

ALMA MATER STUDIORUM – UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

Corso di Laurea in
Cinema, Televisione e Produzione Multimediale.

TITOLO DELLA TESI

La serialità animata statunitense per adulti. Percorsi storici e traiettorie contemporanee.

Tesi di Laurea in
Storia della serialità

Relatrice Prof.ssa Paola Brembilla.

Correlatore Prof. Luca Barra.

Presentata da: Riccardo Vittorio Galli.

Appello
Primo

Anno accademico
2020-2021

Indice

Introduzione	3
Capitolo 1 – L’animazione per adulti	5
1.1 Le tre fasi dell’animazione statunitense: cenni introduttivi.....	5
1.2 <i>The Simpsons</i> , e la loro eredità.....	13
1.3 La serialità animata per adulti nello scenario contemporaneo.....	17
1.4 <i>Bojack Horseman</i>	21
1.5 <i>The Midnight Gospel</i>	28
1.6 <i>Disenchantment</i>	30
Capitolo 2 – La distribuzione in Italia dell’animazione per adulti	33
2.1 Mickey Mouse, un ponte culturale tra Italia e USA.....	33
2.2 L’animazione nel sistema televisivo italiano.....	45
2.3 L’accoglienza della serialità animata per adulti in Italia nello scenario pre-Netflix.....	49
2.4 La serialità animata per adulti nello scenario post-Netflix.....	55
Capitolo 3 – Caso di studio: <i>Rick and Morty</i>	61
3.1 Pratiche di World Building.....	63
3.2 Filosofia di <i>Rick and Morty</i> , temi maturi.....	68
3.3 Distribuzione e accoglienza di <i>Rick and Morty</i> , Italia e USA a confronto.....	72
Conclusioni	75
Bibliografia	76

INTRODUZIONE

“Our only hope is we never lose sight of one thing: that it was all started by a mouse.”¹

Mickey Mouse nacque nel 1927, e inaugurò l’incredibile influenza che Disney esercitò da lì in avanti sull’intera industria cinematografica occidentale.² Fin da quei primi passi, l’animazione è rimasta fortemente associata al mondo dell’infanzia, e soprattutto all’immaginario Disney, costruito con straordinaria efficacia e fruttuosità. A distanza di molti decenni dai primi cortometraggi d’animazione, oggi questa tecnica si è estesa fino a comprendere una notevole varietà di prodotti, soprattutto seriali, rivolti a target decisamente diversificati. L’avvento più o meno recente di serie animate per adulti di grande impatto ha scardinato non pochi luoghi comuni legati all’animazione. Tematiche mature, linguaggio volgare e tendenze satiriche sono soltanto alcune delle caratteristiche che mal si prestano alla fruizione di questi testi da parte di bambini, e dimostrano fino a che punto l’idea che l’animazione debba rimanere confinata nel mondo dell’infanzia sia ormai quantomeno anacronistica.

Questo elaborato ha come principale obiettivo quello di fornire al lettore un quadro complessivo dello sviluppo della serialità animata per adulti negli Stati Uniti, ricostruendo da un lato le radici storiche dell’animazione fino a giungere al sistema televisivo contemporaneo, e dall’altro conducendo un’analisi di tipo contenutistico sulle varie e rilevanti serie prese in esame. A partire da un caso emblematico come *The Simpsons* (FOX, 1989 – in corso), che ha consolidato il nostro modo di intendere l’animazione per adulti, e le ha permesso non solo di sdoganare sulla broadcast TV, ma anche di diventare estremamente popolare, questa ricerca intende comprendere in che modo i prodotti successivi dello stesso tipo hanno portato avanti le fondamenta che *The Simpsons* aveva costruito. L’elaborato si occuperà inoltre non soltanto del contesto storico in cui sono inseriti i prodotti e dei loro contenuti, ma anche delle logiche produttive, distributive, narrative, e del legame tra una serie animata e la dimensione socioculturale.

La struttura è suddivisa in tre sezioni:

Capitolo 1

¹ Louise Krasniewicz, *The Magic Kingdom, in Walt Disney: A Biography*, Greenwood Publishing group, Santa Barbara, California, 2010, p. 127.

² Archivio Luce, «l’impero Disney», 2003, URL https://web.archive.org/web/20031011155902/http://archivioluce.com/luce_storia/index.asp?documentID=688&page_num=2 (consultato il 20/03/2021).

Il primo capitolo si apre con una ricostruzione storica dell'animazione in genere, ripercorrendo sinteticamente le sue tre fasi. Partendo dai lavori di case di produzione fortemente legate a questa tecnica, si arriverà a trattare più specificamente la sitcom animata. Dopodiché il focus della trattazione comprenderà non soltanto il contesto storico, produttivo e distributivo, ma anche il contenuto di celebri serie animate per adulti, cominciando da *The Simpsons*, per passare successivamente a casi di studio più recenti. Questi ultimi saranno spesso relazionati alle caratteristiche che la famosa serie FOX ha stabilito, al fine di comprendere fino a che punto i prodotti contemporanei stiano esplorando inediti sentieri.

Capitolo 2

Il secondo capitolo si occuperà principalmente della questione socioculturale, e del suo legame con le serie animate per adulti statunitensi. In particolare, la trattazione si concentrerà dapprima sul legame culturale tra Stati Uniti e Italia, considerando specialmente il significativo caso di Mickey Mouse, per poi passare successivamente all'animazione seriale d'importazione inserita nel sistema televisivo italiano. Stati Uniti e Italia saranno poi messi a confronto per quanto riguarda l'accoglienza culturale che hanno riservato ai controversi prodotti presi in esame e, infine, verrà analizzato lo scenario in cui si inseriscono le serie animate in seguito all'avvento di Netflix.

Capitolo 3

Il terzo capitolo avrà al suo centro, con lo scopo di esplorare approfonditamente un caso interessante di serie animata per adulti, *Rick and Morty* (Adult Swim, 2013 – in corso). Di questo prodotto saranno esaminati molteplici e significativi aspetti: produttivi, narrativi, tematici e distributivi, i quali ben esprimono fino a che punto la tecnica dell'animazione si adatta al contesto seriale contemporaneo, in cui la complessità risulta ormai essenziale.

CAPITOLO 1 – L’ANIMAZIONE PER ADULTI.

1.1. Le tre fasi dell’animazione statunitense: cenni introduttivi.

Prima di giungere al periodo inaugurato da *The Simpsons* negli anni Novanta, indirizzato principalmente a un pubblico adulto, l’animazione statunitense passò attraverso diverse fasi³, raggruppabili a loro volta in due periodi, uno cinematografico, e l’altro televisivo:

- **Fase iniziale:** si estende dalle origini dell’animazione fino agli anni Venti, ancora molto elementare dal punto di vista tecnico. Le storie ricalcavano quelle diffuse sui giornali statunitensi dell’epoca, che pubblicavano fumetti a strisce. I film d’animazione erano ancora muti.
- **Seconda fase:** corrisponde a quella che viene chiamata “l’età d’oro dell’animazione”⁴, la quale cominciò con l’avvento del cinema sonoro nel 1928, e finì quando il mezzo televisivo acquistò piena popolarità alla fine degli anni Cinquanta.
- **Terza fase:** va dai primi anni Sessanta alla fine degli anni Ottanta. In precedenza i corti animati venivano distribuiti in sala, e il passaggio alla televisione rese possibile un notevole abbassamento dei costi di produzione, divenuti ormai insostenibili per un prodotto tutto sommato marginale per la programmazione di una sala cinematografica. Al posto dei corti ideati per le sale, caratterizzati da gag ritmate e *slapstick comedy*, arrivarono animazioni dallo stile e dal budget più limitati, destinate alla diffusione in televisione. Lo studio di animazione più importante per quanto concerne questo cambiamento è senza dubbio Hanna-Barbera Production Inc.

Nel suo periodo cinematografico, il prodotto animato risulta innanzitutto indissolubilmente legato all’esperienza di Walt Disney. Le origini della potente società che oggi conosciamo possono essere ricondotte al primo film d’animazione chiamato *The little artist*, nato dalla collaborazione tra Walter Disney e Fred Harman, e alla successiva pellicola intitolata *Newman Laugh-O-Grams* (Walter Disney, 1921), realizzata interamente da Disney, in seguito alla

³ Davide G.G. Caci, in *I Simpson, I Griffin, & Co. Le sitcom animate dalla preistoria dei Flintstones ai giorni nostri*, Tunué, Latina, 2008, pp. 7 – 9.

⁴ Concetto ripreso da Michael Barrier, e indica un determinato periodo della storia dell’animazione americana. Iniziò con la diffusione di cartoni animati sonori nel 1928, e terminò alla fine degli anni Cinquanta. Questo fu il periodo in cui si consolidarono i grandi studios fondamentali per l’animazione, come per esempio Walt Disney, Warner Brothers e MGM, e fu pure il periodo in cui nacquero popolarissimi personaggi, quali Mickey Mouse, Bugs Bunny, Tom e Jerry, Betty Boop, e molti altri.

decisione di Harman di interrompere la collaborazione con Walter⁵. Successivamente a diverse prime sperimentazioni, avvenute all'interno del Laugh-O-Gram Studio⁶, tra cui un film d'animazione ispirato al mondo letterario di *Alice's Adventures in Wonderland*, di Lewis Carroll, rimasto incompiuto, Disney si trasferì a Los Angeles. Qui l'animatore, dopo un'iniziale difficoltà a lavorare come regista, riuscì a distribuire, attraverso la Winkler Pictures⁷ (ai tempi già famosa per la diffusione di Felix the Cat), il suo vecchio prodotto ispirato all'opera di Carroll⁸: *Alice Comedies* (Walt Disney, 1924 – 1927). Da quel momento in avanti l'andamento degli affari di Walter gli permise di aprire, il 16 ottobre 1923, la Disney Bros. Cartoons, che fondò insieme al fratello Roy. L'allettante lavoro creativo dello studio attirò a sé altre personalità di spicco del mondo dell'animazione, come per esempio i celebri Hugh Harman, Rudolf Ising e Carman Maxwell, che in quegli anni lavorarono per Disney⁹. La crescita del business portò a un'espansione non solo dal punto di vista del personale coinvolto, ma anche sul piano degli spazi a disposizione. Nel 1926, infatti, Disney costruì uno studio più grande, al 2719 di Hyperion Avenue di Los Angeles, e insieme cambiò il nome dell'azienda, in Walt Disney Cartoons¹⁰.

Da qui in avanti, arrivarono i primi veri e propri successi, a cominciare da Oswald the Lucky Rabbit nel 1927, personaggio nato da una collaborazione con Universal Pictures¹¹, fino naturalmente a Mickey Mouse (personaggio trattato più approfonditamente nel capitolo due), con il famoso *Steamboat Willie*, cortometraggio sonoro uscito il 18 novembre del 1928. Soprattutto a partire da quest'ultimo prodotto, la popolarità di Disney dominò sempre di più il mercato, non solo attraverso la distribuzione di cortometraggi con protagonista Topolino e altri personaggi, ma anche con i successivi lungometraggi. Il primo fu *Snow White and the Seven Dwarfs* (David Hand, 1937), il quale fu il primo effettivo lungometraggio animato americano. Nonostante gli iniziali dubbi riguardo ai costi di produzione di fronte alla potenziale riuscita

⁵ Michael Barrier, *Hollywood Cartoons, American animation in its golden age*, Oxford University Press, Oxford, 1999, pp. 36 – 37.

⁶ Si tratta del primo studio di animazione fondato da un Walt Disney appena ventenne, nel 1922. Nonostante gli entusiasmi di Disney, lo studio fallì l'anno successivo, a causa dell'inesperienza imprenditoriale del suo fondatore.

⁷ Società curata da Margaret J. Winkler, una delle prime donne che riuscirono a spiccare nel campo dell'animazione. Diverse serie animate furono distribuite dalla Winkler Pictures, all'epoca del muto.

⁸ Barrier M., *op. cit.* p. 39.

⁹ Ivi, pp. 40 - 41.

¹⁰ Ivi, p. 43.

¹¹ Personaggio in seguito abbandonato da Disney, a causa di problemi legali generati da Charles Mintz, marito di Margaret Winkler, che prese in solitudine un accordo unicamente in favore della Universal, la quale possedeva pressoché tutti i diritti sul personaggio di Oswald.

dell'opera, il film ebbe un grandioso successo planetario, e contribuì notevolmente alla legittimazione dell'animazione come forma d'arte, che meritava di essere presa sul serio.

Altre case di produzione furono tra le protagoniste dell'età d'oro dell'animazione, tra cui la Warner Bros. Al fine di competere meglio con la Disney nel campo dell'animazione, la Warner lanciò i Looney Tunes¹², inizialmente con il personaggio Bosko, creato dagli ex animatori Disney Hugh Harman e Rudolf Ising, nel 1929¹³. Da questo momento in avanti, molti altri personaggi Warner si affermarono nel tempo, come per esempio Porky Pig, Daffy Duck e Bugs Bunny. Attraverso gag bizzarre e accattivanti accompagnamenti melodici, i corti animati di Warner divennero ben presto enormemente popolari, tanto da risultare, negli anni Quaranta, perfino più redditizi rispetto ai prodotti Disney¹⁴. Lo stesso decennio vide la nascita di nuovi personaggi, entrati saldamente nell'immaginario Warner, e ancora oggi molto conosciuti: Titti, Sylvester the Cat, Pepé Le Pew, Wile E. Coyote, the Road Runner, eccetera. E ancora, negli anni Cinquanta: Speedy Gonzales, The Tasmanian Devil, e molti altri. I corti Warner, inizialmente pensati per essere distribuiti al cinema, riuscirono a trovare, nonostante l'inevitabile influenza Disney, un proprio stile. Basato su strambe gag fisiche, *slapstick comedy*, e brani musicali realizzati ad hoc, l'orientamento delle serie Warner fu rivolto soprattutto a un pubblico di bambini, il medesimo target di Disney.

Il terzo principale protagonista di questa fase cinematografica fu infine la Metro-Goldwyn-Mayer. Dopo alcuni primi infruttuosi tentativi di rispondere al successo di Disney, la MGM riuscì ad affermarsi nel settore dell'animazione soprattutto nel 1939, grazie al personaggio Barney Bear, un divertente orso antropomorfo, pigro e svogliato, che continuò le sue avventure fino al 1954. All'interno di MGM, tuttavia, l'esperienza più rilevante rimane senz'altro quella di Hanna-Barbera, nata dall'incontro tra i due soci William Hanna e Joseph Barbera (rispettivamente, un fumettista e un animatore), avvenuto nel 1939. La lunga collaborazione nacque grazie alla creazione di un cortometraggio chiamato *Puss Gets the Boot*, del 1940, che metteva in scena una spiritosa lotta tra un astuto topo e un gatto domestico di nome Jasper¹⁵. Il prodotto ricevette il plauso della critica, tanto da ottenere una nomination agli Oscar come miglior cortometraggio d'animazione¹⁶, in occasione della cerimonia del 1941. Dopo questo

¹² Una serie di corti animati pensati per il cinema. Le influenze Disney risultano molto evidenti, soprattutto considerando *Silly Symphonies*, serie animate che, a differenza dei prodotti su Mickey Mouse, non avevano personaggi fissi.

¹³ Barrier M., *op. cit.* p. 155.

¹⁴ <https://web.archive.org/web/20090524120920/http://www.animationusa.com/resources/aboutwb.html> (ultimo accesso 23/03/2021).

¹⁵ Barrier M., *op. cit.* p. 300.

¹⁶ <https://www.oscars.org/oscars/ceremonies/1941> (ultimo accesso 23/03/2021).

fortunato primo passo, l'idea di continuare a realizzare storie che riguardassero umoristici scontri tra un gatto e un topo portò alla creazione del popolarissimo *Tom & Jerry* (MGM, 1940 – in corso). Soprattutto con loro la MGM riuscì a portare a compimento la propria risposta allo strapotere Disneyano. MGM riuscì a ottenere, da qui in avanti, diversi prestigiosi riconoscimenti, soprattutto agli Oscar, grazie alla vittoria di cortometraggi come *The Cat Concerto* (William Hanna, Joseph Barbera, 1947) *The Two Mouseketeers* (William Hanna, Joseph Barbera, 1952), o *Johann Mouse* (William Hanna, Joseph Barbera, 1953), rendendo *Tom & Jerry* la serie animata più premiata insieme a *Silly Symphonies* di Disney.

Tutti i casi citati finora sono considerabili prodotti sostanzialmente per bambini. L'esperienza legata a Disney prima, e a Warner Bros e MGM poi, irrobustì l'associazione che si fece strada da lì in avanti in occidente, tra prodotto animato e pubblico infantile. Non fu però così in altre parti del mondo, soprattutto se consideriamo il caso del Giappone. Come spiegato da Daniela Cardamone, il cartone animato

è portatore di un messaggio: trasmette contenuti, veicola significati, propone modelli e comportamenti da imitare, stili di vita, comunica qualcosa al piccolo telespettatore. È chiaro quindi che il cartone animato non è mai neutro, ha un punto di partenza biografico preciso ed è fondato – essendo figlio del background culturale, sociale e religioso del suo animatore – sull'esperienza personale e sociale di ciascun autore. Ogni animatore sceglie di trasferire un preciso messaggio, e lo fa attraverso molteplici linguaggi, in primis il linguaggio delle immagini, dei disegni, dei colori; tutto è intessuto nei minimi particolari, niente è lasciato al caso: i tratti grafici dei personaggi (sguardi, espressioni), le ambientazioni, le inquadrature, i primi piani, il movimento più o meno rapido delle immagini, i rumori e le musiche di sottofondo (usate per creare uno specifico clima emotivo: suspense, tensione, commozone), insieme ai dialoghi e alla trama, collaborano a trasmettere l'anima del cartone entrando in contatto con la parte più profonda: le emozioni. Qualsiasi prodotto creativo non può quindi non avere a che fare con l'immaginazione, la fantasia o la cultura di chi lo crea.¹⁷

Alla luce di questo legame inscindibile tra prodotto animato e cultura d'origine, possiamo di conseguenza considerare le filosofie dei cartoni animati statunitensi molto diverse rispetto a quelle dei giapponesi. Le prime si suddividono a loro volta tra lo stile disneyano e quello dei suoi concorrenti, e la differenza sostanziale è che Walt Disney concepisce la vita in maniera

¹⁷ Daniela Cardamone, "Cartoni animati tra oriente e occidente", in Quaderni di Intercultura, Anno VII/ 2015, p. 34, URL <https://cab.unime.it/journals/index.php/qdi/article/view/1222/935> (consultato il 15/01/2021).

maggiormente austera. I mondi messi in scena sono infatti sempre regolati da un ordine morale, in cui i giusti vengono premiati per la loro virtù, e i malvagi puniti. Del resto, nei film Disney, secondo Pellitteri, “i buoni sono buoni-buoni, e i cattivi sono cattivi-cattivi”¹⁸, e alla fine dei conti, a vincere è sempre la rettitudine. Diverso è lo stile di Warner Bros e MGM, in cui a essere messo in scena è lo scontro tra personaggi. Wile E. Coyote dà la caccia a Road Runner per mangiarlo, Tom si scontra con Jerry per eliminarlo dall’abitazione della padrona, ma nessuno di loro, pur provando dolore, sembra subire gravi conseguenze in seguito ai danni fisici causati dalle loro disavventure (frequenti sono per esempio le cadute da altissime rupi da parte di Wile E. Coyote), e non muoiono mai. Nel caso della Warner Bros e di MGM, non si tratta di rappresentare lo scontro tra bene e male come invece avviene nelle narrazioni Disney, ma di proporre un conflitto basato sull’astuzia, in cui ci sono sempre un vincitore da un lato, e un perdente dall’altro, ma senza valutazioni di tipo morale. Qui la filosofia potrebbe essere piuttosto quella di suggerire allo spettatore di non arrendersi, perché non importa quante volte Wile E. Coyote fallisca nel suo tentativo di catturare Road Runner, lui continuerà a riprovarci, mettendo in atto strategie sempre più ingegnose e assurde. Negli Stati Uniti, insomma, l’intento educativo è sempre presente, ed è talmente semplice da risultare assolutamente comprensibile agli occhi di un bambino.

In Giappone, le tematiche rispecchiano un tipo di pensiero del tutto diverso, come già accennato. Innanzitutto, nella terra del Sol Levante, i cartoni animati derivano quasi sempre da un *manga*, ossia una storia a fumetti, che spesso ruota attorno a temi tipicamente legati alla cultura giapponese. Si affrontano qui la sofferenza della vita, il senso del dovere, la trasformazione (tipica delle dottrine orientali), il rapporto tra allievo e maestro, e via dicendo. Ma, soprattutto, i personaggi non sono totalmente buoni o totalmente cattivi, ma presentano sfaccettature che ribaltano l’idea dell’eroe sempre retto¹⁹. Nelle storie giapponesi il protagonista si ritrova spesso privato della figura dei genitori, e deve compensare questa mancanza tramite un mentore, che lo istruirà, lasciando però che sia l’eroe in prima persona a comprendere come rafforzare lo spirito, attraverso il sacrificio e la sofferenza. Queste scelte narrative rispecchiano l’individualista e competitiva società giapponese, in netto contrasto all’allegria collettività disneyana. Inoltre, gli eroi nipponici non hanno remore a ricorrere alla violenza quando necessario, perché si tratta spesso di sopravvivere, e di sopraffare gli altri in favore della propria affermazione, sempre in contesti combattivi. Nell’animazione orientale, ciò che conta è lottare

¹⁸ Marco Pellitteri, *Mazinga nostalgia. Storia, valori e linguaggi della Goldrake generation*, Castelvechi editore, Roma, 1999, p. 76.

¹⁹ Ivi, pp. 43 - 44.

per raggiungere i propri obiettivi, anche grazie al lavoro di squadra, ma l'individuo è sempre valorizzato. Molte di queste tematiche sono portate avanti negli *anime*²⁰ attraverso un linguaggio comprensibile da bambini e ragazzi, basti pensare a prodotti come *Dragon Ball* (Fuji TV, 1986 - 1996). In generale, tuttavia, si può notare nell'animazione giapponese una maggiore propensione a rivolgere il prodotto animato a un pubblico adulto, specialmente considerando gli argomenti trattati e il modo in cui sono raccontati, che richiedono una maggiore maturità per essere interpretati con consapevolezza. I lungometraggi animati, soprattutto, presentano una profondità e una complessità difficilmente accessibili da parte di un bambino, se pensiamo anzitutto ai film dello Studio Ghibli. Esaminando per esempio il capolavoro dell'animazione giapponese *Spirited Away* (Hayao Miyazaki, 2001), ogni personalità ha in sé caratteristiche positive e negative²¹: il personaggio Senza-volto, per esempio, risulta una creatura temibile all'inizio, ma con lo svolgersi della storia rivela le sue parti migliori, anche grazie alle interazioni con la protagonista Chihiro. In altre parole, il bene e il male sfumano l'uno nell'altro, e la semplicità che troviamo nel linguaggio Disneyano in oriente non trova granché spazio.

Riprendendo la ricostruzione storica dell'animazione negli Stati Uniti, nel 1958, il duo Hanna-Barbera cominciò la propria esperienza televisiva indipendentemente da MGM²², fondando la Hanna-Barbera Productions Inc²³. In questo modo si aprì una nuova e fondamentale fase nella storia dell'animazione americana: quella televisiva, caratterizzata da prodotti animati a basso costo. Lo stile dell'animazione venne infatti adattato alle nuove necessità, legate a tempi di realizzazione necessariamente più celeri. Fu quindi semplificato il tratto nel disegno dei personaggi e degli sfondi, quasi mai prospettici e tridimensionali. I movimenti delle figure sullo schermo, per di più, vennero ridotti al minimo, così da impedire un'animazione troppo elaborata (e quindi anche molto più costosa). La qualità dell'animazione televisiva fu di conseguenza considerata da molti decisamente scadente, tanto da meritarsi l'etichetta di "radio illustrata", coniata dall'animatore Chuck Jones²⁴.

Nella nuova fase appena esposta, secondo Giorgio Grignaffini, l'animazione si afferma come un vero e proprio genere televisivo, che descrive come insieme di canoni riconoscibili utile per orientarci all'interno della produzione mediale²⁵. Sempre seguendo le coordinate proposte da

²⁰ Storpiatura giapponese del termine inglese "animation".

²¹ Olsen S., Johnsen F., "American animation VS. Japanese Animation", 2012, URL <https://ntnuopen.ntnu.no/ntnu-xmlui/handle/11250/143204> (consultato il 13/01/2021).

²² La Metro-Goldwyn-Mayer decise di interrompere la diffusione dei propri cortometraggi al cinema.

²³ Barrier M., *op. cit.* pp. 560 – 562.

²⁴ Giannalberto Bertazzi, *Cartoons: One Hundred Years of Cinema Animation*, Indiana University Press, Bloomington, 1994, p. 231.

²⁵ Giorgio Grignaffini, *I generi televisivi*, Carocci editore, Roma, 2012, p. 7.

Grignaffini, l'animazione viene inserita nella categoria più ampia della *fiction*²⁶. Quest'ultima si contraddistingue dalla creazione di un mondo di fantasia, in cui lo spettatore si riduce a mero osservatore, che segue lo svolgimento narrativo di una storia scandita da ellissi temporali, flash-back e flash-forward. Le serie prese in esame possono essere considerate compatibili con la definizione di *fiction* ipotizzata da Grignaffini, e se volessimo unire insieme alle caratteristiche citate un genere che si è senz'altro affermato in questo periodo sotto l'orizzonte dell'animazione, sarebbe la sitcom.

La *situation comedy* è un genere che, riprendendo la definizione di Luca Barra²⁷, può essere così descritto:

- Utilizza un linguaggio immediato e dalla semplice decodifica.
- Sa essere longevo.
- È da un lato capace di intrattenere, dall'altro di generare un profondo coinvolgimento emotivo.

La sitcom è strettamente legata alle specificità della televisione, a causa delle sue proprietà connesse alla diretta, all'illusione della vicinanza e all'effetto di realtà. Si tratta insomma di un genere in grado di essere fruito e compreso da ampissime fette di popolazione, attraverso molteplici livelli, e rappresenta una componente fondamentale della televisione americana, che ha pochi eguali in termini di popolarità. Come vedremo, è anche una tipologia di prodotto in grado di rispecchiare la cultura e la società americana, spesso in chiave satirica e parodistica, seguendo da vicino avvenimenti, movimenti ideologici e temi d'attualità.

La sitcom nella sua versione animata si apre nel 1960, con *The Flintstones* (ABC, 1960 – 1966), firmata dal duo Hanna & Barbera. Ambientata in un'età della pietra che imita il presente (in questo mondo, per esempio, esistono automobili con ruote di pietra e tagliaerba fatti da dinosauri erbivori che mangiano le piante), la serie racconta le vicende di una famiglia del ceto medio, e dei loro amici e vicini. Il successo fu eccezionale, tanto da permettere la realizzazione di prodotti che hanno sconfinato la serie, come per esempio spin-off, fumetti, lungometraggi d'animazione e persino in live action. *The Flintstones*, nonostante fosse erroneamente considerato un cartone animato indirizzato unicamente all'intrattenimento per bambini, presenta in sé caratteristiche molto vicine a temi tipici dell'americano medio adulto, come

²⁶ Caci D., *op. cit.* p. 47.

²⁷ Luca Barra, *La sitcom, Genere, evoluzione, prospettive*, Carocci editore, Roma, 2020, pp. 17 – 18.

giustamente nota Davide G.G. Caci²⁸. Se pensiamo ai problemi che nella storia affliggono Fred Flintstones, soprattutto relativi al rapporto con la moglie e al suo lavoro, non si può non immaginare che questi possano incontrare l'empatia di un pubblico adulto. Come accennato, la sitcom è un prodotto caratterizzato dalla semplice fruibilità, dalla capacità di essere compreso da ampie fette di pubblico, e di conseguenza pure da persone di tutte le età. In quest'ottica, i personaggi di *The Flintstones* ricalcano stereotipi, non presentano profondità psicologica e non cambiano mai nel corso della storia. Gli episodi risultano comprensibili anche da spettatori sporadici, dal momento che sono concepiti in modo tale da non richiedere conoscenze riguardo ad avvenimenti passati. Si tratta in altre parole di una serie fortemente verticale, con episodi autoconclusivi, sempre strutturati con un'introduzione iniziale che riassume i temi della puntata, e conclusi con un lieto fine²⁹. *The Flintstones* è una serie fondamentale non soltanto perché rappresenta la prima sitcom animata della storia, ma può anche vantare il traguardo di essere stato il primo prodotto animato a finire in *prime time*³⁰: ogni episodio durava infatti 22 minuti, tempo perfettamente collocabile all'interno dei palinsesti televisivi americani. *The Flintstones* mette in scena una famiglia unita, felice, con solidi equilibri, nonostante le difficoltà presentate dal mondo esterno. Risulta da questo punto di vista curioso il confronto tra un modello familiare virtuoso e la società americana degli anni Sessanta, caratterizzata invece da movimenti e mutamenti per nulla sereni, come per esempio le lotte per i diritti civili degli afroamericani, o gli omicidi di personalità politiche di spicco, come John Fitzgerald Kennedy, o Martin Luther King. Questa contrapposizione paradossale può essere letta nel seguente modo: forse, una serie come *The Flintstones* rappresentò per le famiglie americane un mondo rassicurante, al fine di distogliere lo sguardo dalle inquietudini che invece affliggevano la società e la politica nel mondo vero. Altre sitcom degli anni Sessanta, come peraltro esposto da Luca Barra³¹, rappresentavano infatti mondi fantastici per fuggire dalla realtà, contaminandosi con altri generi. *The Addams Family* (ABC, 1964 – 1966), per esempio, presenta ambientazioni grottesche e horror, pur mettendo in scena personaggi sostanzialmente innocui e spassosi. *The Flintstones*, in italiano *Gli Antenati*, furono ironicamente, come suggerisce il titolo, i predecessori di un'altra famosa famiglia, raccontata attraverso la sitcom animata forse più importante di tutte, che consolidò definitivamente il prodotto seriale per adulti: *The Simpsons*.

