

## Nelle sue mani. Luca Argentero tra *medical drama*, *personal branding* e impegno sociale

Alberto Scandola\*

University of Verona (Italy)

Ricevuto: 19 dicembre 2021 – Versione revisionata: 18 gennaio 2022

Accettato: 21 maggio 2022 – Pubblicato: 14 luglio 2022

### **Into His Hands: Luca Argentero between Medical Drama, Personal Branding and Social Engagement**

The Covid-19 crisis had a positive impact on the popularity and the bankability of Luca Argentero, leading actor of the successful RAI series *Doc–Nelle tue mani*. The role of Andrea Fanti, a doctor ready to do anything for the good of his patients, and the contemporary paternity — narrated on social media platforms — have allowed Argentero to rise to the status of an ideal male, expression of those values — spirit of sacrifice, altruism and empathy — represented by doctors during periods of lockdown. The eight million viewers who followed *Doc–Nelle tue mani* testify how Argentero — celebrity with 2 million Instagram followers — manage to embody models of behavior and collective feelings. The goal of this article is to analyze social engagement activities of Luca Argentero during the Covid-19 crisis, in order to know whether this celebrity, through the character of Doc, contributed to raise public health awareness among his Instagram and Twitter followers.

**Keyword:** Masculinity; Medical Drama; Personal Branding; Luca Argentero; Social Engagement.

---

\* ✉ [alberto.scandola@univr.it](mailto:alberto.scandola@univr.it)

“Se ti proponessi come Doc per fare i vaccini, non ci sarebbero più no vax”. Così nel novembre 2021 moirapizalis, una dei due milioni di fan che seguono il profilo Instagram di Luca Argentero, commenta una foto postata dall'attore, un *selfie in contre-plongée* con tanto di sguardo tenebroso e divisa da medico. L'immagine, scattata sul set della fiction *Doc-Nelle tue mani* (Rai, 2020–in corso), ha naturalmente una doppia funzione: da un lato, consolidare l'*atout* su cui questo “professionista della bellezza” (Biasin 2018: 119) ha costruito la sua celebrità e cioè il fascino virile; dall'altro, promuovere la seconda stagione della fortunata fiction, che nel momento in cui scriviamo risulta ancora in post-produzione. Con il personaggio di Doc (Andrea Fanti), primario di medicina interna che a seguito di un trauma perde la memoria ma acquista empatia, filantropia e umanità, l'ex pin-up Argentero è infatti riuscito – sfruttando una straordinaria coincidenza tra realtà (lo scoppio della pandemia) e finzione (la messa in onda delle prime puntate della fiction) – a rinnovare la propria *persona* integrando l'innata virtù della sensualità con un ideale di bellezza – l'eroismo – che si fonda non su una forma, ma su una funzione (Mosse 1997: 4-10).

Nessuna crisi, dunque. L'emergenza sanitaria ha avuto un impatto paradossalmente positivo sulla popolarità e sulla “bancabilità” (McDonald 2020 [2013]: 45) di quello che è forse il meno “antidivo” (Carluccio e Minuz 2015: 10) degli attori italiani contemporanei. Come avremo modo di vedere, infatti, la polisemia strutturata dell'ex concorrente del *Grande Fratello* (Canale 5, 2000–in corso) si fonda da un lato “su una consacrazione dell'attività professionale che fa leva sulla retorica dell'autenticità” (Biasin 2018: 121), dall'altro su una gestione della comunicazione finalizzata a promuovere l'immagine di una celebrità non indifferente né ai flash dei paparazzi né alle richieste delle ammiratrici. “Ho firmato seni – ha confessato il divo al microfono di Alessandro Cattelan – ho firmato braccia, ho firmato ogni parte anatomica del corpo umano”<sup>1</sup>. Nella costruzione di questa liturgia stellare, inoltre, giocano un ruolo importante l'industria della pubblicità (Argentero è *ambassador* di diversi marchi) e quella del marketing, come testimonia la partecipazione dell'attore della piattaforma commerciale MyVisto<sup>2</sup>, finalizzata a mettere in contatto brand e creator di qualsiasi ambito, da quello dei beni primari sino a quello della moda. Come ha osservato Fabien Landon (2021: 95), lo straordinario successo di *Doc-Nelle tue mani* ha permesso all'attore piemontese di sedurre e conquistare anche un pubblico per lui inedito come quello della transalpina TF1.

