



SE PERMETTETE CI MANDA WARHOL

L'ACCADEMIA DEI TELEFILM

di Leopoldo Damerini e Fabrizio Margaria

La sequenza è mitica e merita di essere ricordata. Il 13 aprile del 1985, nel terzo episodio della nona stagione di *Love Boat*, sulla passatoia della nave da crociera Pacific Princess appare come d'incanto uno scapigliato Andy Warhol. Con un'antologica aria trasognata, sembra non rendersi perfettamente conto di dove sia. Forse pensa davvero di salpare per chissà dove, lui che di "viaggi" ne ha fatti tanti. Poi, una volta salito a bordo, il padre della pop art scompare; di lui il telespettatore ancora sorpreso dopo l'inaspettata comparsata, non saprà più nulla. Che si sia buttato a mare dopo aver conosciuto il capitano Stubing? Forse, se non probabile, ma il mistero rimane e rappresenta ancor oggi uno dei momenti più simbolici dei telefilm. Altro che "chi ha ucciso Laura Palmer?" o "chi ha sparato a J.R.?", il vero quesito-chiave della storia seriale è "che fine ha fatto Andy?". Per la cronaca, Warhol aveva accettato di partecipare alla "navigata" serie grazie all'in-



1 Dal *Dizionario dei Telefilm*, serie *Più forte ragazzi* (*Martial Law*, episodio "Final Conflict"): "L'ultima puntata del serial, in cui un nucleo terrorista tenta di far esplodere un poker di grattacieli di Manhattan dirottando quattro aerei, non è mai stato trasmesso da Italia 1 in seguito alla tragedia dell'11 settembre. In America l'episodio in questione era andato in onda sulla CBS il 13 maggio 2000: che Bin Laden fosse un fan del telefilm?".

tercessione di mamma Cunningham, alias Marion Ross, tra le sue più strette confidenti (lo avreste mai detto?) nonché presente in pianta stabile nel serial sulla cresta dell'onda nei panni della moglie di Stubing. Ma la partecipazione del maestro non può essere stata casuale. Lui, che del quotidiano si è nutrito fino a rappresentarlo tra zuppe Campbell, incidenti stradali e volti noti, è comparso nel serial definito dal regista Richard Kinon "un misto di romanticismo e pure". Un'identificazione perfetta per lui per il quale valeva il motto: "I like boring things, I like things to be exactly the same over and over again", quasi un epitaffio a due anni dalla sua morte. Ce ne siamo accorti nel 2001, mentre preparavamo il *Dizionario dei telefilm* (Garzanti), che i telefilm avessero questa matrice pop che sarebbe tanto piaciuta a Warhol. Del resto lo ripetiamo spesso per descrivere la differenza tra piccolo e grande schermo: la stessa tecnica di Warhol potrebbe assurgere a esempio della differenza tra un film e un telefilm. Quando il padre della pop art ritraeva volti illustri riproducendoli più volte sulla tela, manteneva

un canovaccio identico ma cambiava in ognuna delle parti colori e sfumature, facendo apparire ciascuna come unica. Analogamente, una storia che al cinema viene concentrata in due ore, nei telefilm viene divisa in più parti, arricchita ogni volta con schizzi e trovate che lascino comunque scorrere il plot originale. Come nei dipinti di Roy Lichtenstein la distorsione, la contaminazione e la rivisitazione degli elementi riescono a far scorgere dettagli e sfumature che nel contesto originale apparivano un tutt'uno. Come i puntini della carta sgranata dei quotidiani, dei fumetti, dei cataloghi d'arte prima maniera, dove dai puntini della cellulosa emergevano particolari che nell'insieme sfuggivano. Così nei telefilm la ripetizione, che solitamente è un difetto, diventa pregio creativo. Mettendo in fila titoli come *Ai confini della realtà*, *X-Files*, *Twin Peaks*, *Miami Vice*, *Star Trek*, *Happy Days*, *Ally McBeal*, *Sex and the City*, *I Soprano*, *ER*, *Nip/Tuck* o *Dr. House* è praticamente impossibile non accorgersi di come i telefilm abbiano spesso travalicato il piccolo schermo diventando miti, modelli, modi di dire. Hanno rap-

