Centro Internazionale
di Semiotica e di Linguistica

RIV SEM DOCNT
1995

Documenti di Lavoro

e pre-pubblicazioni

Gianfranco Bettetini, Mary Ellen Brown,
Lucrecia Escudero Chauvet, Roman Gubern

Il teleromanzo: analisi semiotiche

Università di Urbino
Italia

246-247-248
settembre-ottobre-novembre 1995

serie **F**

Il teleromanzo: analisi semiotiche

documento di lavoro *

Chiquito y Paquito, la parodia della telenovela in «Avanzi»

1 - Nell'ambito della produzione televisiva degli anni Ottanta e Novanta, come è noto, si incontrano, con una certa frequenza, forme autoparodiche, ovvero parodie di testi, generi, personaggi esclusivamente appartenenti all'universo televisivo. Ma tra tutti gli «oggetti televisivi», divenuti rapidamente bersaglio del dileggio, più o meno affettuoso, da parte dei molti comici impegnati a esercitare – sulle varie reti – la loro arte, la telenovela occupa sicuramente un posto privilegiato, sia per la quantità delle operazioni, sia per la vicinanza temporale tra la comparsa del modello e la nascita della sua versione scherzosa. Il motivo di questo privilegio accordato alla telenovela è piuttosto evidente ed è connesso ad alcuni caratteri strutturali del genere e alla sua collocazione culturale.
Quando le telenovelas sono apparse per la prima volta sui teleschermi italiani ed europei – all'inizio degli anni Ottanta – sono subito apparse come un genere singolare.
In primo luogo in quanto oggetti di provenienza «esotica», acquistati da mercati televisivi (Brasile, Messico) decisamente inconsueti per un sistema televisivo come quello italiano, abituato a una *fiction* pro-

* I quattro testi, riuniti sotto questo titolo, sono stati letti nel quadro del convegno «La forma del teleromanzo: gli anni '90», organizzato dal Centro Internazionale di Semiotica e di Linguistica e coordinato da Eliseo Verón e da Lucrecia Escudero Chauvet (Urbino, 18-20 luglio 1994).

dotta in casa oppure acquistata esclusivamente sul mercato statunitense, in nome di una sua riconosciuta supremazia in alcune formule narrative. In secondo luogo, perché a promuovere e a diffondere questi oggetti inconsueti erano proprio quelle nuove reti televisive, cosiddette libere o private, che legittimavano la loro esistenza in base all'esigenza di rinnovare, di ammodernare la produzione e il consumo televisivo, di aggiornarlo in base ai modelli commerciali già affermati negli Usa. Una televisione all'americana, più ricca, più veloce, più piacevole, più moderna rispetto all'impianto ancora pedagogizzante tipico della Rai era quella che le private promettevano ai loro sempre più numerosi utenti. Ma proprio in questa televisione tutta lustrini e novità apparivano, di tanto in tanto, ma in maniera sempre più massiccia e con crescente successo, dei prodotti con caratteri completamente opposti rispetto a quelli che le nuove reti pretendevano di attribuirsi: le telenovelas appunto. Prodotti che denunciavano anche a prima vista una dimensione assolutamente obsoleta, non solo in netto contrasto con la novità televisiva, ma addirittura estranei a un universo moderno, quale la televisione aveva da sempre rappresentato, prodotti che sembravano arrivare direttamente da un mondo pretelevisivo fortemente segnato dall'oralità del racconto, prodotti di grande semplicità e precarietà narrativa, vicina a esperienze del passato remoto – come le formule d'appendice – o prossime, nel migliore dei casi, ad alcune esperienze paleotelevisive – come il primo sceneggiato «popolare».
Una stravaganza, un risultato in netto contrasto con le tendenze generali, quale – si disse – tempi particolarmente confusi possono a volte produrre. Un fenomeno destinato, naturalmente, per queste caratteristiche, a far sorridere di sé, a farsi prendere bonariamente in giro, come indica il destino del nome stesso «telenovela», subito utilizzato in un'accezione ironica più che in quella letterale per indicare una storia interminabile, un po' stucchevole, poco credibile: «la telenovela di Maradona», per esempio.
Insomma, a partire dal nome, la vita della telenovela è sempre stata accompagnata, fin dalla nascita, dalla presenza di un suo doppio parodico.
2 – Nella televisione italiana esso si manifesta, per la prima volta, all'interno del *Drive in* in Italia 1 nel 1983. Si intitola «Una brutta fazenda» ed è costituita da uno sketch filmato nella tradizione del varietà televisivo nazionale, denso di rimandi alla commedia all'italiana, ma con qualche accenno alla telenovela: da un lato, l'allusione al mondo sudamericano presente nel titolo e ripreso da personaggi e ambienti, situazioni paradossali che rispecchiano un po' le iperboli

narrative del genere; dall'altro, il contrasto nei ritmi che, nella parodia, oppongono alla lentezza delle telenovela un'accelerazione da comica del cinema muto. La telenovela resta poco più che un pretesto, ben presente comunque.
Qualche anno dopo tocca invece a un programma dell'emittente pubblica fare il verso alla telenovela, che nel frattempo si è rivelata un fenomeno tutt'altro che passeggero. Lungi dall'esaurirsi in una o due stagioni, come qualcuno pensava, è diventato uno dei generi forti dell'universo neotelevisivo occupando fasce sempre più ampie e caratterizzando addirittura, con la sua presenza, alcune emittenti: Rete A, Retequattro.
Il programma in questione è la parodia de *I promessi sposi* orchestrata dal trio Marchesini, Lopez, Solenghi nel 1990. In questa – in alcuni punti molto discutibile – operazione l'attenzione degli autori si concentra solo in parte sul testo manzoniano; la maggior parte dei bersagli della parodia è costituita da oggetti neotelevisivi: l'informazione, la pubblicità e, ovviamente, la telenovela. Di quest'ultima vengono messi comicamente in luce aspetti quali i meccanismi dell'iterazione ossessiva, qui rappresentata dal saluto che la protagonista ripete a ogni sua apparizione, oppure la povertà di mezzi realizzativi che diventa – nella parodia – la sgangheratezza del set sul quale appaiono continuamente i microfoni che dovrebbero essere nascosti o tenuti fuori campo.
Rispetto a queste letture parodistiche precedenti, però, quella condotta in *Avanzi*, rappresenta un deciso approfondimento. Ora oggetto di attenzione non sono più gli elementi più vistosi o l'esteriorità produttiva, ma i veri e propri dati strutturali che vengono messi in rilievo e ribaltati.
3 – In *Avanzi* incontriamo la più recente parodia della Telenovela messa in onda dalla televisione italiana: *Chiquito y Paquito*.
Questa rappresentazione della «scena clou di una telenovela senza inizio né fine (un altro autogol di Rai Tre)», come la definiscono gli autori, ha costituito un appuntamento fisso di quasi tutta l'edizione 1992-1993 della trasmissione.
In onda alle 21.30 su Rai Tre, per il terzo anno consecutivo (la prima edizione è del 1991) *Avanzi* è una trasmissione di evidente impronta satirica, marcata anche dal riferimento intertestuale – costantemente ed enfaticamente sottolineato – alla trasmisssione *La tv delle ragazze*, andata in onda nel 1988 e trasformata nel tempo in una sorta di «marchio di fabbrica» a garanzia della continuità di autori (Valentina Amurri, Linda Brunetta e Serena Dandini) e di spirito rispetto a quel primo successo televisivo.

La struttura della trasmissione, costante in tutte le edizioni, è quella di una composizione di interventi dei diversi attori dedicati ciascuno a uno dei territori su cui si esercita la satira (spettacolo, politica, società ecc.) collocati ciascuno in uno spazio differente e costante (interno o esterno allo studio) e intervallati dagli interventi di collegamento della conduttrice Serena Dandini.
Accanto agli interventi la cui origine autoriale si può far risalire direttamente al gruppo della *Tv delle ragazze*, vi sono interventi «ospitati» di altri autori, in genere piccole produzioni indipendenti, come sottolineano gli autori della trasmissione in *L'inevitabile libro di Avanzi* edito da Mondadori nel 1993. Si tratta della «pubblicità» del gruppo Broncovitz, di *Cinico Tv* di Daniele Ciprì e Franco Maresco e di *Ai confini della decenza* prodotta da BDO, interventi che non presentano, comunque, alcun carattere di autonomia rispetto alla «linea editoriale» della trasmissione.
Nell'edizione del 1992-1993, la parodia della telenovela si inserisce nella trasmissione proprio secondo questa formula, che potrebbe essere riassunta nell'espressione «La *Tv delle ragazze* presenta *Avanzi* che presenta *Chiquito y Paquito*».

Primo esempio: *la Rai presenta*. Il segmento scelto è la prima parte della sigla iniziale della trasmissione in cui viene messo in evidenza il gioco di rimandi tra diversi soggetti ospitanti e ospitati che è alle spalle della trasmissione.
Gli autori-attori Adolfo Margiotta e Massimo Olcese, quindi, mettono in scena una parodia della Telenovela inserita in un contesto che orienta già fortemente l'atteggiamento ricettivo dello spettatore verso un particolare tipo di interpretazione non solo in senso parodico, ma anche nel senso di un particolare tipo di parodia di cui metteremo in evidenza i caratteri nel corso dell'analisi.
4 – *Chiquito y Paquito* si articola in quindici puntate (tutte quelle della terza serie di *Avanzi* tranne la prima), che ripetono una struttura sempre uguale a se stessa: i due attori sono in scena in un interno sempre uguale e conducono un dialogo costellato di agnizioni, rivelazioni e frasi costanti che ne costituiscono la punteggiatura e ne determinano la riconoscibilità («Ciao Paco, ciao Chico», all'inizio, Non mi fido di te» a metà puntata, «Lo fosti», accompagnato da uno schiaffo da Chico a Paco, alla fine). Ciascuna puntata è poi suddivisa in sottopuntate che si chiudono e si aprono interrompendo il discorso dopo un'agnizione o una rivelazione, ma senza definire una vera e propria soluzione di continuità nella «macrostruttura» della puntata stessa. Infatti, la telecamera rimane fissa sui personaggi che

guardano in macchina interrompendo per un poco il discorso, sostituito da una musica distorta accompagnata da una scritta sovrimpressa, che occupa la parte bassa dello schermo e indica il numero (raramente inferiore al 200) della puntata conclusa e quello della puntata che inizia.