Gli obiettivi di questo saggio sono due. In primo luogo, si intende indagare il caso Argentero come emblema del forte impatto che gli strumenti digitali offerti dall'attuale cultura partecipativa hanno nei processi di costruzione di quella “totalità complessa” (Dyer 2003 [1979]: 89) che è l'immagine divistica; in secondo, verificare, alla luce dello straordinario cortocircuito tra finzione e realtà determinato dall'interpretazione di Doc, se e in quale modo i significati simbolici evocati da questo personaggio hanno permesso alla *persona* dell'attore di farsi leva di istanze sociali legate al contesto pandemico.

Per cominciare ripercorriamo, mediante l'analisi di testi filmici e materiali perifilmici, le tappe principali di una carriera che, nell'arco di quindici anni, ha trasformato un sex symbol in una sorta di eroe: un viaggio di andata e ritorno dalla televisione (*Grande Fratello*) alla televisione (*Doc-Nelle tue mani*), passando per il cinema, i social network e la pubblicità.

## 1 Beyond the latin lover

In principio era il piccolo schermo, quello della terza edizione del *Grande Fratello* (Canale 5, 2003), a cui l'allora studente di Economia partecipa classificandosi terzo con il 9% dei voti. Sin dal provino, il giovane Luca dimostra convinzione nei propri mezzi, determinazione e autostima: “Io mi trovo un bel ragazzo, e ne sono convinto”<sup>3</sup>. Ne è persuaso anche il direttore di *Max*, che invita il modello preso dalla strada a posare seminudo per l'obiettivo di Renato Grignaschi. Le foto del Calendario 2004, scattate “per vanità e per soldi” (in Anonimo, 2003), evidenziano, oltre a un'innata fotogenia, un fisico scultoreo e uno sguardo d'angelo, ovvero quel mix di

1. Dichiarazioni rilasciate durante la trasmissione *E poi c'è Cattelan*, trasmessa da Sky il 12 marzo 2015: <https://www.youtube.com/watch?v=rud5rUqLrOg> (Ultimo accesso: 12.12.2021).

2. <https://myvisto.it/> (Ultimo accesso: 12.12.2021).

3. Dichiarazioni rilasciate da Argentero durante il provino per l'ingresso nella casa del *Grande Fratello*: <https://www.oggi.it/video/personaggi/2015/10/16/luca-argentero-ecco-il-suo-primario-provino-al-grande-fratello-video/> (Ultimo accesso: 12.12.2021).

*kalia kai agathia* che caratterizzerà, da questo momento in poi, l'immagine dell'attore. L'industria del cinema italiano lo trasforma in un rassicurante bello della porta accanto, non dannato, ma piuttosto ingenuo (*Fratelli unici*, 2014, di Alessio Maria Federici), romantico (*Lezioni di cioccolato*, 2007, di Claudio Cupellini) e sognatore (*Noi e la Giulia*, 2015, di Edoardo Leo), in poche parole una “*star-as-performer*” (Geraghty 2000: 183) perfetta per la commedia romantica. Non è un caso che, con l'eccezione di Paolo Franchi (*E la chiamano estate*, 2012), tra i *directors* di Argentero non figurino nessun rappresentante del nostro cinema d'autore.

In uno stardom popolato da maschi fragili (Valerio Mastandrea), forti (Pierfrancesco Favino) e sensuali (Riccardo Scamarcio), Argentero rappresenta dunque una modulazione *bon enfant* della maschera del latin lover. È il maschio che, consapevole del proprio fascino, sciupa le femmine ma non sfascia né le famiglie né le stanze d'hotel e – come ha dichiarato anche durante il provino per il *Grande Fratello* – esercita la sua attività di seduttore solo come un piacere temporaneo, nell'attesa di trovare la persona con cui costruire una famiglia (obiettivo, quest'ultimo, raggiunto e abbondantemente reclamizzato su Instagram nel 2020).