presentato sempre più la realtà, si sono spogliati del ruolo di scacciapensieri e sono arrivati ad anticipare la cronaca o a viverla in prima linea (vedi l'11 settembre 2001¹ o la guerra in Iraq). Da molti considerati fino a qualche anno fa come un sottogenere del cinema, fiction di serie B, parentesi tra una pubblicità e l'altra, negli ultimi anni, secondo noi, i telefilm sono diventati la Settima Arte bis. Essi hanno allevato più di una generazione: se la televisione è stata la baby-sitter degli ultimi 50 anni, le serie tv sono state le storie che da bambino ti racconta la tata, che crescendo ti rimangono dentro, che segnano un periodo della tua vita, ti appassionano, ti coinvolgono o, semplicemente, liberano la tua fantasia. Non importa l'età, il sesso o la classe sociale di chi le percepisce e le vive: l'immaginazione non guarda in faccia a nessuno; al massimo chiede la tua, di faccia, davanti al teleschermo. Storie realistiche o fantastiche, credibili o "ai confini della realtà": storie comunque "colpevoli" di essere arrivate alla soglia della nostra cultura, di essere sgattaiolate dentro dal retro. Quello pop, appunto.

L'Accademia

Nel 2001 è nata l'Accademia dei Telefilm, associazione culturale che si promette di promuovere le serie televisive dentro e fuori il piccolo schermo. Concretamente l'Accademia ha dapprima riunito esperti del settore, direttori di reti televisive, critici tv, fan club più o meno ufficiali, volti e nomi che hanno fatto grande il genere, ma anche, e soprattutto, semplici telespettatori curiosi. Da principio è stato il sito Internet (www.accademiadetelefilm.it) il punto d'incontro: iscrizione gratuita con news in anteprima, aggiornamenti di una programmazione spesso schizofrenica, dibattiti e speciali *ad hoc*, dubbi e precisazioni su titoli e volti delle serie tv. Oggi sul sito dell'Accademia, oltre a un aggiornato bollettino con tutte le notizie dell'universo telefilm, è attivo un forum dove è possibile scambiarsi opinioni e segnalazioni tra gli iscritti su tutte le serie tv più amate. Nel giugno 2003, l'Accademia dei Telefilm ha varato il primo Telefilm Festival, l'unica manifestazione al mondo aperta al pubblico interamente dedicata alle serie tv. Scopo dell'evento, al quale hanno preso parte più di 5.000 persone tra Milano e Roma, è stato rendere i telefilm ancora più pop (nel senso di "popular"), "teletrasportarli" tra la gente, dal piccolo al grande schermo. Nel maggio 2004 è stata la volta

della seconda edizione, con oltre 10.000 presenze a testimoniare come i telefilm non avessero ormai più nulla da invidiare al cinema. Nel terzo Telefilm Festival (2005) dove è emerso come le serie tv fossero ormai più realistiche dei reality show, l'Accademia si è avvalsa della collaborazione di *TV sorrisi e canzoni*: 12.000 le presenze. Nella quarta edizione, 15.000 presenze, il tema è stato i serial come vere e proprie sedute psicoanalitiche degne di Freud, interattivi come la Playstation per i finali sospesi in cui il telespettatore è chiamato a proporre gli sviluppi della puntata successiva. In parallelo, nel novembre 2004, l'Accademia ha dato vita a *Telefilm Magazine*: la prima rivista interamente dedicata alle serie tv è diretta da Antonio Visca, conta ogni mese in edicola più di 100.000 lettori, ed è la testata leader del settore. Il quinto Telefilm Festival ha luogo dall'11 al 13 maggio 2007 all'Apollo Spazio Cinema di Milano, ha una giornata di workshop per gli addetti ai lavori il 10 maggio e un incontro-antipasto all'Università Cattolica sul linguaggio dei serial presieduto dal professor Aldo Grasso. L'edizione verte su una domanda retorica: "Sarà un caso che i telefilm segnino il loro record nei palinsesti nell'anno del *de profundis* dei reality show e di Vallettopoli?".

LEOPOLDO DAMERINI e FABRIZIO MARGARIA

sono gli autori del *Dizionario dei telefilm* (Garzanti), già alla terza edizione, fondatori dell'Accademia dei Telefilm e direttori artistici del Telefilm Festival, che a maggio 2007 giunge alla quinta edizione. Ambedue lavorano a Mediaset, Damerini come responsabile ufficio stampa di *Striscia la notizia* e Margaria come responsabile della fascia ragazzi.

