



L'altra serialità

Ai confini della realtà

Il successo globale di *Black Mirror*

a cura di: Ce.R.T.A.
Centro di ricerca sulla televisione e gli
audiovisivi, Università Cattolica di Milano

Dom Holdaway

Lo scenario complessivo del *broadcasting* pubblico in Gran Bretagna si trova oggi in una fase piuttosto delicata. Con il rinnovo del mandato del governo conservatore avvenuto nel 2015 – questa volta senza l'influenza “moderante” dei partner della coalizione precedente, costituita anche dai liberaldemocratici – le intenzioni di “privatizzazione” emergono con sempre maggiore chiarezza, e i canali pubblici – in particolare quelli che fanno capo alla Bbc – sono sottoposti a un'indagine governativa relativa alla loro funzione. Se la “minaccia” nei confronti

Tempi duri per la tv britannica: il nuovo ministro John Whittingdale, conservatore, è lo stesso che tentò di privatizzare Channel 4 nel 1996 e la rete di maggior qualità nel panorama televisivo è di nuovo a rischio (come del resto la stessa Bbc). Analizziamo “il caso *Black Mirror*”, una serie prodotta da Endemol, sintomatica (anche e soprattutto per il grande successo globale) che riflette in maniera singolare le tensioni e i cambiamenti che il sistema mediale sta attraversando nel paese.

l'Arts Council Uk, sempre per volontà dei conservatori). Finora Endemol – e più specificamente Zeppetron, una società sussidiaria che si occupa in particolare di *comedy* – ha prodotto due stagioni della serie, ciascuna di tre puntate della durata di quarantacinque o sessanta minuti, oltre a una puntata speciale natalizia di settantacinque minuti. Tutti gli episodi sono stati trasmessi da Channel 4, raccogliendo un pubblico medio di circa un milione e mezzo di spettatori, cifra discreta se non proprio travolgente. La società americana Netflix ha comprato i diritti di trasmissione internazionale delle serie nel 2014. Nel 2015, poi il servizio di tv *Over the Top* ha annunciato la produzione di una terza stagione di dodici puntate, pronta per essere mandata in onda nel corso del 2016. Il comunicato stampa specifica che l'anteprima della serie sul servizio di *streaming* online avverrà in tutti i territori di Netflix tranne il Regno Unito e l'Irlanda, dove Channel 4 dovrebbe mantenere un diritto d'opzione per la sua trasmissione. Al momento non è ancora chiaro come si risolverà la questione della distribuzione nel Regno Unito e, soprattutto, della messa in onda in anteprima. Il potenziale vincolo di *Black Mirror* al palinsesto settimanale di Channel 4, a confronto con la disponibilità immediata, all'estero, tramite Netflix, rischia di allontanare dal canale proprio quello stesso pubblico “giovane e moderno” per cui il prodotto è pensato.

In effetti, anche se *Black Mirror* è un prodotto radicato nel contesto produttivo britannico ed è legato alla distribuzione e al brand di Channel 4, il suo successo è senza dubbio globale. Già nel 2012, Endemol riesce a vendere la serie in più di venti paesi, addirittura prima della sua circolazione al mercato Miptv di Cannes; negli anni successivi il numero di territori esteri dove la serie è esportata supera i novanta. In Italia, per esempio, la serie è trasmessa in pay-tv, su Sky

della Bbc ha sollevato attenzione e dibattito nel paese (e persino fuori dal Regno Unito), più recentemente è emerso che anche il futuro di Channel 4 è alquanto incerto, e che il governo sta vagliando la possibilità di mettere sul mercato il canale. In effetti, attribuire il Ministero della cultura, dei media e dello sport a John Whittingdale, che aveva già tentato di privatizzare Channel 4 nel 1996, è chiaramente un atto infausto dal punto di vista di chi sostiene il servizio pubblico. Sebbene meno centrale della Bbc in termini di risorse, di offerta e di fama mondiale, Channel 4 ha comunque ottenuto un buon successo, in parte grazie alla sua forma curiosamente ibrida e insolita per il contesto britannico: la rete è infatti finanziata dalla pubblicità, ma è anche sottoposta alla regolamentazione del governo in quanto *public service*, ed è nota per la sua programmazione alternativa e destinata a un pubblico giovanile, costituita da documentari e reality provocatori e polemici e serie innovative come *Queer as Folk* (1999-2000), *Skins* (2007-2013) e *Black Mirror* (2011-).