Il personaggio di Carlo (*Solo un padre*, 2008, di Luca Lucini), ragazzo padre alla ricerca della propria identità maschile nell'era della “paternità senza patriarcato” (Manzoli 2015: 80), è – in quanto maschio fragile – un'eccezione all'interno di una filmografia che, quanto meno sino al 2015, prevede per Argentero un solo *tipo*: quello del serial lover dal cuore tenero, il quale davanti allo specchio vede “solo un gran figo” (*Lezioni di cioccolato*) ed è irresistibile “come il lifting: prima o poi una deve farselo” (*Oggi sposi*, 2009, di Luca Lucini). Il marchio del sex symbol è talmente forte da emergere in modo prepotente anche nel caso di utilizzo in *contre-emploi*. Mi riferisco a due personaggi che in partenza risultano antitetici alla maschera di cui sopra: Piero, politico impegnato nelle cause LGBT e felicemente fidanzato con Remo (*Diverso da chi?*, 2009, di Umberto Carteni) e Leonardo, giovane depresso che avverte un complesso di inferiorità nei confronti del fratello donnaiolo (Alessandro Gassman) e per l'abbandono di una donna ha persino tentato il suicidio (*La donna della mia vita*, 2010, di Luca Lucini). In entrambi i casi la sceneggiatura prevede un *turning point* tanto inatteso quanto rassicurante per i fan. Se il gay militante<sup>4</sup> non riuscirà a resistere al fascino della matura Adele (Claudia Gerini), a Leonardo basterà lo sguardo di una ragazza in palestra per prendere fiducia in sé stesso e sopravanzare, a livello di conquiste femminili, l'invidiato fratello. Questa *picture personality* è confermata dai ruoli interpretati in *Fratelli unici* e *Pazze di me* (2013, di Fausto Brizzi), commedie incentrate su un'idea di maschilità tesa tra la stabilità del focolare domestico e l'ebbrezza dell'avventura. Se Federici gioca con i cliché del latin lover a tal punto da trasformare Argentero nel maestro di Raoul Bova in fatto di seduzione, Brizzi – tramite il personaggio di Corrado – sembra invece anticipare quella deriva patriarcale che l'attore esprimerà soltanto sei anni dopo, *offscreen*. Corrado, il ragazzo che lascia Beatrice (Chiara Francini) sull'altare, incarna il prototipo del maschio medio, riluttante nei confronti del femminismo e desideroso di una donna normale: “Ho bisogno di una donna che distrugga la fiancata di una macchina quando parcheggio, [...] una che faccia attaccare il risotto quando cucina, una donna normale, che abbia un po' di cellulite”.

Il 4 settembre 2019, sulla piattaforma Twitter, scoppia la bufera. #LucaArgentero resta *trend topic* per diverse ore a causa di alcune dichiarazioni – rilasciate dall'attore al settimanale *Oggi* – non propriamente in linea con i principi della parità tra i sessi. Secondo Argentero, in sostanza, l'ossessione per la *gender equality* avrebbe rovinato il romanticismo e inibito il maschio, costretto ad avere a che fare con donne sempre più forti e affermate: “Preferisco continuare a essere l'uomo della coppia. Non mi va di scontrarmi con una che si offende se le apro la portiera della macchina o le verso l'acqua a tavola” (in Semenzato, 2019). Non è un caso che questa polemica sia insorta nel 2019, anno che segna in modo decisivo l'evoluzione dell'immagine di questa celebrità. Argentero inizia le riprese di *Doc-Nelle tue mani* e lascia sia i panni dello sbandato (*Hotel Gagarin*, 2018, di Simone Spada) che quelli del ladro (*Cosa fai a Capodanno?*, 2018, di Filippo Bologna) per diventare un goffo supereroe di quartiere (*Copperman*, 2019, di Eros Puglielli), una sorta di anticipazione fantasy del personaggio di Doc. Al pari del medico che a causa della sua menomazione viene retrocesso al ruolo di semplice assistente, Anselmo infatti è un emarginato: non conosce né il piacere del sesso né il valore del denaro, ma la sua straordinaria empatia<sup>5</sup> ne fa una sorta di angelo protettore, un uomo puro votato – proprio come Andrea Fanti –

4. Sulla riconfigurazione gay dell'orientamento sessuale degli attori italiani contemporanei si veda O'Rawe 2014: 36-37.

5. L'empatia nei confronti dei pazienti è forse la virtù che più di altre caratterizza i protagonisti di alcuni dei più popolari *medical drama* italiani, dai pediatri di *Amico mio* (1993-1994, 1998), pronti a sostenere le famiglie dei loro piccoli malati, alla ginecologa di *La dottoressa Giò* (1997-1998, 2019), disposta a fungere da amica e confidente per le sue pazienti.

a lenire le sofferenze altrui e a salvare chi è in difficoltà. Nel metodo diagnostico di Fanti – fondato, più che sugli accertamenti clinici, sull'istinto e sulla capacità di osservazione – c'è del resto qualcosa di taumaturgico, qualcosa di super-umano che gli altri medici non possiedono e che lo porta a strappare molti pazienti alla morte. Dall'uomo di rame al medico dei miracoli, il passo è breve. Ma la *persona* di Argentero si nutre anche di tutto ciò che l'attore fa *off screen*, e il 2019 è anche l'anno di una lieta novella: l'annuncio della gravidanza della compagna.