Secondo esempio: *la punteggiatura*. L'esempio è costituito dal montaggio di tre segmenti di una puntata che si ripetono pressoché identici in tutte le puntate della telenovela a costituirne, appunto, una sorta di punteggiatura. Alcuni di questi segmenti si collocano alla fine di una sottopuntata e pertanto l'esempio mostra anche la dinamica del passaggio tra una puntata e l'altra.

5 – All'interno di ogni singola puntata si riscontrano tre percorsi di trasformazione del genere telenovela in forma parodica.

Innanzitutto, la conferma di alcuni fatti caratteristici del genere per garantirne la riconoscibilità. In secondo luogo, vengono sistematicamente sottratti alcuni elementi presenti nella versione «seria» della telenovela, la cui scomparsa ne lascia emergere lo «scheletro».

Messa così a nudo e privata degli elementi di contorno che conferiscono verosimiglianza, coesione e tensione al testo, la struttura narrativa della telenovela si rivela nella sua intrinseca assurdità, generando un effetto comico.

Infine, come in tutte le parodie, è presente l'esasperazione di alcuni tratti caratteristici del genere.

Questi tre processi si concentrano su due oggetti che possiamo in sede di analisi distinguere nel linguaggio, da una parte, e nei contenuti dall'altra. A livello di linguaggio, cioè degli elementi della messa in scena e delle scelte enunciative, non sono poche le conferme che *Chiquito y Paquito* rivela rispetto al modello originario. Infatti, lo spettatore riconosce immediatamente, anche in questo testo parodistico, il genere della telenovela grazie alla tecnica di ripresa: come nell'autentica telenovela, inquadrature molto lunghe realizzate con la telecamera fissa si alternano a primi e primissimi piani, a campi medi di ambienti di assoluta povertà scenografica.

Inoltre, teatro della vicenda di *Chiquito y Paquito* è sempre lo stesso ambiente domestico un po' anonimo, che lo spettatore ha già visto come luogo deputato di molte altre situazioni di telenovelas «reali».

Peraltro, questa povertà scenografica è consona alle scelte enunciative di un genere in cui l'immagine ha scarsissimo rilievo informativo, mentre i dati essenziali e determinanti vengono forniti dalla parola e la stessa azione drammatica più che rappresentata diretta-

mente viene narrata dai vari personaggi, così come fanno Chiquito e Paquito.
Anche la scansione narrativa della telenovela di Avanzi rispecchia fedelmente quella dei testi «seri» del genere: la prima puntata è densa di informazioni sui personaggi, l'ambiente, la loro condizione e i loro rapporti. Poi, nelle puntate successive emergono rarissimi elementi di novità, mentre si rafforza il gioco dell'iterazione e la conferma dei dati già definiti.

Terzo esempio: *linguaggio-conferme*. L'esempio è costituito da una porzione di puntata (è una delle prime) in cui sono evidenti gli elementi del linguaggio della telenovela che vengono sostanzialmente confermati nella sua parodia. L'alternarsi di campi lunghi e di inquadrature più ravvicinate. La povertà scenografica. La rilevanza della parola e la narrazione più che rappresentazione dell'azione drammatica. La densità informativa (che non sarà più propria delle puntate finali).

6 – Se dunque, rispetto alle parodie del passato, che erano molto più vaghe nei riferimenti, la parodia di *Chiquito y Paquito* presenta una serie molto più ricca di conferme, che inducono anche lo spettatore meno accorto a iscrivere il testo nel genere telenovelistico, non mancano ovviamente le sottrazioni di elementi determinanti che rivelano apertamente e immediatamente l'intento parodistico dell'operazione. Restando per ora sul versante dell'enunciazione queste sottrazioni coinvolgono la musica, il décor, i personaggi di contorno, il monologo interiore, la presenza femminile. Nella telenovela «seria» la musica svolge un'importante funzione di coinvolgimento emotivo e di sottolineatura degli eventi salienti, rappresentando in un genere povero di strumenti espressivi un'essenziale fonte di informazioni e di coerenza narrativa. L'assenza della musica, ridotta solo all'indicazione del passaggio da una sottopuntata all'altra, in *Chiquito y Paquito*, crea un «vuoto» che non può passare inosservato e rivela la precarietà dell'impianto.
La stessa dinamica si manifesta a livello di décor: come si è detto prima, la scenografia non si discosta troppo da quella delle vere telenovelas; occorre però aggiungere che nel caso di *Chiquito y Paquito* viene sottratto quel poco di arredo che nella telenovela tradizionale crea la finta ricchezza dell'ambiente, svelando la velleitarietà del tentativo di adeguamento agli standard cui il pubblico è abituato dai telefilm americani.
La più evidente e clamorosa delle sottrazioni riguarda però i personaggi.

Chiquito e Paquito, infatti, agiscono sulla scena in assoluta e costante solitudine. Gli elementi che sembrano presupporre altre presenze – ad esempio, il momento in cui Chiquito è impegnato in giochi che solitamente implicano la partecipazione di più persone – si rivelano illusori e, anzi, finiscono per sottolineare un'esclusività di rapporto tra attore e spettatore, come alla fine rivelano apertamente lo sguardo in macchina e il saluto di Chiquito rivolti direttamente al pubblico, quasi fosse stato questo – per tutte le puntate – il suo vero compagno di giochi.
Questa insistita solitudine contrasta con la folla di personaggi di cui si parla nel dialogo tra i due. Personaggi cui è impedita a priori la partecipazione alle vicende, sia per il fatto che vengono sempre e soltanto nominati, sia perché i loro nomi denotano l'appartenenza a un mondo estraneo a quello della telenovela.
Infine, in maniera clamorosa, si rivela inesistente la presenza di personaggi femminili che, invece, nelle versioni «serie» della telenovela occupano ruoli di assoluti protagonisti, come si può dedurre dagli stessi titoli delle opere (Mariana, Micaela, La schiava Isaura, Celeste).

Quarto esempio: *linguaggio-sottrazioni*. L'esempio è costituito dal montaggio di tre sequenze: una sequenza iniziale di gioco solitario di Chiquito che mette in evidenza l'assenza di altri personaggi di solito previsti dal gioco; sequenza in cui Chiquito saluta il pubblico prima di andare ad aprire la porta, a suggerire (in una delle ultime puntate) che è come se fosse stato il pubblico – per tutte le puntate – il suo vero compagno di giochi; sequenza in cui il racconto degli eventi comprende un numero particolarmente elevato di nomi.
A questo proposito, si può avanzare l'ipotesi che da un lato il coinvolgimento emotivo determinato nella telenovela dalla musica, dalla presenza di personaggi con cui sia possibile un'identificazione in quanto caratterizzati come persone comuni, soprattutto nel look e nella tipologia di abitazione e di ambiente, e dalla loro caratterizzazione psicologica spesso affidata al monologo interiore, sia sostituito dal rapporto di complicità con lo spettatore istituito da tutta la trasmissione. Questo rapporto di complicità viene rafforzato all'interno della parodia dalle molte citazioni di personaggi realmente esistenti, ad esempio atleti (lo sciatore Stangassingher, il calciatore Bebeto ecc.), che vengono proiettati all'interno del mondo fantastico costruito attraverso i racconti di Chiquito e Paquito senza alcuna indicazione relativa alla loro reale esistenza e alla loro professione. Il riconoscimento della vera identità di questi personaggi, quindi, è affidato

all'eventuale congruenza dell'enciclopedia di riferimento di spettatore e autori del testo.
Dall'altro lato, che l'eliminazione degli strumenti di coinvolgimento emotivo e dei tratti che consentono l'identificazione contribuiscano al disvelamento della struttura della stessa telenovela e quindi delle sue caratteristiche di assurdità e di intrinseca comicità.
Questa serie di conferme e di significative sottrazioni introduce in *Chiquito y Paquito* un'atmosfera che è molto lontana dal genere di cui si fa la parodia e che si accosta, per certi versi, a una forma di rappresentazione molto più impegnativa, quale è il teatro cosiddetto dell'assurdo, con alcune allusioni, più o meno velate, a uno dei suoi testi più celebri: «Aspettando Godot».
7 – Infine, accanto e in contrapposizione alle sottrazioni appena analizzate, si scoprono rimaneggiamenti dei tratti linguistici della telenovela, che vanno nella direzione dell'esasperazione. Questi riguardano in primo luogo il numero delle puntate che, già superiore nella telenovela rispetto alle abitudini della fiction televisiva classica, assume in *Chiquito y Paquito* le caratteristiche dell'inverosimiglianza. A questo eccesso del numero corrisponde l'esasperata concentrazione temporale delle singole puntate, che danno l'impressione di uscire dall'universo della fiction per entrare in quello della pubblicità televisiva nella sua forma privilegiata dello spot.
Queste «pillole» di telenovela si concludono con una brusca interruzione del dialogo, con un taglio del tutto immotivato, che enfatizza la caratteristica della telenovela di interrompere la puntata nel momento di maggiore tensione della vicenda, in modo da creare una situazione di suspence che motivi l'ascolto della puntata seguente.
L'effetto comico è determinato dal fatto che in *Chiquito y Paquito* viene a mancare la motivazione dell'effetto di suspence essendo sottratto il tempo che intercorre tra una sottopuntata e l'altra. Inoltre, la sottopuntata successiva riprende esattamente dallo stesso punto in cui è stata interrotta, senza che nel testo venga sottolineato il fatto che c'è stata un'interruzione. Questo meccanismo viene approfondito alla fine di ogni grappolo di sottopuntate, quando la sigla di chiusura giunge come imposta da una regia esterna a interrompere la vicenda della telenovela, lasciando in sospeso l'azione degli attori e l'attenzione degli spettatori.