²⁸ Caci D., *op. cit.* p. 19.

²⁹ Ivi, p. 22.

³⁰ Ivi, p. 21.

³¹ Barra L., *op. cit.* pp. 49 – 50.

1.2. *The Simpsons* e la loro eredità.

In occasione del *The Tracey Ullman Show*, un varietà televisivo trasmesso sulla rete broadcast americana Fox e condotto dalla comica Tracey Ullman, fu trasmesso nel 1987 un cortometraggio creato dal fumettista Matt Groeing³². Questo prodotto proponeva al pubblico le vicende di una bislacca famiglia, che l'autore aveva creato ispirandosi ai propri famigliari³³, e che allo stesso tempo rappresentava lo stereotipo della tipica famiglia del ceto medio americano. A dispetto dei disegni grezzi, che in effetti erano frutto di schizzi realizzati da Matt Groeing destinati a un miglioramento da parte degli animatori (i quali invece si limitarono a ricalcare i disegni)³⁴, il corto ebbe un notevole successo, tanto da permettere la realizzazione di una serie composta inizialmente da tre stagioni e 48 episodi in onda sul nuovo network FOX. *The Simpsons* godette di un immediato e vasto successo, conquistandosi a buon diritto un posto in prima serata, nonché un'impressionante longevità, che arriva fino a oggi, contando attualmente 32 stagioni³⁵. Si tratta, di fatto, della serie animata americana più longeva mai prodotta³⁶. La produzione della serie si inserisce in un contesto (approfondito maggiormente nel paragrafo 1.3) altamente competitivo tra i grandi network, in cui ogni emittente provava a costruire la propria identità, per risultare più attrattivo rispetto alla concorrenza. FOX riuscì a rivolgersi a segmenti di pubblico scoperti, e a posizionarsi laddove gli altri network (ABC, NBC, CBS) avevano lasciato spazio, puntando per esempio su prodotti come *The X-Files* (FOX, 1993 – 2002), e sull'animazione per adulti, terreno all'epoca ancora in gran parte inesplorato. FOX, forse più di tutti gli altri network, era alla ricerca della propria identità, considerando il fatto che si tratta di una rete lanciata nel 1986. Pertanto, all'epoca di *The Simpsons*, la necessità di lanciarsi in generi fino a quel momento non ancora sfruttati dagli altri network, era evidentemente per FOX una mossa importantissima per il proprio posizionamento nel mercato. La serialità animata, grazie a *The Simpsons*, acquista nuova forza, e si rivolge a un pubblico più adulto rispetto a quello che poteva essere il target di *The Flintstones*, riprendendo al contempo i tratti tipici della comedy tradizionale³⁷. La serie, nonostante la notevole vicinanza con la sitcom, presenta alcuni elementi divergenti, così riassumibili³⁸: innanzitutto, solitamente i

³² Caci D., *op. cit.* p. 27.

³³ Infatti, senza considerare Bart (che rappresenta l'alter ego dell'autore), tutti gli altri componenti della famiglia Simpson riprendono i nomi dei reali parenti di Matt Groeing.

³⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=j06V9z3mxmM> (ultimo accesso 15/04/2021).

³⁵ https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_The_Simpsons_episodes (ultimo accesso 15/04/2021).

³⁶ Caci D., *op. cit.* p. 28.

³⁷ Barra L., *op. cit.* p. 66.

³⁸ Caci D., *op. cit.* p. 29.

mondi narrativi delle sitcom hanno al loro interno un numero limitato di personaggi, mentre *The Simpsons*, serie ambientata nell'immaginaria cittadina di Springfield, mette in scena una grande varietà di personalità, pur mantenendo il focus narrativo sulle vicende della strampalata famiglia. A differenza inoltre della tipica verticalità delle sitcom classiche (vale a dire le sitcom antecedenti agli anni Novanta), *The Simpsons* presenta uno svolgimento maggiormente orizzontale, di conseguenza i personaggi non sono inesorabilmente confinati in uno stereotipo, ma si evolvono a modo loro, sebbene i tratti fondamentali rimangano più o meno invariati. Homer Simpson, per esempio, non riesce mai a mettere in atto uno stile di vita virtuoso, e certo non abbandona la propria ottusità, eppure non si può definire un personaggio piatto, bensì dotato di dinamismo e imprevedibilità. Si pensi a questo proposito all'episodio HOMR³⁹, della dodicesima stagione, in cui Homer, al fine di ripagare alcuni suoi debiti, si mette a disposizione come cavia da laboratorio. Qui il suo quoziente intellettivo viene aumentato di diversi punti in seguito alla rimozione di un pennarello che ostacolava le sue capacità cognitive. Nonostante alcuni risvolti positivi (tra cui un migliorato rapporto con la brillante figlia Lisa), l'infelicità che deriva dalla maggiore intelligenza porta Homer a scegliere di sottoporsi a un secondo intervento, grazie al quale ritorna stupido. Questo avvenimento suggerisce la contraddittoria convivenza nello stesso personaggio di una tendenza a rimanere fedele a se stesso da un lato, e una propensione al cambiamento dall'altro, che tradisce le aspettative del pubblico. Un altro importante elemento di discrepanza tra gli stilemi classici della sitcom e *The Simpsons* è la varietà che caratterizza lo schema degli episodi, il quale si svolge secondo tecniche narrative ogni volta diverse⁴⁰.

Per quanto riguarda invece le tematiche, mature e satiriche, difficilmente queste possono essere fruiti da un bambino con la stessa consapevolezza di un adulto, malgrado non sia affatto da escludere che pure un target in fascia d'età infantile possa intrattenersi di fronte a *The Simpsons*. Come tutte le sitcom, infatti, pure questa serie animata offre a più tipologie di spettatore molteplici chiavi di lettura, e una particolare facilità di comprensione. Eppure, alla luce delle scelte tematiche, appare chiara l'intenzione di rendere il prodotto animato appetibile principalmente agli occhi degli adulti, conferendo così alla tecnica animata maggiore credibilità. Si evince da ogni puntata una spietata critica allo stile di vita americano, continuamente incarnato dal personaggio di Homer, il quale si ritrova di frequente a guardare pigramente la televisione, a danneggiare la propria salute con cibo spazzatura e fiumi d'alcol. I

³⁹ HOMR (*HOMR*, S12E9).

⁴⁰ Caci D., *op. cit.* p. 31.

cittadini di Springfield sono sostanzialmente persone prive di razionalità e dominate dagli impulsi peggiori, capaci di cedere alle facili idolatrie o a rabbie insensate. Un esempio dell'illogicità degli abitanti di Springfield è ben rappresentato nell'episodio 23 della settima stagione⁴¹, in cui un orso si aggira nei dintorni della città, provocando il panico collettivo. Il sindaco risponde alla paura mettendo insieme un collettivo per contrastare l'animale, che però va economicamente sostenuto attraverso l'aumento delle tasse. I cittadini, manipolati dal Sindaco Quimby, che non vuole prendersi alcuna responsabilità riguardo alle richieste di denaro, attribuiscono la colpa agli immigrati. Gli abitanti di Springfield sono dunque privi di volontà propria, e si ritrovano spesso a essere condizionati da personalità forti, a prescindere dal fatto che queste abbiano o meno ragione da vendere. All'interno della serie, capita persino che i personaggi vengano guidati dallo stesso Homer, che certo non rappresenta un esempio di spiccato acume⁴². Un altro tema ricorrente all'interno di *The Simpsons* è quello del perbenismo, che coinvolge tutti i personaggi della serie, compresi i protagonisti più moralmente integri, come per esempio Marge. I personaggi risultano quindi spesso ipocriti, e seguono senza particolare spirito critico le convenzioni che si presentano di volta in volta. Il discorso del conformismo alle ideologie della classe dominante viene portato avanti dalla serie con particolare attenzione, coinvolgendo pure i giovani e la loro istruzione⁴³. Questo accade con la figura di Lisa, personaggio tutto sommato lucido e razionale, che si ritrova a fare i conti con un sistema educativo che la vorrebbe unicamente produttiva, incapace di porsi domande scomode. L'ufficio del preside Skinner, non a caso, è dotato di una spia accompagnata dalla scritta "pensiero non allineato", che si accende non appena Lisa osa porre una domanda che mette in discussione le spiegazioni dei docenti.

Il consumismo è un altro elemento con cui i cittadini di Springfield si ritrovano a fare i conti: essi sono infatti ossessionati dalla volontà di proiettare sugli altri un'immagine di loro stessi legata al possesso. Appare emblematico, a questo proposito, il momento in cui Marge e altre persone si ritrovano a dover fare acquisti per Natale⁴⁴. In seguito a una feroce lotta iniziale per la conquista dei prodotti al supermercato, dalla quale Marge esce sconfitta per aver aiutato un uomo a prendere un orso di pezza, ella si ritrova senza aver comprato nulla, e disperata si inginocchia al suolo, al rallentatore e con musica drammatica.

⁴¹ *Tanto apu per niente* (*Much Apu About Nothing*, S7E23).

⁴² Caci D., *op. cit.* p. 33.

⁴³ *Ibidem*.

⁴⁴ *È la trentesima stagione* (*tis the 30th season*, S30E10).

Il principale bersaglio della satira di *The Simpsons* rimane però naturalmente la famiglia. Nella serie, essa viene rappresentata come composta da elementi litigiosi (basti pensare ai frequenti strangolamenti di Homer ai danni di Bart), che sembrano andare d'accordo soltanto nel momento in cui si raccolgono davanti alla televisione⁴⁵. Homer, pur essendo il capofamiglia, è un irresponsabile, incapace di prendersi cura della propria prole, eppure a tratti si impone come un despota, ansioso di ribadire la propria autorità. Il personaggio di Marge, invece, è spesso coinvolto in ipocrisie perbeniste, e tenta inutilmente di educare i suoi famigliari, mentre Lisa non riesce a vedere in lei un modello, a causa della scarsa cultura e intelligenza della madre⁴⁶. Bart sembra invece effettivamente ispirarsi al padre, e infatti appare come un ragazzino pestifero e indisponente. Maggie infine è un personaggio troppo piccolo per reagire in maniera consapevole e indipendente alle situazioni presenti nella storia, oltretutto viene spesso trascurata dai genitori. Un esempio di questa indifferenza si nota nell'episodio 28, quando Maggie pronuncia alcune parole durante una seduta di psicoterapia, evento raro siccome la piccola ha pressoché sempre in bocca un ciuccio. Tuttavia, queste parole rimangono inascoltate, a causa di una scaramuccia familiare in corso⁴⁷. Mamma e papà Simpson, insomma, non sembrano in grado di proporsi come figure funzionali, e se la serie rispecchia la società americana, le risate che derivano dalle disavventure di questa stramba famiglia acquisiscono un sapore amaro.

The Simpsons è stato un prodotto in grado di inserirsi saldamente nella cultura di massa mondiale, tanto da provocare l'inserimento della celebre espressione di Homer *D'oh!*, nell'*Oxford English Dictionary*, o la produzione della birra *Duff*, da parte della ditta australiana Lion (iniziativa immediatamente repressa a causa di controversie legali con la FOX)⁴⁸. L'enorme fenomeno che la serie rappresenta ha consolidato un nuovo modo di produrre e pensare le serie animate, e da questo momento in poi alcuni aspetti citati verranno ripresi e portati avanti da altri prodotti, che con lo stile simpsonianiano hanno dovuto fare i conti. Se volessimo riassumere in punti ciò che *The Simpsons* è riuscito a definire con grande maestria, il risultato sarebbe il seguente:

- Umoreismo fortemente satirico.
- Ripresa di elementi tipici della sitcom insieme a stravolgimenti del genere.

⁴⁵ Caci D., *op. cit.* p. 35.

⁴⁶ Ibidem.

⁴⁷ *Familiari e amici (Friends and Family, S28E2)*.

⁴⁸ Caci D., *op. cit.*, p. 29.

- Formato breve, tipicamente tra i 22 e i 24 minuti, adattabili ai palinsesti della broadcast TV.
- Tematiche fino in fondo comprensibili principalmente da spettatori adulti.
- Linguaggio accessibile da ampie fette di pubblico.
- Riflessione sulla società e cultura americana.

Questi punti rappresentano l’eredità di *The Simpsons*. Oggi le serie animate per adulti sono da considerarsi numerose, e non possono non essere relazionate alla popolarissima famiglia gialla.

1.3. La serialità animata per adulti nello scenario contemporaneo.

Lungo la strada spianata da *The Simpsons*, molti altri prodotti seriali animati per adulti hanno preso forma, recuperando alcune delle caratteristiche consolidate dalla serie FOX, e plasmandone altre. Dagli anni Novanta ad oggi, i prodotti non sono cambiati soltanto dal punto di vista contenutistico, ma risulta mutato pure lo scenario legato alla produzione e la distribuzione delle serie. Siccome i prodotti culturali non possono essere scissi dalle modalità di trasmissione e finanziamento, occorre riassumere il sistema televisivo statunitense.

Innanzitutto, la broadcast television⁴⁹ è dominata dalle cosiddette *big four*, i network ABC, NBC, CBS, e FOX. Questa tipologia di televisione è in grado di sostenersi attraverso la vendita di spazi pubblicitari⁵⁰, indirizzati soprattutto ad alcune specifiche tipologie di pubblico, segmentato in differenti fasce d’età, fondamentali per l’orientamento degli inserzionisti. I prodotti seriali che vengono trasmessi sui network sono quindi sottoposti a due limiti: da un lato è necessario soddisfare le aspettative degli sponsor, importantissimi per la vita di uno show, e dall’altro bisogna osservare le regole della FCC⁵¹.

Secondariamente, va menzionata la TV a pagamento e, più nello specifico, la *basic cable* (che necessita il pagamento di un abbonamento mensile per un pacchetto di canali) e la *premium cable* (all’abbonamento si aggiungono costi ulteriori per l’accesso a canali specifici). La TV via cavo è caratterizzata da diversi tratti vantaggiosi. Il finanziamento, tanto per cominciare, affianca la vendita di spazi pubblicitari alle entrate derivanti dal pagamento degli abbonamenti

⁴⁹ La televisione gratuita e generalista, composta da programmi piuttosto vari ed eterogenei, eventi in diretta e serie TV. Punta a un pubblico di massa.

⁵⁰ Paola Brembilla, Guglielmo Pescatore, “La serialità televisiva americana, produzione, consumo, e tipologie di prodotto”, in Giulia Carluccio (a cura di), *America oggi. Cinema, media, narrazioni del nuovo secolo*, Edizioni Kaplan, Torino, 2014, p. 276.

⁵¹ Federal Communication Commission, impone un rigido controllo sui contenuti, seguendo uno standard basato sulle parole d’ordine “Obscenity, Indecency and Profanity”.

da parte degli spettatori. A queste forme di guadagno si aggiungono inoltre sistemi più recenti come il VOD⁵² e lo streaming online, che moltiplicano gli introiti. Oltre alle plurime fonti di guadagno, la FCC regolamenta meno questa tipologia di televisione, e ciò permette una maggiore libertà creativa per quanto riguarda la realizzazione e la scrittura delle serie trasmesse⁵³. Le nuove possibilità creative alimentano sperimentazioni produttive e stilistiche anche nel caso della *broadcast television*, e ciò ha portato a una serie di innovazioni che caratterizzano la proposta televisiva contemporanea, definita da Robert J. Thompson come *Second Golden Age*⁵⁴. Mentre la prima *Golden Age* si estende “dagli esordi della televisione, subito dopo la fine della seconda Guerra Mondiale, fino all’inizio degli anni Sessanta”⁵⁵, in cui il mezzo si afferma come medium di massa, consolidando format e programmi che giungono fino a oggi, la seconda *Golden Age* parte dagli anni Ottanta, ed è caratterizzata da serie televisive che rappresentano una perfetta sintesi tra qualità e intrattenimento. È infatti questo il periodo in cui si affermano prodotti come *Hill Street Blues* (NBC, 1981- 1987), serie multistrand⁵⁶, quindi altamente serializzata, e *Twin Peaks* (ABC, 1990 - 2017), che rappresenta un emblematico caso di serialità d’autore. Si fa strada, nel contesto della *Second Golden Age*, il concetto di *quality television*⁵⁷, che indica quelle serie dotate di particolare stile visivo, e contraddistinte da un alto livello di scrittura, sempre più articolato. Oggi le serie televisive sono infatti estremamente complesse dal punto di vista narrativo, riprendendo il celebre concetto di *Complex TV* di Jason Mittell⁵⁸, e alle possibilità di fruizione corrispondono altrettante piattaforme mediali.

Dalla fine degli anni Novanta, in uno scenario televisivo estremamente competitivo, le reti via cavo hanno messo in atto strategie di marketing per la creazione della propria identità, e per lo sviluppo del marchio. Questo processo ha generato, come conseguenza, il moltiplicarsi di *hit series*, vale a dire di prodotti vendibili e d’impatto⁵⁹. Più le serie appaiono attrattive, più la fama

⁵² Video On Demand, permette la fruizione di un prodotto culturale attraverso l’accesso a internet. È caratterizzato dalla possibilità di consumare in qualunque luogo e in qualunque momento un contenuto audiovisivo.

⁵³ La televisione via cavo dedica infatti i propri programmi a uno specifico segmento di pubblico, a differenza della *broadcast television*, che trasmette su frequenze pubbliche.

⁵⁴ Robert J. Thompson, *Television’s Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER*, Continuum, New York, 1996.

⁵⁵ Veronica Innocenti, Guglielmo Pescatore, *Le nuove forme della serialità televisiva*, Archetipo, Bologna, 2008, p. 29.

⁵⁶ Narrazione multilineare, permette un’elevata serializzazione della serie.

⁵⁷ Innocenti V., Pescatore G., *op. cit.*, p. 30.

⁵⁸ Esposto nel testo di Jason Mittell, *Complex TV, Teoria e tecnica dello storytelling delle serie tv*, Roma, Minimum fax, 2017. Attraverso l’espressione *Complex TV*, l’autore intende riferirsi a un particolare metodo di narrazione legato alla serialità degli ultimi decenni. La svolta riguarda non solo lo storytelling, ma anche le novità tecnologiche, produttive e di ricezione, le quali hanno aperto la strada a trasformazioni importanti.

⁵⁹ Brembilla P., Pescatore G., *op. cit.*, p. 281.

del brand aumenta con l'incremento delle sottoscrizioni, e questa logica sta alla base della nascita di prodotti come *Breaking Bad* (AMC, 2008 – 2013) o *Battlestar Galactica* (Sy/Fy, 2004 – 2009), fondamentali per la costruzione della popolarità di una rete via cavo (come è avvenuto peraltro nel caso di FOX con *The Simpsons*). Naturalmente, i diversi metodi di finanziamento determinano anche una differente tipologia di target, e questo condiziona in parte la scelta dei prodotti su cui investire. Un esempio può essere rappresentato dalla *premium cable* HBO⁶⁰, che si finanzia attraverso costose sottoscrizioni mensili (fino a un centinaio di dollari al mese)⁶¹, dunque la sua tipologia di pubblico è composta da chi può permettersi tale spesa, vale a dire lo spettatore benestante, istruito, di ceto medio – alto. La volontà di HBO è quindi quella di proporre al proprio pubblico dei prodotti di alto valore culturale, per soddisfare le esigenze di un'audience più sofisticata. La *pay TV* di questo tipo, oltretutto, non deve preoccuparsi dagli ostacoli della FCC, in quanto caratterizzata da una mancanza pressoché totale di regolamentazione, e questo permette una notevolissima libertà creativa, legata alla messa in scena priva di censure di violenza, scene di sesso, e via dicendo. Basti pensare a prodotti come *The Sopranos* (HBO, 1999 – 2007) e *Game of Thrones* (HBO, 2011 – 2019), serie TV dagli alti *production values*, e celebri per l'abbattimento di qualsiasi tipo di censura televisiva.

Attualmente, un altro consistente tipo di distribuzione di contenuti televisivi avviene online. Si tratta naturalmente dell'emblematico caso delle *over-the-top* (d'ora in poi, solo OTT), in cui attraverso la banda larga vengono diffusi prodotti audiovisivi. Le OTT (gli esempi più famosi sono rappresentati da piattaforme digitali come Netflix e Hulu) prendono accordi con *broadcaster*, produzioni o studios esterni, per acquistare i diritti di trasmissione dei loro contenuti. Tuttavia, le piattaforme non si limitano a ritrasmettere i prodotti altrui, ma dal 2011, con l'annuncio di *House of Cards* (Netflix, 2013 - 2018) da parte di Netflix, si apre una nuova fase, fatta di produzioni originali create dalle OTT. Le serie televisive firmate dalle piattaforme digitali rappresentano probabilmente le vere concorrenti delle serie *premium cable*, a causa dell'inesistente vincolo della FCC, dell'ampio guadagno derivante dagli abbonamenti, e dell'assenza di interruzioni pubblicitarie⁶². Netflix ha puntato, inizialmente, a meritarsi l'etichetta di *quality television*, fin da *House of Cards*, attraverso il coinvolgimento di nomi di prestigio, la scrittura di storie altamente serializzate e i richiami alla letteratura (la stessa *House*

⁶⁰ Home Box Office parte da un gruppo Time-Warner. Si tratta del primo servizio *pay* multicanale, e successivamente diventa il primo network televisivo digitale. È caratterizzato quindi da notevoli primati tecnologici.

⁶¹ Brembilla P., Pescatore G., *op. cit.*, p. 282.

⁶² Ivi, p. 286.

of Cards è basata sull'omonimo romanzo di Michael Dobbs, e coinvolge grandi personalità del cinema come Kevin Spacey e David Fincher). Pure Netflix prova a differenziarsi rispetto alle proposte televisive fino a quel momento presenti, sempre puntando a raggiungere diverse nicchie di pubblico (o creandone di nuove), e investendo su serie di prestigio. Se l'intenzione originale della piattaforma era quella di essere associata a serie di qualità, l'attuale tendenza di Netflix è invece quella di puntare sulla varietà, diventando di fatto una TV generalista⁶³. I prodotti originali Netflix si sono negli ultimi anni moltiplicati, abbracciando i generi più disparati, e la *ratio* dietro a questa strategia è senza dubbio la volontà di raggiungere più segmenti di pubblico possibili. Un altro aspetto su cui Netflix ha notevolmente puntato, al fine di differenziarsi dai concorrenti, è stato il trasmettere un'immagine di se stessa legata alla particolare permissività nei confronti dei propri showrunner. Un esempio in questo senso può essere rappresentato da uno dei più grandi successi di Netflix: la serie *Orange is the new Black* (Netflix, 2013 – 2019), in cui la creatrice Jenji Kohan menzionò a più riprese la libertà creativa concessa da Netflix, soprattutto a differenza delle sue precedenti esperienze creative con Showtime⁶⁴. Mediante le innovazioni portate dalle OTT, non cambiano soltanto produzione e distribuzione, ma pure le pratiche di fruizione, le quali tendono verso “la smaterializzazione dei supporti e la personalizzazione del consumo”⁶⁵. Netflix fa molto affidamento soprattutto su quest'ultimo aspetto, seguendo con attenzione le aspettative degli utenti, e intercettando le loro esigenze.

I prodotti seriali animati per adulti presi in esame nel resto di questo capitolo si inseriscono tutti quanti nel contesto delle OTT, essendo stati acquistati da Netflix. La piattaforma digitale ha così dimostrato ancora una volta di voler captare tutte le nicchie già rinforzate attorno a Network come FOX, che per quanto riguarda l'animazione per adulti poteva già vantare prodotti di enorme successo come *The Simpsons*, *Family Guy* (FOX, 1999 – in corso), e *Futurama* (FOX, 1999 – 2013). Va citato, inoltre, il caso di Disney+, e il tentativo da parte del colosso americano di diversificare la sua offerta. Disney ha acquistato la FOX nel 2019, e di conseguenza tutti i suoi studi di produzione, per l'impressionante cifra di 71 miliardi di dollari. Questo ha naturalmente consentito a Disney di arricchire la *library* della sua piattaforma digitale, includendo al suo interno tutte le citate serie animate per adulti di FOX.

⁶³ Paola Brembilla, Luca Barra, “Netflix: la library generalista e il consumo “usa e getta”, in Link, 2020, URL <https://www.linkideeperlatv.it/netflix-la-library-generalista-e-il-consumo-usa-e-getta/> (ultimo accesso 28/05/2021).

⁶⁴ Paola Brembilla, *It's All Connected, L'evoluzione delle serie TV statunitensi*, Milano, FrancoAngeli, 2018, p. 85.

⁶⁵ Ivi, p. 77.

Tornando però a Netflix, fino a che punto le sue serie animate possono essere considerate innovative rispetto al modello *The Simpsons*?

1.4. *Bojack Horseman*.

Uno dei prodotti animati per adulti di Netflix più amati ed elogiati degli ultimi anni è sicuramente *Bojack Horseman* (Netflix, 2014 – 2020). Lo spirito della serie può essere riassunto con le parole del suo showrunner, Raphael Bob-Waksberg:

Bojack Horseman è emozionante, vulnerabile e pungente. Non abbiamo detto agli attori che era questo il piano. Gli attori hanno firmato per il primo episodio che hanno letto, che era il pilota. «Sì, sembra divertente», dissero. Una delle mie soddisfazioni della prima stagione è stato andare alla lettura dei copioni, quando le cose si sono fatte sempre più cupe, e vedere gli attori guardarsi l'un l'altro come per dire «ma per cosa abbiamo firmato?». Ma l'hanno amato. Ne sono stati coinvolti⁶⁶ [Traduzione mia].

La serie in effetti è un perfetto incrocio tra dramma e commedia, un caso che si potrebbe in altre parole definire dramedy⁶⁷. La storia racconta la vita del cavallo Bojack, un attore Hollywoodiano che abita a Los Angeles (in un mondo popolato sia da esseri umani che da animali antropomorfi), reso celebre negli anni Novanta dalla fittizia sitcom *Horsin' Around*. Ora è però una personalità semi-dimenticata dal mondo dello spettacolo, afflitta dai problemi con l'alcol, e dalla sua vita disastrosa. Decide così di rilanciarsi attraverso un libro autobiografico, con l'aiuto della *ghostwriter* Diane Nguyen. Oltre a lei, Bojack avrà a che fare con molti altri personaggi nel corso della storia, che verranno continuamente coinvolti in perlopiù spiacevoli vicissitudini dalla distruttiva personalità del protagonista.

Il personaggio di Bojack può essere considerato a tutti gli effetti un antieroe, tipologia di personalità tipica, secondo Brett Martin⁶⁸, delle serie televisive degli ultimi decenni, a partire da *The Sopranos* con Tony Soprano, fino a *Breaking Bad*, con Walter White. Brett Martin riporta le parole del celebre autore televisivo David Milch: “Nei primi venticinque anni di vita della TV, gli spot erano la Chiesa: non potevi dire nulla che offendesse gli sponsor. Anzi, avevi

⁶⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=8kk4dsa6F5A> (ultimo accesso 02/05/2021).

⁶⁷ Crasi tra le parole inglesi “drama” e “comedy”.

