SERIALITÀ

La postmodernità secondo Netflix

La casa di carta di Álex Pina.

di *Federico Pagello* — 30 Settembre 2019

Vent'anni dopo l'uscita di *Matrix*, non sembrano essere ancora in molti a dubitare che il postmodernismo – nella sua accezione ristretta di fenomeno artistico e teorico – sia ormai finito da un pezzo (Malavasi 2017). E, tuttavia, come sostenuto da Fredric Jameson qualche anno fa (Baumbach 2016), **la domanda circa la fine della postmodernità – intesa invece come momento storico-culturale – rimane ancora del tutto legittima**, almeno fino a quando non si sia trovato un accordo sul come definire ciò che ne avrebbe preso il posto.

Se guardiamo al panorama televisivo contemporaneo, curiosamente, la situazione appare per certi versi quasi rovesciata. Per quanto riguarda le forme della produzione, della distribuzione e del consumo, infatti, è del tutto chiaro come la cosiddetta *Peak TV* sia un fenomeno direttamente legato alle conseguenze più profonde della digitalizzazione e della globalizzazione e rappresenti perciò un'evoluzione significativa rispetto al sistema mediale della fine del Novecento. Ma mentre da questo punto di vista il passaggio ad una nuova fase sembra evidente, non appare invece altrettanto semplice individuare rotture estetiche o ideologiche tali da permettere l'individuazione di una nuova "logica culturale". Sarà forse possibile trovare proprio in questo ambito

degli spunti utili a una riflessione sulla difficoltà di sostituire il concetto di postmodernità e sulla sopravvivenza di un atteggiamento culturale, quello postmoderno, di cui i nostri tempi sembrano ansiosi di volersi liberare senza mai riuscirci del tutto? Se consideriamo *La casa di carta*, una delle più celebri serie televisive europee contemporanee, i temi, lo stile e il suo successo sembrerebbero confermare questa impressione.

La serie si richiama candidamente, e senza pretese di originalità, al cinema postmoderno sia dal punto di vista formale che narrativo, come dimostrano gli espliciti modelli di riferimento (dal primo Tarantino al *V for Vendetta* dei fratelli Wachowski), l'ibridazione di generi quali lo *heist movie* e la *soap opera*, o la fusione di una sensibilità spiccatamente spagnola con un'estetica globalizzata. *La casa di carta* appare in questo senso quasi una sorta di *pastiche* della cultura pop degli anni novanta, di per sé già concepita da molti come la creazione di infiniti *pastiche* di motivi e stilemi prelevati dalla storia della cultura di massa del Novecento. La versione "anime" della sigla de *La casa di carta* cantata da Cristina D'Avena ne è solamente un'altra, tutta italica, prova.

Questa continuità non si ritrova soltanto all'interno del testo, ma anche nelle sue molteplici appendici. È infatti **nell'ambito della promozione che *La casa di carta* ha reso l'incontro tra la serialità televisiva e l'arte (post-?) post-moderna particolarmente tangibile**. In occasione del lancio della terza stagione, il 18 luglio scorso, Netflix ha organizzato in Piazza Affari a Milano una proiezione gratuita a cui hanno partecipato migliaia di persone, radunatesi per vedere i nuovi episodi intorno all'opera di Maurizio Cattelan *L.O.V.E.*, appositamente decorata con la tuta rossa e la maschera di Dalì che hanno reso iconica la serie.

L'installazione di Cattelan – inaugurata nel 2010, nel momento centrale del sisma globale rappresentato dalla crisi finanziaria e da quella dell'eurozona – incarna evidentemente uno dei punti di massima espressione di quell'ambiguità che ogni revival contemporaneo del postmoderno non può non manifestare: un momento di indicibilità circa la propria commistione di ironia e protesta, un'immediata (auto)critica dell'incapacità della società e della cultura postmoderne di impedire il proliferare di diseguaglianze e di conflitti sociali. L'evento promozionale di fronte alla Borsa di Milano non fa quindi che confermare come *La casa di carta* proponga una rivisitazione del postmoderno talmente sfacciata dal mettere chiaramente in luce quanto è cambiato nel frattempo.