Quinto esempio: *linguaggio-esasperazioni*. L'esempio è costituito dal montaggio di due sottopuntate in cui la contrazione temporale è portata ai massimi livelli. Ad esse fanno seguito due sottopuntate in

cui si evidenziano due differenti meccanismi di creazione di un effetto di suspence: il primo è dato dall'interruzione della puntata nel momento in cui si suscita una domanda carica di aspettative: ora ti dirò un segreto. Il secondo è dato dall'interruzione della puntata nel momento in cui si crea l'aspettativa di una chiusura di senso che motivi le rivelazioni che si sono susseguite sino a quel momento e che, nel testo parodico in esame, finisce per non compiersi mai.
Ovviamente non possono mancare, tra le esasperazioni, quelle che sono le caratteristiche più tipiche del linguaggio della telenovela, su cui già altre volte si è concentrata l'attenzione critica e parodica: da un lato, la recitazione enfatica e teatrale, sopra le righe rispetto al contenuto che nelle telenovelas tradizionali è costruito da eventi quotidiani e in questo caso è contrapposta a una sostanziale mancanza di senso del dialogo. Dall'altro, l'iterazione, che qui si esprime nella ripetizione di un identico schema narrativo e nella presenza ossessiva della stessa formula («perché mi hai chiamato?»; «siediti in pizzo»; «accrocchiati prono», oltre a quelle già citate all'inizio).

Montaggio in sequenza (dalle prime alle ultime puntate) di uno degli elementi della punteggiatura (diverso da quelli già utilizzati in precedenza), il cui modello è: «siediti Paco, ora ti dirò un segreto» e che viene da un lato ripetuto, dall'altro modificato particolarmente nel senso della deformazione linguistica dei termini utilizzati.
8 – Passando a una nuova prospettiva di analisi, concentriamo l'attenzione su quelli che si possono definire aspetti tematici e contenutistici della telenovela e sui rimaneggiamenti che questi subiscono nella sua parodia.
Anche su questo versante abbiamo delle conferme, delle sottrazioni e delle esasperazioni.
Le conferme cominciano dallo stesso titolo della «finta» telenovela: *Chiquito y Paquito* riporta infatti smaccatamente all'universo geografico sudamericano, luogo di produzione e di ambientazione di tutte le telenovelas. Anche molti altri nomi evocati dai protagonisti nonché alcuni ruoli e professioni a cui si allude, sembrano confermare l'ipotesi di una tipica fazenda sudamericana come teatro delle vicende. Anche il concatenarsi delle relazioni di parentela, così come sono diffusamente richiamate dai discorsi dei protagonisti, sembrano ricostruire quell'universo concentrato nella dimensione della famiglia patriarcale in cui ciascun personaggio ha una relazione primaria con almeno uno degli altri, come accade realmente nella telenovela. La conferma decisiva per la riconoscibilità del genere, però, arriva a li-

vello tematico con l'uso costante dei topoi dell'agnizione e del riconoscimento [1], che, come è noto, sono i motori e gli elementi risolutori della vicenda nelle telenovelas e che in *Chiquito y Paquito* costituiscono il vero e unico oggetto dei discorsi dei protagonisti.

Sesto esempio: *contenuto-conferme*. L'esempio è costituito dal montaggio di una sequenza in cui si evidenzia l'uso di termini (in questo caso riferiti ai cibi) che ricordano il suono della lingua spagnola e che confermano il riferimento allo stesso universo geografico della telenovela tradizionale. Una sequenza in cui si mette in evidenza come le vicende narrate nel corso delle puntate costruiscono un universo in cui tutti i personaggi finiscono per essere legati da un rapporto di parentela con almeno un altro personaggio. Due sequenze in cui al centro del dialogo tra Chiquito e Paquito si colloca il tema dell'agnizione e del riconoscimento (nel primo caso giocato sulle corde dell'assurdo, nel secondo caso – in cui la dimensione dell'assurdo non viene meno – con un rinvio più puntuale alla tipologia di vicenda presente nella telenovela tradizionale).

Più complesso, invece, è il meccanismo di sottrazione operato a livello tematico.

Rispetto alla telenovela, costellata di «scene madri» intervallate dalla rappresentazione di vicende quotidiane che hanno la funzione di contestualizzare e attribuire credibilità agli eventi, in *Chiquito y Paquito* troviamo una giustapposizione di momenti forti praticamente autonomi gli uni dagli altri.

In questo modo vengono a mancare la verosimiglianza della storia (che è data dal riferimento al quotidiano) e la sua coerenza semantica (costruita attraverso i legami che giustificano la presenza delle scene madri e la tensione che le caratterizza).

Questo procedimento di sottrazione fa venir meno, in realtà, la stessa storia e quindi la dimensione narrativa che sta alla base della telenovela.

Infatti, a ulteriore conferma di quanto osservato, il sovvertimento delle relazioni tra i personaggi, dovuto a una condizione di inganno o a un mancato riconoscimento (oggetto delle scene madri anche in *Chiquito y Paquito*) non viene alla fine ricomposto in equilibrio.

L'insieme di questi meccanismi che agiscono a livello della storia produce un'importante conseguenza anche rispetto ai valori di riferimento.

Se, infatti, la telenovela è un genere che mette in scena un universo coerente, contrassegnato da un sistema di valori certi e immutabili,

in cui i personaggi, per esempio, si dividono in assolutamente buoni e assolutamente cattivi e i cui comportamenti sono immediatamente valutabili come positivi o negativi, in *Chiquito y Paquito* è impossibile tanto individuare una gerarchia di valori, quanto classificare i comportamenti dei personaggi secondo categorie etiche.

Settimo esempio: *contenuto-sottrazioni*. L'esempio è costituito dal montaggio di sequenze in cui viene meno in modo particolarmente evidente la verosimiglianza del detto: l'ambiguità rispetto al bene e al male dei personaggi e la conseguente mancanza di ricomposizione in equilibrio della situazione.

In questa stessa prospettiva si collocano alcune esasperazioni relative a una certa volgarità del linguaggio, sconosciuta alla telenovela e propria della parodia e all'insistita allusione a possibili comportamenti sessuali devianti (anch'essi anomali rispetto al modello telenovela). Inoltre, il meccanismo parodico fa sì che la violazione del tabù, che nella telenovela al momento della ricomposizione dell'equilibrio dei rapporti tra i personaggi si rivela solo apparente, nella parodia, priva di questa ricomposizione, rimane di natura ambigua.

Operando questo svuotamento del senso sia narrativo che morale della telenovela, la parodia di *Chiquito y Paquito* ribalta la ragione d'essere di un genere forte della neotelevisione, che finisce per esibire sia la sua profonda povertà di elementi spettacolari, sia la sua intrinseca debolezza dal punto di vista dell'ambizione a svolgere un ruolo pedagogico.

Si tratta dunque, in ultima analisi, di un tentativo non vano di svolgere la vera funzione della parodia, quella di proporre attraverso sottrazioni, conferme ed esasperazioni, che operano un disvelamento della struttura, una lettura critica di un fenomeno comunicativo.

9 – Un ultimo ordine di considerazioni può essere svolto riguardo all'evoluzione riscontrata all'interno della stessa parodia *Chiquito y Paquito*.

Nel succedersi delle puntate si nota, infatti, un'evoluzione verso la narratività e la ripetizione ossessiva di analoghi meccanismi di agnizione e rivelazioni di segreti irrelati.

Se infatti nella prima puntata viene rappresentata una vicenda dotata di uno sviluppo e di una coerenza narrativa, in seguito – come si è già rilevato – lo spazio è interamente occupato dalla messa in scena delle diverse forme (formule) di riconoscimento caratteristiche della telenovela, che si susseguono sempre uguali a se stesse.

In secondo luogo, vanno comparendo nel corso delle puntate cita-

zioni e rimandi a quelle precedenti e una sorta di parodia della parodia, condotta sugli elementi ricorrenti, la «punteggiatura», come il suono del campanello iniziale e lo schiaffo finale che vengono modificati con un effetto di sorpresa, che acquista valore comico.
Si può ipotizzare, dunque, una evoluzione verso l'autoreferenzialità.
Si ha poi un'accentuarsi dell'uso del *non sense* verbale.
A livello strutturale, le puntate finali rivelano l'introduzione di una sorta di «rottura della fiction» attraverso sguardi in macchina e gesti rivolti direttamente al pubblico. Uno dei due personaggi – per esempio – congeda il pubblico con un saluto prima di andare ad aprire la porta all'altro. Inoltre appaiono riprese da posizioni di *back stage*. Si moltiplicano, poi, i primi piani e i movimenti di macchina.