⁶⁸ Brett Martin, *Difficult Men, dai Soprano a Breaking Bad, gli antieroi nelle serie TV*, Roma, Minimum fax, 2013, p. 135.

l'obbligo di sottolineare e rispettare certi valori"⁶⁹. Come già spiegato, prima dell'arrivo della TV via cavo, il finanziamento della *broadcast television* dipendeva dalla vendita di spazi pubblicitari, e dall'incorporazione di sponsor all'interno degli show, di conseguenza questi ultimi subivano notevoli limiti creativi riguardo alla tipologia di contenuto che andava o meno trasmesso. Con l'avvento del finanziamento tramite abbonamento, tutte le costrizioni e aspettative derivanti dagli sponsor sono venute meno, e questo ha permesso alle narrazioni di esprimersi in direzioni fino a quel momento inedite in ambito televisivo, aprendo la strada a nuove tipologie di personaggio. Soprattutto con l'esperienza di HBO, e ancor prima della MTM (case di produzione fortemente legate alla *quality television*), i prodotti seriali si erano riscattati dalla reputazione di opere mediocri da loro sofferta. Serie come *Oz* (HBO, 1997 – 2003), *Sex and the City* (HBO, 1998 – 2004) e *The Wire* (HBO, 2002 – 2008), avevano conferito alla serialità una nuova veste, finalmente avvertita come culturalmente e artisticamente degna di nota. Sono gli anni Novanta, che Brett Martin identifica con la Terza età dell'oro, il periodo in cui viene favorita l'affermazione degli antieroi in televisione. L'antieroe è un particolare tipo di protagonista, per il quale il pubblico prova naturalmente empatia, ma che viene considerato spesso un criminale dalla società all'interno del mondo diegetico della serie, o più in generale presenta delle caratteristiche fortemente immorali. Gli antieroi sono inoltre spesso tormentati da dubbi, demoni interiori, e risultano ricchi di contraddizioni. Nella descrizione finora ipotizzata si inserisce alla perfezione Bojack, personaggio estremamente egoista, incapace di prendersi cura di se stesso e dei rapporti interpersonali. Una delle azioni più deprecabili da lui compiute, per esempio, è rappresentata dal momento in cui, di fronte a una vita che va in pezzi, Bojack coinvolge la giovane Sarah Lynn in una folle serata a base di droghe e alcol. La ragazza, durante una visita a un planetario, va in overdose, morendo tra le braccia di Bojack, colpevole di aver incoraggiato la giovane ad abbandonarsi al consumo di sostanze nocive⁷⁰. E ancora, in un altro episodio, Bojack rischia di finire a letto con il personaggio di Penny Carson, ragazzina minorenni, durante un viaggio lontano da Los Angeles⁷¹. Bojack è insomma il cavallo più umano della televisione, capace di incarnare numerose storture quali la depressione, la malattia mentale, la tossicodipendenza, e la difficoltà con i rapporti umani. Pur non condividendo le scelte di Bojack, il suo essere fino a questo punto imperfetto, e il vedere il mondo attraverso i suoi occhi per tutta la durata della storia, porta gli spettatori a provare empatia nei suoi confronti.

⁶⁹ Martin B., *op. cit.*, p. 134.

⁷⁰ È troppo, amico! (*That's Too Much, Man!* S3E11).

⁷¹ Fuga da L.A. (*Escape from L.A.*, S2E11).

Bojack Horseman è una sitcom animata, la risposta delle piattaforme digitali agli strepitosi successi dei network, come *The Simpsons*. Ma fino a che punto Netflix è riuscita a replicare la riuscita di sitcom che in altri contesti hanno garantito un'estrema popolarità agli show, e di conseguenza ai network? Nello scenario contemporaneo, in cui le modalità produttive e distributive risultano profondamente modificate a causa dell'avvento delle piattaforme digitali, la comedy sta attraversando notevoli cambiamenti, e tre sono le tendenze attuali secondo Luca Barra⁷²:

- **La prima:** il formato delle sitcom aumenta la durata degli episodi. Passando dalla tradizionale mezz'ora, fino a giungere persino all'ora di durata⁷³.
- **La seconda:** la lunghezza delle stagioni. Sui network potevano essere composte da oltre venti puntate, mentre sulle piattaforme digitali diventano più brevi, solitamente tra le 8 e le 13 puntate.
- **La terza:** agli scrittori viene concessa maggiore libertà creativa dalle piattaforme digitali, e questo ha come effetto lunghe pause di preparazione tra una stagione e l'altra, interrompendo quel legame tra vita quotidiana e ritmi dei palinsesti televisivi, che con i network si verificava.

In merito soprattutto alla terza tendenza, una delle principali forze della sitcom è quella di intrecciare i tempi di visione con la vita degli spettatori⁷⁴, ma a causa delle modalità distributive tipiche delle piattaforme digitali, questo non può avvenire. Una serie come *Bojack Horseman*, che viene rilasciata in blocchi, con una stagione all'anno, non può agganciarsi agli eventi che impattano quotidianamente sulla vita del pubblico, come invece avviene in altre sitcom. Inoltre, seguendo il ragionamento di Luca Barra,

Se la sitcom tiene sempre in equilibrio due fattori, risata e affetto, capaci la prima di attirare l'attenzione e fornire una soddisfazione immediata e puntuale e il secondo di radicare un legame più durevole, anche emotivo, con personaggi e situazioni, le differenti modalità produttive e distributive dei canali via cavo e delle piattaforme digitali mettono in

⁷² Barra L., *op. cit.*, p. 145 – 146.

⁷³ Probabilmente, la *ratio* che si cela dietro a questa scelta, è quella di aumentare le possibilità da parte delle serie comedy di competere in cerimonie come gli Emmy, concorrendo con i drama. Precisa scelta di marketing da parte delle produzioni.

⁷⁴ Barra L., *op. cit.*, p. 147.

discussione tali meccanismi, minando alla base i modi con cui questi testi coinvolgono il loro pubblico.⁷⁵

Alla luce di queste considerazioni, come fa *Bojack Horseman* a coinvolgere lo spettatore, considerando l'ampio consenso di critica e l'apprezzamento del pubblico che può vantare la serie?⁷⁶ Innanzitutto, come accennato, la serie ibrida i generi del *drama* e della *comedy*, per compensare alla mancanza del tempo necessario per generare affetto. Durante gli episodi di *Bojack Horseman* si ride tanto, ma temi come la depressione, il lutto, l'insensatezza delle cose, ostacolano una fruizione spensierata, e l'amarezza accompagna sempre il divertimento. Siamo così portati, come spettatori, a ridere e al contempo emozionarci di fronte a eventi fortemente drammatici. Il legame empatico creato con il protagonista Bojack, quindi, ci fidelizza, e ci spinge a riprendere la storia anche dopo mesi di attesa tra una stagione e l'altra. La serie è permeata da costanti sentimenti dolcissimi, e la fidelizzazione è mantenuta anche a causa della costruzione narrativa. La trama è orizzontale, dal momento che molti errori di Bojack hanno conseguenze che si manifestano anche dopo molto tempo dal loro compimento. Le malsane azioni sono fardelli che Bojack si porta dietro per tutta la vita, ed essendo un personaggio riflessivo, la sua profondità psicologica lo porta talvolta a monologhi interiori intrisi di autocommiserazione, odio per se stesso, e angoscia. Bojack alterna la lotta interiore per il suo miglioramento morale a momenti di ricaduta, e spesso trascina con sé le persone che gli stanno attorno, ferendole e allontanandole. Come spettatori siamo spesso partecipi dei pensieri e i sensi di colpa di Bojack, e l'empatia, unita alla compassione, rappresentano ulteriori elementi che ci portano ad affezionarci. L'unica tendenza, tra quelle identificate da Luca Barra, che non si verifica in questo caso, è quella del formato: *Bojack Horseman* continua a essere composto da episodi di circa 25 minuti, e questo è un legame che rimane invariato rispetto alle comedy passate.

Bojack Horseman presenta oltretutto una curiosa caratteristica: è un caso di sitcom nella sitcom. All'interno del mondo diegetico della serie, infatti, viene spesso menzionata l'esperienza di Bojack relativa alla sua interpretazione come capofamiglia in *Horsin' Around*, una sitcom andata in onda su ABC nel 1987, che si porta avanti per nove stagioni (fino al 1996), assicurando a Bojack una certa fama. *Horsin' Around* racconta di un giovane cavallo scapolo che si ritrova a crescere tre ragazzini orfani, rivedendo così le sue priorità. La serie nasce grazie

⁷⁵ Barra L., *op. cit.*, p. 148.

⁷⁶ Basti vedere, come indice di coinvolgimento emotivo da parte del pubblico, gli apprezzamenti su Rotten Tomatoes: https://www.rottentomatoes.com/tv/bojack_horseman (ultimo accesso 03/05/2021).

alla collaborazione tra il personaggio di Herb e Bojack, ma con il passare del tempo la difficile personalità di Bojack coinvolge anche Herb, e i due rompono i rapporti in seguito a una lite. Sempre all'interno della storia, la critica ha stroncato la sitcom, definendola eccessiva, stucchevole e inutile, nonostante l'enorme successo di pubblico. Il periodo in cui la fittizia sitcom è andata in onda, è quello degli anni Novanta, quindi dovrebbe presentare caratteristiche legate al contesto storico. Nell'ultimo decennio del XX secolo, infatti, si afferma innanzitutto nel sistema televisivo statunitense un nuovo network, che amplierà l'offerta televisiva: FOX⁷⁷. In questo periodo, in secondo luogo, conquistano maggiore rappresentazione molteplici etnie e minoranze (come per esempio gli ebrei, gli omosessuali, i queer, e via dicendo). Si affermano infine alcune delle sitcom più celebri di sempre, come per esempio *Friends* (NBC, 1994 – 2004) e *Seinfeld* (NBC, 1989 – 1998). *Horsin' Around*, curiosamente, pur essendo collocata in un periodo di notevoli cambiamenti per il genere, somiglia di più a una sitcom classica, dotata di caratteristiche più tipicamente anni 50⁷⁸. Tanto per cominciare, si tratta di una serie che va in onda su una delle emittenti che hanno dominato la network era: la ABC, e non per esempio su una rete *cable premium*, come HBO. Secondariamente, è una sitcom familiare, ambientata nei sobborghi americani, con un amorevole padre adottivo come protagonista, e questi sono stilemi tipici delle sitcom tradizionali, uniti peraltro alla presenza del pubblico in studio. Bojack è qui un personaggio saggio e sicuro di sé, e gli episodi finiscono sempre con un lieto fine. Le situazioni presenti in *Horsin' Around* si basano su piccoli problemi relazionali, prevalentemente in ambiente casalingo, e in parte lavorativo. Viene mantenuto un legame con i ritmi quotidiani degli spettatori, e questo lo si evince dallo speciale di natale *Sabrina's Christmas Wish*⁷⁹. In questa puntata, Todd e Bojack decidono di guardare il vecchio speciale di *Horsin' Around*, in occasione delle festività natalizie. Si tratta quindi di uno speciale su un duplice livello: quello della sitcom *Bojack Horseman* (l'episodio è infatti stato rilasciato negli Stati Uniti, su Netflix, il 19 dicembre 2014, a quattro mesi dalla trasmissione dell'intera stagione)⁸⁰, e quello della sitcom nella sitcom *Horsin' Around*, che invece guardano Bojack e Todd. Si può in questo caso parlare di un tentativo, da parte di Netflix, da un lato di recuperare quella sincronizzazione tra vita e palinsesto andata perduta con le mutate modalità distributive, e dall'altro di rappresentare l'aggancio ai ritmi quotidiani degli spettatori che caratterizzavano le sitcom degli anni Novanta. All'interno dello speciale di *Horsin' Around*, oltre alle caratteristiche già citate descrivendo la

⁷⁷ Barra L., *op. cit.*, pp. 70 – 71.

⁷⁸ Ivi, p. 46.

⁷⁹ *Sabrina's Christmas Wish* (*Sabrina's Christmas Wish*, S1E13).

⁸⁰ https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_BoJack_Horseman_episodes (ultimo accesso 03/05/2021).

sitcom in generale, si possono notare altre peculiarità: innanzitutto la presenza di elementi metatestuali. Bojack e Todd interrompono la visione dello speciale con commenti ironici sulla comicità presente nella sitcom. Soprattutto Bojack, guardando con imbarazzo la sua vecchia performance, ironizza sugli speciali natalizi, prendendo in giro di conseguenza la serie stessa. Si può notare secondariamente un ampio utilizzo della *Laugh Track*⁸¹ in *Horsin' Around*, e generale partecipazione da parte del pubblico. Ci sono inoltre battute sugli ebrei, elemento questa volta più simile alle tematiche trattate nelle sitcom anni Novanta, e pure riferimenti ad altre minoranze (Todd infatti ricorda di un episodio in cui Sabrina ha per amico un ragazzino nero). Si può rilevare una certa presenza di messaggi educativi, infatti il padre regala alla figlia maggiore un casco, e la invita alla prudenza in moto. L'episodio possiede infine una struttura in tre atti, con una rottura dell'equilibrio iniziale dovuta a un malinteso tra Bojack e la figlia adottiva Sabrina (babbo natale le promette che avrebbe rivisto i genitori defunti), i numerosi tentativi falliti di ripristinare lo status quo nella parte centrale, e la risoluzione della crisi con una punta di amarezza: a Sabrina viene rivelato che Babbo natale non esiste. Riflessione finale sulle ingiustizie del mondo.

Malgrado quest'ultimo punto presenti un po' di malinconia, si può capire dallo speciale natalizio che *Horsin' Around* sia una serie spensierata e allegra. Questi tratti appena descritti si pongono in un ironico e netto contrasto rispetto a *Bojack Horseman* nel suo complesso, che invece tenta di rappresentare la vita in modo realistico, in cui il lieto fine è tutt'altro che scontato. La differenza tra *Bojack Horseman* e *Horsin' Around* è espresso con chiarezza dallo stesso Bojack che, parlando della sitcom:

Per un sacco di gente la vita è solo un lungo calcio tirato nell'uretra, e a volte, quando torni a casa da una giornata di calci nell'uretra ti va solo di guardare uno show su gente amabile dove si vogliono tutti bene, e dove qualunque cosa succeda alla fine di quella mezz'ora, beh, è tornato tutto a posto.⁸²

Ciò non vale per *Bojack Horseman*.

Relazionando infine la serie alle caratteristiche che si erano affermate con *The Simpsons*, possiamo sottolineare i molti punti in comune con lo stile del prodotto FOX. Innanzitutto, il formato breve rimane pressoché identico (25 minuti circa per *Bojack Horseman*, 22 minuti per

⁸¹ La *Laugh Track* è la registrazione di risate in studio, montate poi all'interno di una sitcom, con il fine principale di indurre lo spettatore a ridere durante le gag.

⁸² *BoJack Horseman: la storia di BoJack Horseman, capitolo uno (BoJack Horseman: The BoJack Horseman Story, Chapter One, S1E1)*.

The Simpsons), con l'unica differenza della rete di distribuzione. Come visto, pure *Bojack Horseman* riprende alcuni tratti tipici della sitcom, ma propone allo stesso tempo una formula del tutto caratteristica. Inoltre, nonostante l'utilizzo di un linguaggio tutto sommato comprensibile da chiunque, le tematiche risultano pienamente accessibili soprattutto da un pubblico adulto (ricordandole: la depressione, gli argomenti esistenziali, i problemi con le dipendenze, e così via). Al fine di avvalorare la vicinanza tra *Bojack Horseman* e *The Simpson*, ci viene in soccorso lo stesso autore Raphael Bob-Waksberg, il quale ha esplicitamente dichiarato di essersi ispirato, tra le altre cose, alla serie di Matt Groening⁸³, soprattutto per la capacità di affrontare temi seri senza perdere di vista l'aspetto comico⁸⁴. Resta da approfondire la tendenza a ricorrere a uno stile di comicità improntato sulla satira, e *Bojack Horseman* sicuramente non ha nulla da invidiare a *The Simpsons*. Estremamente frequenti sono infatti le ironie sul mondo dello spettacolo, e le tematiche sociali di attualità. Viene gettata luce sul lato peggiore di Hollywood, ammalata di superficialità, in cui l'unica cosa che conta davvero sembra essere il successo. La serie, però, non si ferma al mondo dello spettacolo, e infatti usa Hollywood per parlare della società americana, e degli esseri umani in generale, della loro solitudine, e del loro poco interesse nel comprendere i problemi degli altri. Molteplici potrebbero essere gli esempi, ma ne cito solo alcuni che considero tra i più significativi. Il primo è il legame tra la quinta stagione di *Bojack Horseman* e il tema del femminismo⁸⁵, in particolar modo il movimento MeToo. Nell'episodio *Bojack il femminista*⁸⁶, in seguito ad alcuni quiproquò, Bojack diventa un'icona del femminismo. Durante la puntata, il protagonista enfatizza la facilità, da parte di un uomo, di essere un'icona del movimento, e il fatto che sia proprio lui a ricoprire questo ruolo (dopo aver quasi strangolato il personaggio di Gina), rende evidente tutta la sua ipocrisia.

Un secondo esempio che ritengo sia opportuno citare è quando Bojack vince il Golden Globe per "la miglior commedia o musical" grazie al suo libro intitolato *Un mezzo cavallo*⁸⁷. Durante il ritiro del premio, Bojack si chiede ad alta voce se avessero ponderato la scelta con giudizio, siccome il suo libro non è né un musical, né una commedia, e tantomeno un film. Questo

⁸³ Schuyler Swenson "Horsin' around with 'BoJack' creator Raphael Bob-Waksberg", in *pri.org*, 2017, URL <https://www.pri.org/stories/2017-09-21/horsin-around-bojack-creator-raphael-bob-waksberg> (ultimo accesso 06/05/2021).

⁸⁵ Carline Framke, "BoJack Horseman Creator on Season 5's Sharp (and Accidental) #MeToo Parallels", in *Variety*, 2018, URL <https://variety.com/2018/tv/news/bojack-horseman-season-5-interview-metoo-netflix-1202941206/> (ultimo accesso 06/05/2021).

⁸⁶ *Bojack the feminist (Bojack il femminista)*, S5E4).

⁸⁷ *Più avanti (Later)*, S1E12).

esilarante momento esprime la già accennata superficialità di Hollywood, che attraversa drammaticamente, e comicamente, tutta la serie.

Una serie come *Bojack Horseman* è stata quindi capace di ereditare lo stile simpsoniano, diventando allo stesso tempo un prodotto animato per adulti del tutto unico, ricco di sfaccettature complesse e profonde.

1.5. *The Midnight Gospel*.

Se *Bojack Horseman* ricalca abbastanza fedelmente lo stile di *The Simpson*, non si può dire lo stesso per *The Midnight Gospel* (Netflix, 2020 – in corso). Si tratta di una serie animata per adulti creata dal già celebre autore di *Adventure Time* (Cartoon Network, 2010 - 2018) Pendleton Ward e dal comico Duncan Trussell. Racconta di un astronauta di nome Clancy Gilroy, abitante del pianeta Chromatic Ribbon, nel quale bizzarri computer (quello di Gilroy è a forma di vagina) simulano mondi da cui attingere risorse e nuove tecnologie⁸⁸. Gilroy viaggia attraverso questi mondi simulati alla ricerca di temi da trattare per il suo *Spacecast* (ovvia storpiatura del termine *podcast*), infatti ogni episodio ruota attorno a un'intervista che il protagonista fa agli abitanti dei vari pianeti. Queste conversazioni si basano su registrazioni reali, che Trussell ha raccolto grazie al suo vero *podcast*, chiamato *The Duncan Trussell Family Hour*⁸⁹. Nel corso della storia, il protagonista apprende molto dai personaggi con cui interagisce, e quella che all'inizio sembrava un'attività di svago diventa sempre più istruttiva per lui. Gilroy è quindi un personaggio a tutto tondo, che si evolve nella narrazione, proponendo nel frattempo riflessioni ponderate sui temi che gli intervistati suggeriscono. Duncan Trussell stesso interpreta Gilroy, e le tematiche toccate dalle varie interviste ricalcano fedelmente ciò di cui si è parlato nel *podcast* del mondo reale. Gli argomenti affrontati appaiono alquanto complessi: la psichedelia, la spiritualità, la meditazione, la morte, e più in generale le tematiche esistenziali. Citando alcuni esempi di trattazione complessa direttamente dalla serie, nel quinto episodio⁹⁰, durante una visita in prigione, Gilroy si ritrova a parlare con un uccello legato a un detenuto che prova a evadere. Ogni volta che quest'ultimo fallisce nell'impresa morendo, è costretto a tornare in vita e a tentare la fuga nuovamente. Il tema fondamentale dell'episodio è quello della connessione tra tutte le anime, ispirandosi alla concezione tipicamente induista di

⁸⁸ Ramin Zahed, "Light at the End of the Apocalypse: Pen Ward & Duncan Trussell Preach The Midnight Gospel", in *Animation Magazine*, 2020, URL <https://www.animationmagazine.net/streaming/light-at-the-end-of-the-apocalypse-pen-ward-duncan-trussell-preach-the-midnight-gospel/> (ultimo accesso 08/05/2021).

⁸⁹ <http://www.duncantrussell.com/episodes/> (ultimo accesso 08/05/2021).

⁹⁰ *L'annientamento della gioia* (*Annihilation of Joy*, S1E5).

una rete di collegamenti tra coscienze. La serie quindi, lungo gli episodi, non si limita a inscenare dialoghi, ma accompagna lo svolgersi dell'intervista con metafore visive, e con una trama che presenta sia elementi orizzontali che verticali. Gli episodi finiscono sempre con un evento apocalittico, che costringe Gilroy a scappare dal pianeta simulato, concludendo di fatto gli avvenimenti narrativi di un pianeta specifico. Eppure, alcune linee narrative attraversano più puntate, svolgendosi orizzontalmente. Un esempio possono essere le vicende relative alla cura di una rosa da parte del protagonista, iniziate nella puntata quattro⁹¹, e poi continuate nell'episodio successivo. Le immagini che accompagnano i dialoghi hanno inoltre lo scopo principale di coinvolgerci maggiormente nella conversazione, arricchendo l'esperienza non solo grazie alla scelta di argomenti accattivanti, ma anche attraverso la messa in scena di immagini su cui riflettere in relazione a ciò che viene detto.

L'unico tema che attraversa all'incirca tutta la serie è quello della nascita e della morte⁹², e questo appare con più evidenza nell'ultimo episodio della prima stagione⁹³. Qui Gilroy intraprende con la madre (richiamando evidentemente la vera madre di Duncan Trussell, spenta dal cancro) un toccante viaggio attraverso il ciclo della nascita e della morte, parlando sul finale dell'accettazione della fine, in risposta alla sofferenza derivante dalla perdita di una persona cara. Si utilizza la metafora dello scorrere dell'acqua di un fiume:

Madre: "Io non so come spiegare tutto questo, non ho una spiegazione logica. Ma quello che so è che noi soffriamo di più, se cerchiamo di resistere alla corrente del fiume." Gilroy: "hai ragione". Madre: "Il fiume scorre sempre, e se noi cerchiamo di cambiare direzione per raggiungere la sponda, sperando di sottrarci alla corrente, è a quel punto che cominciamo a soffrire"⁹⁴

La scelta dei temi, rispetto alle serie citate in precedenza, non può essere ricondotta a intenzioni satiriche nei confronti della società americana. L'esistenzialismo portato avanti negli episodi di *The Midnight Gospel* trascende il legame con il contesto d'origine, abbracciando, come visto, pensieri che affondano le proprie radici in oriente. L'universalità delle grandi domande sulla morte, sulla felicità, e via dicendo, può senza dubbio avere più di un punto in comune con *Bojack Horseman*, ma persino *The Simpsons* può essere considerata una serie che non parla

⁹¹ *Accecati dalla mia fine (Blinded by My End, S1E4)*.

⁹² Pooja Salvi, "The Midnight Gospel' Ending Explained: Is Clancy dead? Heartbreaking finale will leave you hungry for Season 2", in *Meaww*, 2020, URL <https://meaww.com/the-midnight-gospel-season-1-finale-episode-8-mouse-of-silver-deneen-fendig-duncan-trussell-netflix-431786> (ultimo accesso 08/05/2021).

⁹³ *Topo d'argento (Mouse of Silver, S1E8)*.

⁹⁴ *Ibidem*.

soltanto degli Stati Uniti, ma anche degli esseri umani in generale. Tuttavia, nonostante non si possa ritenere *The Midnight Gospel* un prodotto seriale del tutto svincolato dai suoi predecessori, esso è molto diverso rispetto allo stile simpsonianiano, e non soltanto dal punto di vista tematico. Innanzitutto, *The Midnight Gospel* non può essere considerato una sitcom, non rispettando alcun canone legato al genere. In secondo luogo, questa volta il linguaggio non è particolarmente semplice, e i discorsi messi in atto, per essere seguiti, richiedono uno sforzo cognitivo sicuramente maggiore rispetto ai tipici dialoghi presenti in *The Simpsons*.

The Midnight Gospel rappresenta insomma una proposta di Netflix effettivamente peculiare nell'ambito dell'animazione per adulti. Pur mantenendo il tratto umoristico su tematiche serie, e il formato di circa mezz'ora a episodio (tra i 20 e i 35 minuti), per il resto può rappresentare un esempio di proposta tutto sommato innovativa all'interno del genere.

1.6. *Disenchantment*.

La serie contemporanea che più di tutte possiede un legame diretto con *The Simpsons* è sicuramente *Disenchantment* (Netflix, 2018 – in corso) creata dallo stesso Matt Groeing (già autore, ricordo, di *The Simpsons* e *Futurama*), che realizza qui per la prima volta una serie destinata esclusivamente a una OTT. La storia è ambientata in un mondo *fantasy* medievale chiamato Dreamland, e racconta le vicende di Bean, una sovversiva e alcolizzata principessa, e dei suoi compagni: Elfo, un tonto folletto, e Luci, un sarcastico demone infernale. Lo stile dell'animazione è immediatamente riconoscibile e del tutto paragonabile alle opere precedenti di Matt Groeing.

Netflix, con questo prodotto, continua la sua tradizione di coinvolgimento di nomi di prestigio (già citata con il caso di *House of Cards*), per attirare utenza e rispondere ai gusti di nicchie specifiche. In questo caso è evidente che la scelta di coinvolgere Groeing abbia come principale strategia di marketing quella di attirare la *fanbase* dei prodotti precedenti, sempre realizzati dall'autore. Oltre alla personalità di spicco dell'autore, la serie coinvolge un cast d'eccezione, composto da Abbi Jacobson, Eric Andre, Billy West, Nat Faxon, e molti altri.

Anche in *Disenchantment* è presente la dichiarata intenzione di trattare tematiche sociali, soprattutto riguardo al ruolo della donna in una società patriarcale, ancor più viva in un'ambientazione medievale (l'inizio della serie infatti comincia con un matrimonio combinato rifiutato dalla protagonista⁹⁵), come del resto ha confermato Matt Groeing in persona: “Se c'è

⁹⁵ *Una principessa, un elfo, e un demone in un bar (A Princess, an Elf, and a Demon Walk in to a Bar, S1E1).*

qualche manifesto politico, si tratta di un preciso punto di vista femminista. Avere una donna come centro dello show è soltanto, per me, un nuovo modo per raccontare una storia.”⁹⁶ [Traduzione mia].

A differenza di *The Simpsons*, Matt Groeing ha provato questa volta ad allontanarsi dallo stile parodistico, volendo realizzare un prodotto dalle tematiche più serie. Riprendendo le sue parole, infatti

Per questo progetto, mi sono seduto con Josh Weinstein, che ha sviluppato con me lo show, e siamo stati d'accordo che avremmo impostato la serie in modo drammatico [...] e soltanto dopo avremmo aggiunto le battute, piuttosto che essere stupidi fin dall'inizio. [...] Abbiamo cercato di restare il più lontani possibile dalla parodia.⁹⁷ [Traduzione mia].

Questo è un elemento di effettiva discontinuità tra le precedenti opere di Matt Groeing e *Disenchantment*, ma nonostante la scelta specifica di partire da un'impostazione più drammatica, e la presenza di una donna come protagonista, per quanto riguarda i rimanenti tratti tipici dei prodotti animati per adulti finora analizzati, *Disenchantment* non si discosta di molto. Sempre si tratta, infatti, di un prodotto comico e satirico. Il formato rimane sempre di mezz'ora a episodio, la volgarità è diffusa anche qui, e il linguaggio appare di semplice lettura. In effetti, proprio questo mancato stravolgimento sta alla base di diverse critiche che la serie ha ricevuto, considerando le reazioni che *Disenchantment* ha generato su Rotten Tomatoes⁹⁸. In generale, la serie è stata accolta tiepidamente, con alcuni sporadici entusiasmi, ma non si è avvertita un'accentuata novità rispetto al già conosciuto stile di Groeing.

Una peculiarità che invece probabilmente differenzia *Disenchantment* rispetto a *The Simpsons* è una certa varietà di ambientazioni e una maggiore tendenza a ibridare i generi. Per esempio, durante la terza parte della serie, Bean si ritrova a dover viaggiare verso un mondo chiamato Steamland (crasi tra Dreamland e il genere *steampunk*)⁹⁹. Qui si ritroverà a muoversi in un'ambientazione del tutto diversa rispetto a quella a cui la serie ci aveva abituati fino a quel momento, infatti la città visitata richiama lo *steampunk*, quel filone letterario che prevede la presenza di una tecnologia anacronistica collocata in un'ambientazione tipicamente

⁹⁶ Josiah Hughes, “Disenchantment Sees Matt Groening Living in the Past”, in *Exclaim*, 2018, URL https://exclaim.ca/comedy/article/disenchantment_sees_matt_groening_living_in_the_past (ultimo accesso 10/05/2021).

⁹⁷ Ibidem.

⁹⁸ <https://www.rottentomatoes.com/tv/disenchantment/s01> (ultimo accesso 10/05/2021).

⁹⁹ *Steamland Confidential* (*Steamland Confidential*, S3E4).

ottocentesca. La componente del viaggio è invece pressoché assente in *The Simpsons*, in cui le vicende dei personaggi avvengono quasi sempre all'interno di Springfield.

La storia può essere oltretutto considerata decisamente più serializzata rispetto a *The Simpsons*. Quasi sempre, in *Disenchantment*, le linee narrative si portano avanti per diverso tempo, trovando la loro risoluzione anche tra una stagione e l'altra. Frequenti sono infatti i *cliffhanger*, e noto è il finale della seconda stagione, che si conclude con il sacrificio del personaggio di Elfo, e la morte di Luci (che finirà sorprendentemente in paradiso)¹⁰⁰.

