

Zeitschrift: Studies in Communication Sciences : journal of the Swiss Association of Communication and Media Research

Herausgeber: Swiss Association of Communication and Media Research; Università della Svizzera italiana, Faculty of Communication Sciences

Band: 4 (2004)

Heft: 1

Artikel: La natura del racconto televisivo

Autor: Fumagalli, Armando / Manzi, Luca

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-790966>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 31.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

SHORT COMMUNICATION

ARMANDO FUMAGALLI * & LUCA MANZI **

LA NATURA DEL RACCONTO TELEVISIVO

The paper opens on an anthropological reflection on narrative as an experimental sense-making device with the potential to illuminate the existence of those which enjoy it. The second paragraph offers an original reading of the functional dynamics of narrative with regards to genre, as viewed from a dramatic perspective. The paper then goes on to suggest some consequences for the narrative forms generally assumed in broadcast television, emphasizing the different television realities which are to be encountered within different national television systems.

The paper is a result of very close creative collaboration between Luca Manzi (responsible for the final editing of paragraphs 1 and 2) and Armando Fumagalli (paragraph 3).

Keywords: narrative, genre, audiovisual language, character, rhetoric, audience.

* Università Cattolica del Sacro Cuore, Milan, armando.fumagalli@unicatt.it

** Lux Vide Productions, Rome, l.manzi@luxvide.it

1. La natura del racconto

Che cos'è un racconto? E perché esistono diverse forme di racconto?

A questa domanda si può legittimamente rispondere in molti modi diversi, a seconda del punto di vista da cui si guarda a questa meravigliosa, misteriosa, alchemica macchina che è la storia. La nostra prospettiva sarà strettamente narratologica, basandoci sulle radici e tradizioni cristiane del racconto moderno occidentale; ci concentreremo infatti sulla natura dell'azione drammatica, per definire in base ad essa le diverse forme del racconto.

Ma che cos'è, allora, il racconto? E' innanzitutto una forma di comunicazione, ma del tutto speciale. Sicuramente, infatti, quando racconto una storia a qualcuno gli comunico qualcosa, gli trasmetto qualcosa attraverso il supporto della lingua; il racconto differisce però da molte altre forme di comunicazione giacché non si comunica semplicemente un'informazione, ma un sistema di messaggi che assumono un senso solamente se considerati nella loro globalità¹. Per fare un esempio, se intrattengo una conversazione con un amico, posso estrapolarne dei brani e vi troverò un senso anche parziale, anche se spesso il senso pieno della singola frase che prendo in considerazione sarà pienamente chiara solamente se considero l'intera conversazione.²

Un altro esempio per rendere evidente la differenza tra comunicazione non narrativa e racconto può essere quello della menzogna. Se qualcuno mi chiede che cosa ho fatto ieri, e non ho nessun problema a dirglielo, semplicemente gli elenco, così come mi viene in mente, quello che ho fatto ieri; se per un qualunque motivo voglio mentirgli tutto cambia: comincio a parlare più lentamente, mi concentro strenuamente per pensare - mentre parlo - ad una storia coerente e credibile. La menzogna per così dire in diretta - differente dalla menzogna in cui mi viene dato il tempo di pensare - è straordinariamente interessante proprio perché è un

¹ Già Aristotele, nella *Poetica*, insisteva molto sull'organicità dell'opera drammaturgica, che deve essere intesa come un tutto. Un tema ripreso da una corrente assai poco nota di poetica teorica americana, sviluppatasi a partire dagli anni '30 nell'Università di Chicago e che ha come suo rappresentante principale Ronald S. Crane. Cfr per es. Crane (1952).

² E' una considerazione che la recente linguistica testuale ha portato a una maggior consapevolezza. Se comunque considero il brano: A "Che hai fatto oggi?" B "Ho dormito" la frase è pienamente comprensibile, è un'informazione che viene data. Se viceversa prendo la stessa frase presente all'interno di un film o di un libro essa può essere realmente compresa solo considerando l'insieme del racconto e il ruolo che questa frase assume all'interno di esso.

tipo di comunicazione narrativa che deve sembrare una comunicazione non narrativa, e questo ci aiuta a coglierne le differenze. L'organizzazione del sistema di segni affinché risulti verosimile, la coerenza dell'insieme, tutto ci riporta a quanto detto in precedenza: è la totalità che sembra avere più importanza nel racconto, e questo porta ad una iperstrutturazione ed organizzazione, il racconto non fluisce con una naturale e temporale progressione come possono permettersi di fare altre forme comunicative³.

Se consideriamo la comunicazione secondo quest'ottica - del grado di organizzazione dell'insieme - la situazione non è certo bipolare come potrebbe sembrare da quanto detto sin qui: il racconto è organizzato, il resto della comunicazione no. Il livello di organizzazione delle forme di comunicazione è infatti graduale, dal semplice discorso al racconto intravediamo livelli intermedi, come il discorso di un avvocato o di un sacerdote in un'omelia - volti al fine di convincere e quindi organizzati secondo i loro strumenti al fine di raggiungere la persuasione; o il discorso di un filosofo, che esamina una questione per coglierne l'essenza o per provare un assunto di cui è convinto. In tutti questi casi ci troviamo di fronte ad una forma organizzata di comunicazione, ma queste forme sopra citate, se pur organizzate, non escludono una leggibilità di senso parziale. Per tornare ai nostri esempi, un brano della predica o una pagina del saggio hanno valore, possono essere estrapolate: e infatti può capitare di citare un discorso di un politico o il saggio di un filosofo specificando ad esempio che il tale passo ci è risultato convincente mentre un altro no. Senza dubbio possiamo escludere di poter capire completamente il senso di una frase di un filosofo senza aver letto il suo intero saggio - o finanche la sua intera opera - ma ciò non toglie che un qualche senso sia estrapolabile. Nel racconto questo non è possibile: tutto il senso è racchiuso nella totalità, mentre negli esempi precedenti solo parte del senso, o la parte più profonda del senso risiede nella totalità.

Si potrebbe a questo punto obiettare che una pagina di un libro o una scena di un film possono invece avere un grande valore intrinseco, e che ci capita spesso di citare o ricordare singole scene e passi di storie. Questo

³ Quando si studia da vicino la organizzazione di un racconto audiovisivo -soprattutto se è un racconto di grande successo per il pubblico più vasto- ci si accorge di come esso sia effettivamente strutturato in modo ferreo. Cfr per es. McKee (1997); Vogler (1992); Howard e Mabley (1993); Fumagalli (2004).