Ottavo esempio: *l'evoluzione della parodia*. L'esempio è costituito dal montaggio di diverse sequenze che mettono in evidenza secondo quali linee avviene l'evoluzione interna alla parodia della telenovela considerata.
Innanzitutto la citazione di quelli che nel corso delle puntate sono stati costruiti come momenti forti e specifici di questo testo: negli esempi montati le agnizioni citate in sogni da Chico all'inizio di una puntata e la ripetizione degli stessi gesti e di una porzione della stessa frase tra la puntata in cui Paco afferma 'io soffro la tua semantica' e quella in cui sostiene 'io soffro la tua silhouette'. In secondo luogo la parodia della parodia, condotta sugli elementi ricorrenti che vengono modificati con effetto comico come nella seconda sequenza montata e (come evidenziano gli stessi esempi) un'accentuarsi dei movimenti di macchina (inquadrature più ravvicinate, movimenti di macchina più veloci e frequenti ecc.). In terzo luogo la «rottura della fiction» rappresentata dalla ripresa di porzioni di back stage, come nel terzo segmento montato.
A livello tematico, da un lato si tende ad ampliare l'orizzonte geografico di riferimento, citando luoghi che esulano dall'ambito sudamericano, dall'altro, nelle ultime puntate, si inserisce la trattazione di temi «alti» (senso della vita, o la propria identità).

Esempio di trattazione di un «tema alto». Sulla base di queste ultime osservazioni, si può formulare l'ipotesi che, una volta resa riconoscibile la parodia come riferita alla telenovela, vengano abbandonati alcuni meccanismi finalizzati, appunto, esclusivamente alla riconoscibilità e si privilegi la messa in scena dei tratti di assurdità propri del

genere telenovela in cui risultano accettabili anche alcune trasgressioni alla fedeltà al modello di partenza.

10 – In conclusione, quindi, ci troviamo di fronte a un'ennesima autoparodia televisiva che, tuttavia, mutua dalla trasmissione che la ospita un meccanismo parodico che tende non tanto a rendere il proprio oggetto un pretesto, un'occasione di esibizione di dinamiche comiche tout court, ma che – avendo come obiettivo accanto al raggiungimento dell'effetto comico anche un disvelamento della struttura di ciò su cui si esercita – è rivolta al mettere a nudo la comicità o meglio l'assurdità intrinseca del proprio oggetto.

I tratti su cui si esercita questo disvelamento – nel caso di *Chiquito y Paquito* – sono alcuni degli elementi che caratterizzano la telenovela come genere rispetto alle altre forme della fiction televisiva: l'essere fortemente segnata dall'oralità del racconto, la grande semplicità e precarietà narrativa, la ripetitività, la povertà dell'ambientazione, la lentezza del ritmo narrativo e così via.

Anche l'esito – forse involontario rispetto al progetto autoriale – dell'evoluzione interna di questa microserie, finisce per mettere in luce alcuni tratti peculiari del genere quali, ad esempio, l'autoreferenzialità per cui l'universo costruito dalle telenovelas – soprattutto quando vengono fruite in un contesto diverso da quello di origine – finisce per non rinviare ad altro che a se stesso.

Il meccanismo parodico, ma in fin dei conti – come si è detto – disvelante, opera soprattutto attraverso due dinamiche: la sottrazione e l'esasperazione. Si tratta di meccanismi opposti dei quali l'uno è finalizzato allo «svuotamento» dell'oggetto di partenza da tutto ciò che maschera la sua reale ossatura, che nasconde il suo originale meccanismo comunicativo e di produzione di senso. L'altro è volto a sottolineare quei tratti che possono dare una nuova coesione e coerenza al testo.

Ne risulta un'operazione di smontaggio e rimontaggio del testo di partenza che genera un testo nuovo caratterizzato da dinamiche comunicative e di produzione di senso che, nella maggior parte dei casi, rinviano a quelle d'origine solo per opposizione (ad esempio la velocità, la rottura della fiction che caratterizza le ultime puntate della miniserie, l'assenza di personaggi femminili e così via), ma che proprio per questo hanno un effetto di comicità e al contempo di indicazione di un possibile atteggiamento fruitivo altro rispetto a quello abituale del testo di partenza.

Infine, anche l'inserimento di quei tratti che abbiamo definito di «conferma» rispetto al genere telenovela risulta coerente rispetto a queste dinamiche in quanto garantisce la riconoscibilità dell'oggetto

della parodia e, quindi, l'efficacia di entrambi gli effetti che il testo si propone di raggiungere.

Università Cattolica di Milano

Gianfranco Bettetini
Giorgio Simonelli
Marina Villa
Nicoletta Vittadini

Note

[1] Data la frequenza e la pervasività di questi meccanismi nella telenovela e, in particolare nella sua forma parodica in esame, si è ritenuto opportuno distinguere – con i termini agnizione e riconoscimento – due forme differenti. Con agnizione si intende indicare la scoperta di un'erronea attribuzione di identità a un personaggio (ad esempio, la scoperta che colui che fino a quel momento si è ritenuto un fratello non è in realtà un consanguineo in quanto è stato adottato). Con riconoscimento si intende, invece, indicare il ritrovamento improvviso di qualcuno che si riteneva perduto (ad esempio il ritrovamento di un figlio). Ciò che distingue le due situazioni è quindi il fatto che, nell'improvviso e corretto ricongiungersi di un personaggio con la propria identità, nel primo caso si passa da una situazione di presenza del personaggio e di assenza della sua corretta identità alla scoperta e attribuzione di quest'ultima, mentre nel secondo caso si passa da una situazione di presenza di un'identità vuota al suo improvviso riempimento da parte del personaggio cui appartiene.

Feminine Discourse and Soap Opera Audiences: A Case for Resistive Readings

My work on soap opera has been concerned with looking at whether soap opera audiences can use soap opera, particularly the gossip networks surrounding soap operas, as a stepping stone to liberation and a catalyst for social change, or if soap operas, as is often assumed, simply reinforce the cultural values which keep women in their place. In this paper I will first discuss feminime discourse. Then I will suggest the particular form which soap operas take and relate this to women'a oral culture. Next, gossip and the barriers to the valuing of women's talk will be discussed. Finally, I will give examples from recorded interviews of how feminine discourse works in soap opera gossip networks, and suggest how these may be viewed as resistive readings.

In order to understand what goes on when women talk among themselves, I have theorized what I call feminine discourse. When women are speaking feminine discourse, the crucial element is that they recognize their own subordination. In other words, they talk about the fact that they are oppressed. For example, women may be gathered together in the kitchen washing the dishes and cleaning up after a holiday meal while the men gather in the living room to talk. Here women may complain about their husbands – he does not consult her when making decisions, he does not spend sufficient time with the children, he does not help with domestic chores. Although the women continue to live under the domestic conditions which bring about such issues, they are nevertheless aware of the contradictions inherent in their position and are willing to talk openly to each other about this issue. I am classifying this as a type of resistive discourse which I call feminime discourse. This classification differs from feminist discourse in which the women's movement, as a political entity, is recognized. In other words, often the women who speak *feminine* discourse will not speak feminist discourse and do not call themselves feminists. Feminine discourse enables its practitioners to in-

sert themselves into the culture and at the same time to distance themselves from it. Within woman's culture there is a tension between what we learn from ideologies of the family constructed in dominant discourse and what we can learn from our mothers, sisters and friends. It is sometimes the emotionally strengthening aspects of everyday family life like the pleasure of talk that make the work one does within the family meaningful.

In order to understand the power of soap opera gossip networks it is necessary to understand women's oral culture. Throughout history, women have had trouble speaking publicly; our languages constrict the way we speak so that often there are no words for what we need to say; in conversations with men, women's ideas are often not acknowledged or are attributed to a man in the group; or sometimes women are simply not talked to. These and similar circumstances have caused women to develop an oral culture of their own. This oral culture is often known as gossip. Debra Jones (1980) lists four functions of gossip – house-talk, scandal, bitching, and chatting. House-talk is basically women's talk about housework, husband and children – training in the female role. Scandal involves judgment about domestic morality over which women, according to Jones, have been appointed guardians. Scandal reinforces moral codes that women enforce but have not created. Scandal, however, also serves a second function: it caters to women's interest in each other's lives. It provides a «cultural medium which reflects female reality, and a connection between the lives of women who have otherwise been isolated from each other» (p. 197).

Likewise, Jones maintains, it has an entertainment value, «perhaps a kind of vicarious enjoyment of a range of experience beyond the small sphere to which the individual woman is restricted» (p. 197). Bitching, the third function of gossip, is an overt expression of women's anger at their restricted role and inferior social status. Consciousness raising in the women's movement is a political form of bitching. Chatting, the fourth function, is mutual self-disclosure. It implies a trusting relationship between the participants and is nurturing.

Thus, gossip appears to have specific functions in women's culture. It validates women's socially recognized area of expertise. It points out contradictions in institutionally expected social behavior as opposed to actual social behavior. It provides entertainment in the form of story-telling. It provokes a sense of intimacy. According to Patricia Spacks (1985), «Gossip interprets public facts in private terms...» (p. 262) and conveys information contrary to ideas vali-

dated in dominant or hegemonic culture. Such talk thereby produces, circulates and validates feminine meanings and pleasures.

Narrative logic in gossip sometimes hinges on intensity: the uninteresting parts are simply left out. The way women often tell stories can have similar characteristics. Susan Kalcik (1975) notes the folk belief that women do not tell jokes or stories correctly, that they tell the punch line or the most important part first rather than last. Kalcik notes that the discrepancy between what counts as story and what counts as the proper way to tell one means that «women cannot tell stories and that what women do tell are not *real* stories» (p. 7) (my emphasis). She points up the idea that official knowledge or public knowledge and women's knowledge sometimes are different from each other.

