



Dickinson

<http://www.gendersexualityitaly.com>

g/s/i is an annual peer-reviewed journal which publishes research on gendered identities and the ways they intersect with and produce Italian politics, culture, and society by way of a variety of cultural productions, discourses, and practices spanning historical, social, and geopolitical boundaries.

Title: Television Series Review: *That's amore* by Duccio Forzano

Journal Issue: *gender/sexuality/italy*, 7 (2020)

Author: Leonardo Cabrini

Publication date: February 2021

Publication info: *gender/sexuality/italy*, "Reviews"

Permalink: <https://www.gendersexualityitaly.com/36-thats-amore>

Keywords: Television Series Review

Copyright information

g/s/i is published online and is an open-access journal. All content, including multimedia files, is freely available without charge to the user or his/her institution and is published according to the Creative Commons License, which does not allow commercial use of published work or its manipulation in derivative forms. Content can be downloaded and cited as specified by the author/s. **However, the Editorial Board recommends providing the link to the article (not sharing the PDF) so that the author/s can receive credit for each access to his/her work, which is only published online.**



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Unported License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/)

That's amore. Diretto da Duccio Forzano. Prodotto da Rai 3.
Due stagioni, 20 minuti (ep.), 2019-.

That's amore (2019-) è un *docureality* italiano mandato in onda su Rai 3 in fascia preserale dal lunedì al venerdì. Il prodotto in esame si propone di raccontare ciò che avviene quotidianamente all'interno della clinica veterinaria "Roma sud," gestita da Daniela Mignacca e Daniele Corlazzoli. Gli episodi, della durata di circa 20 minuti l'uno, mostrano il lavoro dei medici specialisti nelle varie fasi del suo svolgimento, sia nelle situazioni di normalità – esami, visite di routine, etc. – sia in quelle emergenziali – interventi chirurgici d'urgenza, situazioni impreviste, etc. Il fulcro tematico delle vicende narrate è, come suggerito dal titolo, l'affetto che si instaura tra essere umano e animale. In tal senso, la storia narrata mette in evidenza varie gradazioni di questo rapporto, da quello intimo tra proprietario e animale, a quello professionale con i veterinari. Lo scopo del programma è quello di enfatizzare l'attenzione premurosa dei medici verso i pazienti – una premura che sembra analoga a quella che ci si aspetta abbiano i pediatri verso i bambini – e di sottolineare l'appartenenza dell'animale domestico al nucleo familiare.

L'interesse principale del programma risiede nel posizionamento all'interno del palinsesto di Rai 3. In onda tra le 20:15 e le 20:45, *That's amore* si colloca, insieme al più celebre *Blob* (1989-), in quella striscia di programmazione che separa il telegiornale della rete – tra le 19:30 e le 20:00 – alla famosa soap opera italiana *Un posto al sole* (1996-), trasmessa tra le 20:45 e le 21:20. A tal proposito due sono le strategie che emergono da tale sistemazione: una più generale, legata alla coesistenza del *broadcasting* con il tempo della vita quotidiana, e una più specifica, legata alle relazioni tra il programma in esame e ciò che va in onda in seguito. La prima, e meno interessante, strategia è quella legata all'idea di un programma "leggero" che accompagni gli italiani alla cena; tale sistema comprende, tuttavia, l'intero arco di programmazione tra le 19:30 e le 21:20, se consideriamo che tutti i programmi in onda in questa fascia si prestano, sebbene in maniera differente, a questo scopo. In questo senso, *That's amore* propone un'aura di domesticità che può estendersi, per associazione tematica, all'esperienza del pubblico, colto in uno dei momenti della giornata in cui la famiglia solitamente si trova riunita. La seconda strategia, invece, rende sostanzialmente *That's amore* un prodotto gregario di *Un posto al sole*. A differenza del telegiornale, che si presta a una visione mirata, o di *Blob* – il programma più consapevolmente riempitivo della storia della televisione italiana – *That's amore* sembra posizionato per svolgere una funzione simile al traino, secondo la tecnica del *lead-in*, ovvero quella modalità per cui si presuppone che il target di riferimento di uno show sia omogeneo a quello dello show successivo. Tuttavia, solitamente, il traino prevede che il programma debole sia trasmesso dopo quello forte, in modo tale da mantenere sintonizzato il maggior numero di spettatori possibile. Non è questo il caso, dato il costante e duraturo successo di *Un posto al sole*. Piuttosto sembra che la strategia utilizzata da chi si occupa della programmazione consista nel presupporre che parte del pubblico scopra, un po' casualmente, *That's amore* aspettando *Un posto al sole*, e da lì si fidelizzi. Va da sé che un approccio industriale simile non conferisce particolare importanza al prodotto in esame, il quale può in buona sostanza considerarsi un *program filler*.