è indubitabile: in questo specifico caso il significato della scena o della pagina di libro hanno indubbiamente un senso, un significato anche profondo, ma spesso in un racconto il valore della parte è di natura più estetica che semantica - ci è piaciuta una scena, una pagina del libro. Naturalmente nel racconto il legame tra senso e totalità del sistema non è perfettamente biunivoco, ma possiamo dire non di meno che esso è più forte che nelle altre forme di comunicazione. La totalità porta il senso: la narrazione è una metafora, qualcosa che porta qualcos'altro che in parte la trascende e la risolve.

Ma qual è questo senso? Senza dubbio la narrazione non comunica un dato immediatamente connettibile a nostri bisogni immediati. La scrittura come strumento comunicativo nasce tra il Tigri e l'Eufrate - e poi un po' dovunque nel mondo - quando una civiltà ha risolto i suoi problemi immediati di sussistenza e ha cominciato a darsi al commercio come strumento di contabilità; quasi immediatamente però tutte le civiltà antiche cominciano a trasferire su un supporto linguistico scritto - un medium - le forme narrative quasi sicuramente esistenti precedentemente e tramandate per via orale.⁴ A ben pensarci la motivazione nei due casi è la stessa; un nuovo supporto viene utilizzato per rendere più semplice la codifica e la conservazione di un dato. Ma mentre la scrittura di tipo commerciale risponde ad un fine riconducibile ad una necessità materiale - il commercio, l'aumento dei beni disponibili per la propria città, un benessere maggiore - a quale specifico bisogno risponde la comunicazione narrativa, bisogno ritenuto così essenziale da utilizzare la scrittura perché non vada persa nessuna informazione?

Certamente non riusciamo a ricondurre il racconto ad una risposta a un bisogno materiale: non serve a nutrirsi, a difendersi, a riprodursi, a vivere in condizioni materiali migliori - se si eccettua il caso dello scrittore di successo, unico che tragga benefici materiali dalla scrittura di un racconto, caso interessantissimo ma qui non esaminabile e non pertinente. Il racconto quindi risponde ad un bisogno profondo ed essenziale - altrimenti non si spiegherebbe la sua persistenza costante nel tempo e diffusa ovunque - ma non materiale, e cronologicamente è il primo tipo di risposta a bisogni immateriali dell'essere umano. Si potrebbe obiettare che que-

⁴ Sull'importanza culturale e l'influsso sulla cultura e sul pensiero del passaggio alla scrittura e poi delle varie trasformazioni "tecnologiche" della scrittura stessa (prima di tutte la stampa) cfr Ong (1982).

sto non è vero giacché la religione è presente da ben prima che il racconto, e che anzi le prime civiltà umane si configurano spesso come teocrazie. Questo è vero, ma anche la religione - dove non è ridotta a semplici pratiche propiziatorie - ricorre al racconto come sua principale forma espressiva.

Il racconto sembra rispondere ad una serie di bisogni spirituali, nel senso di immateriali: la ricerca del bello, del piacere estetico puro; il divertimento, nel senso di evasione in un mondo diverso e lontano,⁵ ma soprattutto e in modo più fondamentale il bisogno di esternare e definire la propria identità personale e sociale, di capire da dove vengo, chi sono e dove vado.⁶

Potremmo continuare a lungo ad elencare termini analoghi per definire le molteplici funzioni che una storia può assolvere, ma senza dubbio, a parte l'eccezione succitata, queste funzioni non partono da bisogni materiali. Qual è questo bisogno profondo ed incessante che spinge l'uomo a scrivere e leggere storie? Potremmo definirla con McKee (1997), uno dei massimi teorici americani di sceneggiatura cinematografica, come un' "ansia direzionale": essendo dotato di libero arbitrio l'essere umano si trova quotidianamente di fronte ad un terribile ed affascinante problema di tipo spirituale, oltre a quelli di natura materiale che condivide con gli animali. Egli deve rispondere ad una domanda: come mi devo comportare per essere felice, che cosa devo fare, in che direzione devo andare? L'uomo non risolve il problema della felicità semplicemente seguendo l'istinto - come fanno gli animali; non ha questo splendido pilota automatico che ne guidi l'azione: egli deve scegliere. E la direzione da prendere quando deve scegliere per inseguire la felicità è il problema e la domanda che lo accompagna dall'età della ragione a quella dell'oblio.⁷

⁵ Dal latino *Di-vertere*: deviare, allontanarsi da.

⁶ Si pensi soprattutto ai vari racconti di genesi presenti in molte civiltà antiche. Sulla valenza formativa e di costituzione dell'identità del racconto la bibliografia recente è ormai molto vasta. Cfr. fra gli altri MacIntyre (1984); Abbà (1996); Taylor (1989). Per un'applicazione al racconto letterario, cinematografico e televisivo cfr. Casetti e Villa (1992); Bettetini e Fumagalli (1998, soprattutto il cap. 3); Fumagalli (2004, specialmente il cap.1).

⁷ La questione era già stata messa in luce da Aristotele nella sua *Etica Nicomachea*, posizione poi ripresa da tutta l'ampia corrente eudemonista dell'etica occidentale, che annovera fra i suoi rappresentanti non solo gli utilitaristi inglesi, ma anche Tommaso d'Aquino.

L'essere umano si organizza in vario modo per riuscire a prendere la direzione giusta; egli cerca di raccogliere dati in maniera quanto più possibile accurata e completa per non sbagliare direzione e trovarsi infelice. La fonte primaria e fondamentale di informazioni è l'esperienza diretta: facendo esperienza di dolore e felicità l'uomo impara a connettere a certe scelte una conseguenza felice, a certe altre conseguenze infelici. Ma questo sembra non bastargli, giacché il problema è troppo cruciale, una vita sola è troppo poca per permettersi di sbagliare ed essere infelici, e l'esperienza diretta è spesso soggettiva e difficile da analizzare lucidamente; quindi cerca altre strade per raccogliere dati riguardo la direzione da prendere per essere felice.⁸ Ricorre ad esempio all'esperienza di chi gli sta vicino e a cui riconosce un'autorità ed un prestigio - ascolta ad esempio il parere di un saggio, di un filosofo, di un uomo di Dio. O ricorre all'esperienza e al consiglio di chi sa essere affidabile nella ricerca della propria felicità: ad esempio una persona che ci ama, anche se non ha un prestigio oggettivo in termini di saggezza, è significativa nella ricerca della felicità, il suo parere è affidabile giacché siamo certi che parla avendo a cuore la nostra felicità.

Il racconto può essere considerato una forma raffinata e pregnante di surrogato fenomenologico alla ricerca della direzione. Essendo il racconto una forma conclusa ed organizzata di esperienza umana, che genera senso nella sua totalità, l'uomo vi proietta le sue domande, le sue inquietudini, le sue insicurezze - semplificate, anzi esemplificate - e da questo processo di estraniamento ed esemplificazione spera di farsi le idee più chiare su quale direzione prendere per essere felice, su quali valori devono ispirare le proprie scelte.