Marjorie De Vault (1990) has suggested that women can listen for the «translations» in other women's speech or the places where women's experience doesn't fit the language. At these places there are usually hesitations, according to De Vault. De Vault calls this listening «as a woman» wherein women listen from their own experience which helps them to understand things that are incompletely said. De Vault attempts to analyze the disjunctures which create these «translations». She is referring specifically to her research on women's work in preparing food for their families and to the way that, in feminist research, women can interview other women with an ear to understanding what is actually being said despite patriarchal language and language practices. Part of the pleasure that women experience in talking with each other is, for the listener, the pleasure of filling in these gaps and, for the speaker, being heard and understood. Women and members of other subordinate groups are often highly skilled listeners. In this context, where women long to be heard and understood, soap opera gossip networks flourish.

When soap opera developed as a radio genre in the 1930s in the US, the producers sought to relate soap operas to women's lives as the producers conceived them to be. The intent was to sell household products, just as it is on the television soaps today. However, soap operas also serve as a contradiction to most realist drama available on television, usually for prime time viewing, particolarly in the United States. I believe this is because soap operas are modeled on women's oral culture. The major differences between soap opera and realist drama are underlined by the differences between orality and literacy. According to Walter Ong (1982), people's very thought processes change from oral to literate cultures. Ong characterizes oral cultures as:

1. Additive rather than subordinate [one segment or idea is just as important as another];
2. Aggregative rather than analytic [each episode or segment is concrete rather than abstract];
3. Redundant or copious [situations and formulas are repeated over and over again];
4. Conservative or traditionalist [the values represented are societally approved];
5. Close to the human life-world [the stories are about everyday life];
6. Agnostically toned [conflict is apparent];
7. Empathetic and participatory rather than objectively distanced [we see these conflicts in individual characters rather than as social issues];
8. Homeostatic [they are about people];
9. Situational rather than abstract [they are about particular rather than symbolic event] (pp. 37-49).

Since feminime culture and feminine discourse are primarily oral, part of the power of feminine narratives to generate alternative meanings has to do with their structuring of a type of realism that is not characteristic of literate realistic narrative conventions. Rather it speaks to a different narrative code, one based on orality. These things make soap opera hard to read by those trained in literate thought processes, as well all are, and account for some of the ridicule heaped on soap operas in English speaking countries.

The notion of hegemony has been used in cultural studies based criticism to indicate beliefs and values which actually work against a social group but which that group has come to accept as natural. Two hegemonic notions that soap operas would seem to support in relation to capitalism and patriarchy are romantic love and economic and emotional dependency for women. Soap opera fans can take this television text a step further and discuss these issues in their own terms, interjecting their own life experiences as subordinated people. Thus the idea that soap operas lead women to accept dominant notions of reality is called into question. Many soap opera fans, for example, share information and emotional support in oral networks. These oral networks are in tension both with public speech making and with literate conventions.

My research, conducted in 1986 through 1988 in Australia where British, Australian and American daytime soap operas are shown, attempts to look at how women talk in their soap opera gossip networks. In Australia there are three American daytime soap operas which play each weekday starting at 12 noon. These were *Days of*

Our Lives (DOOL), The Young and the Restless, (Y&R) and *Another World (AW)*. British soap operas were shown in Western Australia in the early evening (aroung 6 p.m.). They were *Eastenders, Brookside* and *Coronation Street*. Australia produces many soap operas, but the most popular at the time were aimed at young people and teenagers. These are *Sons and Daughters* (now defunct), *Neighbours, Home and Away* and *A Country Practice*.

My research is ethnographic in that it used participant observation, group and individual interviews and questionnaires to compile information. While this type of research never generalizes to all people or all viewers, it yields very precise and specific information about particular sites of interest. May method of analysis is what has been called ethnosemiotics (Fiske, 1990), that is, the ethnographic data, particularly interviews, is transcribed and analysed semiotically. I looked at several groups of audiences: adult and teenaged American fans of *Days of Our Lives* in the US, Australian adult fans of *Days of Our Lives*, Australian college student fans of *DOOL* and *Neighbours*, young teenage fans (13-16) of *Sons and Daughters*, and adult and teen British fans of *Coronation Street* and *Neighbours* in its British run. Some British fans were interviewed in Australia and some in the US where they were living as exchange students. I will give two brief examples from the interviews to illustrate how the interviews were analysed.

The first example is from a group of young teenagers in Australia who were fans of *Sons and Daughters*. The group was appreciating the ability of a character named Ginny to make herself heard.

MEB: I'm trying to remember which one Ginny is.

Jan: She is the one who wears the really odd clothes, she puts together with the long-sort of hair.

MEB: She's to one that's just had that thing fall on her.

Jan: Yeh.

MEB: So she's the one that you like?

Diane: She's all right. She doesn't like blend in with the rest of the *Sons and Daughters'* characters, but she uses her language differently. Her odd clothes make it more interesting to listen to her and everything, but that's about it.

Jan: Her character's really outstanding.

MEB: What to you mean, she uses language?

Jan: Like soft spoken and everything, she doesn't care what she says, she's outgoing and...

Diane: Loud...

These group members understand how the codes of dress that Ginny

is given affect how we code her speech («she uses her language differently. Her odd clothes make it more interesting to listen to her and everything...»). That visual codes and oral codes can be related also seems clear to these readers. In addition, the power of Ginny's speech as utterance («she uses language») was quite clear. This group also suggests that power is used by the character of Ginny to contradict what «nice» girls might be allowed to say («She doesn't care what she says, she's outgoing and...» -«Loud»). These fans seem to value characters for their power over hegemonic discourse (niceness for girls) and for their freedom to use voice quality to assert a position of strength in nonconformity. Ginny makes herself heard, and this is valued behavior.

Second is a comment from a British fan of *Coronation Street* that describes the power of women's voices as a source of pleasure for soap opera fans.

Ellen: That's definitely a lot of the pleasure in watching it. It's the way things are said.

MEB: Particularly the put down I take it.

Ellen: The put-downs, the rudeness. It's kind of stylized rudeness.

MEB: Well, the power of the women seems to have to do with their...

Ellen: Their mouth.

(Laughter)

This commentary centers directly on the strength of women's talk, a strength replicated in the soap opera networks themselves.

In the comments for these groups of soap opera fans we see a range of potentially resistive positions for these women vis-a-vis their soap opera networks. In the first example young Australian teenage girls admire an Australian soap opera character because of her nonconformist behavior and her ability to talk loudly and without inhibition. In a second example a British fan admires Bett the barmaid for putting down an ego involved male character and confronting the expectation that women will always support and admire men when they want to admired. In a third example the speakers in a group of college aged teenagers critique the differing standard of sexual behavior for men and women. In a fourth example adult Australian women question the expectation that domestic duties always fall on women. A fifth questions the stereotype that women let themselves go, as far as beauty is concerned, after they are married and by reversing the situation making it a masculine problem rather than a feminine one. A sixth foregrounds the beauty myth for women and

the unrealistic expectations that it imposes from childhood on. A seventh questions the extremes to which the idea of domestic servitude is taken in our culture. An eighth questions the prioritizing of reality over fantasy in dominant culture. A ninth highlights the representation of women's power within soap opera plots. And the last, like the first, but this time expressed by an adult, admires the power of women to speak brashly («the way things are said»).

Soap opera knowledge supports largely feminine friendship networks by allowing for a system where those who have a particular type of knowledge gained from an understanding of women's culture are supported, and where such knowledge is legitimated. In addition, we can see the beginning of a tendency to break the rules – both narrative and social – and to question established boundaries. This group reworking can be seen in the midst of laughter and parodic pleasure over a male character being compared to «a well scrubbed pig.» It is present when a group member's mother «goes on» about how «Men are so narrow minded,» when Vicki responds to her friend Judith's need to get home to cook her family dinner with, «Well, buy them fish and chips,» or when Jackie comments «He doesn't keep himself up». These and similar statements are direct comments on life. These statements both indicate an awareness of subordinate positioning as women and also potential challenges to that position.

What can we conclude about women's empowerment from the ideas and data presented here? Does, in fact, a group of women meeting informally to discuss soap opera gain empowerment by the experience? If this is the case, does this make enough of a difference in their lives that they will participate in a political movement that will bring about significant social change for women? Is this what is meant by empowerment in the case of media audiences?

To answer these questions let us look at how social change might take place for women. Women are a part of all racially stratified groups and all class stratified groups. The allocation and control of resources is sought by the privileged group while other groups must be convinced that social hierarchies are natural and complex. Patterns of oppression must be internalized by the oppressed to the extent that these subordinated groups are unable to perceive the nature and causes of their oppression.

Women fall in various places in the patterns of oppression controlled by race and class issues, but the particular oppression they experience as women is unique to them. However, the overlapping of the messages of institutions which naturalize their subordinate position

in society sometimes makes it difficult or impossible for women themselves to see clearly their internalized oppression. Sometimes young girls grow to adolescence before they realize the profound contradictions in their lives. Sometimes patterns of denial cause them never to admit their position of subordination. While the effects of subordination vary according to the placement of women on vectors controlled by other sorts of oppression than sexism, there is also a uniformity of oppression based specifically on sexual oppression. Many women in our society are able to see these oppressions clearly enough to recognize them as related to their subordinate position as women in society. After recognition comes talking about them, and it is here that we have the beginning of a political process.

My interest was in theorizing what it is that we can call a resistive reading and under what circumstances such a reading can take place. I found that resistive pleasure, defined as the acknowledgment and, in some cases, defiance of notions of woman and femininity constructed to serve the dominant interests of both capitalism and patriarchy, could take place under the following conditions:

1. The context of resistive pleasure must be one in which a subordinated group recognizes its own oppression and reacts to that oppression.
2. Resistive pleasure for woman involves talking.
3. Resistive pleasure around soap operas has had to do with the fact that the genre was designed and developed to appeal to the notion of women's place in society.
4. Resistive pleasure can only be theorized if audiences can be conceptualized as having agency in themselves and requires that the methodology of research allow such theorization.
5. Resistive pleasure requires a safe place where audiences can express that pleasure.
6. Resistive pleasure requires strategic knowledges.
7. Resistive pleasuree requires an affective response.
8. Resistive pleasure often involves reading practices in which the reader becomes a cultural critic and an instigator of cultural change.