La più recente fase della globalizzazione – con l'avvento della digitalizzazione, gli attacchi dell'11 settembre e la recessione del 2008 – coincide con il completamento e

quindi forse l'esaurimento di quel processo di americanizzazione che, agli occhi di uno degli osservatori più influenti del fenomeno, come il già citato Jameson (1990), costituiva un aspetto essenziale del postmodernismo. La stessa crisi attraversata dell'Unione Europea è il portato delle difficoltà verificatesi all'interno dello schieramento occidentale a fronte all'emersione di nuove potenze globali. L'avanzata del populismo e del sovranismo, tanto negli Stati Uniti che nel Vecchio Continente, sono in effetti la conseguenza immediata della crisi delle pretese della cultura occidentale di trovare posto alle differenze portate in avanti dalla globalizzazione attraverso quel meticciato culturale di cui postmodernismo era uno dei possibili nomi.

Le trasformazioni storiche, tecnologiche ed economiche degli ultimi anni hanno avuto conseguenze immediate sul modo in cui le narrazioni popolari sono prodotte, distribuite e consumo dal pubblico globale. La graduale affermazione di un sistema televisivo transnazionale – sostenuto dall'esplosione della cosiddetta *Complex Television* e dall'ascesa dello streaming – rappresenta un cambiamento profondo del sistema mediale che aveva trovato nell'equilibrio tra (neo)televisione, Hollywood e cinema indipendente americano la formula ideale per la cultura postmoderna degli anni ottanta e novanta. Nel panorama mediale europeo questi processi sono del tutto evidenti, come dimostrato dagli studi che analizzano la circolazione delle serie televisive negli ultimi due decenni (Bondebjerg et alii 2016): in questi anni si è assistito a una relativa diminuzione dello spazio riservato alla serie americane sulle televisioni e i servizi streaming e a una crescita della capacità della produzione di Paesi come la Danimarca, la Svezia, l'Italia, il Belgio e la Spagna di conquistare nuove posizioni nel mercato internazionale.

Il valore sintomatico del successo de *La casa di carta* da questo punto di vista è quindi evidente. Sebbene reso possibile dall'infrastruttura tecnologica offerta da Netflix, l'impatto globale della serie spagnola è significativo non (sol)tanto perché si tratterebbe del "most viewed non-English language show" sulla piattaforma, come insiste incessamente la stessa Netflix nella sua strategia promozionale, ma soprattutto perché **lo show ha assunto il ruolo di bandiera per il lancio della massiccia produzione di serie al di fuori dagli Stati Uniti**. La creazione a Madrid del primo polo produttivo creato da Neftlix in Europa è in questo senso un'iniziativa tanto concreta quanto simbolica. La produzione e la promozione della terza stagione *La casa di carta* possono quindi essere visti anche come il manifesto di una parziale riterritorializzazione della cultura pop di cui Netflix, la più globale di tutte le case di produzione contemporanee, si presenta come protagonista.

Il revival del postmoderno come sintomo della sua fase terminale è tematizzato

esplicitamente dalla serie. E se tanto la critica quanto il pubblico hanno immediatamente messo le mani avanti circa la serietà dei contenuti "politici" della serie, queste stesse riserve non hanno fatto altro che enfatizzare ulteriormente tale aspetto. L'utilizzo delle maschere di Dalì in tante manifestazioni in giro per l'Europa sono infatti il risultato tanto di questi dibattiti quanto degli espliciti riferimenti – tutti estremamente critici – che la serie fa alle politiche economiche della Banca Centrale Europea (nella seconda stagione) nonché alle politiche migratorie e al supporto alla guerra in Libia da parte dell'Unione Europea (nella terza stagione). In effetti, che queste due istituzioni vengano menzionate esplicitamente nei dialoghi della serie è già di per sé un fatto più unico che raro.

