producer e successivamente di co-executive producer della serie. Nel 2003 con Ronald D. Moore è una delle menti creative dietro alla premiata *Battlestar Galactica*, di cui è stabilmente executive producer, oltre che spesso coinvolto come scrittore e regista di episodi. Un altro nome esemplare è quello di Jeph Loeb – già autore dello script di *Commando* e attivo negli anni '80 in diverse produzioni di film di genere e di azione – dagli anni '90 uno dei più prolifici sceneggiatori di comics di supereroi, dai classici *Challengers of Unknown* a sofisticati cicli di *Batman*, *Superman*, *Spider-Man* e *The Ultimates*. Loeb ha scritto alcuni tra i più apprezzati episodi di *Smallville* e con la seconda stagione diventa scrittore e supervising producer della serie che è sulla bocca di tutti: *Lost*. Oggi è fra le menti responsabili del concept e dei plot della serie *Heroes*, di cui è co-executive producer. Nel suo studio di scrittura condivide stanze e idee con due protagonisti della scrittura seriale made in USA: Geoff Johns, sceneggiatore di personaggi DC da *Superman* a *Lanterna Verde*, e Allan Heinberg, scrittore di riferimento per la serie tv *The OC*. Un terzo nome è Paul Dini, forse la più chiara dimostrazione del ruolo strategico assunto dall'esperienza fumettistica per la scrittura seriale odierna. Dopo anni spesi al top delle collaborazioni fumettistiche e televisive, da *Batman* alle animazioni di *Star Wars*, e come autore delle celebrate graphic novel dipinte da Alex Ross dedicate a *Superman* e *Batman*, Dini è diventato il macchinista del più noto convoglio seriale multistrand: story editor di *Lost*. Non solo scrittore, ma ricordo tra i soggetti di JJ Abrams e Damon Lindelof e la concreta stesura degli episodi. Chi meglio di uno scrittore allenato alla gestione dei multiversi di casa

DC/Marvel poteva tentare di controllare il dipanarsi di una tela come quella di *Lost*, sul confine di una suspense ai limiti della frustrazione, lontana dai rischi di contraddizioni, caos e nodi irrisolti? Cosa succederà adesso? Quali evoluzioni si delineano nel rapporto tra fumetto e tv? Per ora registriamo due notizie. La prima è che i grandi network e i grandi editori di fumetto iniziano a investire in società paritarie, sviluppate *ad hoc* per produrre contenuti fumettistico-televisivi. L'accordo fra NBC Universal e Virgin Comics (recente etichetta fondata da Richard Branson con un imprenditore dei comics indiani) è una joint venture "per pubblicare comics e sviluppare programmi televisivi basati su questi titoli per il canale di proprietà NBC Universal, Sci-Fi Channel". La seconda è che i grandi successi cult della serialità tv rischiano di trovare nel fumetto un naturale prolungamento multipiattaforma del proprio ciclo di vita. Joss Whedon, creatore di *Buffy* e già sceneggiatore sia di vari adattamenti fumettistici dei suoi lavori tv, sia di un fortunato ciclo della serie a fumetti degli *X-Men*, ha infatti annunciato che l'ottava stagione di *Buffy* si farà. Non in tv però, dove è stata cancellata. Sarà una serie a fumetti, sotto la sua diretta cura, e con la garanzia di riprendere il discorso lasciato in sospeso dalla serie tv. Ormai fuori dall'ombra, il rapporto tra fumetto e serie tv sembra stringersi sempre di più in un abbraccio inestricabile.

#### MATTEO STEFANELLI

è dottore di ricerca in Storia e forme della rappresentazione e del consumo mediati, è analista presso l'Osservatorio sulla Comunicazione dell'Università Cattolica di Milano. Si occupa di storia sociale dei media e di analisi dei processi di consumo, con particolare attenzione agli intrecci fra comunicazione visiva, *pop culture* e nuove tecnologie. Coautore del programma tv *Antistoria del fumetto italiano* (Cult/Sky, 2004), ha curato la mostra *Fumetto International. Trasformazioni del fumetto contemporaneo* (con F. Colombo, Triennale di Milano, 2006) e figura fra gli autori del libro *Successi Culturali e pubblici generazionali*, a cura di P. Aroldi, F. Colombo, Link Ricerca, RTI, Milano 2007.