In a society which stresses individuality as a mark of mature functioning, the politics of connectedness evidenced in soap opera networks can be discursively turned into a powerful position.

University of Missouri

Mary Ellen Brown

Bibliography

COYNE, R.F., 1990, Finding a feminist voice. Paper presented at the Speech Communication Association Annual Meeting, Chicago.

DE VAULT, M.L., 1990, Talking and listening from women's standpoint: Feminist strategies for interviewing and analysis, *Social Problems, 37*, 96-116.

FISKE, J., 1994, Ethnosemiotics: Some personal and theoretical reflections, *Cultural Studies, 4*, 85-98.

FOUCAULT, M., 1980, Power/knowledge: Selected interviews and other writings, 1972-1977, New York: Pantheon.

JONES, D., 1980, Gossip: Notes on women's oral culture, *Women's Studies International Quarterly, 3*, 193-8.

KALCIK, S., 1975, Like Ann's gynecologist or the time I was almost raped... In C.R. Farrer (Ed.), *Women and Folklore* (pp. 3-12), Austin: University of Texas.

ONG, W., 1982, *Orality and literacy: The technologizing of the word*, London: Methuen.

SPACKS, P., 1985, *Gossip*, New York: A.A. Knopf.

Il segreto come motore narrativo

0. Se il tango è un sentimento che si balla in due, la telenovela è un melodramma che si muove al ritmo di bolero, secondo la definizione di Carlos Monsisvais. In spagnolo «*tele-novela*», «*tele-teatro*»: nella sua stessa denominazione si trova la traccia di una mediazione. Dal teatro o dal romanzo o dalla novella *alla* televisione. Il passaggio dei generi colti alla cultura di massa, le trasformazioni dei testi nel sistema di produzione di senso mediatico. Doppia costruzione quindi che segnala l'importanza che ha raggiunto questo prodotto all'interno del palinsesto: oggetto di ricerca «colta», interrogazione sui generi, ma allo stesso tempo riflessione sulle nuove forme di consumo televisivo e di produzione di nuove forme espressive. Tele-novela, tele-teatro, quello che rimane è la logica implacabile del formato «*a feuilleton*».

1. L'Oggetto come genere

C'è una domanda d'ordine metodologico che risulta pertinente: cosa fa sì che una telenovela sia una telenovela?
In quanto fenomeno discorsivo mediatico, la telenovela è un dispositivo particolare di enunciazione della finzione narrativa all'interno della produzione televisiva. La telenovela è una forma specifica di articolazione dalla finzione all'interno del sistema della televisione. Cercherò sommariamente d'analizzare alcune delle proprietà narrative che appaiono nella struttura profonda del genere.
Mi sembra evidente che la telenovela appartiene alla categoria dei prodotti mediatici che Eliseo Verón ha definito come «*genere-prodotto*», per indicare l'uso di un certo genere in quanto prodotto che formerà parte della dialettica concorrenziale dei media – palinsesto, audience, rating, etc., insieme ad altri prodotti, come per esempio i programmi di «*variété* o i «*reality shows*». In questo senso, i generi-prodotti hanno una certa stabilità di contenuti, definiscono un territorio semantico e un certo tipo di rapporto con l'utente.

Questa ascrizione al genere-prodotto permette di analizzare la telenovela in una doppia prospettiva: da una parte, come macro-funzionamento discorsivo, la telenovela è una finzione televisiva, ma in quanto prodotto inserito nella logica di produzione dei media, costruisce un tipo particolare di contratto con lo spettatore. Il fatto stesso della frequentazione quotidiana o settimanale per la comprensione dell'intreccio marca un tratto di forte stabilità nel prodotto. La televisione è un media «forte» nel senso che ripete e riconferma le forme del loro proprio riconoscimento. Ma la telenovela è altrettanto un genere «forte» perché fornisce sistematicamente delle regole strutturali precise, stabilite e ridondanti che costruiscono la competenza semio-narrativa degli spettatori.

2. Il luogo del segreto nel formato della telenovela

Il formato definisce un contesto d'enunciazione e di strategie particolari all'interno d'un genere. Dal punto di vista dell'enunciazione, il formato definisce quindi un territorio di effetti di senso.
Fra gli elementi principali che costruiscono il formato telenovela risalta il dispositivo del segreto. Il segreto appare come una strategia per produrre un effetto: in produzione, permette la continuazione del racconto con la serie di rivelazioni, in ricezione produce *suspense*.
Nel caso della telenovela latinoamericana, intere serie possono essere lette come la ricerca di un sapere occulto che culmina con la comunicazione del segreto. Lo spettatore assiste ad una sorta di climax informativo dove i segreti vengono alla luce. In *Rolando Rivas* dell'argentino Alberto Migré, Natalia nasconde la sua origine sociale e l'origine di suo figlio; in *Amor Gitano* di Delia Gonzales Marquez, il segreto dell'origine del gitano Renzo si costituisce in un vero e proprio motore narrativo; in *Celeste e Celeste siempre Celeste* di Enrique Torres il segreto della separazione iniziale è la genesi dell'odio che Clara sente per sua sorella Celeste, il segreto che Franco non è suo fratello ed infine il segreto del figlio, per non citare che telenovelas che hanno avuto un enorme successo di pubblico. Come procede l'enunciatore per far sì che il suo discorso sia segreto? E a livello figurativo, come si organizza la trama della telenovela per nascondere i segreti e sotto quali condizioni si decifrano le menzogne? In una tipologia dei discorsi centrati sulla modalità della veridizione, il segreto può essere iscritto in una triplice manipolazione discorsiva. Il soggetto dell'enunciazione svolge una triplice attività nell'ordine del-

l'informazione: il far-sapere, l'occultare, il far-credere che daranno origine ad altrettanti programmi narrativi e contribuiranno a costruire uno spettatore nel suo sistema di aspettative. Il segreto diviene *una dimensione interattiva* del formato perché costruisce simultaneamente soggetti e spettatori ma allo stesso tempo si inserisce all'interno di una strategia classica in questo genere di finzione quale l'agnizione, la rivelazione e il riconoscimento, che permette di arrivare al climax narrativo.
Se il formato apre un campo di effetti di senso possibili, il dispositivo del segreto diventa una *cerniera* nello svolgimento della trama. Fra ciò che occulta e la rivelazione trascorre gran parte del tempo narrativo e delle puntate. Il soggetto dell'enunciazione può costituirsi come attualizzante un «non detto» (occulto), promuovendo l'attività abduttiva dello spettatore, a cui costruisce una competenza specifica: la ricerca – a volte condivisa con i personaggi – della verità. Ma allo stesso tempo – e per questo precisamente il segreto diventa cerniera – il segreto s'inserisce come un anello nel sistema della logica produttiva del mezzo televisivo: il segreto e la rivelazione è un dispositivo ricorrente che precede i tagli giornalieri o i capitoli settimanali contribuendo alla costruzione della fedeltà dell'utente al consumo seriale.

3. Verso una tipologia del segreto

Dagli esempi delle telenovelas latino-americane credo che si possano distinguere almeno tre forme di costruzione del segreto:
(a) *il segreto interdiegetico*, interno alla trama dei personaggi, dove un personaggio chiede all'altro di nascondere un segreto, la verità è occultata ad alcuni ma rivelata ad altri, i personaggi si mentono fra di loro. Lo spettatore, complice dell'autore fin dall'inizio, conosce la verità e la sua attività è il riconoscimento delle forme di rivelazione di questa verità occulta:
«Il bambino non è di tuo marito, ma lui è morto per smentirlo» (Amor Gitano) oppure *«Se lei non mi dice dove si trova, me lo dirà Echenique»* (*Rolando Rivas*).
(b) *il segreto intradiegetico*, segreto esterno alla trama dei personaggi, che si trovano nell'ignoranza e dove lo spettatore coopera con l'autore nel decifrare gli eventi e nell'attività abduttiva e con i personaggi nella ricerca di un certo sapere. La figura della *confessione* diventa la figura-chiave:

«Ramon Luzardo agonizzava. Prima di morire confessò al figlio di patto che aveva fatto con Edgardo» (Venganza de mujer) oppure *«Leandro continua la sua confessione e Giulia gli dice che Enzo e Franco non sono realmente suoi figli» (Celeste).*

(c) *il segreto extradiegetico*, segreto interno alla trama ma esterno ai personaggi ed allo spettatore. L'autore possiede un potere addizionale che esercita attraverso la rivelazione, l'attività dello spettatore si risolve fra l'adesione o il rifiuto, la credenza o l'incredulità:

«Helguera Paz?
– La figlia dell'industriale nel cui sequestro è coinvolto Quique?
– Non continuare perché mi prende un colpo!
– Non posso continuare ad ingannarti, ho taciuto per prudenza!»
(Rolando Rivas)

Nel caso del segreto interdiegetico, le smentite sono possibile perché gli attanti fondano la loro identità sulla *denuncia* di un sapere supposto come falso, dando origine alla catena delle controversie. È il caso di due fonti enunciative che si trovano in posizioni antagonistiche di rapporto simmetrico (verità/falsità) e che negoziano a partire da queste posizioni un sapere puntuale sul quale costruire la propria identità (quella di dire la verità).