Insomma, se *The Midnight Gospel* rappresenta un prodotto che ha portato diverse innovazioni stilistiche e tematiche nel genere dell'animazione seriale per adulti, *Disenchantment* rimane una riconferma di quegli stilemi che proprio il suo autore, Matt Groening, aveva consolidato attraverso *The Simpsons*, pur con qualche modesta divergenza.

¹⁰⁰ *Bean va all'inferno!* (*Bean Falls Down*, S2E10).

CAPITOLO 2 – LA DISTRIBUZIONE IN ITALIA DELL’ANIMAZIONE PER ADULTI.

Per comprendere come i prodotti di animazione per adulti americani sono arrivati a inserirsi con forza nella realtà non solo industriale, ma anche e soprattutto culturale italiana, è necessario compiere un passo indietro, e ripercorrere sinteticamente il percorso storico del legame cinematografico e culturale tra Stati Uniti e Italia. Se si tratta di animazione, non si possono non citare la Disney e il suo simbolo per eccellenza: Mickey Mouse. Nella parte iniziale di questo capitolo, si tenterà di ricostruire come l’illustre topo Disneyano si è radicato nella cultura di massa della penisola (soprattutto negli anni Trenta), e insieme il rapporto tra l’industria cinematografica statunitense e italiana. Le influenze culturali americane, infatti, per quanto riguarda l’animazione nel suo complesso, sono ancora oggi estremamente vive.

2.1. Mickey Mouse, un ponte culturale tra USA e Italia.

La Disney rappresenta un caso significativo di creazione di un immaginario comune tra USA e Italia. I due mercati principali in cui si inserì il personaggio principe della multinazionale americana, Mickey Mouse, furono quello editoriale e quello cinematografico.

La prima tra queste due imprese, l’editoria, ha radici antiche, e rappresenta la prima industria culturale in Italia. Durante gli anni Venti del XX secolo il settore, nella penisola, fatica ancora a compiere il suo pieno sviluppo. Sono presenti poche grandi aziende, le piccole case editrici non hanno sufficienti risorse per sostenere le sfide economiche dell’innovazione, e persino la produzione è frenata da costi eccessivamente alti. La carta, infatti, in questo periodo risulta alquanto dispendiosa, passando dalle 40 lire al quintale nel 1914 alle 200 nel 1924¹⁰¹. Di conseguenza, i libri stampati furono sempre meno: 11’500 nel 1914, fino a 6300 nel 1921¹⁰². Oltretutto, l’Italia è da sempre caratterizzata da una popolazione poco incline alla fruizione di libri: sebbene il pubblico di lettori sia gradualmente cresciuto dal risorgimento in avanti, il Bel paese è, da questo punto di vista, rimasto indietro rispetto ad altri paesi europei, come per esempio il Regno Unito e la Germania¹⁰³. Di fronte a questa difficile situazione, la strategia che si diffuse tra le case editrici verso la fine degli anni Venti, per aumentare le vendite e soddisfare

¹⁰¹ Fausto Colombo, *La cultura sottile, Media e industria culturale in Italia dall’ottocento agli anni novanta*, Milano, Bompiani, 1998, pp. 143 – 146.

¹⁰² Ivi, p. 147.

¹⁰³ David Forgacs, Stephen Gundle, *Cultura di massa e società italiana, 1936-1954*, Bologna, Il Mulino, 2007, pp. 64 – 65.

la domanda di romanzi da parte del pubblico italiano, fu principalmente quella di puntare sulle traduzioni di opere letterarie straniere, soprattutto francesi. I lettori italiani furono insomma piuttosto attratti dai racconti esteri rispetto a quelli locali, che evidentemente risultavano meno appassionanti, o meno capaci di rispondere alle esigenze di gusto. In questo contesto intervenne inoltre il regime fascista, soprattutto attraverso l'istituzione di diversi enti che si occuparono di esaminare il problema della diffusione del libro (come per esempio la Commissione per la cooperazione intellettuale del 1928). L'azione fascista, tuttavia, più che incentivare la produzione letteraria nazionale, si occupò di controllare i contenuti in circolazione, privilegiando naturalmente quelli più vicini alla propria ideologia.

Durante gli anni Trenta, invece, il settore editoriale conobbe uno sviluppo senza precedenti, legato tra le altre cose a un considerevole balzo tecnologico¹⁰⁴. Durante questo periodo, infatti, le riviste illustrate si diffusero intensamente, e i settimanali aumentarono il proprio numero. Per quanto riguarda invece le case editrici, queste si moltiplicarono e svilupparono una volta terminata la Seconda Guerra Mondiale, nel nuovo contesto democratico, in cui fu possibile per gli editori legarsi a ideali di sinistra. I principali attori che portarono avanti la modernizzazione del settore in Italia durante gli anni Trenta furono principalmente Mondadori e Rizzoli, che si contrapposero in una spietata rivalità. La Mondadori si concentrò fin da subito sulla pubblicazione di libri, al contrario di Rizzoli, che fino al 1949¹⁰⁵ riservò alle proprie riviste illustrate molto spazio, indirizzandole a un pubblico di massa. Un caso emblematico fu per esempio quello di "Novella", testata acquistata nel 1927 da Rizzoli, che ne rinnovò il look, e che curò con un approccio cosmopolita. All'interno della collana, in effetti, i racconti (con tematiche rivolte a un pubblico prevalentemente femminile) erano alternati a immagini di divi Hollywoodiani, unite a spazi pubblicitari riguardanti le produzioni cinematografiche statunitensi. Il fascino esercitato dai divi americani sul lettore italiano fu senza dubbio rilevante, considerando l'ampio spazio dedicato al racconto della quotidianità delle star del cinema.

Fu però Mondadori a legarsi fortemente a Disney. Il loro rapporto iniziò a partire dal 1935, anno in cui Disney garantì a Mondadori il diritto esclusivo di utilizzazione del personaggio di Mickey Mouse, già largamente conosciuto in Italia, grazie ai cortometraggi animati importati dagli Stati Uniti. Nacque così Topolino, importantissimo esempio di importazione del fumetto d'avventura statunitense in Italia. Negli anni Trenta, Topolino prevedeva un settimanale composto da otto pagine, in seguito estese a sedici, il quale raccoglieva sia materiale messo a

¹⁰⁴ Forgacs D. e Gundle S., *op. cit.*, pp. 139 – 172.

¹⁰⁵ Anno della creazione, da parte di Rizzoli, della collana BUR (Biblioteca Universale Rizzoli), che permise alla casa editrice di imporsi nel mercato del libro.

disposizione direttamente da Disney, che storie originali di disegnatori italiani. Mondadori, infatti, stipulò contratti con il colosso americano al fine di regolamentare non soltanto la pubblicazione dei periodici Disney, ma anche i racconti creati da artisti italiani. La percentuale di storie americane, nonostante questo approccio, rimase maggiore, finché durante gli anni del ventennio fascista non si tentò di ostacolare la diffusione di fumetti stranieri, ritenuti diseducativi dal regime. A quel punto, Mondadori provò a difendersi aumentando la quantità di realizzazioni italiane nella redazione di Topolino. Principalmente grazie a questa mossa Mondadori riuscì a proteggere Mickey Mouse dalla censura fascista (a parte la parentesi del cambio di nome in Truffolino nel 1942, in seguito all'entrata in guerra degli USA contro le potenze dell'Asse), e quest'impresa risultò fondamentale per mantenere viva la presenza del personaggio nel mercato dell'editoria per ragazzi anche negli anni successivi alla guerra. In seguito a un prolungato periodo di assenza di Topolino, dovuto a una fuga in Svizzera da parte di Arnoldo Mondadori nel 1943, avvenuta dopo l'armistizio e l'occupazione nazista del Nord Italia, il ritorno del settimanale avvenne il 15 dicembre 1945, ma con una sostanziale differenza. Dopo il termine della guerra, infatti, Disney cambiò approccio per quanto riguarda i rapporti con le case editrici europee. L'accordo raggiunto con Mondadori del 1935, che come accennato prevedeva un diritto esclusivo e illimitato sul personaggio di Mickey Mouse, fu rivisto. Il nuovo contratto fu decisamente meno positivo per Mondadori, dal momento che, pur mantenendo intatto l'aspetto dell'esclusività in Italia, limitava la durata del tempo di utilizzo a otto anni, al termine dei quali il contratto risultava rinnovabile unicamente per volontà di Disney. Nonostante questo mutamento di equilibri, la collaborazione tra Mondadori e Disney continuò a lungo.

Precedentemente al legame con Mondadori, la figura di Topolino fu molto connessa a quella di Giuseppe Nerbini¹⁰⁶, celebre editore fiorentino. Dopo essersi innamorato del personaggio di Mickey Mouse in seguito alla visione nel 1931 del cortometraggio *Topolino emulo di Lindbergh*, Nerbini chiese ai distributori italiani della pellicola di ottenere un'autorizzazione per creare una rivista dedicata interamente al noto topo della Disney. Un settimanale di quattro pagine chiamato "Topolino" uscì da lì a poco, ma non passò inosservato. I diritti per l'utilizzazione di personaggi Disney in Europa erano ai tempi nelle mani del potente King Features Syndicate Inc., che naturalmente accusò Nerbini di plagio. Nonostante la controversia, l'editore non si lasciò scoraggiare e, da un lato, insieme al fumettista Giove Toppi creò un personaggio dalle fattezze simili a Mickey Mouse, dall'altro cambiò il nome della testata in "Il

¹⁰⁶ Colombo F., *op. cit.*, pp. 175 – 180.

Giornale di Topo Lino”. Questa mossa permise a Nerbini di continuare le pubblicazioni, finché le trattative con il King Features Syndicate Inc. non si conclusero con un accordo favorevole, il quale prevedeva la ripresa regolare delle pubblicazioni di Topolino da parte di Nerbini. Successivamente, come già spiegato, Mondadori acquistò i diritti per l'utilizzazione del personaggio Disney, in seguito a una contesa con Nerbini, al quale fu infine concessa una generosa somma.

Dal dopoguerra in avanti, Topolino continuò a rappresentare un punto di incontro tra un'autorialità tutta italiana, e il frutto della creatività statunitense. Uno degli esempi di autori italiani che arricchirono i personaggi Disney con la propria cultura fu naturalmente Romano Scarpa¹⁰⁷. Il fumettista italiano fornì un'interpretazione di Mickey Mouse che nulla aveva da invidiare agli autori americani della Disney, come per esempio i famosi Carl Barks, o Floyd Gottfredson. Il terreno comune che univa l'Italia agli USA era reso possibile dall'immaginario che entrambe le culture dividevano, legato principalmente al cinema classico Hollywoodiano. Se da un lato erano presenti molti punti in comune sul piano culturale, dall'altro gli autori italiani di Topolino riuscirono a inserire all'interno delle loro storie elementi specifici della grande letteratura del proprio paese. Uno degli esempi più emblematici, da questo punto di vista, fu non a caso il famoso *L'inferno di Topolino*, creato dallo sceneggiatore Guido Martina, e disegnato da Angelo Bioletto, nel 1948¹⁰⁸. Quest'opera è caratterizzata non solo dall'evidente ispirazione Dantesca, ma anche da una tipologia di tratto che si distanzia notevolmente dall'orientamento classico Disney, pur mantenendo intatta la riconoscibilità dei personaggi. Lo stile infatti richiama gli illustratori europei ottocenteschi della Commedia di Dante, piuttosto che i disegni classici americani. L'intento narrativo risulta evidentemente parodistico, e capace di unire la cultura alta con il fumetto, l'educazione del lettore con l'umorismo e il divertimento. L'intenzione fu in breve quella di rendere il fumetto uno strumento anche divulgativo, portando avanti un'operazione di sintesi tra il contenuto proveniente dalla grande letteratura e l'accessibilità (sul piano sia della diffusione che del linguaggio) delle riviste illustrate.

Queste furono insomma le modalità con le quali la Disney si insediò con efficacia nell'editoria italiana. Il personaggio di Mickey Mouse, in fin dei conti, offriva a editori come Nerbini e Mondadori una quantità immensa di materiale narrativo, e contribuì alla creazione di un immaginario nazionale e popolare, pur attingendo da una creazione estera. Mickey Mouse parte

¹⁰⁷ Colombo F., *op. cit.*, pp. 216 – 217.

¹⁰⁸ Ivi, pp. 218 – 219.

dall'America, fino a diventare un personaggio planetario, sfaccettato, frutto di molti autori presenti in paesi del tutto diversi tra loro¹⁰⁹. Si tratta quindi di un personaggio multiforme, che ha attraversato un'evoluzione ricca di fasi, legate ai contesti storici e culturali in cui si collocano.

Ripercorrendo l'evoluzione del personaggio legata alle mutevoli circostanze, il Topolino degli anni Trenta può essere considerato povero, provinciale e lunatico¹¹⁰, perché inserito nel contesto storico della Grande depressione. L'atmosfera delle storie in cui si muoveva Mickey Mouse in questo periodo era più cupa, grigia, quasi disperata. Soltanto in seguito si trasformò nel rassicurante eroe a noi più familiare, e questo mutamento iniziò non a caso con l'arrivo del New Deal Rooseveltiano. Nei fumetti si passa rapidamente da una gaiezza provocatoria, a tendenze che richiamano molto di più l'eroe Hollywoodiano, ricco di speranza e grinta¹¹¹. Mickey Mouse è in grado di rispecchiare quindi l'ideale americano, pur rimanendo al contempo legato alle culture in cui si inserisce, ovviamente diverse dal contesto d'origine. Nel caso dell'Italia, di nuovo, il modello del topo antecedente a Mickey Mouse era associato a quello del furfante, del personaggio truffaldino e inaffidabile¹¹². Il Topo americano, dinamico pure lui (anche se in modalità differenti), si inserì molto bene nell'immaginario italiano, che accolse Mickey Mouse con notevole passione, anche grazie ai precedenti successi in ambito cinematografico. Dal canto loro, i disegnatori italiani furono molto abili da un lato a rimanere fedeli al modello originale, e dall'altro a italianizzare il personaggio, inserendolo in mondi e avventure più riconoscibili agli occhi di un abitante della penisola.

Mickey Mouse, simboleggiando la sicurezza e l'intraprendenza americana, diventa un personaggio ricco di vitalità, capace di architettare situazioni e di risolverle, eppure si ibrida, fino a diventare un'icona della cultura popolare mondiale. Fu non casualmente definito, nel 1935, dalla Società delle Nazioni, un "simbolo internazionale di buona volontà".

Per quanto riguarda invece il cinema, tra gli anni Venti e Trenta, esso rappresenta la forma di intrattenimento commerciale più popolare in Italia. Al suo interno si possono osservare molti elementi eterogenei, innanzitutto per quanto riguarda la ripartizione di spettatori, tendenzialmente concentrati nelle grandi città, e a nord del paese. I film, inoltre, venivano distribuiti lungo un periodo di tempo piuttosto ampio, fino addirittura a tre anni, a causa del passaggio che avveniva tra i diversi circuiti presenti all'interno di una stessa città, collocati in

¹⁰⁹ Antonio Faeti, *In trappola col topo, una lettura di Mickey Mouse*, Torino, Einaudi editore, 1986, p. 95.

¹¹⁰ Ivi, p. 132.

¹¹¹ Ivi, p. 134.

¹¹² Ivi, p. 169.

varie aree geografiche: centrali, o di periferia¹¹³. Naturalmente, queste diversità strutturali erano legate a una quantità di spettatori composta da tipologie assai differenziate. L'opera filmica è quindi sempre stata un mezzo capace di coinvolgere qualunque tipologia di spettatore, a prescindere dal suo status sociale, dal suo genere, dalla sua età, e così via. L'Italia, da questo punto di vista, non rappresenta certo un'eccezione.

L'industria cinematografica, tra tutti i mercati culturali, ha potuto vantare la spiccata abilità di estendersi internazionalmente, sotto molteplici punti di vista. Si tratta infatti di un'attività commerciale cosmopolita non soltanto per quanto riguarda il consumo, ma anche se si considerano le personalità coinvolte (attori, tecnici, registi) e la tecnologia. L'inserimento del cinema americano in Italia avvenne molto presto. Il mercato cinematografico italiano durante gli anni del fascismo (e non solo), era in effetti caratterizzato da una solida presenza di film stranieri. Nel 1936, per esempio, i lungometraggi autoctoni proiettati nelle sale furono soltanto il 18% rispetto al totale (43 film italiani su 230 proiezioni complessive)¹¹⁴. Questa subordinazione all'egemonia statunitense era dovuta non soltanto alla debolezza delle manovre protezionistiche da parte della politica, ma pure alla fragilità delle produzioni italiane del periodo, a eccezione della società Cines di Stefano Pittaluga, della Lux Film di Riccardo Gualino e della Titanus di Gustavo Lombardo, che ebbero un impatto importante anche sul lungo periodo. Nonostante i citati esempi positivi, il mercato cinematografico italiano non poteva competere con l'efficacia e la potenza dello *studio system* Hollywoodiano, ma nemmeno con altri sistemi europei decisamente più sviluppati, come l'UFA tedesca. Le strategie inefficaci, la precarietà, il vuoto di proposta, furono soltanto alcune delle ragioni che impedirono al mercato cinematografico italiano di diventare maggiormente competitivo. Eppure, malgrado le considerazioni di carattere economico, l'Italia può vantare nella sua storia un considerevole insieme di talenti artistici, tra cui registi, attori, sceneggiatori, direttori della fotografia, e così via. Durante gli anni Trenta, inoltre, va menzionata la forte spinta, da parte del regime fascista, verso la costruzione di un'industria cinematografica italiana, ovviamente con intenti prevalentemente propagandistici. In questo periodo infatti si collocano la nascita della Mostra di Venezia (1932), del Centro Sperimentale di Cinematografia (1935) e di Cinecittà (1937)¹¹⁵. L'attenzione che il fascismo riservò al cinema fu sicuramente dovuta al prestigio che il settore stava acquisendo sul piano nazionale e internazionale, nel corso del decennio.

¹¹³ Forgacs D. e Gundle S., *op. cit.*, pp. 71 – 73.

¹¹⁴ Ivi, pp. 176 – 177.

¹¹⁵ Colombo F., *op. cit.*, pp. 152 – 153.

Il legame tra l'industria cinematografica americana e quella italiana non si esprime soltanto attraverso l'esportazione di opere filmiche, ma si creò anche un collegamento collaborativo tra produzioni, nonostante alcuni freni iniziali. Sempre negli anni Trenta, ci furono i primi esempi di film americani girati in Italia, come per esempio l'edizione di *Ben-Hur* del 1925 (Fred Niblo, 1925), prodotta dalla Metro-Goldwyn-Mayer, e filmata a Roma. L'esperienza emblematica di questa operazione, caratterizzata da complicazioni legate all'autorità, da costi molto alti e da problemi con i fornitori, portò molte produzioni statunitensi a evitare ogni realizzazione di film così distante dalla diretta supervisione di Hollywood. Malgrado la renitenza americana che caratterizzò questa fase iniziale, va considerato il crescente interesse per Cinecittà da parte di diversi cineasti americani dopo la sua apertura nel 1937. Alcuni tentativi di collaborazione, effettivamente, furono portati avanti (molti dei quali non andati a buon fine, come per esempio i significativi casi di Hal Roach, e di Mario Luporini)¹¹⁶, ma la vicinanza dell'Italia alle idee di Hitler da un lato, e i forti sentimenti antifascisti presenti a Hollywood dall'altro, impedirono l'edificazione di un vero e proprio ponte tra le produzioni americane e quelle italiane. In seguito, il vuoto legislativo generato dalla caduta del fascismo rappresentò una grande occasione per gli americani, e d'altro canto mandò allo sbaraglio molte figure professionali dell'industria cinematografica nella penisola, le quali si sentirono abbandonate dallo stato.

La situazione del panorama cinematografico italiano, in seguito alla citata crescita (sebbene modesta) avvenuta negli anni Trenta, cambiò cospicuamente tra il 1949 e il 1950, attraverso una rinnovata azione politica¹¹⁷. Nello scenario post – fascista, come accennato, l'industria cinematografica italiana si ritrovò completamente schiacciata dalla presenza americana, in assenza delle interferenze politiche che invece il regime dittatoriale, nel bene e nel male, aveva esercitato sul settore. La risposta da parte delle istituzioni fu la celebre legge Andreotti, la quale prevedeva un ritorno alla regolamentazione statale del mercato cinematografico, con il principale obiettivo di frenare l'inesorabile avanzata di film stranieri. L'azione legislativa garantì un sostegno, attraverso diversi sussidi, ai produttori italiani, e la creazione di un Ufficio centrale dedicato interamente alla cinematografia. La legge, pur avendo alcuni elementi di criticità (come per esempio il controllo sulle sceneggiature prodotte, che ricordava le politiche autoritarie presenti con Mussolini), rimase in vigore fino al 1954, e consentì un'effettiva espansione industriale. Fu oltretutto questo il periodo che consentì una maggiore diffusione di produzioni americane in Italia, molte delle quali decisero di filmare soprattutto a Roma i propri

¹¹⁶ Forgacs D. e Gundle S., *op. cit.*, pp. 189 – 191.

¹¹⁷ Ivi, pp. 185 – 187.

film. Questo cambio di tendenza, in contrasto alle già citate idiosincrasie tra i due paesi che caratterizzarono invece gli anni Trenta, ebbe alla sua origine principalmente tre fattori:

- I costi notevolmente bassi.
- La crescente importanza dei mercati cinematografici europei per Hollywood, e il conseguente incoraggiamento del governo statunitense.
- Le misure messe in atto dal governo italiano per privilegiare produzioni locali.

In questo nuovo contesto, molte *majors* sfruttarono gli studi di Cinecittà. Vanno a questo proposito citati principalmente due casi: nel 1949, la Twentieth Century Fox girò a Roma *Prince of Foxes* (Henry King, 1949), che diventò un rappresentativo caso di coproduzione internazionale capace di coinvolgere una grande compagnia cinematografica statunitense e insieme l'industria italiana. Il secondo caso invece riguarda il ritorno della Metro-Goldwyn-Mayer nella penisola, la quale, dopo la non entusiasmante esperienza di *Ben-Hur* alla fine degli anni Venti, decise nel 1951 di realizzare a Roma il celeberrimo kolossal *Quo Vadis* (Mervyn LeRoy, 1951). Questo film rappresentò ai suoi tempi una mastodontica e dispendiosa produzione non soltanto per l'Italia, ma anche per la stessa MGM, che per l'occasione si impossessò di tutte le strutture di Cinecittà, per l'intera durata delle riprese (18 mesi in totale)¹¹⁸. L'operazione puntava a elevare non soltanto le produzioni italiane attraverso un film altamente spettacolare, ma si trattava anche, secondo gli americani, di promuovere l'immagine del Bel paese come centro produttivo internazionale.

Oltre all'attenzione nei confronti di possibili coproduzioni con l'Europa, Hollywood non si fece sfuggire le spinte innovatrici del cinema italiano negli anni successivi alla guerra. Vittorio De Sica (naturalmente uno dei massimi esponenti del neorealismo) fu tenuto d'occhio da personalità del calibro di David O. Selznick, che provò ad attirarlo negli Stati Uniti. De Sica, dal canto suo, nonostante un iniziale interesse, abbandonò progressivamente ogni entusiasmo per quanto riguarda un possibile trasferimento oltreoceano¹¹⁹. Il tentativo di collaborazione continuò in altre modalità, in particolare Selznick era interessato a una versione in inglese del capolavoro che De Sica si apprestava a girare: *Ladri di Biciclette* (Vittorio De Sica, 1948). Sfortunatamente per Selznick, l'ipotesi del coinvolgimento di attori statunitensi all'interno del film (tra cui, tra l'altro, Cary Grant), non incontrò la visione di De Sica, e tutto si tradusse in un

¹¹⁸ Forgacs D. e Gundle S., *op. cit.*, p. 194.

¹¹⁹ Ivi, p. 196.

nulla di fatto. Una collaborazione, tuttavia, effettivamente ci fu: accadde nel 1952, con il lungometraggio neorealista *Stazione Termini* (Vittorio De Sica, 1953), in cui star americane (vale a dire Jennifer Jones e Montgomery Clift) vennero scritturate per due ruoli all'interno del film, sceneggiato peraltro da Cesare Zavattini. In questo caso, l'incontro tra cultura italiana e cultura statunitense non riuscì particolarmente, risultando invece un pasticcio inefficace. Il film venne quindi distribuito negli USA solo in seguito a un rimontaggio a opera dello stesso Selznick, insieme a un cambio di titolo: *Indiscretion of an American Wife*.

In generale, dal secondo dopoguerra in avanti, l'Italia divenne un set cinematografico piuttosto ambito dal cinema americano, che sfruttava nei modi più disparati i pittoreschi paesaggi offerti dalla penisola. Da questo punto di vista, il governo italiano ha sempre guardato con favore l'entrata delle produzioni statunitensi nel proprio territorio, in quanto i film, distribuiti in tutto il mondo, potevano fungere da utile veicolo per promuovere il turismo. Inoltre, la presenza di talenti creativi americani in Italia fornì ai mestieranti locali un esempio, e li aiutò ad acquisire nuove competenze, che in seguito misero in pratica anche nelle produzioni italiane.

Un'altra peculiarità del periodo successivo alla Seconda guerra mondiale riguarda la presenza di strutture dedicate al cinema in Italia. Il numero di sale cinematografiche, negli anni 50, è infatti da considerarsi sorprendente. La quantità di schermi superava di gran lunga quella di altri grandi paesi europei: nel 1955, l'Italia poteva vantare 10'570 sale, contro le 5688 francesi e 4483 inglesi (addirittura, in tutti gli USA, le sale erano 18'700, non molte in più rispetto a quelle italiane, se consideriamo la differenza di ampiezza tra le due nazioni)¹²⁰. Il cinema nella penisola, insomma, trovava terreno fertile, e gli italiani dimostravano di essere ormai culturalmente molto legati a questa forma di intrattenimento. Dalla fine della Prima guerra mondiale, come spiegato, gli USA dominarono incontrastati il mercato cinematografico italiano, e quindi pure la loro presenza nelle sale. In effetti, fino agli anni Cinquanta (e oltre), la stragrande maggioranza dei film proiettati erano americani. Le pellicole statunitensi, in questo periodo, non soltanto occupavano la maggior parte del tempo di proiezione (fino all'80% nel 1928), ma erano anche distribuite da società, presenti in Italia, direttamente dipendenti dalle *majors*.

A causa di questa massiccia presenza in Europa, le differenze culturali tra Italia e USA non potevano essere trascurate da Hollywood, soprattutto se si trattava di decidere le strategie di promozione da mettere in atto. L'industria cinematografica americana, in seguito a diversi fallimenti nel tentare di attuare in Italia le medesime strategie pubblicitarie applicate in patria,

¹²⁰ Forgacs D. e Gundle S., *op. cit.*, pp. 207 - 208.

si affidarono a illustratori italiani, che attraverso la stampa e i cartelloni adattarono i film Hollywoodiani a un codice culturale accessibile alle comunità locali. I manifesti, spesso, riservavano nella loro composizione ampio spazio ai divi. Furono infatti le star di Hollywood uno dei principali fattori di attrazione sul pubblico italiano da parte del cinema americano¹²¹. Le produzioni all'epoca dello *studio system* ne erano ben consapevoli, infatti investivano enormi risorse nella creazione delle proprie star, fortemente ammirate all'estero. Oltre al fascino esercitato dagli attori americani, anche nell'ambito del divismo si verificò quello scambio di persone che nell'industria cinematografica avveniva costantemente. Hollywood infatti cercò a più riprese di reclutare attori italiani, rendendoli veri e propri divi, nonostante il loro ruolo venisse spesso ridotto a mero sostituto delle star americane. La popolarità dei volti italiani nel mercato cinematografico internazionale di questo periodo rimase piuttosto modesta, con solo alcune probabili eccezioni, tra cui Anna Magnani¹²², vista come simbolo di una femminilità nuova, materna, legata all'Italia della ricostruzione.

Le influenze americane in Italia non furono soltanto commerciali e culturali, ma anche politiche, soprattutto in un periodo in cui gli USA cercavano alleati da includere nel blocco occidentale. Il governo americano, spesso percepito come fortemente connesso all'industria cinematografica, si rendeva perfettamente conto dell'immenso impatto generato dalle pellicole esportate. Il film divenne quindi anche un veicolo di propaganda anticomunista, e di attrazione verso un modello e uno stile di vita tipicamente occidentali. Questo processo si intensificò non a caso in seguito ai risultati delle elezioni italiane del 1948, e quindi della vittoria della Democrazia Cristiana, con la quale gli americani mantennero negli anni un vivo rapporto di complicità.

Hollywood, insomma, è sempre stata un'industria del tutto consapevole del proprio potere di condizionamento culturale, sociale e politico, capace di intercettare il gusto di un pubblico internazionale. I film statunitensi, che negli anni Trenta erano tra i prodotti più consumati al mondo, sono ancora oggi estremamente influenti. Le più grandi case di produzione presenti attualmente in Europa, infatti, non sono società locali, bensì multinazionali americane¹²³. I prodotti hollywoodiani furono insieme importanti veicoli culturali e fonti di guadagno economiche, capaci di superare antiquate dicotomie tipicamente europee, che prevedevano la suddivisione tra una cultura elevata e una popolare. Il cinema ha dimostrato di essere in grado

¹²¹ Forgacs D. e Gundle S., *op. cit.*, p. 211.