Black Mirror, in particolare, riflette in maniera singolare le tensioni e i cambiamenti che il sistema mediale sta attraversando nel paese. La serie è prodotta da Endemol, casa di produzione olandese molto attiva e conosciuta soprattutto nel Regno Unito per aver importato *Big Brother* (2000-) durante la direzione di Sir Peter Bazalgette (che nel 2012 è diventato presidente dell'organizzazione para-governativa di finanziamento delle arti,



Cinema 1, nell'autunno dello stesso anno, e nel giugno del 2015 approda in chiaro su Rai 4. *Black Mirror* genera un "culto" anche in Cina; negli Usa si progetta un remake dell'intera serie, e la casa di produzione di Robert Downey Jr. (The Wrap) acquista nel 2013 i diritti per produrre un lungometraggio che parta dalla premessa della terza puntata della prima stagione (*The Entire History of You*).

Il motivo del fascino globale di *Black Mirror* è complesso, e va oltre l'accessibilità universale delle sue tematiche. La serie è stata ideata dal giornalista e conduttore Charlie Brooker, già abbastanza noto in Gran Bretagna per i suoi interventi aspri e ironici sulla politica e la società nelle pagine di «The Guardian» e nel suo programma *Newswipe* (2009-2010), oltre che nella fiction "zombesca" *Dead Set* (2008). L'obiettivo della serie è quello di rappresentare uno scenario distopico, sebbene "realistico", della vita umana immersa nella tecnologia (o viceversa): nelle parole stesse di Brooker, «il mondo in cui potremmo vivere tra dieci minuti, se siamo incauti». Lo "specchio nero" del titolo si riferisce agli schermi vari che ci circondano continuamente, dagli smartphone e tablet ai computer e televisori. Un tale sguardo critico è evidentemente rilevante per chi vive in Occidente, e certamente le immagini grottesche, intriganti e fantastiche dei vari episodi, a prescindere della loro coinvolgente spettacolarità, descrivono un mondo saturato di *reality show*, pubblicità e campagne elettorali che è vicino a quello in cui tutti noi ormai viviamo. Eppure, proprio attraverso queste tematiche così universali, Brooker e gli altri sceneggiatori di *Black Mirror* hanno creato in realtà una serie che si rivolge in particolare a un pubblico specifico – giovane, borghese ed educato – particolarmente coinvolto dalla combinazione di qualità estetica e impegno intellettuale, sulla scia di George Orwell.

Black Mirror inoltre utilizza la forma antologica di singole storie limitate narrativamente in episodi, ricordando da vicino – e non solo per la tematica – la serie classica americana *Ai confini della realtà* (1959-1964, con ulteriori e successivi *reboot*). Questa forma di serialità si presta bene a un contesto di distribuzione meno sequenziale del classico palinsesto televisivo, come appunto quello dello *streaming* digitale, che rappresenta uno dei modi di accesso più comuni per quella stessa comunità di spettatori a cui il programma si rivolge.

In questo senso il successo globale di *Black Mirror* è in parte dovuto alla sua capacità di intercettare una specifica comunità di spettatori, che supera i confini nazionali ed è raggiunta ovunque dalle nuove forme di distribuzione. Un successo che si lega a temi insieme universalmente accessibili ma anche radicati nel contesto anglosassone, con l'evocazione della tradizione britannica di critica satirica dello Stato, e impiegando in parte una base di star inglesi contemporanee. Attori della serie come Toby Kebbell, Hayley Atwell, Rory Kinnear, Jessica Brown Findlay, Domhnall Gleeson, Rafe Spall, Rupert Everett (insieme ad alcune star internazionali come Jon Hamm e Oona Chaplin) testimoniano del boom globale dell'industria culturale inglese comparando in prodotti dall'ampia circolazione come *Downton Abbey* (2010-2015) o *Il trono di spade* (2011-), e in film come la serie di *Harry Potter* (2001-2011). Con la prudente gestione di produzione e distribuzione e col fascino suscitato in un gruppo sempre più rilevante di spettatori a livello internazionale, dunque, *Black Mirror* dimostra le potenzialità per un canale televisivo pubblico come Channel 4 di proporre nuovi prodotti mediali di valore, anche in grado di varcare i limiti di una programmazione solo tradizionalmente televisiva ed esclusivamente legata all'offerta di una rete nazionale. Rimane da capire se il servizio pubblico britannico, attualmente sotto attacco, sarà in grado di ripetere operazioni simili anche in futuro.

Dom Holdaway è assegnista di ricerca presso il Dipartimento delle Arti all'Università di Bologna dove svolge attività di ricerca nell'ambito degli studi sul cinema e i media. Ha pubblicato diversi saggi scientifici e recensioni; in particolare, recentemente, si è occupato di finanziamento pubblico del cinema e della rilevanza del concetto di "impegno" nella tradizione cinematografica italiana. Precedentemente è stato ricercatore e docente di cinema italiano all'Università di Warwick (Uk).