Il senso e il valore dell'esperienza surrogata generata dal racconto sono così importanti che hanno valore in sé, non hanno bisogno della credibilità ed il prestigio di un autore che li renda attendibili, è lo steso racconto che genera la sua autorità indipendentemente da chi lo ha scritto. *Delitto e castigo* è un grande libro non perché lo ha scritto Dostoevskij: è Dostoevskij ad essere grande perché ha scritto *Delitto e castigo*.

Uno dei problemi più ineludibili ed angoscianti della nostra ricerca di una direzione per essere felici è che possiamo valutare se una scelta sia con-

⁸ Naturalmente questo "cercare la felicità" non deve essere inteso in senso egoistico, come se si stesse cercando un qualche bene esterno da possedere, ma è l'anelito stesso dell'uomo per il suo compimento, come messo bene in luce da Agostino quando afferma che il nostro cuore è inquieto finché non riposa in Dio, cioè finché non trova la sua felicità. Cfr. anche il saggio sulla "felicità del bene" di Samek Lodovici (2002).

veniente o sconveniente, ci renda felici o infelici, solamente quando ne vediamo pienamente le conseguenze; se uniamo a questa osservazione il fatto che le scelte più importanti e profonde della nostra vita portano conseguenze molto lontane nel tempo, e comprensibili solo dopo molto tempo, ne consegue che potremmo farci un'idea chiara e piena sulla direzione da seguire solo dopo che saremo morti.⁹ Questo paradosso ci rende estremamente motivati a cercare quanto più possibile *in progress* le nostre risposte, e a cercare strade alternative e significative per trovare la direzione.

Il racconto in questo senso ha una serie di armi meravigliose che lo rendono di gran lunga il mezzo surrogato più completo ed attraente: è mediato dal piacere estetico, è semplice in quanto esemplificato, non rende la complessità atomizzata, ma sceglie e sublima un percorso sino a renderlo assoluto all'interno del proprio sistema-racconto; soprattutto ha un finale: finisce in maniera definitiva, inequivocabile - quando arriviamo alla terza di copertina o ai titoli di coda; e questa fine non corrisponde con la nostra morte. Tutte le cose sopra elencate sono assenti nella filosofia, e nella saggezza in genere.¹⁰

A riprova di quanto detto proviamo a pensare quanto - inconsciamente - il finale di una storia sia importante per la nostra gratificazione di lettori o di spettatori. Un bel film con un brutto finale non solo ci delude, ma ci indispetta, ci innervosisce; un film mediocre con un grande finale ci lascia quasi sempre soddisfatti. Questo accade perché noi aspettiamo e carichiamo di aspettative il finale molto più del resto del film, sia perché il finale porta il senso, è la "soluzione del problema", sia perché è l'unica parte di un racconto che troviamo solo in un racconto: il finale della nostra vita non saremo in grado di goderlo.¹¹

A tutto questo, si aggiunga che, come osserva bene McKee, nell'audiovisivo (ma in particolare nel cinema) noi istintivamente sentiamo che ogni oggetto è stato selezionato per significare più di se stesso e quindi

⁹ Ma presumibilmente fare queste valutazioni non ci sarà più necessario, giacché troveremo Qualcuno che farà valutazioni infinitamente lucide e ormai "definitive" sulla nostra vita.

¹⁰ Sul rapporto fra il racconto e la polarità vita / morte vedi anche le suggestive riflessioni presentate da Umberto Eco nelle sue *Norton Lectures* a Harvard, 1992-1993 (cfr. Eco 1994).

¹¹ Alcune interessanti suggestioni su questo tema nel recente film di Tim Burton, *Big Fish* (USA, 2004).

aggiungiamo una connotazione ad ogni denotazione: il cinema appare davvero un'arte totale, e questo in qualche modo aumenta il piacere della visione. Al cinema non esiste "un'automobile". Esisterà magari una Mercedes (allora pensiamo che il personaggio è ricco e borghese), una Ferrari (ricchissimo e sportivo), un Maggiolino o una due cavalli (giovane e artista) e così via ...¹² Nel cinema, in fondo, si realizza a livello umano quella condizione del mondo teorizzata dai filosofi medioevali, che vedevano ogni oggetto della realtà come elemento del linguaggio di Qualcuno che parla, come "parola" su un libro scritto da Dio.¹³ Anche nel cinema ogni oggetto è una "parola", un segno voluto da qualcuno che più modestamente è il soggetto enunciatore del film, cioè quella figura simbolica in cui riassumiamo tutte le componenti di autorialità del film stesso (dallo sceneggiatore al regista, dall'arredatore al costumista, dal direttore della fotografia all'autore della colonna sonora).¹⁴ Nel film tutto significa: questa è una grande opportunità, ma anche un grande rischio. Come ha sottolineato giustamente il grande regista russo Andrej Tarkovskij (cfr. Tarkovskij 1988) per rendere poetica un'opera occorre sorvegliare assolutamente tutto, fino a cancellare il 90% della realtà,¹⁵ proprio per togliere tutte le connotazioni errate e lasciare quel 10% che serve alle finalità espressive del film.

¹² In alcuni casi si può giocare anche contro questi collegamenti induttivi, come per es. nel lungometraggio *Erin Brockovich* (S. Soderbergh, USA, 2000), dove il personaggio maschile che vedremo presto fare il "mammo" per i bambini della protagonista è presentato con una moto Harley-Davidson: fa parte di una caratterizzazione esteriore fortemente maschile e rude, che è giocata per contrasto rispetto a una caratterizzazione profonda del personaggio molto tenera e "femminile". Con la protagonista, interpretata da Julia Roberts, avviene un'inversione speculare fra tratti esteriori di genere femminile e quelli profondi più tradizionalmente maschili.

¹³ Su questi temi cfr. Taylor (1985).

¹⁴ Sul soggetto enunciatore vedi Bettetini (1983).

¹⁵ Per es. depotenziando e trattando i colori, come fa lui in modo evidente in *Nostalghia* (A. Tarkovskij, Italia, 1983), ma come fanno anche non pochi film americani per il grande pubblico che giocano su una tavolozza cromatica di grande armonia, che può sembrare "presa" dalla realtà, ma è invece il frutto di scelte pensate e perseguite anche attraverso il trattamento elettronico del colore, benché il pubblico non se ne accorga. Si veda per es. la splendida tavolozza di marroni, grigi e in generale colori "autunnali", che si mantiene coerente fino alla "primavera" finale nella commedia romantica *You've Got Mail / C'è post@ per te* (N. Ephron, USA, 1999): il pubblico avverte l'armonia e il "tono emotivo" del colore, senza che però il colore stesso chieda l'attenzione su di sé in modo esplicito e quindi distraiga dal seguire la vicenda. Si veda la netta distinzione di luce e colore che distingue i tre atti drammaturgici del lungometraggio biografico *A Beautiful Mind* (R. Howard, USA, 2001). Per alcune considerazioni sulla questione cfr. Fumagalli (2003).