¹²² Ivi, p. 231.

¹²³ Victoria De Grazia, *L'impero irresistibile. La società dei consumi americana alla conquista del mondo*, Torino, Einaudi, 2006, p. 307.

non soltanto di travalicare i confini nazionali, ma anche di stabilirsi nelle abitudini di comunità locali più piccole, e persino di scuotere le coscienze appartenenti a decine di nazioni diverse. L'Europa non fu sostanzialmente in grado di arrestare la conquista culturale americana, sebbene diversi tentativi si manifestarono con più o meno efficacia, soprattutto se si considerano le manovre economiche. Tra tutte le nazioni europee, l'unica che ebbe effettivamente le necessarie risorse per difendersi fu la Germania¹²⁴. Dal primo dopoguerra alla fine del secondo conflitto mondiale, l'UFA ricoprì nel mercato cinematografico tedesco un ruolo dominante. Già durante gli anni Venti, in effetti, l'UFA poteva vantare un sistema produttivo e distributivo molto sviluppato, soprattutto rispetto ai suoi vicini europei. Non soltanto il cinema tedesco fu in grado di reagire alla preminenza statunitense sul piano economico, ma anche, curiosamente, sul piano contenutistico. Molti film prodotti in Germania infatti, nonostante racchiudessero al loro interno la peculiare cultura tedesca (vale a dire l'espressionismo, il forte legame con il teatro, i *Kammerfilms*, eccetera), ebbero la capacità di essere fruiti e apprezzati anche internazionalmente. La risposta di Hollywood, di fronte alla minaccia di un potenziale rivale, fu quella di proporre generosissimi compensi (soprattutto rispetto agli standard europei) ai maggiori talenti del cinema tedesco, riuscendo ad assimilarli all'interno della propria industria. Il caso più celebre di cineasta tedesco che decise di lavorare per Hollywood fu naturalmente Fritz Lang, che firmò un contratto con MGM nel giugno del 1934.

Anche considerando il caso della Germania, i film americani in Europa, a dispetto delle critiche che li accusavano di essere troppo semplici e rivolti a un pubblico popolare e poco sofisticato, ebbero successo forse proprio in virtù dell'assenza di complessità. L'intrattenimento offerto dai prodotti statunitensi, evidentemente, riusciva a intercettare con molta più efficacia il gusto di un pubblico internazionale, rispetto alle più ricercate pellicole europee¹²⁵.

Il mondo Disneyano cominciò così ad approdare in Europa verso la fine degli anni Venti, infatti Mickey Mouse debuttò nei cinema italiani precisamente nel 1928¹²⁶. In questa iniziale fase, Disney esportava al cinema cortometraggi animati, e la distribuzione in Europa era gestita da altre case di produzione, come per esempio la Columbia, la United Artists e la RKO. Solo a partire dal 1953 il Walt Disney Studio si occupò direttamente della distribuzione dei propri prodotti in Europa.

Durante i loro albori, i personaggi di Disney erano conosciuti, nella maggior parte del Vecchio Continente, attraverso i film d'animazione, mentre il fumetto rappresentava un mezzo

¹²⁴ De Grazia V., *op. cit.*, pp. 330 – 331.

¹²⁵ Ivi., pp. 332 – 333.

¹²⁶ Forgacs D. e Gundle S., *op. cit.*, p. 159.

secondario di diffusione. In Italia, come visto, Topolino fu conosciuto invece soprattutto grazie alle esperienze editoriali di Nerbini e Mondadori. Ciononostante, il successo del personaggio nei settimanali fu in gran parte dovuto alla fama che conquistò anche attraverso le sale, seppure in minor misura.

Nel corso degli anni Trenta fu realizzata e distribuita la maggior parte dei cortometraggi su Topolino (si arrivò a più di novanta film), e questo decennio rappresenta il periodo di maggior successo per Mickey Mouse. Inizialmente, come accennato, la caratterizzazione di Topolino era quella di un birbante dispettoso, per poi evolversi rapidamente in un vero e proprio eroe altruista, collocato in avventure sempre più ricercate ed esotiche. Gli unici aspetti trasversali, per quanto riguarda la caratterizzazione, sono l'ironia e la furbizia, che hanno sempre accompagnato la personalità del topo. Mickey Mouse diventa progressivamente una figura capace di muoversi in ambientazioni situate in tutto il mondo, come dimostrano i cortometraggi *Mickey in Arabia* (1932), e *Jungle Rhythm* (1929). Con il passare del tempo, al topo verrà tolto sempre più spazio al cinema, in favore di altri personaggi Disney che meglio si prestavano a differenti tipologie di gag, come per esempio Donald Duck, Goofy e Pluto. La ripresa di un ampio spazio avvenne nel 1940, con l'ambizioso lungometraggio *Fantasia*. I cortometraggi di Mickey Mouse, oltre a essere ambientati in tutto il mondo e in tutte le epoche (come per esempio *Ye Olden days*, del 1933), esploravano moltissimi generi, passando dall'avventura, alla comicità, fino ad arrivare persino al genere horror, con *The Haunted House* (1929).

Mickey Mouse fu percepito, dal pubblico e dalle personalità di spicco Hollywoodiane, come se fosse un attore in carne e ossa. A lui è stata dedicata una stella lungo la Hollywood Walk of Fame, a Los Angeles, e numerosi furono gli omaggi. Charlie Chaplin, per esempio, spinse affinché un cortometraggio di Topolino accompagnasse ogni proiezione del suo film *Luci della città*; il personaggio è inoltre presente nel lungometraggio del 1934 *Hollywood Party*, in cui Jimmy Durante costringe Topolino a suonare il pianoforte. Mickey Mouse diventò con il passare del tempo un vero e proprio simbolo degli Stati Uniti, e questa associazione tra personaggio e nazione fu così radicata, che Topolino fu spesso bersagliato dalla satira anti-americana. Un esempio è rappresentato da *Mickey Mouse in Vietnam*, cortometraggio di Whitney Lee Savage realizzato nel 1968, in cui Topolino viene ucciso con un colpo in testa mentre sta marciando in Vietnam. Un altro celebre momento di utilizzazione della figura di Mickey Mouse come veicolo di critica politica riguarda sempre il conflitto in Vietnam, e si trova nel capolavoro di Stanley Kubrick, del 1987, *Full Metal Jacket* (Stanley Kubrick, 1987), in cui i soldati, durante la scena finale, marciano intonando una canzone dedicata al topo, mentre attorno a loro i palazzi bruciano.

La cultura di massa italiana, come si è visto, è stata ampiamente influenzata dall'industria cinematografica americana, e ciò che è diventato uno dei simboli degli USA, Mickey Mouse, rappresenta perfettamente fino a che punto questa intersecazione tra le due società si è spinta. Topolino è un personaggio statunitense, che incarna lo spirito e le ideologie americane, eppure si trasforma, viaggia il mondo, e si inserisce con efficacia in contesti assai differenti. È capace di veicolare l'intraprendenza americana, e al contempo di calarsi nell'inferno di Dante. È un personaggio continuamente in evoluzione, dal momento che parte da ambientazioni rurali e di provincia, fino ad assumere un carattere più maturo e coraggioso, dal topo chiamato Mortimer alla sua versione più antropomorfa, chiamata Mickey Mouse¹²⁷. Il legame culturale tra le due sponde dell'Atlantico, ben rappresentato da Disney e Mickey Mouse, è ancora oggi enormemente presente, e ci aiuta a comprendere come i prodotti animati seriali statunitensi, così legati alla cultura d'origine, siano in grado di affondare le proprie radici nelle nostre coscienze, anche se non sempre senza difficoltà.

2.2. L'animazione nel sistema televisivo italiano.

L'animazione statunitense si inserì nel contesto televisivo italiano molto rapidamente, diventando un'importante parte dei palinsesti. Prima di passare all'analisi contenutistica dei prodotti seriali animati per adulti, e all'impatto culturale che specialmente alcuni prodotti (spesso controversi) hanno avuto, appare utile riassumere il sistema televisivo italiano antecedente allo scenario contemporaneo.

La Rai avviò il servizio televisivo italiano il 3 gennaio 1954, inserito in un contesto di controllo statale e di monopolio¹²⁸. L'organizzazione delle trasmissioni televisive in questa prima fase fu basata sul palinsesto, ovvero sulla programmazione settimanale di contenuti diversificati, in cui ogni giorno della settimana era associato a un genere specifico, di ispirazione inizialmente radiofonica¹²⁹. Oltre all'evidente orientamento sul modello della programmazione americana (con i prodotti di intrattenimento che ricalcavano lo stile statunitense, e l'acquisto dei loro format), già largamente avviata fin dal 1948, i prodotti di fiction d'importazione divennero fin da subito parte integrante della proposta nella TV italiana, a causa della limitata quantità di sceneggiati realizzati nel Bel paese, incapaci di occupare un numero sufficiente di ore nella programmazione. La TV italiana conobbe la sua espansione maggiore tra il 1956 e l'inizio degli

¹²⁷ Michael Barrier, *Vita di Walt Disney. Uomo sognatore e genio*, Roma, Tunue, 2009, p. 98.

¹²⁸ Enrico Menduni, *Televisione e radio nel XXI secolo*, Urbino, Laterza, 2016, p. 55.

¹²⁹ Ivi, p. 57.

anni Settanta, attraverso l'aumento del numero di canali fino ad arrivare all'avvento della TV a colori, avvenuto con un certo ritardo, nel 1977. Il sistema televisivo italiano rimase sostanzialmente dominato dalla sola Rai fino a una sentenza della Corte costituzionale giunta nel 1976, la quale permise l'inserimento nell'industria televisiva di emittenti private. Tuttavia, il primo vero rivale della Rai si introdusse nel mondo dello spettacolo durante gli anni Ottanta, e si tratta naturalmente di Fininvest (successivamente Mediaset). Da lì in avanti, il monopolio divenne un duopolio, in cui le due emittenti si spartirono il mercato televisivo fino a tempi alquanto recenti, e più precisamente, il 2009¹³⁰.

Il periodo di contrapposizione tra Fininvest e Rai venne definito da Umberto Eco "neotelevisione"¹³¹, caratterizzata dalla forte presenza dell'intrattenimento, utilizzato come struttura portante dell'intera programmazione televisiva. L'obiettivo in questi anni è quello di raggiungere un pubblico generalista, di proporre quindi un palinsesto in grado di rivolgersi a più target possibili, ponendo in questo modo molta enfasi sul pubblico. Dal 1986, infatti, pure l'Italia ha a disposizione un metodo di misurazione degli ascolti televisivi: Auditel. Con esso lo spettatore diventa sempre di più una figura centrale nel determinare la vita di un programma, o la carriera delle personalità dello spettacolo. In breve, nel periodo della neotelevisione, da un lato lo spettatore occupa un ruolo fondamentale, dall'altro l'offerta televisiva diventa molto abbondante, e rivolta a un pubblico generalista.

Un successivo momento di svolta è rappresentato dall'avvento del digitale, che ha fornito notevoli e innovative possibilità al metodo di trasmissione. Infatti, grazie alla digitalizzazione (e quindi alla possibilità di comprimere i file), è possibile trasmettere molti più programmi di qualità su una singola frequenza¹³². I satelliti digitali hanno oltretutto cominciato ad apparire nei cieli italiani, e a ripetere una moltitudine di canali televisivi, ricevuti poi dalle antenne delle abitazioni. È questo il periodo in cui giunge in Europa il concetto di *pay TV*, che negli USA era nato in seguito al progresso tecnologico avvenuto negli anni Sessanta con l'arrivo della TV via cavo. In Italia invece la TV a pagamento compare tardi (in precedenza, infatti, il duopolio poneva nel mercato dell'intrattenimento non poche barriere d'ingresso a nuovi potenziali attori), esprimendosi negli anni Novanta con Telepiù¹³³, emittente che propone trasmissioni criptate accessibili solo tramite abbonamento. Eppure, la televisione via cavo diventa realtà in Italia solo nel 1997, con l'arrivo di Hot Bird 2 (il primo satellite in grado di coprire l'intera

¹³⁰ Menduni E., *op. cit.* p. 62.

¹³¹ Ibidem.

¹³² Ivi, p. 74.

¹³³ Ivi, p. 77.

penisola) da una parte, e la liberalizzazione delle telecomunicazioni dall'altra. Nel 2003 Sky fa inoltre il suo ingresso nel mercato, diventando presto un'azienda di primo piano per quanto riguarda soprattutto i contenuti sportivi, cinematografici, e successivamente seriali. Anche la trasmissione di Sky è criptata, e ricevibile soltanto attraverso un decoder. Con lo sfruttamento del digitale terrestre, si sono presentate nuove opportunità per le due principali emittenti televisive italiane: Mediaset ha lanciato la sua versione *pay-per-view* (Mediaset Premium), e la Rai ha potuto moltiplicare la propria offerta televisiva.

Con l'inizio del XXI secolo, lo streaming video diventa possibile, e apre a una nuova fase in cui i contenuti sono in grado di circolare tra medium diversi. È questo il progresso tecnologico che permette la comparsa di canali video on demand, come per esempio Infinity di Mediaset, che sfrutta la banda larga per offrire un vasto catalogo di prodotti di intrattenimento¹³⁴. I contenuti insomma migrano su più piattaforme, e il pubblico in questo mutato scenario risulta sempre più attivo sui *social*, altra novità del secolo, possedendo sempre più dispositivi per commentare in diretta gli eventi proposti in televisione, come accade per esempio su Twitter. Lo spettatore è oggi in grado di interrompere la visione e riprenderla a piacimento, effettuare *screenshots*, sfruttare manipolazioni dell'andamento come lo *slow motion*, e via dicendo. Si tratta in altre parole di una fruizione, da parte del pubblico, di tipo non lineare. È naturalmente questo l'insieme di premesse che portano all'arrivo in Italia delle OTT, e soprattutto di Netflix, di cui si tratterà in maniera più approfondita successivamente.

I prodotti di finzione statunitensi, come accennato, fanno parte dell'offerta televisiva italiana fin dalle sue origini. Durante il periodo del monopolio della Rai, l'intenzione dell'emittente era quella di offrire prodotti educativi per bambini e ragazzi, e l'animazione rappresentava un ottimo modo per raggiungere un tale scopo. La programmazione per ragazzi era collocata nei palinsesti in fasce d'orario pomeridiane e a cadenza settimanale; i prodotti animati erano inoltre per la maggior parte d'importazione. L'acquisto di serie estere era infatti meno dispendioso rispetto alla produzione originale, e quindi risultava favorito da emittenti come la Rai. Durante gli anni Settanta, l'intento educativo viene abbandonato, e si comincia a puntare maggiormente sull'intrattenimento del pubblico. Le origini delle serie animate all'interno dei palinsesti italiani erano perlopiù americane e giapponesi, e soprattutto per quanto riguarda i prodotti nipponici si segnala un elevatissimo consumo, tanto da dare vita al cosiddetto *anime boom*, avvenuto nel 1978¹³⁵. La costruzione dell'identità dei giovani italiani può dirsi quindi cosmopolita, alla luce

¹³⁴ Menduni E., *op. cit.* p. 87.

¹³⁵ Cardamone D., *op. cit.* p. 47.

dei numerosissimi prodotti animati stranieri fruiti nella penisola. I *cartoons*, sempre nel periodo degli anni Settanta, sebbene rimangono rivolti a un target giovanile, cominciano a essere abbastanza variegati da puntare a fasce d'età più adulte, con prodotti dedicati alle famiglie. Rai 2 (ai tempi chiamata Rete 2) ha avuto un ruolo fondamentale nella proposta di prodotti animati per tutti, basti pensare per esempio al caso di *Goldrake* (Fuji TV, 1975-1977)¹³⁶.

Il palinsesto della Rai cambia in questo periodo i propri ritmi, passando da una programmazione settimanale a una quotidiana, sul modello del *serial* americano. Si tratta in altre parole di una programmazione orizzontale, in cui il cartone animato ha avuto un ruolo fondamentale nel creare fidelizzazione tra il pubblico giovane, spingendolo a non mancare nessun appuntamento di sintonizzazione. Dopo il successo di *Goldrake* l'acquisto di cartoni animati giapponesi si è impennato, soprattutto se si considera la programmazione di canali come Italia 1, che comincia a offrire per tutto il giorno serie animate giapponesi e telefilm americani¹³⁷. Il pubblico di giovani è stato insomma sempre più consistente, e nonostante il target dei cartoni animati sia diventato con il passare del tempo più inclusivo, in Italia la serialità animata è rimasta in questo periodo considerata un prodotto tutto sommato lontano dall'interesse degli adulti, rimanendo nei palinsesti in fasce d'orario per ragazzi e bambini, quindi pomeridiane e al mattino.

The Simpsons rappresenta invece una tipologia di prodotto che ribalta notevolmente la percezione degli italiani per quanto riguarda il cartone animato. In Italia la serie ha trovato distribuzione sui canali generalisti di Mediaset, prima Canale 5, e successivamente Italia 1. La prima trasmissione nel Bel paese avviene il primo ottobre 1991, quindi nella stagione autunnale (considerata un periodo dell'anno importante per i palinsesti televisivi), e ciò che immediatamente salta all'occhio è l'orario di trasmissione: in seconda serata. Si tratta di una novità non da poco, alla luce delle scelte di programmazione descritte finora. I cartoni animati erano sempre stati collocati in fasce orarie accessibili a un target giovanile, per ragazzi, mentre adesso il cambio di rotta appare evidente. *The Simpsons* è un prodotto che viene trattato come un telefilm, una vera a propria sitcom, e non più come un prodotto destinato al solo intrattenimento per bambini. All'interno del palinsesto di Mediaset, la serie veniva trasmessa a cadenza settimanale, ogni martedì su Canale 5, alle 22:30, escludendo le repliche. Successivamente la serie verrà trasmessa su Italia 1, precisamente a partire dal 1997, e a parte qualche periodo di slittamenti della programmazione nel pomeriggio, la serie rimane spesso

¹³⁶ Jacopo Benini, *Crossing the Ocean in a 'Fluttering of Winx'. Il caso della serie d'animazione italiana Winx Club, dalla de-glocalizzazione costitutiva alla riappropriazione statunitense*, Università degli studi di Padova, Padova, 2019, p. 15.

¹³⁷ Ivi, p. 16.

collocata in tarde fasce orarie e persino pre-serali. *The Simpsons*, insomma, come già visto, è caratterizzato da un insieme di caratteristiche totalmente appetibili a un pubblico adulto, e infatti la scelta di collocazione all'interno dei palinsesti di Mediaset rispecchia questa diversità rispetto ai prodotti animati fino a quel momento trasmessi. *The Simpsons* ha di fatto cambiato il modo di percepire la serialità animata, e sebbene alcuni luoghi comuni possano essere considerati ancora diffusi (come vedremo analizzando l'accoglienza culturale di alcuni cartoni animati in Italia), l'associazione tra animazione e fruizione da parte di bambini non può essere più considerata scontata.

Valutate le modalità con le quali i prodotti animati si sono inseriti all'interno del sistema televisivo italiano, resta ora da analizzare il modo in cui la cultura italiana ha percepito l'avvento dei *cartoons* per adulti di successo, sul piano dei contenuti.

2.3. L'accoglienza della serialità animata per adulti in Italia nello scenario pre-Netflix.

Considerando le serie animate per adulti, l'accoglienza culturale in Italia non è sempre stata indolore, soprattutto passando al vaglio alcuni casi significativi presenti nel periodo antecedente all'avvento delle OTT. Quali sono dunque le differenze tra il ricevimento in Italia rispetto agli Stati Uniti? Si è trattato l'impatto che *The Simpsons* ha avuto negli USA, ma che tipo di accoglienza culturale gli ha riservato l'Italia?

Negli Stati Uniti, soprattutto durante gli anni Novanta, le polemiche legate alla trasmissione di *The Simpsons* hanno riguardato la figura di Bart¹³⁸, a causa della presunta relazione tra il personaggio e il vandalismo infantile. Era in altre parole percepito come diseducativo e come un pessimo modello per i ragazzini, da parte di alcuni spettatori. In Italia, ricordo, la serie è stata trasmessa da Mediaset (e in particolare, i canali generalisti Italia 1 e Canale 5), e non si segnalano particolari freni alla trasmissione. Si possono però menzionare alcuni esempi, come l'episodio *La paura fa novanta XXVIII*¹³⁹, mai trasmesso da Mediaset a causa della trattazione di tematiche come la religione, e la presenza di una sequenza macabra, in cui Homer si mozza un dito per poi cuocerlo alla griglia¹⁴⁰, e in seguito (scoprendosi gustoso) decide di cucinare altre parti del proprio corpo, tra cui le gambe. Con l'avvento di Disney+, alcune censure hanno riguardato l'adattamento italiano, come per esempio l'episodio *Un natale da cani*¹⁴¹, dove Bart

¹³⁸ Caci D., *op. cit.* pp. 57 – 58.

¹³⁹ *La paura fa novanta XXVIII* (*Treehouse of Horror XXVIII*, S29E4).

¹⁴⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=Ua7dN2mKyMs> (ultimo accesso 12/05/2021).

¹⁴¹ *Un natale da cani* (*Simpsons Roasting on an Open Fire*, S1E1).

altera il testo della canzone *Jingle Bells* dicendo “Batman gay”. Sulla piattaforma il momento viene sostituito con la versione originale, in cui la battuta omofoba non c’è, e viene semplicemente detto “Batman puzza” [Traduzione mia].

Altri prodotti, tuttavia, possono essere considerati decisamente più controversi, nel periodo pre-Netflix. Un esempio, tra tutti, è sicuramente *South Park* (Comedy Central, 1997 – in corso). Lo show nasce nel 1992, con Trey Parker e Matt Stone, studenti universitari che insieme creano un cortometraggio umoristico intitolato *Jesus Vs Frosty*¹⁴². I quattro ragazzi protagonisti dell’opera, sotto molti aspetti simili ai personaggi del futuro *South Park*, danno vita a un pupazzo di neve di nome Frosty, il quale diventa immediatamente un feroce assassino. Per salvare la situazione giunge fortunatamente Gesù Cristo, che sconfigge il temibile Frosty scagliandogli addosso la sua aureola¹⁴³. Nonostante gli ovvi limiti tecnici (il materiale di realizzazione di ambienti e personaggi è semplicemente composto da cartoncino), la storia presenta fin da subito quella tendenza dissacrante che tornerà con maggiore forza in *South Park*. In seguito a un altro cortometraggio commissionato da FOX, e intitolato *The Spirit of Christmas*¹⁴⁴, che mette in scena un duello tra Gesù e Babbo natale per stabilire quale sia il vero spirito natalizio, i due autori vengono notati dall’emittente via cavo Comedy Central. *South Park* viene trasmesso così, per la prima volta, il 13 agosto 1997¹⁴⁵, dando vita a una serie dallo stile comico volgare e irriverente. La particolare tecnica di animazione utilizzata agli albori della serie è quella della *cut - out animation*¹⁴⁶, e anche in seguito all’avvento dell’animazione in computer grafica, la produzione non ha mai abbandonato il tratto delle origini.

Ambientata nell’immaginaria cittadina di *South Park*, in Colorado, la storia racconta le vicende di un gruppo di quattro bambini delle elementari: Eric Cartman, Kenneth (detto “Kenny”) McCormick, Stanley Marsh e Kyle Broflovski. La serie affronta, in maniera sempre politicamente scorretta, tematiche delicate come la religione, il sesso, la politica, e la società in generale. Di fronte a un tale livello di impertinenza, l’accoglienza riservata a *South Park*, innanzitutto in patria, non è stata priva di controversie. Le polemiche e le critiche hanno bersagliato la satira del prodotto animato su molteplici livelli: l’utilizzo di un linguaggio particolarmente scurrile, la blasfemia, il razzismo (nella serie viene utilizzata non di rado la parola *nigger*¹⁴⁷), la violenza, eccetera. Una delle principali dispute avvenute negli Stati Uniti

¹⁴² Caci D., *op. cit.* p. 55.

¹⁴³ <https://www.youtube.com/watch?v=sFCwSoAEBJK> (ultimo accesso 13/05/2021).

¹⁴⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=olMsAy8HTUo> (ultimo accesso 13/05/2021).

¹⁴⁵ Caci D., *op. cit.* p. 56.

¹⁴⁶ Tecnica d’animazione che prevede la realizzazione dei personaggi animati con cartoncini, incollati a sfondi.

¹⁴⁷ La parola *nigger*, in italiano traducibile con “negro”, viene pronunciata da persone bianche nell’episodio *Le mie più sentite scuse a Jassie Jackson (With Apologies to Jassie Jackson, S11E1)*.

a causa della serie ha riguardato l'ampio utilizzo del termine *shit*, soprattutto a causa del secondo episodio della quinta stagione, intitolato *It Hits the Fans*¹⁴⁸ (“It” in inglese, infatti, può essere anche un'abbreviazione del termine *shit*), in cui la parola viene pronunciata 162 volte in 22 minuti. In seguito alla messa in onda della puntata, la casella di posta elettronica di Comedy Central è stata sommersa da oltre 5000 e-mail di disapprovazione¹⁴⁹. Un ulteriore contrasto emblematico è rappresentato dagli attacchi rivolti da parte della serie a *Scientology*¹⁵⁰, definita durante la nona stagione come “una grossa e grassa truffa globale” [Traduzione mia]¹⁵¹, ciò unito all'ironia riguardo all'orientamento sessuale di Tom Cruise, celebre sostenitore di *Scientology*. L'attore, indispettito, ha in seguito chiesto la cancellazione di tutte le repliche dell'episodio¹⁵². La pesante satira di *South Park* non ha risparmiato nemmeno la fede musulmana, e a essere presa di mira è stata in particolare la figura di Maometto. Durante la messa in onda della quattordicesima stagione¹⁵³, in cui il profeta viene a più riprese rappresentato ironicamente, gli autori Parker e Stone sono stati perfino minacciati di punizione violenta sul sito dell'organizzazione *Revolution Muslim*¹⁵⁴.

Insomma, *South Park* è stata una serie capace di sfidare in maniera esplicita e diretta moltissimi tabù della società americana, con grande attenzione all'attualità, e sempre attraverso uno stile ironico e parodistico. *South Park* ha inoltre mantenuto vivo l'aggancio ai temi caldi dell'attualità statunitense, garantendo una certa sincronizzazione con i ritmi di vita degli spettatori.

Anche in Italia l'accoglienza di *South Park* è stata allo stesso modo complicata. La serie debutta nel Bel paese il 6 gennaio del 2000 attraverso il canale Italia 1, in orari notturni, e verrà diffuso da Mediaset fino alla quarta stagione. Diversi episodi, già a partire da questa prima fase, in Italia non vedono la luce¹⁵⁵, in particolare tre puntate della quarta stagione¹⁵⁶, che trattano di tematiche come la pedofilia, e il rapporto tra le persone portatrici di *handicap* e il cattolicesimo.

¹⁴⁸ *I cavalieri delle procedure standard (It Hits the Fans, S5E2).*

¹⁴⁹ <https://web.archive.org/web/20100209001855/http://www.firstamendmentcenter.org/about.aspx?id=12881> (ultimo accesso 13/05/2021).

¹⁵⁰ Organizzazione con sede negli Stati Uniti, si occupa di diffondere le credenze di Lafayette Ronald Hubbard, autore del libro *Dianetics*.

¹⁵¹ *Intrappolato nello stanzino (Trapped in the Closet, S9E12).*

¹⁵² Julie Hilden, “Could Tom Cruise Sue *South Park* for suggesting he is gay? And Even if he could, should he?”, in *Findlaw*, 2005, URL <https://supreme.findlaw.com/legal-commentary/could-tom-cruise-sue-south-park-for-suggesting-he-is-gay-and-even-if-he-could-should-he.html#:~:text=Of%20course%2C%20not%20all%20the,claims%20that%20they%20are%20gay.&text=While%20Tom%20Cruise%20won't,is%20gay%20in%20the%20future>. (ultimo accesso 13/05/2021).

¹⁵³ In particolare due episodi: *200 (200, S14E5)* e *201 (201, S14E5)*.

¹⁵⁴ Organizzazione dell'Islam radicale con sede a New York.

¹⁵⁵ Caci D., *op. cit.* p. 59.

¹⁵⁶ Gli episodi sono: *Giù le zampe dai bambini (Cartman Joins Nambla, S4E6)*, *Predica bene razzola male (Do the handicapped go to Hell?, S4E10)*, ... *Probabilmente (...Probably, S4E11)*.

Mediaset, oltre a censurare alcuni episodi, abbandonerà presto la trasmissione della serie, che verrà da lì in avanti principalmente diffusa dall'emittente satellitare di Comedy Central, nella sua versione italiana¹⁵⁷. La censura però non si ferma al periodo Mediaset: anche i già citati episodi della quattordicesima stagione, intitolati *200* e *201*, oltre ad aver gettato scompiglio in patria, non vengono trasmessi in Italia (come, del resto, anche in altre parti del mondo)¹⁵⁸. L'episodio *Christmas Snow*¹⁵⁹, invece, si spinge ancora oltre, rappresentando al suo interno Babbo natale e Gesù Cristo mentre fanno uso di cocaina¹⁶⁰, provocando così l'ennesima censura in Italia. In seguito, emittenti come Comedy Central, MTV e Cartapiù ritrasmetteranno gli episodi delle prime stagioni in precedenza vietati, senza censura. *South Park* è una serie che risulta rimasta senz'altro fedele a se stessa, controversa dalle sue origini, fino a tempi più recenti. I casi di censura in Italia hanno superato le reazioni, seppur accese, di indignazione negli Stati Uniti. Questa diversità di accoglienza, nonostante le comuni controversie riguardo a più o meno gli stessi temi, sottolinea una differente sensibilità culturale tra i due paesi. L'animazione, in Italia, alla luce di queste reazioni, rimane probabilmente ancora in parte percepita come un prodotto indirizzato ai bambini (e quindi non pensabile come satirico e volgare), ma come sottolineato da Marco Pellitteri, si tratta di una tecnica ben più sfaccettata e complessa, che senza ombra di dubbio si rivolge a molteplici tipi di pubblico¹⁶¹.

