

Ecco i maghi della scrittura che rendono le fiction arte

Negli Stati Uniti li chiamano «showrunner» e sono molto più che registi o sceneggiatori

Matteo Sacchi

Le serie televisive si sono ritagliate negli ultimi dieci anni uno spazio nuovo nell'immaginario collettivo e nell'intrattenimento. Se una volta a far sognare era sempre il cinema, ora ci sono serie che per impatto culturale, e anche per qualità di realizzazione, si possono considerare davvero «hollywoodiane». Anche perché quando una fiction azzecca le trame e i temi ha a disposizione, per svilupparli, tempi che i film non possono permettersi. Per dirla con Bernardo Bertolucci: «Le serie che vedo sono più belle di quasi tutti i film hollywoodiani... trovo nella fiction quello che non vedo più al cinema».

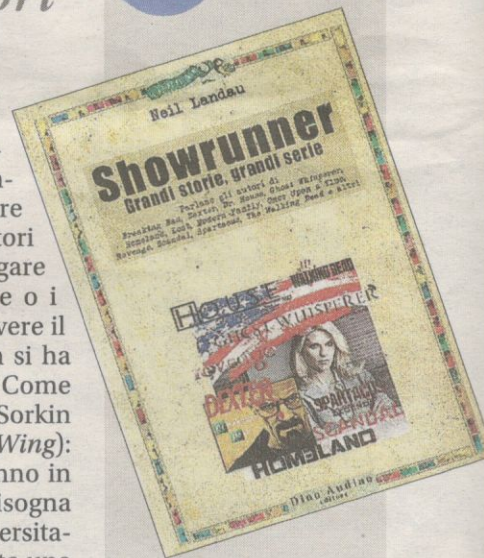
Ma per gestire queste enormi possibilità, per creare intrecci capaci di evolversi per anni serve un tipo particolare di «autore». Non si tratta di un semplice regista o di uno sceneggiatore, ma di qualcuno capace di coordinare il lavoro di decine di professionisti che devono cooperare per anni e adattare il prodotto alle esigenze del network che lo trasmette. Negli Usa, per questo ruolo, hanno coniato una parola apposita, «showrunner» che rende bene l'idea. E a questo lavoro particolare, in cui capacità manageriale e creatività devono andare a braccetto, Neil Landau ha dedicato un libro da poco arrivato anche in Italia (seppure un po' accorciato rispetto alla versione statunitense): *Showrunner. Grandi storie, grandi serie* (Dino Audino editore, pagg. 224, euro 19). Landau conosce bene il settore e il mestiere, è stato il cervello di una serie storica come *Melrose Place*. E per realiz-

zare questa sorta di guida-manuale ha intervistato i creatori di fiction a stelle e strisce più famosi: Shonda Rhimes (*Scandal* e *Grey's Anatomy*), Vince Gilligan (*Breaking Bad*), Glen Mazzara (*The Walking Dead*) e tanti altri.

Ne esce un ritratto a tutto tondo dello showrunner, che è sempre un creativo e uno scrittore. E che, nel pensare un plot da proporre, visto che sopra vi dovrebbero venir investiti milioni di dollari, non si limita a fabbricare una bella storia. Lo spiegano bene Kim Moses e Ian Sander, i creatori di *Ghost Whispers*. «Ogni dirigente di network va in giro a sentire dalle trecento alle cinquecento nuove idee. Da queste trecento-cinquecento idee (e vengono da gente vera... da John Wells, da J.J. Abrams, da avvocati, da agenti) ordinano tra le cinquanta e le settanta-cinque sceneggiature. Di queste mandano in produzione dai dieci ai dodici episodi pilota. Di questi ne verranno acquistati tre o quattro». Che fare per finire in cima alla pila delle sceneggiature e quindi farsi produrre? Moses e Sander partono così: «Dobbiamo avere un sistema per monitorare la realtà che possa guidare la creatività. Per questo all'inizio dello sviluppo di ogni stagione, creiamo circa duecento pagine di quello che chiamiamo il "documento del punto di vista". Si tratta di un'analisi del mondo dell'ultimo anno: l'economia, la cultura, come le persone si relazionano...». È da questo tipo di analisi che nasce qualsiasi idea per le loro serie, anche se poi il plot parla di fantasmi. E fa capire bene quale livello di studio sia richiesto per azzeccare la trama giusta.

Ma è solo l'inizio, la serie va gestita e deve poter crescere puntata dopo puntata. Gli showrunner devono coordinare squadre di sceneggiatori che poi si ritrovano a litigare con i dirigenti della rete o i registi. E spesso per scrivere il plot di una puntata non si ha più di una settimana. Come spiega nel libro Aaron Sorkin (*The Newsroom* e *West Wing*): «Si tratta di un intero anno in cui ogni settimana bisogna consegnare una tesi universitaria». E dopo aver prodotto una buona puntata, subito sotto con un'altra, per guadagnarsi la fortuna di non vedersi chiudere la serie. Matthew Weiner di *Mad Men* sintetizza così: «È come vincere a un concorso di mangiatori di torte e il premio è un'altra torta».

Insomma, lo showrunner deve dominare un prodotto fluido e potenzialmente di lunga durata. Gode di enormi «super poteri», soprattutto se ha azzeccato le serie giuste, come J.J. Abrams o Shonda Rhimes. Per la prima volta dalla nascita del cinema, e della televisione, al centro della narrazione per immagini non c'è più un regista, e nemmeno un semplice sceneggiatore, ma qualcuno che svolge un ruolo di maggiore portata e durata. È proprio questa la rivoluzione generata dalle serie. Rappresentano un nuovo tipo di narrazione dove la letteratura e le immagini si fondono in maniera inedita, come suggerisce Dino Audino nella postfazione del volume di Landau. Durerà? Probabilmente sì. E la rivoluzione dagli Usa si allargherà sempre più agli altri Paesi. Dove le serie vanno già forte ma non si è ancora arrivati alla professionalizzazione degli showrunner.



Per saperne di più

Per capire come le serie televisive si siano trasformate da prodotti di intrattenimento, con trame molto stereotipate, a narrazioni complesse, con trame che possono competere con quelle dei film, risulta utile il saggio di Neil Landau appena pubblicato dalla Dino Audino editore: *Showrunner. Grandi storie, grandi serie* (pagg. 223, euro 19, con una postfazione di Dino Audino). Landau, che ha realizzato numerose fiction, ha intervistato alcuni dei suoi colleghi più famosi, come Shonda Rhimes, per rendere visibile al lettore il magmatico mondo di autori, registi e sceneggiatori da cui vengono «eruttati» prodotti come *Homeland* o *Lost*.