In quest'ottica quindi il racconto è una sequenza di eventi e di personaggi che interagiscono con un ambiente, compiendo in qualche modo un percorso definito dalle loro azioni e terminando la loro avventura all'interno del racconto in uno stato esistenziale che definisce il valore delle loro azioni.

L'azione, e la conseguenza dell'azione nello stato esistenziale di chi agisce sono quindi, dal nostro punto di vista, fondamentali. E sono fondamentali anche per chi scrive, giacché essendo la drammaturgia fondamentalmente conflitto, polemos, come diceva in tempi non sospetti il greco Isocrate, e come si affannano a ripetere gli epigoni americani quasi sempre sbiaditi, è importante concentrarsi su di essi, anche per affrontare la questione del genere.

2. La questione del genere

Il genere narrativo¹⁶ è il tipo, la natura del racconto, e il racconto nasconde il suo cuore nell'azione e nella conseguenza dell'azione; in essi giace il senso profondo del racconto come evento culturale, spirituale e tecnico.

Come definire quindi il genere del racconto? Anche in questo caso si affollano nella storia della letteratura molteplici categorizzazioni, dalle più antiche e curiose come quelle di Demetrio (*Peri ermeneia* / *Sullo stile*) ed Ermogene di Taro (*Peri ideon* / *Sui generi di stile*) a quelle rinascimentali, alla folla di studi contemporanei, moltiplicatisi grazie anche al moltiplicarsi dei media che veicolano il racconto. Sotto l'ottica della natura dell'azione drammatica, mutuando un epigono sincretico di Carl Gustav Jung e dell'antropologo Joseph Campbell, possiamo partire, con Christopher Vogler (1992), dall'osservazione del protagonista, colui che porta avanti l'azione drammatica.

Notiamo in tal senso che l'azione del protagonista può portare come conseguenza la modifica del mondo attorno a sé o delle persone attorno a sé; e che questi due fattori tendono ad essere inversamente proporzionali - in genere o cambiano i personaggi, protagonista compreso, o cambia la realtà fisica. Inoltre notiamo che il protagonista tende ad operare le sue modifiche con un'azione diretta, fisica, materiale e spesso violenta, ed in questo caso tendenzialmente modificherà il mondo - possiamo chia-

¹⁶ La bibliografia sul genere è ormai enorme: ci limitiamo a suggerire un testo recente per quanto riguarda il cinema (Altman 1999) e la televisione (Buonanno 2002).

mare questo tipo di azione efficiente; oppure tende a generare trasformazioni attraverso un'azione indiretta, stimolando cambiamenti, non producendoli, potremmo dire con un atteggiamento perficiente, e in questo caso trasforma le persone più che il mondo. Nel primo caso il protagonista produce un cambiamento, nel secondo lo determina in quanto lo rende possibile.

Un film come *Rambo*, o un qualunque film con protagonista John Wayne o Clint Eastwood, e buona parte dei film epici in generale, sono efficienti. Il protagonista non cambia, ma cambia il mondo. I film drammatici e sentimentali tendono ad avere personaggi che non modificano il mondo, ma si modificano per rendersi più adatti a trovare la felicità all'interno di quel mondo. O cambio il mondo e lo rendo più adatto a rendermi felice - *Guerre stellari*¹⁷ - o modifico me stesso per essere capace di trovare la felicità nel mondo in cui vivo - *Qualcosa è cambiato*.¹⁸

Esiste quindi come un'energia per così dire trasformazionale, una potenzialità che ogni azione del protagonista porta con sé in termini di modifica, e questa energia primaria si posa sugli oggetti o sulle persone. Abbiamo notato come la trasformazione delle persone è tendenzialmente perficiente, mentre quella delle cose è efficiente. E' evidente il motivo di verosimiglianza per cui questo accada: gli esseri umani infatti non si lasciano trasformare come se fossero oggetti inanimati, non si lasciano plasmare come oggetti di creta, non si lasciano costruire come edifici di Lego. Gli uomini possono essere indotti a cambiare, non cambiati. Viceversa indurre a cambiare un sasso o una foresta è tendenzialmente difficile, a meno di essere dotati di proprietà preternaturali - cosa peraltro non infrequente nella narrazione

Queste polarità perficiente / personale, efficiente / cosmico, non sono naturalmente delle dualità dilemmatiche, ma si modulano in modo funzionale secondo una scala di intensità. Tutti i valori drammaturgici, come quelli linguistici, sono funzionali e mai normativi in modo escludente; in altre parole non funzionano per sì / no, presente / assente, ma per maggiore / minore, più / meno.

Proviamo quindi a rivedere secondo questi valori alcuni generi cinematografici tradizionali: Il film d'azione è un film fundamentalmente effi-

¹⁷ *Star Wars*, la serie epica fantastica (G. Lucas, USA, 1977-1983, e 1999-2005).

¹⁸ Il riferimento è naturalmente al film diretto da James Brooks, che in lingua originale è *As Good as It Gets* (USA, 1997), con Jack Nicholson nella parte di uno scrittore misantropo.

ciente come abbiamo avuto modo di vedere, ma già l'action / thriller prevede una contaminazione perficiente: qualunque genere preveda un'azione del protagonista volta a cercare la verità assume automaticamente valore perficiente, giacché la scoperta della verità ci trasforma sempre, rendendoci più coscienti. Infatti da *Frantic* (R. Polanski, USA / Francia, 1988) a *Il fuggitivo* (*The Fugitive*, dir. A. Davis, USA, 1993)¹⁹ o a *Seven* (D. Fincher, USA, 1995) notiamo che il protagonista in qualche misura si trasforma, pur continuando a trasformare il mondo. Più si scende verso il perficiente a scapito dell'efficiente più i valori si spostano sull'interiorità: il film giallo o il thriller puro potremmo dire che si aggirano sull'equilibrio al 50% tra efficiente e perficiente, mentre la commedia sentimentale e il film drammatico coinvolgono profonde e radicali trasformazioni dei personaggi a scapito di una certa immobilità del mondo.