Prima dell'avvento delle OTT, un'altra serie animata per adulti si distingue per i suoi aspetti controversi e per la sua feroce satira: *Family Guy*. Creata da Seth McFarlane, la serie racconta le vicende della famiglia Griffin, riprendendo lo stile della sitcom familiare animata cominciata con *The Flintstones*, e reso estremamente popolare da *The Simpsons*. I Griffin è un nucleo familiare formato da: Peter, il padre (che per molti versi ricorda Homer, con cui condivide uno stile di vita malsano, una spiccata ottusità, e l'incapacità di rappresentare un modello positivo), la moglie Lois (che come Marge deve, con pazienza, spalleggiare il disastroso marito), e i tre figli Megan, Christopher e Stewart (detto "Stewie"), i primi due adolescenti, il terzo un neonato. Megan è ossessionata dal suo aspetto fisico, Christopher è un bambinone simile al padre, e Stewie è un perfido bambino con ambizioni conquistatrici. Quindi, mentre i genitori Griffin sono dotati di diverse caratteristiche in comune con mamma e papà Simpson, la

¹⁵⁷ Caci D., *op. cit.* p. 59.

¹⁵⁸ Alessandro Mezzolla, "L'Italia come la Cina: censurato il decimo episodio della stagione 23 di South Park", in *Dr.commodore*, 2019, URL <https://www.drcommodore.it/2019/12/28/litalia-come-la-cina-censurato-il-decimo-episodio-della-stagione-23-di-south-park/> (ultimo accesso 13/05/2021).

¹⁵⁹ *La neve di natale (Christmas Snow, S23E10)*.

¹⁶⁰ Andrea Parrella, "La storia di South Park e dell'episodio di natale censurato in Italia", in *Fanpage.it*, 2020, URL <https://tv.fanpage.it/la-storia-di-south-park-e-dellepisodio-di-natale-censurato-in-italia/> (ultimo accesso 13/05/2021).

¹⁶¹ Marco Pellitteri, "Cartoon "cattivi" e... cattive abitudini", *liber*, n. 75, luglio – settembre 2007, pp. 37 – 39.

caratterizzazione della prole delle due famiglie è invece molto differente. La famiglia Griffin è oltretutto accompagnata da un cane parlante, spesso più maturo e ragionevole rispetto ai padroni, chiamato Brian. I Griffin abitano nell'immaginaria città di Quahog, popolata da altri personaggi più o meno legati alla famiglia protagonista, su cui tuttavia rimane sempre il focus narrativo. Come introdotto, *Family Guy* è una sitcom fortemente satirica, pertanto si può lecitamente ritenere che riprenda quella caratteristica così diffusa all'interno di quasi tutti i prodotti animati per adulti qui analizzati. Eppure, presenta qualità specifiche rispetto ai suoi simili, a cominciare da una visione ancor più spietata, rispetto per esempio a *The Simpsons*. In quest'ultima serie, infatti, le puntate si concludono spesso con un lieto fine, mentre con *Family Guy* questo succede molto meno¹⁶². In secondo luogo, la satira nel caso di *Family Guy* va decisamente più a fondo, provocando di conseguenza non poche reazioni censorie all'estero. Temi come la sessualità sono trattati in maniera ancora più esplicita, basti pensare al personaggio di Glenn Quagmire¹⁶³, amico di Peter Griffin, e maniaco del sesso. Nella serie vengono rappresentate nazionalità, senza troppi freni, in maniera parodistica e attraverso spietati stereotipi. Gli italiani sono tra i popoli che più sono stati presi di mira dalla serie, come avviene per esempio nell'episodio cinque della dodicesima stagione¹⁶⁴, in cui la famiglia Griffin viaggia nella penisola. Nonostante l'amore di Peter per la cultura italiana, l'episodio mette in scena gli italiani con caratteristiche parodistiche ed estremamente stereotipate, come per esempio l'esagerata gestualità, i baffi, i capelli neri con il ciuffo, la presenza di *gangsters*, e via dicendo.

Come nel caso di *South Park*, pure *Family Guy* ha dovuto fare i conti con reazioni negative in patria. Per esempio, la serie è stata definita dal PTC¹⁶⁵ come razzista e offensiva nei confronti della religione¹⁶⁶, e anche a causa di questa definizione diversi inserzionisti hanno interrotto i loro rapporti con la serie, attraverso oltretutto un'analisi dei contenuti degli episodi, ritenuti non idonei¹⁶⁷. Una delle puntate che più di altre hanno fatto discutere è stata quella intitolata *420*¹⁶⁸, in cui il personaggio di Brian promuove la legalizzazione della marijuana, riuscendo nel suo

¹⁶² Caci D., *op. cit.* p. 65.

¹⁶³ Ivi. p. 66.

¹⁶⁴ *Viaggio in Italia (Boopa-dee Bappa-dee, S12E5)*.

¹⁶⁵ Parent Television Council, è un'organizzazione statunitense che si occupa di rilevare prodotti televisivi potenzialmente dannosi e diseducativi.

¹⁶⁶ Ken Tucker, "The Worst TV: 1999, Family Guy, Odd Man Out and Passions were among the year's worst", in *Explore Entertainment*, 1999, URL <https://ew.com/article/1999/12/24/worsttv-1999/> (ultimo accesso 14/05/2021).

¹⁶⁷ Bill Carter, "TV Notes, Family Guy loses Sponsors", in *The New York Times*, 2009, URL <https://www.telegraph.co.uk/technology/microsoft/6445360/Microsoft-pulls-Family-Guy-sponsorship.html> (ultimo accesso 14/05/2021).

¹⁶⁸ *Uno scrittore... in erba (420, S7E12)*.

intento. Il governo venezuelano ha in seguito censurato l'episodio, vietandone la diffusione nel paese¹⁶⁹, e perfino minacciando di multa qualunque emittente che avesse continuato a trasmettere la serie. Un secondo episodio particolarmente controverso è il dodicesimo dell'ottava stagione¹⁷⁰, nel quale è presente un evidente riferimento alla figlia di Sarah Palin (portatrice della sindrome di Down), ex governatrice dell'Alaska. Lo sfottò non è stato ben accolto dalla politica, che ha definito gli autori della serie "persone crudeli e dal cuore di ghiaccio"¹⁷¹ [Traduzione mia]. La satira di *Family Guy* ha colpito, come nel caso di *South Park*, anche la religione musulmana, soprattutto nel 2013, dopo l'attentato alla maratona di Boston. L'episodio più emblematico da questo punto di vista è senz'altro *Turban Cowboy*¹⁷², in cui Peter Griffin si converte all'Islam, convinto da un uomo conosciuto in ospedale. Nel corso dell'episodio si scoprirà che l'amico di Peter ha organizzato un attentato terroristico a Quahog, e intende sfruttare Peter per i propri scopi. L'episodio mette i musulmani sotto una cattiva luce, rappresentandoli attraverso stereotipi negativi e facendo menzione degli eventi dell'11 settembre¹⁷³. In un caso particolare, la FOX si rifiutò persino di mandare in onda un episodio della terza stagione, che ironizzava pesantemente sugli ebrei¹⁷⁴.

In Italia la satira di *Family Guy* non ha ottenuto un trattamento migliore, avendo subito da Mediaset diverse censure e sospensioni. Primo fra tutti l'episodio 11 della terza stagione¹⁷⁵, mai andato in onda sul canale Italia 1¹⁷⁶. All'interno della puntata, il personaggio di Quagmire fa menzione della cosiddetta legge Megan, vale a dire un provvedimento contro la violenza sessuale, chiamato colloquialmente così perché rimanda a un terribile fatto di cronaca del 1994, in cui una bambina di nome Megan Kanka è stata uccisa in seguito a uno stupro.

I due casi principali citati nel periodo precedente all'avvento delle OTT attaccano crudelmente, come *The Simpson* ha fatto prima di loro, la società americana. Eppure, non si fermano all'attualità politica della nazione d'origine, e ironizzano su comunità provenienti da tutto il mondo, trattando senza alcuna remora tematiche che riguardano l'intimità degli esseri umani, ancor prima che degli americani. Infatti, la religione è universalmente considerabile un argomento delicato, e la satira su questi temi accende gli animi negli Stati Uniti, così come in

¹⁶⁹ "Venezuela Bans Family Guy Cartoons," in *BBC News*, 2009, URL <http://news.bbc.co.uk/2/hi/8277129.stm> (ultimo accesso 14/05/2021).

¹⁷⁰ *Medium Extra Large (Extra Large Medium, S8E12)*.

¹⁷¹ https://www.youtube.com/watch?v=TA_FlpnYNal (ultimo accesso 14/05/2021).

¹⁷² *L'amico Islamico (Turban Cowboy, S11E15)*.

¹⁷³ <https://www.youtube.com/watch?v=llGJtjZvMw8&t=5s> (ultimo accesso 14/05/2021).

¹⁷⁴ *Come non pagare le tasse (When You Wish Upon a Weinstein, S3E22)*.

¹⁷⁵ *Emissione Impossibile (Emission Impossible, S3E11)*.

¹⁷⁶ Caci D., *op. cit.* p. 68.

Italia. Lo stesso ragionamento vale per la volgarità, e per il tema della violenza sessuale, che non tocca soltanto gli USA. Il legame culturale che vive in televisione tra i prodotti statunitensi e l'Italia permette, quindi, da un lato di garantire il successo estero di serie così legate al contesto d'origine, e dall'altro di coinvolgere un pubblico internazionale toccando temi più o meno delicati in diverse nazioni del mondo, Italia compresa.

La distribuzione delle serie animate per adulti in Italia ha non soltanto avuto un impatto culturale, ma è spesso avvenuta attraverso modalità nuove, legate alle opportunità concesse dalle OTT, soprattutto con l'avvento di Netflix.

2.4. La serialità animata per adulti nello scenario post-Netflix.

“Buongiorno! Ora è ufficiale: a ottobre Netflix arriva in Italia. A proposito, come si dice *binge-watching* in italiano?”¹⁷⁷ con questa frase l'account Twitter di Netflix ha annunciato l'apertura di una filiale a Roma¹⁷⁸, esprimendo così la volontà di investire tra le altre cose su nuovi prodotti originali italiani. Ma in quale sistema televisivo si è inserita l'OTT, nel contesto italiano?

Come spiegato da Domenico Buondi:

Le principali conseguenze dell'apertura di Netflix in Italia sono chiaramente legate alla sorte che toccherà ai maggiori *player* del mercato mediale nel nostro paese: Mediaset, Sky, La7 e, naturalmente, la Rai. Tutte queste compagnie percepiscono il colosso americano come un pericolo per il proprio mercato di riferimento e, nei mesi precedenti l'annuncio dell'apertura di Netflix nel nostro paese, sono corse ai ripari dando vita ad alleanze un tempo impensabili.¹⁷⁹

Le alleanze descritte da Domenico Buondi si esprimono per esempio attraverso i servizi *on-demand* gratuiti, come TivùOn, nato dalla collaborazione tra Rai, Mediaset, e La7, che si sono proposte il duplice obiettivo di lanciare la piattaforma digitale satellitare TivùSat da un lato, e di spianare la strada alla diffusione della televisione digitale terrestre dall'altro. Oltre a queste strategie difensive, Mediaset in particolare ha preso altri provvedimenti, come per esempio

¹⁷⁷ <https://twitter.com/netflix/status/607049810743541760> (ultimo accesso 15/05/2021).

¹⁷⁸ Matteo Novelli “Netflix, sede a Roma in arrivo: dove apre e come candidarsi”, in *Money.it*, 2020, URL: <https://www.money.it/Netflix-sede-a-Roma-dove-apre-quando-come-candidarsi-posizioni-aperte> (ultimo accesso 15/05/2021).

¹⁷⁹ Domenico Bondi, “Il Caso Netflix, dal noleggio DVD alla nuova serialità”, in *Academia.edu*, 2015, p. 116, URL https://www.academia.edu/15118307/Il_caso_Netflix_dal_noleggio_DVD_alla_nuova_serialità (ultimo accesso 28/11/2020).

l'acquisto sfrenato di diritti su più prodotti possibili, al fine di emarginare con maggiore efficacia l'azione di Netflix¹⁸⁰. Gli accordi a lunga scadenza presi da Mediaset, che garantiscono il diritto esclusivo di riproduzione dei prodotti, hanno coinvolto per esempio grandi case di produzione come la Universal, la Medusa e la Warner.

Nonostante il giustificato timore da parte delle reti italiane per l'attività di Netflix nel Bel paese, non sono pochi i problemi tecnici che la società di Hastings si sta ritrovando ad affrontare. La velocità di connessione, nonostante i miglioramenti degli ultimi anni, è infatti ancora piuttosto limitata rispetto ad altri paesi europei. Per quanto riguarda la diffusione della banda ultralarga, l'Italia si posiziona nel 2019 sotto la media europea¹⁸¹, e il problema può ostacolare la fruizione dei prodotti su Netflix. Basti pensare che, per contenuti filmati in 4K come tipicamente si trovano nella piattaforma, è necessaria una connessione stabile almeno a 25 Mbps¹⁸². Netflix ha risposto al problema garantendo all'utenza italiana contenuti adattabili a più velocità di connessione, e assicurando che chiunque avesse avuto la possibilità di vedere video in alta definizione su Youtube, sarebbe stato tranquillamente in grado di sostenere la fruizione delle serie di Netflix¹⁸³. È quindi stato tutto sommato possibile per Netflix, da quel *tweet*, raggiungere un buon numero di abbonati italiani, che oggi risultano all'incirca 4,6 milioni¹⁸⁴.

Dalle origini dell'arrivo di Netflix, le produzioni italiane diffuse sulla piattaforma sono oltretutto aumentate progressivamente, a partire da *Suburra* (Netflix, 2017 - 2020), passando per i più recenti *Baby* (Netflix, 2018 - 2020), *Summertime* (Netflix, 2020 - in corso) e *Curon* (Netflix, 2020 - in corso). L'azienda di Hastings, insomma, dimostra di avere la precisa intenzione di investire sull'Italia tramite una strategia di lungo periodo.

Netflix ha da sempre investito enormi quantità di denaro nella produzione originale, e insieme nel garantirsi i diritti di trasmissione di opere create da altri network, naturalmente al fine di non scoraggiare gli utenti a usufruire del servizio. I costi di acquisizione, tuttavia, negli ultimi anni sono cresciuti vertiginosamente, raggiungendo nel 2015 persino il 60% di incidenza sul fatturato di Netflix¹⁸⁵, risultando di conseguenza un grosso rischio per l'azienda, intenzionata a mantenere un catalogo sempre più ampio e attrattivo. Al fine di evitare questo problema, l'OTT

¹⁸⁰ Buondi D., *op. cit.* P. 117.

¹⁸¹ “A che punto siamo per il raggiungimento di una società europea di gigabit?”, in *Openpolis*, 2021, URL <https://www.openpolis.it/a-che-punto-siamo-per-il-raggiungimento-di-una-societa-europea-di-gigabit/> (ultimo accesso 15/05/2021).

¹⁸² Maurizio Pesce, “Netflix, il futuro della tv è qui”, in *Wired*, 2015, 73, p. 51.

¹⁸³ “Qualche informazione in più su Netflix in Italia” in *ilpost*, 2015, URL <https://www.ilpost.it/2015/06/29/informazioni-costi-catalogo-netflix-italia/> (ultimo accesso 15/05/2021).

¹⁸⁴ Andrea Secchi, “Netflix ha 4,6 milioni di abbonati in Italia: “Diventeranno 7 entro il 2025””, in *Tv+zoom*, 2020, URL <https://www.tvzoom.it/2020/04/30/83525/netflix-4-milioni-abbonati/> (ultimo accesso 15/05/2021).

¹⁸⁵ Buondi D., *op. cit.* p. 123.

ha investito molte risorse nella produzione originale, arrivando a superare di gran lunga altre grosse società concorrenti, come per esempio HBO e Showtime¹⁸⁶. Sebbene l'andamento finanziario di Netflix risulti non certo privo di traballamenti, la pandemia di COVID-19, che ha costretto milioni di persone a casa per mesi, ha portato a notevoli benefici per le entrate delle piattaforme digitali. Netflix, in particolare, ha superato i 200 milioni di abbonati nel 2020¹⁸⁷ in tutto il mondo, stabilizzandosi economicamente, per il momento.

Netflix ha cambiato il modo di pensare la serialità, contravvenendo alle regole che prima dell'OTT avevano caratterizzato la realizzazione dei prodotti originali. I network, infatti, dovendo creare il proprio palinsesto, ordinavano *pilots* con l'intenzione di raccogliere un numero sufficiente di appassionati per la continuazione successiva della serie. L'ideazione del palinsesto ha permesso ai network di generare negli spettatori una certa fidelizzazione, ritmando la diffusione degli episodi di una serie spesso legata a un determinato canale. L'interesse e l'affetto per un prodotto seriale sono anche causati quindi dalla possibilità da parte delle emittenti di ragionare su un palinsesto, e di conseguenza di ottenere una ritualità che spinge gli spettatori a non mancare agli appuntamenti, e di riprendere le linee narrative interrotte solitamente con un *cliffhanger*¹⁸⁸. Secondo Veronica Innocenti e Guglielmo Pescatore:

La serialità televisiva, srotolando le sue narrazioni sulla lunga durata è tesa a ottenere un elevato grado di fedeltà dal proprio spettatore. Ciò è evidente nelle strutture narrative che sottendono ai prodotti seriali, finalizzate appunto a creare interesse nello spettatore, a coinvolgerlo all'interno della vicenda narrata e a lasciargli quel grado di incertezza e suspense necessario a far sì che egli si sintonizzi nuovamente sul medesimo programma quando andrà in onda la puntata successiva.¹⁸⁹

Accompagnata all'interesse, la fruizione si unisce all'affetto derivante dall'empatia tra spettatore e personaggi, che inevitabilmente viene a crearsi in seguito alla costruzione di una solida ritualità. Netflix ribalta questa logica, acquistando lunghi segmenti di una serie e rilasciandoli in blocchi sulla piattaforma. Il cambiamento non è certo di poco conto, dal momento che lo spettatore non è più costretto ad adattarsi ai ritmi di un palinsesto, ma è messo

¹⁸⁶ Raffaella Natale, "Netflix, 5 miliardi in produzioni originali per sbaragliare la concorrenza", in *Key4biz*, 2015, <https://www.key4biz.it/netflix-5-miliardi-in-produzioni-originali-per-sbaragliare-concorrenza/110085/> (ultimo accesso 15/05/2021).

¹⁸⁷ Gabriele Porro, "Netflix ha superato i 200 milioni di abbonati", in *Wired*, 2021, URL <https://www.wired.it/internet/web/2021/01/20/netflix-200-milioni-abbonati/> (ultimo accesso 16/05/2021).

¹⁸⁸ Buondi D., *op. cit.* p. 87.

¹⁸⁹ Innocenti V., Pescatore G., *op. cit.*, p. 6.

nelle condizioni di ottenere un consumo personalizzato. Per quanto riguarda invece i prodotti originali, la strategia di Netflix prosegue nella stessa direzione, con la diffusione di intere stagioni rese disponibili tutte insieme, permettendo tra le altre cose la celebre pratica del *binge-watching*¹⁹⁰, altro sintomo di una fruizione libera da costrizioni temporali. Anche ponendo attenzione all'interfaccia offerta dalla piattaforma, la pratica del *binge-watching* è senza dubbio favorita, soprattutto se consideriamo la pressoché totale assenza dei *credits* alla fine di ogni puntata, con l'inserimento dell'opzione di passare immediatamente all'episodio successivo, con l'ulteriore presenza di un *countdown* di circa 5 secondi. Non sorprendono i dubbi che una pratica del genere ha sollevato, e le ragioni sono presto dette. Se con la trasmissione settimanale lo spettatore è legato a un network per non mancare mai l'appuntamento di sintonizzazione, lungo un periodo potenzialmente molto esteso di messa in onda di una serie, con la possibilità di vedere tutta la stagione in una volta sola, l'utente può cancellare immediatamente il proprio abbonamento una volta vista la stagione a cui è interessato. Oltretutto, venendo meno l'elemento dell'attesa tra un episodio e l'altro, la condivisione tra spettatori è resa più difficoltosa, e quindi le dinamiche che avevano caratterizzato la serialità fino a quel momento potevano non ripresentarsi sull'OTT. Insomma, il *binge-watching* poteva essere una mossa controproducente per Netflix, e le perplessità sono giunte non solo dall'esterno, ma pure dall'interno dell'azienda. Eppure, nonostante tutti i ragionevoli dubbi, il successo del *binge-watching* è andato oltre ogni aspettativa, infatti:

secondo uno studio effettuato dal centro di ricerca Deloitte, su un campione eterogeneo di circa 2000 consumatori, quasi il 68% hanno svolto almeno una seduta di *binge-watching* (definito da Deloitte come la visione di tre o più episodi di seguito), ed almeno il 31% si concede al *binge-watching* almeno una volta a settimana. Inoltre, secondo la stessa ricerca, per quanto questa pratica sia stata da sempre svolta, al giorno d'oggi il *binge-watching* registra un incremento del 42% rispetto a quanto sia mai accaduto con le passate generazioni.¹⁹¹

Ma se le logiche legate al palinsesto sono venute meno, come si fidelizza lo spettatore? Netflix sembra puntare sulla libertà concessa alla fruizione personalizzata da parte dello spettatore¹⁹², piuttosto che sulla costruzione di una ritualità. La fidelizzazione viene per così dire trasferita

¹⁹⁰ Pratica che prevede la fruizione di serie televisive in un periodo di tempo molto limitato, e senza sosta.

¹⁹¹ Buondi D., *op. cit.* p. 92.

¹⁹² Ivi, p. 89.

dalla costruzione di un palinsesto alla piattaforma stessa, come del resto ha dichiarato lo stesso Hastings: “Netflix ha la fedeltà della sua clientela. È un marchio appassionante, perché più qualcuno usa Netflix, più è probabile che rimanga con noi”¹⁹³ [Traduzione mia]. Netflix offre all’utenza un servizio in grado di capire esattamente cosa vuole vedere, scardinando così logiche di tipo *top-down*, e favorendo invece dinamiche di tipo *bottom-up*.

La procedura produttiva legata ai *pilots*, su Netflix, di fatto non esiste, nel modo in cui funziona per i network. L’OTT segue infatti un principio chiamato *straight-to-series*, che contempla l’ordine di un’intera stagione. Questo sistema è permesso a causa della mancanza del legame con le pubblicità che invece coinvolge i network da un lato, e dall’investimento in serie dall’alto profilo, in cui l’ordine di nuove stagioni è facilmente sostenibile, dall’altro¹⁹⁴. Il sistema *straight-to-series* non ha conseguenze soltanto sulle procedure produttive, ma anche su quelle creative, spingendo gli sceneggiatori a pensare a narrazioni non settimanali, ma in maniera più compatta, come avviene tipicamente per le emittenti *cable*¹⁹⁵.

Come accennato, l’intenzione originale di Netflix è stata quella di associarsi alla *quality television*, seguendo quindi il modello *high concept*¹⁹⁶, basato sulla creazione di prodotti altamente vendibili e riconoscibili. La narrazione è definibile modulare, vale a dire fruibile dagli spettatori attraverso supporti diversificati. La *quality television* implica inoltre, al fine di raggiungere un livello qualitativo paragonabile ai blockbuster Hollywoodiani, la presenza di budget molto alti, di nomi di prestigio, e modalità narrative che ricalcano uno stile cinematografico. Dal punto di vista delle strategie di marketing, Netflix punta non poco sui cosiddetti *selling elements*, ossia un metodo di pubblicizzazione che enfatizza aspetti specifici dei prodotti, al fine di stimolare discussioni e interesse. I *selling elements* di una serie come *House of Cards*, per esempio, sono senza dubbio i nomi coinvolti dalla produzione, primi fra tutti Kevin Spacey, e David Fincher. Riprendendo la serialità animata per adulti, l’enfasi condotta da parte di Netflix per una serie come *Bojack Horseman* ha riguardato il cast d’eccezione, composto da personalità del calibro di Aaron Paul (naturalmente già celebre per il ruolo di Jesse Pinkman in *Breaking Bad*) nel ruolo di Todd, Will Arnet, Alison Brie, eccetera. Le tendenze attuali di Netflix, invece, spingono a pensare che la piattaforma voglia puntare su un catalogo sterminato, in grado di raggiungere più nicchie possibili, diventando una TV che si rivolge a fasce demografiche e sociali estremamente diversificate. Per questo Netflix può essere

¹⁹³ Ricky Griffin, *Management*, s.l., Cengage Learning, 2012, p. 3.

¹⁹⁴ Buondi D., *op. cit.* p. 90.

¹⁹⁵ *Ibidem*.

¹⁹⁶ Concetto coniato da Justin Wyatt, nel suo libro *High Concept. Movies and Marketing in Hollywood*, Austin, University of Texas Press, 1994.

considerata una TV generalista¹⁹⁷, a causa della varietà e dell'abbondanza del suo catalogo. Alcune operazioni legate all'investimento su prodotti di alto profilo naturalmente rimangono, e non riguardano soltanto la serialità. Diversi film di prestigio sono infatti stati prodotti dall'OTT negli ultimi anni, basti pensare a pellicole come *Roma* (Alfonso Cuarón, 2018) e *The Irishman* (Martin Scorsese, 2019), capaci di concorrere agli Oscar. La strategia di promozione delle serie punta a creare *hype*, ovvero attesa ed eccitazione per i proseguimenti delle stagioni, che tengono alta l'attenzione del pubblico. Così, l'attaccamento del pubblico avviene sul lungo periodo, in quanto l'attesa viene sempre alimentata tra una stagione e l'altra, per anni. La serialità animata per adulti segue sull'OTT le logiche appena esposte, come visto nel caso di *Bojack Horseman*, ma tra tutti i prodotti animati contemporanei, su uno in particolare vale la pena porre l'attenzione, che presenta diverse peculiarità: *Rick and Morty*.

¹⁹⁷ Brembilla P., Barra L., *op. cit.*, URL <https://www.linkideeperlatv.it/netflix-la-library-generalista-e-il-consumo-usa-e-getta/> (28/05/2021).

CAPITOLO 3 – CASO DI STUDIO: *RICK AND MORTY*.

Adult Swim, il canale *basic cable* attivo in orari notturni, nasce nel 2001 dall'intuizione di Mike Lazzo, un programmatore di Cartoon Network¹⁹⁸, e produttore televisivo. L'intenzione dell'ideatore era quella di creare uno spazio all'interno del quale poter trasmettere contenuti per adulti, un target naturalmente molto diverso dal pubblico a cui si rivolgono principalmente i prodotti di Cartoon Network durante il giorno. I contenuti diffusi da Adult Swim sono quindi più sperimentali, espliciti, e di conseguenza mettono in scena temi delicati quali il sesso, la violenza, la volgarità, e via dicendo. Tra le prime opere per adulti che sono state mandate in onda su Adult Swim, troviamo per esempio: *Space Ghost Coast to Coast* (Cartoon Network, 1994 – 2008), *Sealab 2021* (Cartoon Network, 2000 – 2005), *The Brak Show* (Cartoon Network, 2000 – 2007). Dalle origini in avanti, l'emittente è stata associata non soltanto ai suoi prodotti originali, ma anche alle ritrasmissioni di serie animate per adulti di altri Network, come per esempio *Family Guy*¹⁹⁹.

Tra tutte le serie trasmesse da Adult Swim, una delle punte di diamante è senza dubbio *Rick and Morty*, creata da Justin Roiland e Dan Harmon. I due si sono incontrati per la prima volta a Channel 101, un festival del cortometraggio senza scopo di lucro²⁰⁰, co-fondato da Dan Harmon. La modalità di partecipazione prevedeva l'invio di un *pilot*, il quale veniva successivamente giudicato da un pubblico che doveva capire quali, tra tutti, potessero diventare una serie. Naturalmente, tra i partecipanti al festival c'era anche Justin Roiland, e il suo stile particolarmente eccentrico, oltre allo spiccato umorismo, hanno colpito immediatamente Dan Harmon, dando il via alla loro collaborazione. La neonata coppia ha creato, per l'occasione offerta da Channel 101, un cortometraggio ispirato alla trilogia di *Back to the Future* (Robert Zemeckis, 1985), e intitolato *The Real Animated Adventures of Doc and Mharti*²⁰¹, parodia in cui il personaggio di Doc garantisce a Mharti la risoluzione di tutti i suoi problemi attraverso il sesso orale. Anche qui, come visto in precedenza con *South Park*, il tono dei prodotti firmati da Roiland e Harmon è già chiaro: volgarità, stravaganza, parodia e provocazione. I due

¹⁹⁸ Cartoon Network è un canale via cavo americano, di Warner Bros. Entertainment.