Nel caso del segreto intradiegetico, la *confessione* appare come una strategia di costruzione del reale: quello che si confessa ha un valore apofantico e le identità si presentano, s'intercambiano o si sdoppiano.

La confessione, come enunciazione in prima persona, ri-struttura la trama spezzata del racconto e rende complice lo spettatore con l'autore, nel caso che condividano lo stesso sapere confessato, o lo spettatore con il personaggio, nel caso della comune ignoranza. La negoziazione sulla verità non è puntuale, come nella smentita o nella rivelazione, ma è un processo in cui sembra implicato un solo soggetto (quello che si confessa).

Finalmente nella forma del segreto extratestuale, la *rivelazione* non si trova sull'asse vero/falso ma nella costruzione di un rapporto complementare fra i differenti elementi che possono venire alla luce. È l'identità degli attori quella in gioco, ed inoltre l'intero sistema di distorsioni a cui viene sottomesso il regime della verità. Il soggetto dell'enunciazione si carica di una attività complementare dell'ordine del dire (la rivelazione) e il media diviene la cassa di risonanza di questa scoperta. L'oggetto della rivelazione è puntuale come nella smentita; si rivela lo sconosciuto, l'occulto, che non ha potuto arrivare alla superficie dei media.

Conclusioni

Abbiamo visto come il formato definisce un campo di effetti di senso all'interno del genere telenovela e come il dispositivo del segreto costituisce uno – e non l'unico – degli elementi strutturati nella strategia narrativa di questa forma di finzione mediatica. Il segreto presenta il doppio gioco dell'identità o dell'atto nascosto e alterato e per questo è anteriore alle forme del riconoscimento o dell'agnizione. Il soggetto dell'enunciazione controlla il «timing» narrativo perché cronometra il tempo della rivelazione, della confessione o della smentita: qualcosa si tiene in segreto fino ad un certo punto. Il segreto è per definizione un sapere che non deve circolare, un sapere *intransitabile*. Ed è per questo che il segreto taglia la trama, ma che allo stesso tempo la confessione, la rivelazione o la controversia permettono al racconto di continuare, introducendo la questione non banale, di cosa accadrà domani.

Université de Lille III

Lucrezia Escudero Chauvet

Fabulazione audiovisiva e mitogenia

Una volta erano le nonne a raccontare le favole davanti alla calda luce emanata dal focolare; oggi il caminetto è stato sostituito dalla fredda luce dello schermo televisivo che racconta le sue nuove favole. Le storie che racconta sono quelle di sempre, anche se i vecchi miti si sono mascherati con paludamenti attuali, adeguati allo stile di vita dei tempi nuovi. Tuttavia questo passaggio non è stato innocente. Il televisore ha riorganizzato lo spazio destinato alla riunione familiare come non era riuscita la radio, dato che questa si poteva ascoltare senza essere guardata. Il televisore ha obbligato a sistemare le varie sedie del soggiorno orientandole verso il suo schermo e ad eliminare gli ostacoli frapposti. E con il suo dominio prepotente dello spazio della riunione, ha finito anche per censurare le conversazioni dei membri della famiglia, obbligandoli a tacere o imponendo dal suo schermo temi impersonali e alieni alle preoccupazioni familiari, disintegrando la coesione propria di una conversazione motivata da interessi comuni. La televisione ha finito con l'imporre la sua tirannia mitogenica senza possibilità di appello, a differenza della nonna che lasciava che le si facessero domande nel corso del racconto e dava luogo ad una interazione con i suoi interlocutori familiari.
E così la televisione è diventata il gran contenitore e la catapulta mitica della nostra cultura, imponendosi come nel passato si imposero altre forme di comunicazione. Nei secoli passati il teatro creò il proprio «star-system», quantunque avesse una portata sociale molto ridotta, proporzionale ai rudimentali mezzi di trasporto e alla capacità delle sale teatrali stesse. Un attore che fosse conosciuto in due o tre paesi rappresentava una eccezione. E lo stesso si poteva dire dell'opera. Il cinema, più tardi, consentì la moltiplicazione delle copie delle pellicole, e l'ubiquità delle sue immagini creò le prime dive internazionali. Le vecchie dive del teatro, come Sarah Bernhardt, approfittarono della nuova invenzione; infatti, pur disprezzando il ci-

nema, la Bernhardt non poteva essere indifferente ai più lauti guadagni, direttamente proporzionali alla dimensione della massa degli spettatori dei film. Eppure i grandi miti del cinema, grazie anche alla loro fotogenia e alla potenza comunicativa del primo piano, furono il prodotto specifico di questo nuovo mezzo comunicativo, come Greta Garbo, Marlene Dietrich, Gary Cooper o Humphrey Bogart. Ma, a partire dagli anni sessanta, il declino del cinema come grande arte di massa cominciò a frammentare lo «star-system» negli universi dello sport, della radio, della televisione e della musica pop.
A questo riguardo, Jean Cazeneuve si è riferito, usando un gallicismo, al «vedettariato», che secondo la sua proposta è formato dalle élites della nobiltà (l'aristocrazia, gran protagonista dei rotocalchi rosa), del merito (la meritocrazia professionale composta da politici, scrittori, scienziati ed intellettuali), e dello spettacolo (gli «entertainers» del cinema, della radio, del teatro, ecc.). A questa proposta di Cazeneuve si dovrebbe aggiungere ancora il cosiddetto «star-media-system», ossia gli informatori ed i professionisti dei media dell'universo della «non-fiction», come certi presentatori del telegiornale, la cui popolarità non è inferiore a quella delle stars del calcio o dei cantanti, come testimonia la voluminosa corrispondenza (talvolta dai contenuti di infiammata passione amorosa) inviata loro dai fans. Si tratta per lo più di un feticismo erotico dell'immagine (la cosiddetta iconofilia o idolomania), e non della persona reale in essa rappresentata.
Si sa che la televisione offre al suo pubblico un effetto-finestra, vale a dire che il suo schermo simula una finestra aperta sul paesaggio sociale, con criteri molto selettivi. Da questa finestra si vede però solo ciò che è importante o si suppone esserlo, e questa selettività fa sì che la presenza in televisione costituisca, per dirla con gli economisti, un «bene scarso» e quindi molto quotato. Per questo la gente ci tiene ad apparire su questa finestra, per distinguersi e perché dà prestigio. Per le persone già famose serve a rafforzare e consolidare la propria fama, e agli aspiranti alla fama come trampolino verso la gloria. E proprio su questo ebbi occasione di scrivere, parlando della «sindrome di Erostrato», alludendo all'efesino che diede fuoco al tempio di Diana al solo scopo di far conoscere pubblicamente il suo nome, e di passare in tal modo alla posterità. E nonostante quel piromane narcisista fosse stato giustiziato ed i suoi contemporanei avessero proibito di pronunciare il suo nome, di certo raggiunse lo scopo di essere ricordato nei libri, tanto che oggi il suo nome è menzionato in tutte le enciclopedie. La sindrome di Erostrato è più diffusa di quanto si creda, e molte coppie non disdegnano di svelare le proprie

intimità tra le lenzuola, pur di essere presenti per qualche minuto davanti al pubblico televisivo. Aspirano ad essere delle star anche se solo per quei quindici minuti di cui parlava Andy Warhol. È un indice del narcisismo contemporaneo, che tenta di scongiurare le frustrazioni e la monotonia di tante vite grige, prosaiche e anonime della nostra società massificata e burocratizzata.
La deregolamentazione televisiva e la moltiplicazione delle emittenti negli anni ottanta ha condotto, tuttavia, ad un progressivo ed eccessivo aumento dell'offerta, uno sperpero dei media, a una dispersione di «audience», che ha in parte limitato, in questi ultimi anni, l'effetto carismatico della presenza sullo schermo. Davanti a questo caotico spreco del sistema televisivo contemporaneo, Umberto Eco ha potuto affermare, con pertinenza, che oggi è un segno di distinzione piuttosto il non apparire in televisione.
Ma torniamo agli «entertainers» (intrattenitori), che formano il midollo dello «star-system» attuale. Questi professionisti dello spettacolo hanno raggiunto la notorietà pubblica per due motivi che non si devono confondere: per la capacità mitogenica dei media (l'effetto-finestra selettivo, il primo piano, la messa in scena che mette in risalto i propri corpi, ecc.) e per la capacità moltiplicatrice dei media, che li dotano di ubiquità. Quest'ultima caratteristica spiega la popolarità tanto dei cantanti rock che dei campioni dello sport, o quella del presidente Clinton, che fu innanzitutto il prodotto di una meticolosa costruzione televisiva durante la campagna elettorale.
Negli anni cinquanta e sessanta si assiste ad un importante fenomeno di osmosi tra i professionisti del cinema e della televisione. La televisione importò figure molto popolari della interpretazione cinematografica come Bob Hope, Lucille Ball, Robert Montgomery o Joan Collins. Ed esportò verso gli studi cinematografici dei realizzatori televisivi veloci ed efficienti come Delbert Mann, Sidney Lumet o Martin Ritt. L'evoluzione del pubblico, che ha portato lentamente i suoi strati più conservatori verso l'audience televisiva, ha fatto sì che la nuova teoria del «cinema d'autore», sostenuta dalla borghesiaa più colta, dagli intellettuali e dagli studenti, favorisse nell'ambito cinematografico l'emergere della figura del regista-star a detrimento dell'attore-star. Il cinema cominciava così a trasformarsi in spettacolo per minoranze di intenditori, come già lo fu a suo tempo il teatro. Mentre la televisione si dirigeva a un gigantesco pubblico interclassista, eterogeneo e indifferenziato. In questo nuovo contesto si può capire come un'attrice come la britannica Joan Collins, con alle spalle una carriera relativamente modesta sul grande schermo (si ricordavano di lei le sue interpretazioni specialmente nei film «La