Abbiamo detto che generalmente la drammaturgia efficiente è veicolata da protagonisti che trasformano il mondo, mentre quella perficiente tende a trasformare le persone. Ma ci sono eccezioni significative ed oltremodo interessanti. *Gandhi* (R. Attenborough, Gran Bretagna / India, 1982), o *Gesù di Nazareth* (F. Zeffirelli, Italia / Gran Bretagna, 1977) sono film in cui i protagonisti sono evidentemente perficienti: non combattono guerre, non costruiscono opere imponenti, non spianano montagne né fondano città. Tutta la loro azione è volta a stimolare cambiamenti, a determinarli tramite l'azione sulle persone, non a produrli in maniera diretta. Ciò nondimeno questi due protagonisti riescono a cambiare non solo i cuori delle persone, ma l'ordinamento del mondo stesso: essi cambiano il mondo e le persone.

In assoluto il protagonista che opera il più profondo cambiamento del mondo e degli uomini è Gesù di Nazareth; questo potrebbe essere considerato scontato visto che si tratta di un protagonista Dio, ma la cosa interessante è il modo in cui egli opera la trasformazione. Se infatti facessimo un film sul dio Thor lo vedremmo sì trasformare il mondo a suo piacimento, ma a colpi di poderose martellate divine. Gesù opera una trasformazione permanente del mondo non agendo, ma patendo. Come dice il canone della messa della chiesa cattolica, il protagonista Gesù opera la più imponente trasformazione possibile: sconfigge la morte, ma non lo fa

¹⁹ Film che nasce da una serie televisiva dello stesso titolo.

affrontandola in un duello all'ultimo sangue in cui la uccide; lo fa morendo egli stesso.²⁰ Non a caso è proprio l'accettazione della sofferenza da parte di Gesù il tema-chiave che è stato trattato in uno dei più controversi film degli ultimi anni.²¹ E' importante notare come questo tipo di vittoria sia definitiva e stabile - almeno se si accetta la teologia cristiana - mentre spesso la sconfitta del male attraverso l'azione nella cinematografia è parziale e transitoria: in particolare nei film horror il mostro orribile che simboleggia il male e che si affronta attraverso un'azione di conflitto materiale e violento non viene mai sconfitto completamente, e l'ultima inquadratura è quasi sempre funzionale a seminare il dubbio che egli non sia definitivamente morto. Per questo i film horror o gli epos metafisici in cui ci si confronta con il male assoluto danno vita a saghe pressoché interminabili - *Alien*, *Venerdì 13*, *La casa*, ma anche *Guerre stellari*, o la più recente serie delle avventure di *Harry Potter*. Il male assoluto non è eliminabile uccidendolo, ma svuotandolo.

Queste due modalità di azione drammatica, perficiente ed efficiente, rispecchiano due modi di agire fondamentali propri dell'essere umano, e non ci sembra di azzardare un'analogia eccessiva se accostiamo l'azione efficiente come specifica e peculiare degli esseri umani di sesso maschile, e quella perficiente a quelli di sesso femminile. Dire che un tipo di azione è peculiare degli uomini o delle donne non significa precludere loro l'altro tipo di azione, quanto piuttosto riconoscere in quel tipo di azione una qualche caratteristica legata in maniera particolare al loro modo di essere. Molti potrebbero obiettare che storicamente gli uomini hanno operato in maniera efficiente e le donne in maniera perficiente perché condizionati da pregiudizi culturali e sociali, e che questa differenza non ha a che fare con differenze reali e profonde della matrice dei due generi. Per questo troviamo più re, condottieri e avventurieri tra gli uomini, mentre le donne sono sempre state relegate ad un ruolo oscuro e poco visibile nella storia.

²⁰ Più di uno dei prefazi della Santa Messa cattolica recita ancora oggi a proposito della passione di Cristo: "... morendo distrusse la morte ...".

²¹ Si tratta naturalmente di Mel Gibson, *The Passion of the Christ* (USA, 2004). Per una recensione a questo film, cfr. Fumagalli e Cotta Ramosino (2004).

Ma rivoltando l'obiezione potremmo chiederci: perché questi condizionamenti sono nati? Non c'è forse una differenza più profonda e conaturata che porta i due generi ad agire in modo diverso, e quindi a completarsi nell'azione comune?²² Di fatto, questi due generi diversi anche oggi caratterizzano fortemente i gusti di spettatori da una parte e spettatrici dall'altra.

Portando il nostro discorso alle estreme conseguenze, potremmo dire che le forme del racconto, analizzate secondo la natura dell'azione drammatica del protagonista e alle conseguenze di trasformazione che questa azione porta, possono essere categorizzate in due contenitori: il genere maschile e femminile, il primo efficiente, il secondo perficiente. E' perlomeno curioso che il termine genere sia usato sia per il cinema sia per definire il sesso degli esseri umani; esso viene dal greco *genos*, che significa stirpe, matrice. E del resto in molte categorizzazioni della realtà orientali tutto viene ricondotto a due generi fondamentali, a due categorie della realtà, una maschile e una femminile, una creativa e una ricettiva, metaforizzate spesso nel cielo come maschile e nella terra come femminile. Il cielo mobile, agente, efficiente; la terra ricettiva, apparentemente immobile, ma capace di generare profonde trasformazioni.

Se consideriamo le forme del racconto televisivo secondo questi due valori di base non si trova differenza alcuna con il cinema o la letteratura. Il problema è che questi due valori si declinano in variabili molteplici e variamente commiste nel cinema e nei libri, mentre in altri media come la televisione o la radio generano forme narrative meno varie. Ciò che abbiamo appena detto vale soprattutto per la grande maggioranza dei paesi europei (con, forse, limitate eccezioni nella Gran Bretagna) ed è dovuta al rapporto economico fra generi e pubblico di riferimento. Una serie televisiva grottesca o una black comedy in Italia non è mai stata realizzata, e così un dramma radiofonico action. Il motivo per cui non è mai esistita -e probabilmente per molti anni non esisterà- in Italia una black comedy è che si tratta di un genere di nicchia, che può essere anche molto intelligente e ben fatto, ma molto difficilmente raggiungerà quei 4 e più milioni di spettatori che sono il numero minimo da raggiungere con una fiction di prima serata a costi medio bassi (parliamo per es. dei seriali lunghi che in Italia vanno su Rai 2, e che costano significativamente meno

²² Fra i testi di riflessione sul ruolo sociale di uomini e donne e i condizionamenti di genere, si segnala per l'equilibrio antropologico Haaland Matlary (1999).