¹⁹⁹ Cricket Lee, "Adult swim: a (not so) Brief History", in *Internet Wayback machine*, 2013, URL: <https://web.archive.org/web/20170917193641/http://geeknation.com/adult-swim-a-brief-history/> (ultimo accesso 17/05/2021).

²⁰⁰ Ivan Cohen, "Dan Harmon and Justin Roiland on Rick and Morty, How Community Is Like Star Trek, and Puberty", in *Vulture*, 2014, URL: <https://www.vulture.com/2014/01/rick-and-morty-dan-harmon-and-justin-roiland-interview.html> (ultimo accesso 17/05/2021).

²⁰¹ Elise Czajkowski, "Dan Harmon's 'Rick and Morty' Premieres on Adult Swim on Dec. 2", in *Internet Wayback machine*, 2013, URL <https://web.archive.org/web/20170702121402/http://splitsider.com/2013/11/dan-harmon-rick-and-morty-premieres-on-adult-swim-on-dec-2/> (ultimo accesso 17/05/2021).

personaggi saranno da quel momento in avanti i protagonisti di altri cortometraggi, e si evolveranno rapidamente, fino ad arrivare al 2012, anno in cui Adult Swim stava cercando uno show animato di successo da trasmettere in prima serata. Nonostante alcuni dubbi iniziali riguardo alle loro capacità di animatori, e in seguito a diversi falliti tentativi di inserirsi creativamente in televisione, Harmon e Roiland hanno deciso di rispolverare i personaggi Doc e Mharti, e di proporli ad Adult Swim con nomi diversi: Rick e Morty, pensati come nonno e nipote²⁰². Da lì in avanti, è stata avviata la costruzione di un mondo narrativo più ricco (al fine principale di soddisfare le richieste di Adult Swim, che si aspettava episodi dalla durata di mezz'ora, contro gli undici inizialmente ipotizzati da Roiland), che andasse oltre alla sola presenza dei due personaggi. Così sono stati aggiunti altri membri della famiglia: Summer Smith, la spigolosa sorella maggiore di Morty, Beth Smith, l'apprensiva madre, e Jerry Smith, un padre ottuso e insicuro. Quindi, torna per l'ennesima volta la caratteristica della messa in scena di una bizzarra famiglia, sebbene una serie come *Rick and Morty* proponga un insieme di personalità che poco hanno a che vedere con, per esempio, *The Simpsons*. Jerry è tutt'altro che brillante, come Homer, e pure Beth risulta per certi versi assimilabile al personaggio di Marge (se pensiamo al suo dover tenere insieme una famiglia frammentata dalle inettitudini del marito e della prole), ma le situazioni che i personaggi si ritrovano ad affrontare, nel mondo di *Rick and Morty*, possiedono aspetti decisamente più surreali e folli. L'ispirazione che *The Simpsons* ha esercitato su Roiland risulta tuttavia evidente dallo stile dei disegni, considerando il modo in cui sono tratteggiati elementi anatomici come gli occhi e i denti dei personaggi. I due mondi narrativi hanno persino avuto l'occasione di incrociarsi in un *crossover*, in cui Rick e Morty si schiantano con la loro navicella nel salotto della famiglia gialla, causandone lo sterminio²⁰³. Un'intera generazione di animatori, di cui Roiland fa parte, non può, del resto, non essere influenzata da una serie a tal punto iconica, che ha stabilito uno stile imprescindibile per chiunque voglia approcciarsi al genere dell'animazione per adulti. Altre caratteristiche stilistiche di *Rick and Morty* si trovano nel rendere i personaggi volutamente stravaganti (come per esempio l'asimmetria) anche nel loro aspetto fisico, perché altrimenti, come ha dichiarato il direttore artistico della serie Jeffrey Thompson: “sarebbero stati troppo normali per vivere in un universo come quello di *Rick and Morty*”²⁰⁴.

²⁰² Yvonne Villarreal, “Dan Harmon, Justin Roiland talk bringing absurd to Rick and Morty”, in Los Angeles Times, 2014, URL <https://www.latimes.com/entertainment/tv/la-xpm-2014-mar-05-la-et-st-dan-harmon-justin-roiland-on-bringing-the-absurd-to-adult-swims-rick-and-morty-20140304-story.html> (ultimo accesso 17/05/2021).

²⁰³ <https://www.youtube.com/watch?v=7ecYoSvGO60&t=39s> (ultimo accesso 17/05/2021).

²⁰⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=8c4hAsobciA> (ultimo accesso 18/05/2021).

Rick and Morty, insomma, riprende proprietà simili a quelle fin qui definite, che derivano dall'ormai ovvio contributo che *The Simpsons* ha portato al genere. Eppure, *Rick and Morty* è un prodotto particolarmente complesso da analizzare, e può essere considerato una sperimentazione che spinge verso nuovi orizzonti la serialità animata per adulti, a cominciare dalle sue modalità narrative.

3.1. Pratiche di *World Building*.

Il sistema mediale negli ultimi venti anni ha vissuto diversi cambiamenti significativi. Uno dei primi concetti utili da trattare, ai fini di questo elaborato, si è affermato nelle narrazioni seriali contemporanee, ed è quello del *transmedia storytelling*, ovvero un tipo di narrazione che si espande su molteplici media simultaneamente. Riprendendo la definizione di Henry Jenkins:

il *transmedia storytelling* è il processo in cui gli elementi che costituiscono una fiction sono sistematicamente dispersi su varie piattaforme, allo scopo di creare un'esperienza di intrattenimento unificata e coordinata. Idealmente, ogni medium fornisce il suo contributo originale allo svolgersi della storia.²⁰⁵

Oltre a questa spiegazione, Jenkins identifica altri pilastri su cui si regge il concetto di narrazione transmediale, a cominciare da quello di *spreadability*, che indica il coinvolgimento attivo dell'*audience*, il quale contribuisce alla circolazione dei contenuti mediali mediante le reti sociali, incrementando conseguentemente la caratura culturale ed economica dei prodotti. Il concetto di *spreadability* si accompagna spesso a quello di *drillability*, vale a dire la penetrazione del pubblico nella complessità narrativa. Lo spettatore scava a fondo nei meandri della storia, cercando di scoprire sempre qualche elemento in più, qualche indizio, che può arricchire l'esperienza di fruizione. Un ulteriore principio seguito dalle narrazioni transmediali è quello della molteplicità, la quale prevede la creazione di storie alternative, che riprendono personaggi già conosciuti e forniscono nuove interpretazioni, in altre parole li mettono sotto una nuova luce. Si tratta del principio che sta alla base delle fan fiction, dei prodotti *grassroots*²⁰⁶, che fungono da estensioni rispetto al testo originale, e non di rado offrono chiavi di lettura per comprendere meglio l'opera nel suo complesso, moltiplicando al contempo il

²⁰⁵ Jenkins Henry, "La vendetta dell'unicorno origami. Sette concetti chiave del transmedia storytelling", in Barra Luca (a cura di), *Idee per la televisione*, n. 9, s.l., Link, gennaio 2010, p. 18.

²⁰⁶ I prodotti *grassroots* sono tutte quelle opere creative provenienti dal basso, da parte dei fan di un universo narrativo, spesso non autorizzate, e non riconosciute da parte del testo madre.

coinvolgimento dei fan. Il concetto di molteplicità è spesso considerato problematico da parte degli autori del testo di partenza, che possono valutare le creazioni *grassroots* come un pericolo per la coerenza interna della storia, oppure possono semplicemente accettarle come versioni alternative al proprio lavoro. Il fan si immerge nel mondo finzionale, e insieme estrae alcuni aspetti della storia inserendoli nella propria quotidianità (un esempio evidente a questo proposito sono i giocattoli ispirati a un universo narrativo).

Nella narrazione transmediale, insomma, i frammenti della storia sono sparsi su più media, che lo spettatore appassionato raccoglie in un determinato ordine, spesso deciso da lui. Le estensioni transmediali possono avere diverse funzioni: esplorano aspetti di un universo che non sono stati affrontati esaustivamente nel testo madre, ci raccontano una storia che già conosciamo dal punto di vista di un personaggio secondario, possono proseguire nella linea temporale del materiale narrativo, e via dicendo. Consapevoli dell'attività appassionata dei fan, gli scrittori e i produttori devono sempre tenere in considerazione quello che la loro *community* potrà fare con il materiale andato in onda, dunque è diventato ormai un dovere creare spazi in cui gli spettatori possono partecipare. Del resto, come scritto da Max Giovagnoli,

Più del creatore di qualsiasi racconto tradizionale, il *transmedia designer* è un *cultural activator*, e un catalizzatore di narrazioni, uno *story architect*, un *fan correspondent*, e un abile manipolatore di *storyworld*, che sfruttino al massimo i tre elementi cardinali di qualsiasi forma di *storytelling*: l'universo immaginativo, la storia, l'esperienza.²⁰⁷

Importante è quindi, da parte del creatore di una serie, offrire agli spettatori un'esperienza partecipativa e appassionante, all'interno di un universo narrativo complesso. L'obiettivo primario è quello di spargere nel testo e in più media differenti elementi che stuzzichino la curiosità dello spettatore, che lo portino a ipotizzare svolgimenti narrativi futuri, sempre nell'ottica della creazione di vasti universi immaginativi, in cui è presente una ricchezza di "strati semantici ulteriori"²⁰⁸. Si tratta, in altre parole, di mettere in atto strategie di *world building*, che prevede la creazione di un sistema fatto da personaggi, ambientazioni, conflitti e regole interne. Si ricorre spesso, al fine di facilitare l'esperienza di consumo, a figure archetipiche fortemente riconoscibili, importanti nell'universo narrativo, che spesso si rifanno agli archetipi tipicamente Junghiani: l'eroe, l'ombra, il mentore, l'imbroglione, il mutaforma, eccetera. Le figure archetipiche di un universo transmediale fungono da punti di contatto tra i

²⁰⁷ Max Giovagnoli, *Transmedia storytelling e comunicazione*, Milano, Apogeo editore, 2013, p. 25.

²⁰⁸ Ivi, p. 28.

vari frammenti di una storia raccontata su diversi medium, e sono parte del subconscio di culture molto diverse tra loro²⁰⁹. Altri metodi di intervento sulla percezione del pubblico, sono le cosiddette “strutture sintetiche universali”²¹⁰, vale a dire tutti quegli elementi che forniscono un contesto di riferimento allo spettatore, come per esempio le unità aristoteliche di tempo, spazio e azione.

Rick and Morty è considerabile un universo narrativo transmediale, a cominciare dai cortometraggi pubblicati sul canale Youtube di Adult Swim: *Samurai & Shogun* (Kaichi Sato, 2020)²¹¹, e *Rick and Morty vs. Genocider* (Takashi Sano, 2020)²¹². Entrambi sono ispirati all’immaginario anime, infatti non casualmente i personaggi parlano giapponese, con i sottotitoli in inglese. Il primo mette in scena un combattimento in perfetto stile Samurai con tanto di Katane, mentre il secondo è ambientato in Giappone, e racconta dello scontro con il misterioso Evil Morty, personaggio che accende spesso molte speculazioni tra i fan della serie, riguardo alla sua possibile identità. A questi anime si aggiunge un'altra serie di cortometraggi, sempre pubblicati da Adult Swim sul loro canale Youtube, realizzati con la particolare tecnica del *claymation*²¹³, intitolata *Rick and Morty: The Non-Canonical Adventures*, serie parodistica ispirata al genere horror²¹⁴. La particolarità riscontrabile nell’universo di *Rick and Morty* è che qualsiasi ipotesi narrativa alternativa alla serie originale (che sia creata dagli autori stessi, come nel caso dei cortometraggi animati, oppure no), è considerabile canonica, perché nel mondo narrativo stesso è contemplata l’esistenza di molteplici universi paralleli, in cui vivono infinite versioni di Rick e Morty, molto diverse tra loro. Un esempio di questa peculiarità si trova fin dalla prima stagione, in cui Rick e Morty si ritrovano costretti a cambiare universo, in seguito a una terribile epidemia scatenata da un filtro d’amore ideato da Rick²¹⁵. I due si trasferiscono in un universo in cui altre versioni di loro stessi sono morte in seguito a un’esplosione, e li sostituiscono seppellendo i cadaveri in giardino. Un altro medium in cui si è esteso l’universo narrativo di *Rick and Morty* è il fumetto, cominciato con il primo numero intitolato *BAM!* nel 2015, scritto da Zac Gorman e illustrato da CJ Cannon²¹⁶. Anche le storie a fumetti sfruttano il principio offerto dalla serie, secondo il quale è possibile la presenza di linee temporali

²⁰⁹ Giovanoli M., op. cit. p. 34.

²¹⁰ Ivi, p. 33.

²¹¹ <https://www.youtube.com/watch?v=BSF5yoD-vC4> (ultimo accesso 19/05/2021).

²¹² https://www.youtube.com/watch?v=-kdltv_CSHE (ultimo accesso 19/05/2021).

²¹³ Si tratta di una particolare tecnica di animazione, che prevede l’utilizzo di set e personaggi realizzati in plastilina, e animati successivamente in *stop-motion*.

²¹⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=zh7AVMj2wq8> (ultimo accesso 19/05/2021).

²¹⁵ *Febbre d’amore n° 9 (Rick Potion #9, S1E6)*.

²¹⁶ Andrew Steinbeiser, “Rick And Morty Comic Book Preview Revealed”, in *comicbook*, 2015, URL <https://comicbook.com/news/rick-and-morty-comic-book-preview-revealed/> (ultimo accesso 19/05/2021).

alternative che si svolgono in universi paralleli, per raccontare storie senza preoccuparsi della coerenza narrativa rispetto alla serie d'origine. Provenienti dal mondo di *Rick and Morty*, possiamo trovare anche diversi videogiochi, fruibili su smartphone e tablet alcuni, sviluppati per console e PC altri. Tra i primi troviamo *Rick and Morty: Jerry's Game*, un gioco uscito nel dicembre del 2014, che consiste nel dover far scoppiare dei palloncini e dei profilattici che scorrono all'infinito sullo schermo, toccandoli. Il videogioco è ispirato a un'applicazione che il personaggio di Jerry usa a un certo punto durante la serie²¹⁷. Sebbene il gioco non presenti alcuna componente narrativa, può essere considerato un caso di estrazione dal mondo narrativo di un elemento collocabile nella vita quotidiana di un fan. Per quanto riguarda invece i videogiochi sviluppati per console e PC, va menzionato *Rick and Morty: Virtual Rick-ality*, gioco lanciato per Windows Microsoft nel 2017, e per Playstation 4 nel 2018, fruibile attraverso l'Oculus rift o il PlayStation VR, dispositivi che permettono lo sfruttamento della realtà virtuale. Il giocatore si muove all'interno di un mondo digitale, interpretando in prima persona un clone di Morty, creato da Rick per fare il bucato, per poi essere ucciso una volta ritenuto inutile. L'obiettivo del clone di Morty sarà quello di fare ritorno a casa dall'aldilà. In questo contesto una storia vera e propria è presente, e siamo di fronte all'ennesimo caso in cui è stato possibile per gli sviluppatori del gioco (Adult Swim Games) non preoccuparsi della congruenza con l'universo narrativo della serie, infatti in quest'ultima non troviamo menzione riguardo agli avvenimenti raccontati nei vari medium.

Pochi altri universi narrativi permettono una tale quantità di estensioni canoniche rispetto al testo originale, proprio a causa del modo in cui la scrittura della serie è stata concepita. La complessità che ne deriva può essere disorientante, e per questo il *fandom* è costantemente attivo nel ricostruire e nell'organizzare le linee narrative attraverso wiki²¹⁸, diagrammi, *timeline*, utili per orientarsi all'interno della quantità di materiale narrativo. A volte sono gli stessi autori a intervenire indirizzando la rotta dei fan, attraverso per esempio la spiegazione della *story circle* da parte di Dan Harmon, pubblicata sempre sul canale Youtube di Adult Swim²¹⁹.

Il concetto di narrazione transmediale risulta, come visto, ormai largamente radicato nelle pratiche di ogni sceneggiatore di prodotti seriali contemporanei, e uno degli effetti più evidenti in questo scenario è la proliferazione di universi narrativi complessi, che offrono ambienti modulari e abitabili da più o meno vaste comunità di fan. *Rick and Morty* rappresenta

²¹⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=yR1aZZOT3wI> (ultimo accesso 19/05/2021).

²¹⁸ <https://rickandmorty.fandom.com/wiki/Rickipedia> (ultimo accesso 19/05/2021).

²¹⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=RG4WcRAgm7Y> (ultimo accesso 19/05/2021).

perfettamente questo tipo di narrazione seriale che, occorre ribadirlo, è da considerare partecipativa, infatti facilita l’immersione di utenti in uno *storyworld* in cui è piacevole perdersi e ritrovarsi. Il fenomeno appena descritto può essere definito ecosistema narrativo²²⁰. L’universo di *Rick and Morty*, in effetti, è durato nel tempo riuscendo sempre ad aggiornare l’esperienza degli spettatori, ed essendo un ecosistema, si è esteso nello spazio e nel tempo, offrendo un mondo in cui gli spettatori possono abitare e muoversi attraverso media diversi, seguendo sempre tutte le possibili traiettorie narrative attraverso serie, videogiochi, cortometraggi, e così via. La narrazione di *Rick and Morty* offre la possibilità allo spettatore di immergersi senza alcun vincolo legato a un singolo testo, ricavando un’esperienza per così dire ludica, in cui a tenere insieme tutte le ramificazioni sono le modalità di *branding*, ossia tutte quelle “strategie aziendali che permettono di distinguere un gruppo di prodotti dagli altri, e dunque catalizzano l’attenzione e l’interesse degli utenti attraverso una serie di similarità e differenze che influiscono direttamente sulle scelte narrative e formali”²²¹.

Altra peculiarità degli ecosistemi narrativi è rappresentata dalle *user experiences*, che contribuiscono a generare ambienti informativi condivisi, e ricchi di elementi medialità che fungono da interfaccia attraverso cui l’utente accede al suo universo narrativo preferito, nel quale si sposta a suo piacimento. Uno dei pilastri fondamentali dell’ecosistema, indispensabile per permettere la sua durata nel tempo, è naturalmente la *community* di fan, e il coinvolgimento dell’*audience*. Le serie hanno bisogno di trasformazione costante e di un processo di design in grado di rinnovare l’interesse del pubblico. Da un lato vi è necessità di ottenere narrazioni estese composte da elementi modificabili ed espandibili, dall’altro è opportuno identificare un kernel²²² immutabile, ma che al contempo permetta un’infinita quantità di sviluppi narrativi²²³. La resilienza di un ecosistema è direttamente proporzionale al livello di definizione del kernel. Nel caso di *Rick and Morty*, alla luce di tutte le storie raccontate nell’universo narrativo fin qui esaminate, il kernel potrebbe essere così ipotizzato: “Rick e Morty, uno stravagante scienziato e il suo ingenuo nipote, viaggiano attraverso differenti mondi e dimensioni, vivendo articolate e folli avventure”. In effetti una costante rimane uguale a se stessa, attraversando ogni estensione narrativa, ed è la presenza dei due protagonisti, attorno ai quali ruota tutto il resto.

²²⁰ De Pascalis Ilaria A., Pescatore Guglielmo, “Dalle narrazioni estese agli ecosistemi narrativi”, in Pescatore Guglielmo (a cura di), *Ecosistemi narrativi, dal fumetto alle serie TV*, Carocci editore, Roma, 2018, p. 29.

²²¹ Ivi, p. 21.

²²² Il kernel è l’insieme di tratti caratteristici di una narrazione.

²²³ Martina Marta, “Come si misurano le narrazioni estese”, in Pescatore Guglielmo (a cura di), *Ecosistemi narrativi, dal fumetto alle serie TV*, Carocci editore, Roma, 2018, pp. 44 – 45.

Sono sempre le loro azioni che portano avanti la storia in ogni circostanza, e sempre da loro dipende la risoluzione dei vari conflitti che si ritrovano continuamente ad affrontare.

Rick and Morty rappresenta un caso di narrazione seriale fermamente ancorata ai mutamenti tipici della complessità contemporanea, che coinvolge moltissimi prodotti televisivi, e sembra ormai rappresentare un requisito imprescindibile per chiunque voglia realizzare oggi un universo narrativo. *Rick and Morty* risponde perfettamente alle esigenze del pubblico odierno, ormai abituato a storie in grado di estendersi in un universo abitabile e appassionante. Si tratta insomma di un prodotto che dimostra quanto anche i prodotti seriali animati per adulti possano inserirsi con efficacia nel contesto della *Complex TV*, proponendo anzi sperimentazioni del tutto originali.

La serie risulta piuttosto interessante non soltanto dal punto di vista del *World Building*, ma pure se analizziamo le tematiche trattate.

3.2. Filosofia di *Rick and Morty*, temi maturi.

Le tematiche affrontate da *Rick and Morty* sono molteplici e piuttosto variegata, come per esempio la famiglia, il nichilismo, l'alienazione dell'individuo, la depressione, e argomenti più legati alla vita quotidiana. Ma c'è un elemento che attraversa tutte le questioni citate, ed è senza dubbio una visione cupa delle cose, espressa attraverso un *black humor* costante²²⁴.

Il pessimismo della serie ha coinvolto soprattutto i principali appassionati di questo universo narrativo, che evidentemente si sono rispecchiati nei molti spunti ricavabili da *Rick and Morty*: i millenials²²⁵. Tanto per cominciare, la storia tratta la famiglia dei protagonisti con un approccio tutt'altro che ottimista, rappresentandola come profondamente frammentata e divisa. Frequenti sono infatti gli scontri tra i genitori di Morty (soprattutto Jerry) e Rick, riguardo alla malsana influenza che quest'ultimo esercita sul nipote. Rick getta spesso scompiglio, e volutamente, nel rapporto con il genero, ritenendolo senza troppi giri di parole un inetto, e uno stupido. Questo provoca ulteriori problemi relazionali pure con Beth, posta alle volte tra l'incudine e il martello, divisa tra l'amore per il marito, e l'affetto per il padre. Addirittura, Jerry impone alla moglie un ultimatum nella terza stagione, in cui chiede a Beth di scegliere tra lui e Rick²²⁶. Beth sceglierà il padre, danneggiando inesorabilmente il rapporto con Jerry. Più in

²²⁴ Lucie Affronti, *Millennial Audience and Pessimism: A Case- Study on Rick and Morty*, Queen's University Belfast, Belfast, 2019, p. 1.

²²⁵ Ibidem.

²²⁶ *Le ali della Rick-libertà (The Rickshank Rickdemption, S3E1)*.

generale, Rick è un personaggio molto egoista, concentrato costantemente su se stesso, e a più riprese dimostra disinteresse per i legami familiari. Eppure, quest'ultimo aspetto è probabilmente il più altalenante e ambiguo della psicologia di Rick, che alterna uno spiccato amore per i familiari (e soprattutto per Morty) a momenti di rifiuto e ribellione. Del resto, Rick è un personaggio caratterizzato da un'impressionante intelligenza, non comprensibile dagli altri componenti della sua famiglia, e questo amplifica spesso le critiche nei suoi confronti. Infatti, Rick non agisce secondo una logica accessibile a chi gli sta intorno (e più di qualche volta, nemmeno agli spettatori), sembra semplicemente voler sperimentare, agire unicamente per amor di conoscenza²²⁷. Dall'altra parte, Beth e Jerry non si dimostrano dei genitori particolarmente capaci nel loro ruolo, e questo aspetto riprende la polemica verso l'idealizzazione della famiglia statunitense portata avanti fin da *The Simpsons*. Oltretutto, Rick e Morty viaggiano quasi sempre da soli, lasciando alle spalle gli altri componenti del nucleo familiare, e pure questo è già di per sé sintomo di un rapporto poco armonioso.

Oltre alla complicata condizione familiare affrontata dai personaggi, *Rick and Morty* è una serie che getta luce pure sui delicati temi della depressione e della salute mentale. Un esempio evidente a questo proposito è il forte trauma provato da Morty nel vedere se stesso privo di vita durante la già citata puntata *Febbre d'amore n°9*, in cui ha dovuto, in un momento disturbante, seppellire il proprio cadavere in giardino. Il trauma di Morty sarà, come se non bastasse, preso poco sul serio da Rick, che si limiterà a fornire una spiegazione fredda e razionale all'accaduto, lasciando essenzialmente da solo il nipote nell'affrontare il suo disagio. Pure il personaggio di Rick presenta tratti psicologici associabili alla malattia mentale, come accade nel finale della prima stagione²²⁸, in cui lo spettatore scopre che il tipico tormentone di Rick: "Wubba Lubba Dub Dub!", apparentemente senza senso, in realtà significa "Sto soffrendo molto, aiutatemi". All'apparenza, quindi, Rick non sembra un personaggio infelice, e tantomeno depresso. Eppure, all'interno della serie ci sono moltissimi indizi che ci indicano invece l'opposto. A ben vedere, un altro problema comportamentale che colpisce Rick è l'ossessivo rapporto con l'alcol, che da solo ci porta a pensare che qualcosa nel personaggio non funziona. Rick insomma ostenta una felicità che in realtà non gli appartiene²²⁹, e la sua solitudine è resa palese lungo tutto l'arco della serie. Infatti, abbiamo visto che non è integrato all'interno della sua famiglia, e i suoi rapporti difficili si estendono anche all'intero cosmo, come mostrato nella seconda stagione, in cui Rick deve sopportare la morte del suo migliore amico, e la rottura dei rapporti con la sua

²²⁷ Affronti L., *op. cit.*, p. 3.

²²⁸ *Ricksy Business (Ricksy Business, S1E11)*.

²²⁹ Affronti L., *op. cit.*, p. 8.

amante²³⁰. Il carattere sovversivo dello scienziato lo porta oltretutto ad avere conflitti con numerosissimi abitanti di altri mondi, e la sua mente troppo geniale per essere compresa gli impedisce di avere amici con cui condividere il successo delle sue idee.

I temi della solitudine, della depressione e della malattia mentale, rimangono fortemente connessi all'interno della serie al tema della ricerca della felicità²³¹. Anche qui, il pessimismo che permea *Rick and Morty* ci impedisce di valutare con positività l'argomento. Nessun personaggio è realmente felice, e qualsiasi tentativo di raggiungere la pace viene ostacolato, tanto da gettare i protagonisti in un rinnovato sconforto. Così come abbiamo visto in *Bojack Horseman*, anche *Rick and Morty* è un prodotto seriale per adulti che attraverso il suo umorismo amaro ci fornisce una visione delle cose e della vita totalmente disincantata. L'ossessiva ricerca della felicità sembra generare l'effetto opposto, e questo è trasmesso molto bene nella seconda stagione²³², in cui Rick sperimenta piaceri di tipo edonistico, attirando però come conseguenza le antipatie di tutti. Ciò che la serie sembra voler mettere in scena è proprio l'impossibilità di raggiungere la felicità quando si è eccessivamente fissati nel volerla ottenere a tutti i costi. La trattazione di questo argomento è resa palese fin dalla prima stagione, in cui in un episodio²³³ Jerry e Beth indossano degli occhiali inventati da Rick, i quali permettono di osservare le proprie versioni alternative in universi paralleli. Confrontandosi con scenari diversi in cui si vedono alle prese con esperienze più entusiasmanti e appaganti, Jerry e Beth ne escono depressi, finché nelle vite alternative accade che le loro differenti versioni mollano tutto per stare insieme, e per calarsi nell'esistenza che di fatto Jerry e Beth stanno vivendo nel proprio universo. Anche qui, il messaggio implicito che la serie sembra mandare è quello di rinunciare all'ossessiva ricerca di una realtà lontana, che all'apparenza dovrebbe renderci più felici, e di buttarci con gratitudine in ciò che ci sta davanti agli occhi.

Un'altra questione estremamente importante che attraversa l'intera serie è l'alienazione legata alla società contemporanea, e il nichilismo²³⁴. Per quanto riguarda l'esplorazione della psicologia degli individui che abitano il mondo di oggi, Jerry rappresenta il significativo caso di un uomo che è alla mercé della propria insicurezza, infatti è continuamente condizionato dalle pressioni sociali che lo gettano nella più totale ansia per se stesso. In effetti, Jerry appare per tutta la durata della serie come un fallito, perché non si rende mai conto nel corso della

²³⁰ *Il mio squanch matrimonio alieno (The Wedding Squanchers, S2E10).*

²³¹ Affronti L., *op. cit.*, p. 10.

²³² *Assimilazione auto erotica (Auto Erotic Assimilation, S2E3).*

²³³ *Vite alternative (Rixty Minutes, S1E8).*

²³⁴ Lucas Miranda, "The Self is Dead – Alienation and Nihilism in Rick and Morty", *U.S. Labor and Social Justice*, vol. 5, Articolo 9, 2017, p. 3.

storia di non essere mai lui stesso ad autodeterminarsi, ma dipende sempre da qualcun altro, e permette che sia il mondo che lo circonda a definirlo²³⁵. Il suo essere un perdente nel matrimonio e nella vita lavorativa dipende quindi soprattutto dal fatto che Jerry è in balia di incessanti condizionamenti esterni, come avviene nella terza stagione, in cui persino il vento gli ricorda di essere un “loser”²³⁶. Jerry è in altre parole un uomo che ha perso il senso di sé nella società contemporanea, trasportato senza volontà propria ovunque l’universo lo porti, e risulta continuamente ossessionato dai propri successi o fallimenti²³⁷.