La presupposta omologia del target di *That's amore* con quello di *Un posto al sole* può essere determinata dalla generale predominanza di una componente emozionale. In altri termini, l'obiettivo primario dei due prodotti è quello di suscitare una risposta fisiologica ed emotiva nel pubblico. Se ciò è scontato in una soap opera – *body genre* televisivo per eccellenza – lo è meno in un programma sulla medicina veterinaria. Per tali ragioni è necessario un titolo esplicito e che non richiama, da solo, l'argomento a cui si riferisce. Ciò detto, nonostante nel corso delle puntate vengano esplicitate le competenze e le varie specializzazioni dei medici, la componente più esplicitamente scientifica e divulgativa è sempre al servizio di quella affettiva. Le dottoresse e i dottori, in tal senso, dimostrano,

sia in maniera esplicita (nelle interviste), sia implicitamente (durante visite e interventi), la propria passione per gli animali e la vicinanza emotiva a questi ultimi e ai proprietari.

Appare scontato che la clinica che funge da setting in *That's amore* sia riservata esclusivamente agli animali da compagnia. Un programma di questo tipo non può che escludere a priori l'animale dal punto di vista utilitaristico. L'animale, infatti, appare, in tutto per tutto parte della famiglia; similmente il tono dell'operazione è familistico, medio ed ecumenico. Non a caso ogni puntata si chiude con autentici *home movies* che mostrano frammenti di vita quotidiana con l'animale domestico. Nella consequenzialità drammaturgica degli episodi vi sono sempre alternanze tra momenti felici e tristi, e sebbene non sia rara la presenza della morte come elemento disforico, sembra che l'aggressività e la violenza siano il grande interdetto del programma. Non mancano animali malati, ansiosi o gravemente feriti; mentre l'unico episodio di aggressività è presente nella prima puntata, in cui il personale veterinario fatica ad avvicinare un gatto spaventato che necessita di cure. Tuttavia, tale evento non viene mai mostrato ma unicamente raccontato; in altri termini, non vediamo mai il gatto nell'atto di mordere o di graffiare. Una strategia, questa, che vuole calibrare il tono dell'operazione in virtù di un'adesione generale verso l'animale, evidenziando emozioni che spaziano dall'affetto alla compassione ed evitando di indurre paura o senso del pericolo. Tale scelta è dovuta unicamente alla vocazione ecumenica dello *show*, il quale non intende focalizzarsi troppo sull'animale in senso etologico o biologico ma, piuttosto, su un'ingenua identificazione del *pet* quale membro della famiglia ed estensione dell'umano (evitando tuttavia l'elemento conflittuale della relazione familiare). In questo senso, *That's amore* può considerarsi agli antipodi di un prodotto come *Dog Whisperer* (2004-2012) che adotta una vocazione più scientifica e, facendo ciò, giustifica una relazione asimmetrica di potere tra umano (percepito come padrone) e cane. Lo scientismo di quest'ultimo *show* si accompagna all'estetica dello *scripted reality*, che prevede una pianificazione forte del narrato in virtù di un controllo maggiore verso gli obiettivi del protagonista, l'addestratore César Millán. L'adesione al genere del *docureality* di *That's amore* prevede, al contrario, un'estetica della verosimiglianza, fatta di piccoli eventi non previsti, inquadrature più lunghe e primi piani sia degli umani sia degli animali. Tale vocazione al "far sembrare autentico" ciò che avviene sullo schermo vuole evidenziare la vicinanza tra l'animale e il suo proprietario e intende provocare un riconoscimento da parte dello spettatore ideale, che può confrontare la sua vita con quella dei personaggi dell'episodio. Va da sé che tale riduzione delle distanze tra le specie, nella maniera rappresentata in *That's amore*, è meramente illusoria e può, al limite, esistere unicamente nel contesto socialmente accettabile dell'animale da compagnia.

Il pubblico, nelle intenzioni del programma, prova dunque familiarità verso il narrato. Non è casuale il fatto che cani e gatti siano gli animali più presenti nel programma, mentre la categoria di "animali esotici" appare con misura ridotta ma regolarmente, nella sua condizione di alterità. Oche, pappagalli, ratti, gechi e puzzole sono spesso dei divertissement, e, accompagnati da musiche allegre, sovente fungono da semplice contrappunto comico. *That's amore* è dunque un programma medio, adatto a un pubblico allargato e trasmesso in un momento della giornata in cui la maggior parte delle famiglie italiane si riunisce. Tuttavia, non ha ambizione di generare una ritualità di visione forte, se non quale sorta di "sala d'attesa" di *Un posto al sole*. Non ha nemmeno generato abbastanza culto da prevedere particolare successo nella visione mirata all'infuori del palinsesto, su Rai Play o altre piattaforme. Si tratta, in buona sostanza, di un prodotto che si confonde nel coacervo di trasmissioni della fascia preserale. Un programma prescindibile, insomma, ma che ci dà l'idea di quanto presente sia ancora la logica del *broadcasting* nell'era contemporanea della multi-televisione.

LEONARDO CABRINI
Indiana University