delle fiction principali). Queste dimensioni del mercato rendono impraticabile pensare, in Paesi come l'Italia, la Spagna, la Svizzera, la Francia, a prodotti di fiction targettizzati, cioè rivolti a fasce fortemente caratterizzate di pubblico. Una situazione opposta esiste negli Stati Uniti, dove la base di quasi 300 milioni di spettatori, e un'economia molto ricca, permettono a un prodotto di nicchia (che, per es., raggiunge 2 o 3 punti di rating), di arrivare a 5-8 milioni di persone e quindi a potersi sostenere economicamente²³. Questo favorisce la nascita e lo sviluppo di serie americane targettizzate: per giovani (*Beverly Hills, Dawson's Creek*), per giovani adulti (*Friends, Ally McBeal*), ecc. Queste serie, se funzionano, sono economicamente molto redditizie e possono essere vendute in tutto il mondo a prezzi che sono adattati alle capacità di spesa di ogni Paese. Nei Paesi europei, per es., vengono acquistate a prezzi ragionevoli: sono serie di culto, che raramente vengono programmate in prima serata (in Italia l'unico caso significativo è E.R.), e raggiungono quote di spettatori non altissime, ma il loro rapporto costi-benefici è vantaggioso per le reti.

La narrazione, quindi, nel momento in cui si sposa con un supporto che la veicola - un *medium* - ne assume le caratteristiche e ne sposa i limiti, ne accetta le leggi fisiche e di mercato, e questo condiziona profondamente la forma del narrare. Il racconto si adatta al medium, vi si plasma, ne fa proprie le specificità, e si modifica per sfruttarne le caratteristiche. Potremmo dire che il racconto è un organismo mutaforme fortemente adattabile.

La televisione in particolare ha caratteristiche molto marcate, e queste caratteristiche determinano un adattamento che in questo momento porta in Italia (e in modo diverso in quasi tutti i Paesi, eccezion fatta per gli Stati Uniti) ad una varietà di generi molto ristretta.²⁴

3. L'oggetto televisione

La TV è innanzitutto un oggetto, un elettrodomestico presente nella nostra casa. Questo stabilisce un rapporto con l'utente tendenzialmente irriflesso e demotivato, molto diverso dal rapporto che si stabilisce con il cinema, che è un luogo dove mi devo recare, e che presuppone una

²³ Infatti una black comedy televisiva esiste negli Stati Uniti: *Six Feet Under*, che è stata creata per il canale via cavo HBO.

²⁴ Sui diversi generi e formati della fiction televisiva, vedi anche Bettetini et al. (2004), dove si ritrovano alcune delle considerazioni presenti in questa *short communication*.

coscienza e una motivazione della scelta molto forti. Lo spettatore televisivo gestisce le modalità di visione, mentre lo spettatore cinematografico accetta e segue le modalità di visione che gli vengono imposte dal luogo cinema, che genera una ritualità simile a quella di un luogo di culto, dove i comportamenti sono stabiliti da un codice valido solo in quel luogo.

La televisione non mi obbliga fisicamente a pagare ogni volta che la accendo,²⁵ mentre il cinema me lo chiede; anche questo aumenta la coscienza e la motivazione della scelta cinematografica, mentre demotiva la scelta televisiva.

Come abbiamo detto, la TV si definisce come flusso, ed il suo funzionamento non è legato in maniera inequivocabile ad un messaggio, anzi, tende ormai stabilmente ad assumere valore e legittimità in sé.²⁶ In altre parole gran parte del pubblico televisivo sta lì, già pronto a vedere la TV in una determinata ora del giorno, secondo una abitudine domestica che non necessariamente ha a che fare con il programma che si vede. Si tende a vedere la televisione, non un programma alla televisione, giacché configurandosi la televisione come un flusso molteplice e contemporaneo di messaggi, essa slega inesorabilmente la propria fruizione dal singolo programma trasmesso. Anche il fatto che il giudizio più importante su un programma sia il valore dello share (percentuale sul pubblico che in quel momento sta vedendo la televisione) e non il rating (percentuale sul totale degli abitanti di un Paese) è indice del fatto che tutti pensano che il massimo a cui può aspirare un programma televisivo è rubare spettatori alla concorrenza e non convincere uno spettatore che avrebbe altro da fare a vedere la televisione.

²⁵ Almeno in Italia, dove il racconto TV è quasi esclusivo patrimonio delle reti generaliste, è così; e probabilmente lo sarà ancora per molto visto che difficilmente la TV satellitare riuscirà ad avere budget sufficienti per permettersi di produrre fiction.

²⁶ Facciamo due esempi: se io chiedo ad un mio studente che cosa ha fatto ieri sera, e se il mio studente è andato al cinema, è probabile che mi risponderà: "Ho visto il film X" o "Sono andato al cinema a vedere il film X". Se viceversa ha visto la TV è probabile che mi risponda "Ho visto la TV" o "Niente, ho visto la TV" - risposta affascinante e inquietante. Questo significa che la TV può essere percepita come valore in sé ... e tendenzialmente come valore zero, come quando si fissa il vuoto. Come altri esempi possono servire programmi come *Blob* (Rai Tre), il cui valore sta appunto nel definire il programma come flusso e non come scelta di contenuto; in questo senso *Blob* è il programma più televisivo possibile. Chi andrebbe al cinema a vedere *Blob*? Si pensi infine all'esistenza stessa di programmi contenitori come *Domenica in* (Rai Uno) o *Buona Domenica* (Canale 5), programmi pensati come un qualcosa che ha dentro tutto. Vedi anche le riflessioni di Gianfranco Bettetini (1987) sulla frantumazione del testo in televisione.

Il cinema viceversa è ancora legato al racconto che veicola: non si va al cinema, si va al cinema perché si è scelto di vedere *quel* film - anche se i multisala stanno lentamente cambiando questo valore, e in questo avvicinano il cinema alla TV. Anche in questo caso il cinema responsabilizza il racconto legando la fruizione del luogo cinema al racconto; in TV succede il contrario: molto spesso prima si accende la TV, poi si decide cosa vedere.

Inoltre la visione dell'oggetto TV è disturbante, giacché i nostri occhi vengono colpiti direttamente dai residui dell'energia elettromagnetica che è servita per la trasmissione del segnale al nostro apparecchio,²⁷ il cinema invece trasmette immagini per mezzo della luce su uno schermo bianco, lo fa su una superficie molto più grande dove i nostri occhi possono muoversi, e non rimanere fissi stancandosi come quando guardano la TV. Da questo concludiamo che la visione della TV è stancante, e che tende a distrarre l'occhio, a farlo andare da un'altra parte.

Da tutte queste osservazioni concludiamo che la TV modula la trasmissione in maniera tendenzialmente distraente, deresponsabilizzata, demotivata e distratta nei confronti del messaggio, la TV getta il racconto in strada come una madre snaturata, una matrigna che manda il figlio a lavorare all'età di sei anni; al contrario il cinema protegge, aiuta, costruendo un ambiente e condizioni di fruizione della narrazione motivate, protette e responsabili.