terra dei faraoni» (1953) di Howard Hawks e «Ester e il re» (1962) di Raoul Walsh), balzasse alla ribalta internazionale nel gennaio 1981 con la serie «Dinasty», con l'interpretazione della perfida Alexis Carrington Colby.
Bisogna chiarire, perché è fondamentale per la questione dello «star-system», che la produzione di teleromanzi adottò molto presto i criteri di produzione propri dal taylorismo e del fordismo, con industrie dell'audiovisivo basate sulla rigida divisione del lavoro di squadre di sceneggiatori, di registi che girano simultaneamente diversi episodi, ecc. In questi collettivi così laboriosi tutto poteva essere moltiplicato e diversificato, salvo il viso degli attori. E finché non si arriverà a riprodurre gli attori per clonazione, gli interpreti costituiranno l'unico elemento veramente caratterizzante, non moltiplicabile o raddoppiabile, nei processi di produzione audiovisiva in serie. Questo rialza ovviamente il suo valore, come unico fattore veramente insostituibile nel processo produttivo. Per questo gli attori, oltre a diventare il supporto di identificazione-proiezione del pubblico, costituiscono l'elemento più prezioso per il film e per le strategie di produzione.
L'attore appare al centro della storia e la storia si basa sulla narrazione in serie, sulla continuità discontinua. Fu questa la gran trovata di Scherazade per salvare la testa dalla spada del re Shahirar, ne «Le mille e una notte», e questa struttura discontinua fu riscoperta nel secolo col romanzo d'appendice, che adottò il finale a sorpresa tipico della rappresentazione teatrale come culmine finale della puntata del romanzo, per stimolare nel lettore la curiosità per il prosieguo della storia. Il romanzo d'appendice si prefiggeva, per quanto potesse permetterlo l'alto tasso di analfabetizzazione dell'epoca, la costituzione di un grande pubblico interclassista ed eterogeneo. Il suo sistema di trasmissione orale non era molto diverso da quello della pratica monastica medievale per le Sacre Scritture; più tardi, nei quartieri operai, presso il focolare, un lettore istruito leggeva il testo a voce alta, a beneficio di un'ampia comunità di ascoltatori. Questo modello di offerta culturale discontinua si sarebbe prolungato durante il secolo seguente per mezzo dei serials cinematografici e dei romanzi radiofonici, con strategie narrative molto simili. Le fonti ispiratrici della narrativa cinematografica in serie furono dapprima i romanzi (come «Fantomas» o «Nick Carter») e quindi, dagli anni trenta, i fumetti di avventure a puntate, che in questo decennio conobbero una forte espansione. Il primo di questi a divenire un serial cinematografico, fu quello che narrava le avventure del pilota d'aereo Tailspin Tommy, disegnato dall'ex-aviatore Hal Forrest e portato sugli

schermi della Universal nel 1934. Non tardarono a seguirne l'esempio una folta schiera di eroi dei fumetti, da «the Phantom» al mago «Mandrake». La televisione copiò questo modello e sfornò le varie «Adventures of...» con personaggi del tipo Ellery Queen (1950-76), Fu Manchu (1955-56), Superman, Batman, Perry Mason, Kit Carson... In tutti questi casi la popolarità delle storie precedentemente pubblicate rendeva un gran servigio pubblicitario al prodotto televisivo.
Ma quali sono gli effetti mitogenici generati da questo modello narrativo? Vale la pena soffermarsi su tre di essi.
Il primo deriva dalla presenza familiare del personaggio, come se fosse un altro membro della famiglia, in virtù della sua presenza abituale nello spazio domestico. A differenza di quanto accade di fronte allo schermo cinematografico, il televisore, collocato a breve distanza dallo spettatore, impone la presenza del personaggio all'interno dell'iconosfera intima del telespettatore, all'interno del suo habitat.
Il secondo è associato alla necessità di stereotipizzazione caratteriologica del personaggio, che deve essere un archetipo stabile e facilmente riconoscibile dal pubblico, realizzata attraverso situazioni ed effetti ricorrenti, come già si faceva nel vecchio melodramma teatrale e nel romanzo d'appendice.
Il terzo è il prodotto di un flusso biografico continuo, che caratterizza i personaggi di questi serials dilatati, che è proprio quello della realtà della gente comune che assiste alla trasmissione. Si sa che la strutturazione di questo flusso romanzesco in cui i personaggi subiscono evoluzioni e trasformazioni, fu una conquista laboriosa del cinema; si suole attribuirne il primo esempio a «Greed» (1923) di Erich von Stroheim, basato su un lungo racconto naturalista di Frank Norris, la cui versione originale durava più di otto ore. I produttori tagliarono lo stretto necessario per garantire una logica narrativa alla vicenda, che non si discostava molto dalle attuali telenovelas. Una siffatta struttura impone, si sa, delle forti limitazioni agli sceneggiatori, che si imbattono in flussi vitali imprevedibili, a volte determinati dalla domanda del mercato. Si rende necessaria, talvolta, l'uccisione di un personaggio anzitempo, oppure la risurrezione, con strani artifici, di un personaggio morto (che in realtà era partito in viaggio senza avvisare nessuno), solo perché la sua presenza viene reclamata imperativamente dalle proteste del pubblico.
La somma di queste tre caratteristiche consente una efficace identificazione-proiezione da parte degli spettatori, che si ritrova a vivere per procura, in modo vicariale, grandi passioni e grandi drammi che

li fanno sentire superiori, in un processo di autonobilizzazione o autosublimazione. In realtà questo fenomeno è abbastanza complesso, come ci spiegano gli psicologi. Lo spettatore si ritrova di fatto a vivere uno sdoppiamento proiettivo, che lo fa sentire solidale e identificato col personaggio positivo, nel quale vede un proprio simile, degno di simpatia, e nel contempo libera le sue frustrazioni e le sue ansie distruttive tramite il personaggio negativo, il trasgressore morale. Dopotutto, in ogni telespettatore convivono un dottor Jekyll e un Mr. Hyde, queste plasmazioni del superego e dell'inconscio distruttivo che Stevenson ideò, sul piano narrativo e fantastico, prima di Sigmund Freud. E una buona fiction è quella che è in grado di soddisfare simultaneamente i bisogni psicologici opposti dell'individuo, ossia quelli dell'amore e dell'odio.
Rivedevo di recente una serie di storie audiovisive nordamericane trasmesse dalla televisione, e mi sorprendeva il riscontro, nelle varie «dramatis personae», di una quantità di archetipi guida che costituiscono, di fatto, delle patologie emotive ben conosciute dalla psicoanalisi. E così nei personaggi maschili predominano le sindromi da potere, come il complesso del Re Mida (una spinta plutocratica molto comune nella fiction nordamericana, alimentata dall'etica capitalista), il complesso di Bruto (l'iniziato che distrugge il suo iniziatore), la satiriasi (o dongiovannismo) e il narcisismo. Tra i personaggi femminili, con uno spettro di motivazioni maggiormente diversificate, risalta il complesso di Cenerentola (l'ascesa sociale mediante le nozze e l'abdicazione delle responsabilità), l'opposto complesso di Diana (la protesta virile della donna sottomessa nei confronti dell'uomo), il complesso di Betsabea (l'adulterio per calcolo), la mitomania del bovarismo (confusione della propria personalità, sostituita da una desiderata idealizzazione di se stessa), il complesso di Circe (seduttrice coercitiva), il complesso di Messalina o messalinismo (ninfomania o furore sessuale della «femme fatale»), il complesso di Dalila (la donna castratrice) e il complesso di Dafne, della vergine che vuol restare sempre tale, cosa sempre più rara.
Questi esempi ora citati impongono severe costrizioni agli attori, penalizzati dall'incasellamento in personaggi stereotipati, mentre le lunghe serie televisive li condannano a un lungo ciclo di immobilità creativa e di routine professionale. Questo fenomeno può anche sfociare in tragedie personali, derivanti dalla propria stereotipizzazione e dal proprio destino mitico. Basti pensare al triste caso dell'attore Georges Reeves, che interpretò Superman in una serie di 104 episodi che andarono in onda dal luglio del '51 al novembre del '57. Reeves giunse ad assorbire in buona parte la personalità di quel mito

del potere così euforizzante che quando terminò il suo lavoro cadde in una depressione che lo portò al suicidio il 15 giugno del '59. Gli capitò qualcosa di simile alla identificazione dell'attore Bela Lugosi col personaggio di Dracula, solo che nel caso di Reeves il suo autoinganno sfociò nella tragedia del suicidio. Questo è qualcosa che i creatori di Superman non avrebbero mai potuto immaginare per il loro invincibile eroe dei fumetti.

Instituto Español de Cultura
Roma

Roman Gubern

A

Semiotica, linguistica, semantica
Sémiotique, linguistique, sémantique
Semiotics, Linguistics, Semantics

B

Semiotica narrativa e discorsiva. Retorica
Sémiotique narrative et discursive. Rhétorique.
Semiotics of narrative and discourse. Rhetoric

C

Socio-semiotica (socio- ed etno-linguis
Socio-sémiotique (socio- et ethno-linguistique)
Socio-Semiotics (Socio- and Ethno-Linguistics)

D

Semiotica letteraria: mitologia e folklore: poetica
Sémiotique littéraire; mythologie et folklore: poétique.
Literary Semiotics; Mythology and Folkloristics: Poetics

E

Semiotiche auditive.
Sémiotiques auditives.
Audio Semiotics.

F

Semiotiche visive e audio-visive
Sémiotiques visuelles et audio-visuell
Visual and audio-visual Semiotics