Come stanno verificando i ricercatori coinvolti nel progetto europeo DETECt, **la rappresentazione delle istituzioni comunitarie nella cultura popolare non è semplicemente deficitaria: è praticamente assente**. Il fatto che *La casa di carta* ne faccia invece un elemento caratterizzante del suo materiale narrativo è quindi già di per sé significativo. Ancora più sintomatico è che, pur consapevoli dell'evidente superficialità del trattamento di questo tema, il pubblico, la critica e svariati movimenti sociali non si siano lasciati sfuggire l'occasione di utilizzare la serie per portare avanti lo scontro ideologico, anche da prospettive completamente opposte (fra i tantissimi esempi forniti dai media italiani basti confrontare i due esempi estremi tratti da *Dinamo Press* e *Rolling Stone*). Da strumento della strategia di conquista del mercato internazionale da parte della multinazionale americana, simbolo a sua volta della nuova fase nella storia delle industrie mediali, la serie è diventata così l'oggetto di una discussione sui limiti di quella globalizzazione che, in epoca postmoderna, la cultura occidentale nel suo insieme descriveva come un fenomeno complesso, a volte doloroso, e tuttavia inevitabile e fondamentalmente positivo.

Il plateale populismo estetico e ideologico de *La casa di carta*, basato sulla combinazione di riferimenti al cinema postmoderno con metodi produttivi e distributivi nonché tematiche e strategie promozionali esplicitamente legate ad un contesto radicalmente mutato, incarna insomma in modo nettissimo la contraddizione da cui eravamo partiti: l'impressione che **il postmodernismo abbia fatto il suo tempo ma che non abbia ancora lasciato spazio a qualcosa di diverso**. Anche la lezione sulla questione ben più delicata della fine della postmodernità diventa da questo punto di vista forse un po' chiara. Se non è stato trovato un nome alla nuova fase è quindi forse perché le conseguenze di queste trasformazioni strutturali sono ancora in divenire, come evidente nel caso dei cambiamenti in corso nel panorama televisivo globale, al contempo causa ed effetto di processi non ancora assestatisi né dal punto di vista industriale né da quello culturale. Lo stesso, cruciale fenomeno di Netflix (per molti

osservatori dal futuro alquanto incerto) indica un metamorfosi in atto che potrà prendere contorni più definiti solo nel giro di qualche anno.

Come che sia, **prodotti come *La casa di carta* cercano di costruire su quello che è noto ma nello stesso tempo si sforzano di dare espressione alle tensioni create da queste nuove tendenze**, rappresentando in modo "ultra-pop" i conflitti che agitano la società europea attraverso un remix di tendenze estetiche e culturali del recente passato che pesca a mani basse nel serbatoio del cinema postmoderno americano degli anni novanta. Sarà forse per questo che, ventisette anni dopo l'uscita de *Le Iene* e vent'anni dopo *Matrix*, il lavoro di Tarantino e delle sorelle Wachowski sono ancora al centro della cultura popolare contemporanea? Osservando le caratteristiche e l'impatto de *La casa di carta* sembrerebbe proprio così.

Riferimenti bibliografici

I. Bondebjerg, I., E.N. Redvall, R. Helles, S.S. Lai, H. Søndergaard, C. Astrupgaard, *Transnational European Television Drama: Production, Genres and Audiences*, Palgrave, Basingstoke 2017.

N. Baumbach, D. R. Young, *Revisiting Postmodernism: An Interview with Fredric Jameson*, in "Social Text", vol. 34, n. 2, 2016.

F. Jameson, *Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism*, Duke University Press, Durham 1990.

E. Laclau, *La ragione populista*, Laterza, Roma-Bari 2008.

L. Malavasi, *Postmoderno e cinema. Nuove prospettive di analisi*, Carocci, Roma 2017.