Anche l’esistenzialismo, come accennato, in *Rick and Morty* è molto presente, e viene incarnato quasi interamente dal personaggio di Rick²³⁸. Lo scienziato sembra essere perfettamente consapevole dell’instabilità, della fragilità dell’esistenza, e della caducità dell’essere umano, infatti è sempre pronto a cambiare universo qualora si presentassero danni irreversibili nel proprio (come abbiamo visto nel caso della puntata *Febbre d’amore n° 9*). Rick è un personaggio che soffre molto, tanto da provare a suicidarsi nell’episodio *Assimilazione auto erotica*, fallendo nel tentativo. L’amore per la scienza evidentemente non basta a tenere a bada l’angoscia per l’esistenza, e così Rick rivela a più riprese nel corso della serie, sotto gli strati di ironia e sarcasmo, la sua disperazione. Il genio di Rick sembra essere l’unica cosa capace di dare uno scopo alla sua vita, che nel frattempo rimane (forse apparentemente) priva d’amore per i propri famigliari e per chiunque altro. Rick è insomma un uomo distrutto dal proprio nichilismo, dalla insopportabile consapevolezza riguardo l’insensatezza delle cose. In conclusione, mentre Jerry è una vittima inconsapevole della società contemporanea, Rick è fin troppo conscio della propria condizione.

Va citata anche una delle frasi più rappresentative del pessimismo della serie, pronunciata da Morty nella prima stagione, nell’episodio *Vite alternative*, che racchiude tutto il malinconico e scettico sguardo che la serie getta sull’esistenza: “nessuno esiste di proposito, nessuno appartiene a un posto, tutti quanti moriranno. Vieni a vedere la TV?”, come se l’unica soluzione alla disperazione del vivere consistesse nello smettere di pensarci, e nel dedicarci ad attività piacevoli e distraenti nel tempo che ci è concesso.

Rick and Morty è in sintesi una serie che affronta tematiche esistenziali profonde, senza perdere di vista una spiccata comicità. La serie mescola tendenze a umorismi *no sense* e volgari, con una significativa attenzione alle storture dell’animo umano e alle sue angosce. È un prodotto

²³⁵ Miranda L., *op. cit.*, p. 4.

²³⁶ *Al Rick-inseguimento della pietra verde (Rickmancing the Stone, S3E2)*.

²³⁷ Miranda L., *op. cit.*, p. 5.

²³⁸ Ivi, p. 8.

che riesce ad affrontare tematiche universali, amalgamandole perfettamente al contesto della vita contemporanea, e intercettando i disagi del nostro tempo. Attraverso la rappresentazione di due personaggi che interpretano in due modi diversi i problemi (Jerry e Rick), la serie non sembra mostrarci soluzione al nichilismo e all'alienazione nella società contemporanea. Tuttavia, se possiamo ricavare un insegnamento dai modelli in fin dei conti negativi offerti finora dalla serie, probabilmente sarebbe quello di non essere come Rick da un lato, e quindi non rifiutare l'amore di persone importanti, e non essere come Jerry dall'altro, cioè non lasciare che sia il mondo a trasportarci e a stabilire chi siamo.

3.3. Distribuzione e accoglienza di *Rick and Morty*, Italia e USA a confronto.

La prima stagione di *Rick and Morty* ha debuttato negli Stati Uniti il 2 dicembre 2013, totalizzando oltre un milione di ascolti²³⁹. La programmazione prevedeva per il prodotto una cadenza settimanale, e in particolare la scelta è stata quella di trasmettere lo show ogni lunedì alle 22:30. La serie, da quella prima messa in onda, è cresciuta costantemente in termini di popolarità, garantendosi sempre il rinnovo delle stagioni. Il 10 maggio 2018, in seguito all'evidente ed enorme successo del prodotto, Adult Swim ha persino ordinato ben 70 episodi, per un numero indefinito di stagioni²⁴⁰. L'accoglienza può quindi definirsi assolutamente positiva da parte del pubblico, e pure considerando la ricezione critica e i numerosi premi, il prodotto ha ottenuto un plauso pressoché unanime²⁴¹.

Come accennato, *Rick and Morty* è stato sempre trasmesso, negli USA, sul canale Adult Swim. Per quanto riguarda invece la distribuzione internazionale la serie è stata diffusa frequentemente sulle piattaforme digitali. Nel caso dell'Italia, *Rick and Morty* ha trovato il suo canale di diffusione in Netflix, a partire dal primo maggio 2016²⁴². Si contano numerose recensioni positive ed entusiaste alla serie, sia negli Stati Uniti che in Italia. Qui di seguito qualche esempio di estratti di recensioni, che rappresentano la percezione generale di un prodotto come *Rick and Morty*: "l'animazione, supervisionata dal direttore artistico James McDermott, è fresca, colorata

²³⁹ [https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Rick_and_Morty_episodes#Season_1_\(2013%E2%80%9314\)](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Rick_and_Morty_episodes#Season_1_(2013%E2%80%9314)) (ultimo accesso 01/06/2021).

²⁴⁰ Nellie Andreeva, "'Rick And Morty' Gets Massive 70-Episode Renewal By Adult Swim; Creators Dan Harmon & Justin Roiland Ink New Deal", in *Deadline*, 2018, URL <https://deadline.com/2018/05/rick-and-morty-renewed-70-episode-order-creators-dan-harmon-justin-roiland-deal-adult-swim-1202386828/> (ultimo accesso 01/06/2021).

²⁴¹ https://www.rottentomatoes.com/tv/rick_and_morty/s01 (ultimo accesso 01/06/2021).

²⁴² [https://it.wikipedia.org/wiki/Episodi_di_Rick_and_Morty_\(prima_stagione\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Episodi_di_Rick_and_Morty_(prima_stagione)) (ultimo accesso 01/06/2021).

e stravagante, come la sceneggiatura.²⁴³ [Traduzione mia]. Su *The New York Times*, invece, una recensione prende in considerazione soprattutto il ribaltato rapporto tra nonno e nipote, trovando interessante il modo in cui viene trattato:

Sappiamo già che i nonni possono essere cattivi, grazie a *Jackass Presents: Bad Grandpa*, un film di Johnny Knoxville uscito in ottobre in cui un vecchio fa ogni tipo di danno psichico al suo nipote di 8 anni. Ma quel nonno cattivo era un cittadino modello rispetto al nonno cattivo di *Rick and Morty*, una serie animata demenziale che inizia lunedì sera su Adult Swim.²⁴⁴ [Traduzione mia]

Anche in Italia le recensioni hanno allo stesso modo toni di elogio. Un esempio:

Se state cercando uno show veramente intelligente, insomma, sapete dove guardare. E riguardare. Perché *Rick and Morty* è cerebrale. Meglio ancora: inesauribile. La sua vocazione psichedelica e paradossale tocca ogni corda, ma solletica la capacità di astrazione di chi osserva più di ogni altra cosa. È eccessivo e sovrabbondante, troppo persino per il suo stesso bene: il consiglio finale è di vedere ciascun episodio più di una volta per cogliere il più possibile perché afferrare proprio tutto è quasi impensabile. Per fortuna.²⁴⁵

O ancora:

L'aspetto avventuroso è solo uno degli aspetti che rendono *Rick and Morty* una delle cose più intelligenti, *cool* e sovversive in circolazione. Il resto della famiglia di cui fanno parte i due protagonisti sembrerebbe ricalcare tante altre famiglie animate americane: dai *Simpson* (o forse bisognerebbe partire dai *Flinstones*?) passando per i *Griffin*, *American Dad*, ecc., fino ad arrivare a *Mr Pickles* – la più estrema di tutte, quella che ha come star un cane satanista.²⁴⁶

²⁴³ David Wiegand, “Rick and Morty’ review: Funny and edgy”, in *Sfgate*, 2013, URL <https://www.sfgate.com/tv/article/Rick-and-Morty-review-Funny-and-edgy-5011147.php> (ultimo accesso 01/06/2021).

²⁴⁴ Neil Genzlinger, “A Warm and Fuzzy Grandpa? Well, Not Exactly: Rick and Morty on Adult Swim”, in *The New York Times*, 2013, URL <https://www.nytimes.com/2013/12/02/arts/television/rick-and-morty-on-adult-swim.html> (ultimo accesso 01/06/2021).

²⁴⁵ Marina Pierri, “Rick and Morty è una serie tv straordinaria”, in *Wired*, 2017, URL <https://www.wired.it/play/televisione/2017/10/02/perche-rick-morty-e-una-serie-tv-straordinaria/> (ultimo accesso 01/06/2021).

²⁴⁶ Mario Bonaldi, “Rick and Morty”, in *Rollingstone*, 2015, URL <https://www.rollingstone.it/recensioni/rick-and-morty/> (ultimo accesso 01/06/2021).

Dalle parole spese nelle recensioni prese in esame, si evince un apprezzamento pressoché totale nei confronti degli aspetti anche più stravaganti della serie, visti come un punto di forza.

A differenza di diversi prodotti analizzati nei capitoli precedenti, *Rick and Morty* è una serie che è riuscita a ottenere sia in patria che all'estero un'accoglienza del tutto positiva, priva oltretutto di censure o particolari reazioni di disapprovazione. Eppure, come abbiamo visto, *Rick and Morty* non presenta caratteristiche così distanti da molti altri prodotti dello stesso genere. Sempre si tratta, infatti, di una sitcom animata che ricorre spesso a un linguaggio volgare, a un umorismo irriverente, tagliente e satirico. I bersagli dell'umorismo della serie non sono risparmiati da uno stile capace di essere anche feroce. Questo dato potrebbe indurci a pensare quindi che la serialità animata per adulti negli ultimi anni abbia conquistato un suo ruolo peculiare, evidentemente sempre più accettato, all'interno del mercato televisivo.

CONCLUSIONI

La serialità animata per adulti statunitense si è portata avanti, negli ultimi anni, attraverso un quadro produttivo e distributivo in costante mutamento, dimostrando sempre di saper trovare il proprio posizionamento nel mercato. Le serie animate per adulti si sono in un primo momento radicate con efficacia nell'immaginario statunitense, scardinando l'associazione tra animazione e prodotto per bambini, per poi espatriare e diffondersi nel mondo, ottenendo lo stesso risultato, sebbene siano state rilevate nel corso di questa ricerca alcune diversità rispetto al contesto d'origine. Infatti, non soltanto le culture di partenza e di arrivo risultano naturalmente distanti tra loro, ma le serie si inseriscono in contesti televisivi e medialti molto diversi. Si può tuttavia affermare che la serialità animata per adulti sia ormai una tipologia di prodotto ampiamente inserita nelle abitudini di consumo di un'ampia fetta di pubblico in tutto il mondo, e questo dimostra la sua capacità di trattare temi universali da un lato, e di proporre uno stile accattivante a prescindere dalla realtà sociale dall'altro.

Le caratteristiche, sul piano dei contenuti, da *The Simpsons* in avanti, non si sono di molto discostate dagli stilemi già ampiamente trattati. Tutte le serie considerate presentano infatti, occorre ribadirlo, tratti fortemente umoristici e/o satirici, una volgarità più o meno diffusa, il formato breve degli episodi e una riflessione sulla società e sugli esseri umani in generale. A proposito delle tematiche, abbiamo visto come queste possono essere considerate mature e complesse, eppure vengono raccontate attraverso codici non sempre uguali tra loro. Sebbene il linguaggio sia, in tutti i prodotti analizzati, semplice e accessibile a tutti, sono state valutate serie in cui appare necessario da parte dello spettatore uno sforzo cognitivo non trascurabile, come i citati *The Midnight Gospel* o *Rick and Morty*, quando si tratta di muoversi nella complessità. Il *fandom*, infatti, non solo si ritrova a interfacciarsi con universi narrativi ampi e abitabili, ma anche con pratiche di fruizione e di partecipazione in rapidissima evoluzione.

Cosa ci può suggerire la ricerca fin qui condotta, sulle possibili direzioni legate al prossimo futuro? Si è visto come la serialità animata per adulti si è adattata ai continui mutamenti nel sistema mediale, dimostrando una notevole capacità di resilienza e di adattamento ai nuovi contesti. Non ci sono pertanto elementi che ci portano a pensare a qualche declino, o battuta d'arresto del filone. Piuttosto sembra di essere di fronte a un insieme di caratteristiche che sono rimaste più o meno simili a loro stesse nel corso degli anni, ma che hanno ancora molto spazio di manovra per possibili sperimentazioni.

BIBLIOGRAFIA

Affronti Lucie, *Millennial Audience and Pessimism: A Case- Study on Rick and Morty*, Queen's University Belfast, Belfast, 2019.

Barra Luca, *La sitcom, Genere, evoluzione, prospettive*, Carocci editore, Roma, 2020.

Barrier Michael, *Hollywood Cartoons, American animation in its golden age*, Oxford University Press, Oxford, 1999.

Barrier Michael, *Vita di Walt Disney. Uomo sognatore e genio*, Roma, Tunue, 2009.

Benini Jacopo, *Crossing the Ocean in a 'Fluttering of Winx'. Il caso della serie d'animazione italiana Winx Club, dalla de-globalizzazione costitutiva alla riappropriazione statunitense*, Università degli studi di Padova, Padova, 2019.

Bertazzi Giannalberto, *Cartoons: One Hundred Years of Cinema Animation*, Indiana University Press, Bloomington, 1994.

Bondi Domenico, "Il Caso Netflix, dal noleggio DVD alla nuova serialità", in *Academia.edu*, 2015.

Brembilla Paola, Pescatore Guglielmo, "La serialità televisiva americana, produzione, consumo, e tipologie di prodotto", in Giulia Carluccio (a cura di), *America oggi. Cinema, media, narrazioni del nuovo secolo*, Edizioni Kaplan, Torino, 2014.

Brembilla Paola, *It's All Connected, L'evoluzione delle serie TV statunitensi*, Milano, FrancoAngeli, 2018.

Caci Davide G.G., in *I Simpson, I Griffin, & Co. Le sitcom animate dalla preistoria dei Flintstones ai giorni nostri*, Tunué, Latina, 2008.

Cardamone Daniela, "Cartoni animati tra oriente e occidente", in *Quaderni di Intercultura*, Anno VII, 2015.

Colombo Fausto, *La cultura sottile, Media e industria culturale in Italia dall'ottocento agli anni novanta*, Milano, Bompiani, 1998.

De Grazia Victoria, *L'impero irresistibile. La società dei consumi americana alla conquista del mondo*, Torino, Einaudi, 2006.

De Pascalis Ilaria A., Pescatore Guglielmo, "Dalle narrazioni estese agli ecosistemi narrativi", in Pescatore Guglielmo (a cura di), *Ecosistemi narrativi, dal fumetto alle serie TV*, Carocci editore, Roma, 2018.

Faeti Antonio, *In trappola col topo, una lettura di Mickey Mouse*, Torino, Einaudi editore, 1986.

Forgacs David, Gundle Stephen, *Cultura di massa e società italiana, 1936-1954*, Bologna, Il Mulino, 2007.

Giovanoli Max, *Transmedia storytelling e comunicazione*, Milano, Apogeo editore, 2013.

Griffin Ricky, *Management*, s.l., Cengage Learning, 2012.

Grignaffini Giorgio, *I generi televisivi*, Carocci editore, Roma, 2012.

Innocenti Veronica, Pescatore Guglielmo, *Le nuove forme della serialità televisiva*, Archetipo, Bologna, 2008.

Jenkins Henry, "La vendetta dell'unicorno origami. Sette concetti chiave del transmedia storytelling", in Barra Luca (a cura di), *Idee per la televisione*, n. 9, s.l., Link, gennaio 2010.

Krasniewicz Louise, *The Magic Kingdom, in Walt Disney: A Biography*, Greenwood Publishing group, Santa Barbara, California, 2010.

Martina Marta, "Come si misurano le narrazioni estese", in Pescatore Guglielmo (a cura di), *Ecosistemi narrativi, dal fumetto alle serie TV*, Carocci editore, Roma, 2018.

Martin Brett, *Difficult Men, dai Soprano a Breaking Bad, gli anteroi nelle serie TV*, Roma, Minimum fax, 2013.

Menduni Enrico, *Televisione e radio nel XXI secolo*, Urbino, Laterza, 2016.

Miranda Lucas, “The Self is Dead – Alienation and Nihilism in Rick and Morty”, *U.S. Labor and Social Justice*, vol. 5, Articolo 9, 2017.

Mittell Jason, *Complex TV, Teoria e tecnica dello storytelling delle serie tv*, Roma, Minimum fax, 2017.

Pellitteri Marco, *Mazinga nostalgia. Storia, valori e linguaggi della Goldrake generation*, Castelvevchi editore, Roma, 1999.

Pellitteri Marco, “Cartoon “cattivi” e... cattive abitudini”, *liber*, n. 75, luglio – settembre 2007.

Pesce Maurizio, “Netflix, il futuro della tv è qui”, in *Wired*, N° 73, 2015.

Thompson Robert J., *Television's Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER*, Continuum, New York, 1996.

Wyatt Justin, *High Concept. Movies and Marketing in Hollywood*, Austin, University of Texas Press, 1994.

FONTI WEB

“A che punto siamo per il raggiungimento di una società europea di gigabit?”, in *Openpolis*, 2021, URL <https://www.openpolis.it/a-che-punto-siamo-per-il-raggiungimento-di-una-societa-europea-di-gigabit/> (ultimo accesso 15/05/2021).

Andreeva Nellie, ““Rick And Morty’ Gets Massive 70-Episode Renewal By Adult Swim; Creators Dan Harmon & Justin Roiland Ink New Deal”, in *Deadline*, 2018, URL

<https://deadline.com/2018/05/rick-and-morty-renewed-70-episode-order-creators-dan-harmon-justin-roiland-deal-adult-swim-1202386828/> (ultimo accesso 01/06/2021).

Archivio Luce, «l'impero Disney», 2003, URL https://web.archive.org/web/20031011155902/http://archivioluce.com/luce_storia/index.asp?documentID=688&page_num=2 (consultato il 20/03/2021).

Bondi Domenico, “Il Caso Netflix, dal noleggio DVD alla nuova serialità”, in *Academia.edu*, 2015, URL https://www.academia.edu/15118307/Il_caso_Netflix_dal_noleggio_DVD_alla_nuova_serialita (ultimo accesso 28/11/2020).

Bonaldi Mario, “Rick and Morty”, in *Rollingstone*, 2015, URL <https://www.rollingstone.it/recensioni/rick-and-morty/> (ultimo accesso 01/06/2021).

Brembilla Paola, Barra Luca, “Netflix: la library generalista e il consumo “usa e getta”, in *Link*, 2020, URL <https://www.linkideeperlatv.it/netflix-la-library-generalista-e-il-consumo-usa-e-getta/> (ultimo accesso 28/05/2021).

Carter Bill, “TV Notes, Family Guy loses Sponsors”, in *The New York Times*, 2009, URL <https://www.telegraph.co.uk/technology/microsoft/6445360/Microsoft-pulls-Family-Guy-sponsorship.html> (ultimo accesso 14/05/2021).

Cohen Ivan, “Dan Harmon and Justin Roiland on Rick and Morty, How Community Is Like Star Trek, and Puberty”, in *Vulture*, 2014, URL: <https://www.vulture.com/2014/01/rick-and-morty-dan-harmon-and-justin-roiland-interview.html> (ultimo accesso 17/05/2021).

Czajkowski Elise, “Dan Harmon’s ‘Rick and Morty’ Premieres on Adult Swim on Dec. 2”, in *Internet Wayback machine*, 2013, URL <https://web.archive.org/web/20170702121402/http://splitsider.com/2013/11/dan-harmons-rick-and-morty-premieres-on-adult-swim-on-dec-2/> (ultimo accesso 17/05/2021).

Framke Carline, “BoJack Horseman Creator on Season 5’s Sharp (and Accidental) #MeToo Parallels”, in *Variety*, 2018, URL <https://variety.com/2018/tv/news/bojack-horseman-season-5-interview-metoo-netflix-1202941206/> (ultimo accesso 06/05/2021).

Genzlinger Neil, “A Warm and Fuzzy Grandpa? Well, Not Exactly: Rick and Morty on Adult Swim”, in *The New York Times*, 2013, URL <https://www.nytimes.com/2013/12/02/arts/television/rick-and-morty-on-adult-swim.html> (ultimo accesso 01/06/2021).

Hilden Julie, “Could Tom Cruise Sue *South Park* for suggesting he is gay? And Even if he could, should he?”, in *Findlaw*, 2005, URL <https://supreme.findlaw.com/legal-commentary/could-tom-cruise-sue-south-park-for-suggesting-he-is-gay-and-even-if-he-could-should-he.html#:~:text=Of%20course%2C%20not%20all%20the,claims%20that%20they%20are%20gay.&text=While%20Tom%20Cruise%20won't,is%20gay%20in%20the%20future.> (ultimo accesso 13/05/2021).

Hughes Josiah, “Disenchantment Sees Matt Groening Living in the Past”, in *Exclaim*, 2018, URL https://exclaim.ca/comedy/article/disenchantment_sees_matt_groening_living_in_the_past (ultimo accesso 10/05/2021).

Lee Cricket, “Adult swim: a (not so) Brief History”, in *Internet Wayback machine*, 2013, URL: <https://web.archive.org/web/20170917193641/http://geeknation.com/adult-swim-a-brief-history/> (ultimo accesso 17/05/2021).

Mezzolla Alessandro, “L’Italia come la Cina: censurato il decimo episodio della stagione 23 di South Park”, in *Dr.commodore*, 2019, URL <https://www.drcommodore.it/2019/12/28/litalia-come-la-cina-censurato-il-decimo-episodio-della-stagione-23-di-south-park/> (ultimo accesso 13/05/2021).

Natale Raffaella, “Netflix, 5 miliardi in produzioni originali per sbaragliare la concorrenza”, in *Key4biz*, 2015, <https://www.key4biz.it/netflix-5-miliardi-in-produzioni-originali-per-sbaragliare-concorrenza/110085/> (ultimo accesso 15/05/2021).

Novelli Matteo “Netflix, sede a Roma in arrivo: dove apre e come candidarsi”, in *Money.it*, 2020, URL: <https://www.money.it/Netflix-sede-a-Roma-dove-apre-quando-come-candidarsi-posizioni-aperte> (ultimo accesso 15/05/2021).

Olsen S., Johnsen F., “American animation VS. Japanese Animation”, 2012, URL <https://ntnuopen.ntnu.no/ntnu-xmlui/handle/11250/143204> (consultato il 13/01/2021).

Parrella Andrea, “La storia di South Park e dell’episodio di natale censurato in Italia”, in *Fanpage.it*, 2020, URL <https://tv.fanpage.it/la-storia-di-south-park-e-dellepisodio-di-natale-censurato-in-italia/> (ultimo accesso 13/05/2021).

Pierri Marina, “Rick and Morty è una serie tv straordinaria”, in *Wired*, 2017, URL <https://www.wired.it/play/televisione/2017/10/02/perche-rick-morty-e-una-serie-tv-straordinaria/> (ultimo accesso 01/06/2021).

Porro Gabriele, “Netflix ha superato i 200 milioni di abbonati”, in *Wired*, 2021, URL <https://www.wired.it/internet/web/2021/01/20/netflix-200-milioni-abbonati/> (ultimo accesso 16/05/2021).

“Qualche informazione in più su Netflix in Italia” in *ilpost*, 2015, URL <https://www.ilpost.it/2015/06/29/informazioni-costi-catalogo-netflix-italia/> (ultimo accesso 15/05/2021).

Salvi Pooja, “The Midnight Gospel' Ending Explained: Is Clancy dead? Heartbreaking finale will leave you hungry for Season 2”, in *Meaww*, 2020, URL <https://meaww.com/the-midnight-gospel-season-1-finale-episode-8-mouse-of-silver-deneen-fendig-duncan-trussell-netflix-431786> (ultimo accesso 08/05/2021).

Secchi Andrea, “Netflix ha 4,6 milioni di abbonati in Italia: “Diventeranno 7 entro il 2025””, in *Tv+zoom*, 2020, URL <https://www.tvzoom.it/2020/04/30/83525/netflix-4-milioni-abbonati/> (ultimo accesso 15/05/2021).

Steinbeiser Andrew, “Rick And Morty Comic Book Preview Revealed”, in *comicbook*, 2015, URL <https://comicbook.com/news/rick-and-morty-comic-book-preview-revealed/> (ultimo accesso 19/05/2021).

Swenson Schuyler “Horsin’ around with 'BoJack' creator Raphael Bob-Waksberg”, in *pri.org*, 2017, URL <https://www.pri.org/stories/2017-09-21/horsin-around-bojack-creator-raphael-bob-waksberg> (ultimo accesso 06/05/2021).

Tucker Ken, “The Worst TV: 1999, Family Guy, Odd Man Out and Passions were among the year's worst”, in *Explore Entertainment*, 1999, URL <https://ew.com/article/1999/12/24/worsttv-1999/> (ultimo accesso 14/05/2021).

“Venezuela Bans Family Guy Cartoons,” in *BBC News*, 2009, URL <http://news.bbc.co.uk/2/hi/8277129.stm> (ultimo accesso 14/05/2021).

Villarreal Yvonne, “Dan Harmon, Justin Roiland talk bringing absurd to Rick and Morty”, in *Los Angeles Times*, 2014, URL <https://www.latimes.com/entertainment/tv/la-xpm-2014-mar-05-la-et-st-dan-harmon-justin-roiland-on-bringing-the-absurd-to-adult-swims-rick-and-morty-20140304-story.html> (ultimo accesso 17/05/2021).

Wiegand David, “Rick and Morty' review: Funny and edgy”, in *Sfgate*, 2013, URL <https://www.sfgate.com/tv/article/Rick-and-Morty-review-Funny-and-edgy-5011147.php> (ultimo accesso 01/06/2021).

Zahed Ramin, “Light at the End of the Apocalypse: Pen Ward & Duncan Trussell Preach The Midnight Gospel”, in *Animation Magazine*, 2020, URL <https://www.animationmagazine.net/streaming/light-at-the-end-of-the-apocalypse-pen-ward-duncan-trussell-preach-the-midnight-gospel/> (ultimo accesso 08/05/2021).

https://web.archive.org/web/20090524120920/http://www.animationusa.com/resources/about_wb.html (ultimo accesso 23/03/2021).

<https://www.oscars.org/oscars/ceremonies/1941> (ultimo accesso 23/03/2021).

https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_The_Simpsons_episodes (ultimo accesso 15/04/2021).

<https://www.youtube.com/watch?v=j06V9z3mxmM> (ultimo accesso 15/04/2021).

<https://www.youtube.com/watch?v=8kk4dsa6F5A> (ultimo accesso 02/05/2021).

https://www.rottentomatoes.com/tv/bojack_horseman (ultimo accesso 03/05/2021).

https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_BoJack_Horseman_episodes (ultimo accesso 03/05/2021).

<http://www.duncantrussell.com/episodes/> (ultimo accesso 08/05/2021).

<https://www.rottentomatoes.com/tv/disenchantment/s01> (ultimo accesso 10/05/2021).

<https://www.youtube.com/watch?v=Ua7dN2mKyMs> (ultimo accesso 12/05/2021).

<https://www.youtube.com/watch?v=sFCwSoAEBJk> (ultimo accesso 13/05/2021).

<https://www.youtube.com/watch?v=olMsAy8HTUo> (ultimo accesso 13/05/2021).

<https://web.archive.org/web/20100209001855/http://www.firstamendmentcenter.org/about.aspx?id=12881> (ultimo accesso 13/05/2021).

https://www.youtube.com/watch?v=TA_FlPnYNal (ultimo accesso 14/05/2021).

<https://www.youtube.com/watch?v=llGJtjZvMw8&t=5s> (ultimo accesso 14/05/2021).

<https://twitter.com/netflix/status/607049810743541760> (ultimo accesso 15/05/2021).

<https://www.youtube.com/watch?v=7ecYoSvGO60&t=39s> (ultimo accesso 17/05/2021).

<https://www.youtube.com/watch?v=8c4hAsobciA> (ultimo accesso 18/05/2021).

<https://www.youtube.com/watch?v=BSF5yoD-vC4> (ultimo accesso 19/05/2021).

https://www.youtube.com/watch?v=-kdltv_CSHE (ultimo accesso 19/05/2021).

<https://www.youtube.com/watch?v=zh7AVMj2wq8> (ultimo accesso 19/05/2021).

<https://www.youtube.com/watch?v=yR1aZZOT3wI> (ultimo accesso 19/05/2021).

<https://rickandmarty.fandom.com/wiki/Rickipedia> (ultimo accesso 19/05/2021).

<https://www.youtube.com/watch?v=RG4WcRAgm7Y> (ultimo accesso 19/05/2021).

[https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Rick_and_Morty_episodes#Season_1_\(2013%E2%80%9314\)](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Rick_and_Morty_episodes#Season_1_(2013%E2%80%9314)) (ultimo accesso 01/06/2021).

https://www.rottentomatoes.com/tv/rick_and_morty/s01 (ultimo accesso 01/06/2021).