D'altro canto la TV dà alla narrazione una cosa che il cinema non dà: la diffusione. Un dato su tutti: il più grande successo cinematografico della scorsa stagione 2002-2003, un risultato straordinario per il mercato cinematografico italiano, *Vacanze sul Nilo* (diretto da Neri Parenti), è stato visto da poco più di cinque milioni di persone; un numero di persone paragonabile ad un *prime time* mediocre di Rai Uno.²⁸

La televisione ripaga la non protezione con la diffusione.

²⁷ Per questo dopo alcune ore davanti alla TV ci viene naturale ed istintivo il riflesso di chiudere e strizzare gli occhi: i nostri organi visivi sono affaticati. Del resto basta avvicinare una mano ad una televisione accesa da qualche ora per sentire l'energia elettrostatica che si sprigiona dallo schermo.

²⁸ Il più grande successo di fiction degli ultimi anni, la miniserie *Papa Giovanni* (dir. G. Capitani, Lux Vide / Rai Uno, 2002), è stato visto da 15 milioni di italiani, una cifra che al cinema nessun Roberto Benigni, Aldo Giovanni e Giacomo, o Pieraccioni è mai riuscito lontanamente ad avvicinare. Solo la trasmissione televisiva del film *La vita è bella*, (R. Benigni, Italia, 1997), ha toccato queste cifre. E' invece rarissimo che un film anche di grandissimo successo superi i dieci milioni di spettatori in televisione.

Come si adatta il racconto al medium TV così definito? Reagisce in maniera insospettabilmente vitale. Visto che la TV non lo protegge, e non garantisce attenzione e motivazione, cerca di generare una potenza persuasoria da sé, facendo scaturire dal meccanismo del racconto energie retoriche che riescano a colmare l'handicap di attenzione e motivazione che la TV dà al racconto in cambio della diffusione.

Se quindi in un racconto cinematografico o in un libro la retorica intrinseca di ogni narrazione, la capacità del racconto di generare interesse verso di sé, è tutta riversata nel racconto stesso, e tutta al suo servizio, nella TV questa retorica esce dal racconto per tenere costantemente attaccato al racconto lo spettatore.

In altre parole il racconto, se viene veicolato da media protettivi riversa su di sé tutte le proprie energie, se deve preoccuparsi di garantirsi minuto dopo minuto un'audience storna in questa direzione molte delle proprie energie, e questo porta sistematicamente ad una minore varietà di espedienti e forme narrative. Facendo degli esempi questo delicato passaggio risulterà più chiaro.

L'effetto della sorpresa è uno dei procedimenti retorici di cui il racconto si serve, la sorpresa può essere ottenuta mediante molte strategie narrative diverse: nel film *Memento* (Ch. Nolan, USA, 2000), ad esempio, noi comprendiamo il senso della storia solamente alla fine; per tutta la durata del racconto abbiamo visto ed immagazzinato sequenze senza essere ben sicuri che significato avessero, se fossero attendibili oppure no, quale fosse la loro sequenza. Il comprenderlo solamente alla fine ci porta ad una completa risemantizzazione degli eventi visti e ad un forte shock emozionale: comprendiamo il senso di tutte le parti in un momento - quando il protagonista ricorda - invece che passo passo durante la narrazione, e in questo modo l'emozione è fortissima e coinvolgente, giacché l'epifania così gestita permette un'esperienza di conoscenza fortissima ed emozionante. Il prezzo da pagare per una tale emozione è una indubbia fatica a seguire la narrazione prima del disvelamento finale. Siamo costretti infatti a seguire tutto il film, e ad immagazzinare e memorizzare gli eventi senza ben capire il senso di cosa stiamo vedendo, e questo è estremamente faticoso.²⁹

²⁹ Basti pensare alla fatica che ci costa memorizzare delle nozioni puramente mnemoniche per un esame, e quanta minore fatica ci costi memorizzare nozioni tra cui riusciamo a cogliere nessi logici.

Questa strategia narrativa è possibile al cinema, giacché il medium protegge il racconto: se non capiamo tutto subito continueremo a seguire il film, ci sforzeremo, avremo pazienza in attesa di capire, perché siamo motivati, perché alzarsi a metà film è sconveniente, perché abbiamo deciso di investire in quel film una serata e qualche soldo, e terremo duro.

In TV se non capiamo cambiamo canale, senza aspettare, senza investire, e quindi una serie molto vasta di strutture narrative ci sono precluse in partenza dalla natura del medium.

Non solo in TV dobbiamo evitare sospensioni di comprensione, ma al contrario dobbiamo garantire sin da subito e costantemente il coinvolgimento emotivo: ci sono film che cominciano a coinvolgerci tardi, che iniziano lentamente, che possono risultare faticosi e noiosi salvo poi scatenare energie emozionali più in là nel tempo - si pensi ad autori come Tarkovskij, o più recentemente Jim Jarmusch. Anche questo in TV è precluso: non solo devo capire tutto, ma devo coinvolgermi subito e rimanere costantemente coinvolto, e questo fa in modo che le opzioni, le possibili forme del racconto diminuiscano vertiginosamente. Questo vale quanto più il racconto vuole essere "generalista", cioè rivolto a una grande quantità di pubblico. Se invece posso pensare a un pubblico targettizzato (vedi le serie americane) sarà permessa una maggiore varietà.³⁰ Bisogna però aggiungere che questa varietà è soprattutto di superficie, perché le strutture profonde (linee oppostive dei personaggi, linee evolutive, intreccio delle story lines, esistenza di punti d'avvio della storia, esistenza di strutture ricorsive di puntata) sono molto più costanti e forti di quello che non appaia allo spettatore ingenuo. La perizia degli ideatori è proprio quella di costruire novità e varietà di superficie su strutture drammaturgiche profonde che rimangono forti e costanti.

Per questo il melodramma è il genere più usato nella TV generalista, che è quella di quasi tutti i Paesi europei: garantisce comprensibilità e coinvolgimento immediato e costante. Per questo si usano i medici: si devono confrontare costantemente con il dolore e la morte, e questo porta immediatamente risorse di coinvolgimento emotivo. Lo stesso discorso si può fare per i preti o i carabinieri; per motivi molto diversi attivano immediatamente energie emotive e di affezione nello spettatore, lo legano al racconto in maniera immediata e fedele, e colmano in maniera semplice ed immediata il gap che la televisione consegna in dote ad ogni

³⁰ Una interessante tipologizzazione, molto originale perché si basa sulle strutture profonde dei personaggi, delle serie televisive americane si trova in Braga (2003).

racconto in cambio della diffusione. In più tutte queste categorie di personaggi hanno a che fare con “casi” interessanti che possono permettere variazioni di puntata con alta posta in gioco (la salute, la vita). Di altre professioni non si può dire altrettanto.

Naturalmente la situazione sopra descritta non è immutabile; il racconto è un sistema variabile, giacché è specchio dell'uomo che lo scrive e lo legge e del mondo in cui vive, e sia l'uomo che il mondo almeno in alcuni aspetti immancabilmente si evolvono. Basta del resto confrontare la varietà televisiva italiana con quella statunitense o tedesca per realizzare che la televisione non comporta necessariamente e ineluttabilmente ripetitività.³¹

Anzi, i generi televisivi sono destinati necessariamente a moltiplicarsi, includendo progressivamente generi che per ora in Italia sono relegati al cinema o nella narrativa su libro. Questo avverrà quanto più la fiction occuperà spazio nelle televisioni a pagamento, stabilendo un rapporto di pagamento quasi cinematografico con la fruizione del racconto; ma indipendentemente da ciò avverrà per la naturale evoluzione del mezzo.

Infatti la regola fondamentale che regge la retorica è la regola della novità, e per contrario dell'usura: qualunque espediente retorico, più viene ripetuto più perde efficacia, perché nulla colpisce l'attenzione come qualcosa di nuovo. Il racconto televisivo si è già avviato in Italia verso una fase in cui i modelli narrativi degli ultimi dieci anni stanno perdendo efficacia, perché quantunque semplici e coinvolgenti sono stati ripetuti così tante volte che cominciano a non funzionare. Per paradosso quindi, proprio per continuare a tener legato il pubblico al racconto, bisognerà muoversi, con cauta e progressiva lentezza, verso forme nuove. La TV non accetta rivoluzioni, ma lente riforme, e sicuramente la televisione, per le stesse leggi che la regolano, si troverà costretta a rinnovarsi e a variare, con prudenza e gradualità, ma con un processo inesorabile.

³¹ Per notizie sulle fiction italiane ed europee, vedi i resoconti annuali Eurofiction (Buonanno 1997/2003), e Buonanno (2002).

Bibliografia

- ABBA, GIUSEPPE (1996). *Quale impostazione per la filosofia morale?* Roma: LAS (Ricerche di filosofia morale 1).
- ALTMAN, RICK (1999). *Film/Genre*, London: British Film Institute.
- BETTETINI, GIANFRANCO (1983). *La conversazione audiovisiva*. Milano: Bompiani.
- BETTETINI, GIANFRANCO (1987). *Il segno dell'informatica*, Milano: Bompiani.
- BETTETINI, GIANFRANCO; BRAGA, PAOLO & FUMAGALLI, ARMANDO (eds.) (2004). *Le logiche della televisione*, Milano: Franco Angeli.
- BETTETINI, GIANFRANCO & FUMAGALLI, ARMANDO (1998). *Quel che resta dei media. Idee per un'etica della comunicazione*, Milano: Franco Angeli.
- BRAGA, PAOLO (2003). *Dal personaggio allo spettatore. Il coinvolgimento nel cinema e nella serialità televisiva americana*, Milano: Franco Angeli.
- BUONANNO, MILLY (ed.) (1997/2003). *Eurofiction. Television Fiction in Europe*, Strasbourg: European Audiovisual Observatory & Firenze: Fondazione Hypercampo (tr. it. *Eurofiction. Rapporti annuali sulla fiction televisiva in Europa*, Roma: RAI ERI 1997/2003).
- BUONANNO, MILLY (2002). *Le formule del racconto televisivo*, Milano: Sansoni.
- CASETTI, FRANCESCO & VILLA, FEDERICA (eds.) (1992). *La storia comune. Funzioni, forma e generi della fiction televisiva*, Torino: RAI ERI.
- CRANE, RONALD S. (ed.) (1952). *Critics and Criticism. Ancient and Modern*, Chicago: The University of Chicago Press.
- ECO, UMBERTO (1994). *Six Walks in the Fictional Woods*, Cambridge (Mass.): Harvard University Press (tr. it. *Sei passeggiate nei boschi narrativi*, Milano: Bompiani 1994).
- FUMAGALLI, ARMANDO (2003). *Uno schermo apparente. Kos CCXIX: 60-64*.
- FUMAGALLI, ARMANDO (2004). *I vestiti nuovi del narratore. L'adattamento da letteratura a cinema*, Milano: Il Castoro.
- FUMAGALLI, ARMANDO & COTTA RAMOSINO, LUISA (2004). *Scegliere un film 2004*, Milano: Ares.
- HAALAND MATLARY, JANNE (1999). *Il tempo della fioritura. Per un nuovo femminismo*, Milano: Mondadori.
- HOWARD, DAVID & MABLEY, EDWARD (1993). *The Tools of Screenwriting*, New York: St. Martin's Press (tr. it. *Gli strumenti dello sceneggiatore*, Roma: Dino Audino 1999).
- MACINTYRE, ALASDAIR (1984). *After Virtue. A Study in Moral Theory*, Indiana: University of Notre Dame Press (tr. it. *Dopo la virtù. Saggio di teoria morale*, Milano: Feltrinelli 1988).
- McKEE, ROBERT (1997). *Story. Substance, Structure, Style, and the Principles of Screenwriting*, New York: HarperCollins (tr. it. *Story*, Roma: International Forum 2001).
- ONG, WALTER J. (1982). *Orality and Literacy. The Technologizing of the Word*, London e New York: Methuen (tr. it. *Oralità e scrittura. Le tecnologie della parola*, Bologna: Il Mulino 1986).
- SAMEK LODOVICI, GIACOMO (2002). *La felicità del bene*. Milano: Vita e pensiero.
- TARKOVSKIJ, ANDREJ (1988). *Scolpire il tempo*, Milano: Ubulibri.

- TAYLOR, CHARLES (1985). *Language and Human Nature*. In: *Idem, Human Agency and Language*, Cambridge: Cambridge University Press, *Philosophical Papers 1*: 222-224.
- TAYLOR, CHARLES (1989). *Sources of the Self. The Making of Modern Identity*, Cambridge (Mass.): Harvard University Press (tr. it. *Radici dell'io. La costruzione dell'identità moderna*, Milano: Feltrinelli 1993).
- VOGLER, CHRISTOPHER (1992). *The Writer's Journey*, Studio City: Michael Wiese Prod. (tr. it. *Il viaggio dell'eroe. La struttura del mito ad uso degli scrittori di narrativa e di cinema*. Roma: Dino Audino 1998).