Sulle ceneri del latin lover, dunque, nasce un altro modello di maschilità, quello dell'uomo “bravo a essere uomo” (Gilmore 1990: 36), interprete perfetto di quel canovaccio tipico dei paesi mediterranei che prevede – ai fini della riconoscibilità della propria maschilità – l'osservazione di tre imperativi morali, ovvero fecondare la propria partner, provvedere al mantenimento della famiglia e proteggerla. Sono tutte azioni che non solo Argentero, ma anche Doc ha compiuto, almeno sino a quando il destino glielo ha permesso. La crisi del matrimonio del brillante primario, infatti, è causata anche dalla tragica perdita del figlio, della quale l'uomo si sente – ingiustamente – responsabile in prima persona. Alla radice dello straordinario successo di questo personaggio, dunque, non ci sono solo la coincidenza della pandemia o il carisma dell'interprete, ma anche (e soprattutto) la perfetta convergenza tra il modello di maschilità incarnato – quello di un uomo bravo a essere uomo – e la mentalità di un pubblico – quello di Raiuno – tradizionalmente legato a valori quali la fede cristiana, il sacramento del matrimonio e la tutela della famiglia. E allora entriamo nelle stanze del Policlinico Ambrosiano e osserviamo più da vicino il comportamento, i silenzi e lo sguardo di Doc.

## 2 Luca aka Doc

“Il medico non è il mio mestiere [...] Non sarei psicologicamente in grado di gestire una pressione del genere [...] Noi attori alla fine siamo solo dei raccontastorie, dei giullari” (in Mosconi, 2020). Così, durante la promozione della prima stagione di *Doc-Nelle tue mani*, Argentero ha cercato di allontanare dalla sua *persona* l'ombra invadente di Andrea Fanti, negando ogni ipotesi di immedesimazione nel personaggio: “Io recito e basta. Sono i medici i veri eroi”. Ma che cosa intende l'attore per “recitare”? In quale misura Doc è il prodotto di una performance attoriale? Se analizziamo elementi normalmente costitutivi della recitazione cinematografica o televisiva quali il trucco, la postura, la mimica facciale, l'inflessione o il timbro vocale, ci accorgiamo che – sotto questi punti di vista – quasi nulla distingue l'interprete dal personaggio. Fatta eccezione per l'andatura claudicante con cui, all'inizio del terzo episodio (*L'imprevisto*), il medico cerebroleso si reca dalla sua abitazione all'Ospedale, Doc parla, sorride e si muove esattamente come Luca Argentero. O meglio, come quel costruito intertestuale che, sulle piattaforme dei social network e nelle apparizioni televisive, risponde al nome di Luca Argentero. Colore e taglio di capelli sono identici a quelli che l'attore sfoggia nelle foto postate su Instagram e lo stesso vale per la rasatura della barba, condizionata da rigidi obblighi contrattuali: in quanto testimonial di Gillette, l'ex latin lover deve dimostrare, come recita lo slogan della pubblicità<sup>6</sup>, il “massimo controllo del proprio stile ogni giorno”, sia *on* che *off screen*.

Nessuna soluzione di continuità, dunque, separa lucaargentero dal medico che, nella cornice del piccolo schermo, incarna una sorta di summa della fragilità maschile contemporanea. Emblematico, in questo senso, è il segmento finale del terzo episodio della prima stagione, che vede l'attore impegnato a esprimere stati d'animo mai raffigurati, in precedenza, nelle performance cinematografiche. Passeggiando davanti all'abitazione dell'ex moglie, Doc torna con la memoria indietro nel tempo e riassapora, in flashback, la felicità perduta, ma si tratta solo di un istante: nel momento in cui la *rêverie* si interrompe, gli occhi del sex symbol – altrove fieri, sensuali e sorridenti – si riempiono di lacrime. Il volto semidivino del pin-up, dunque, è diventato un paesaggio umano, dove l'angoscia si mescola al dolore e il rimpianto sfocia nella nostalgia. Del resto l'emozione – ha osservato Joseph Turow – è componente essenziale di ogni *medical drama*: “Like police, those other durable television protagonists, health workers can be shown to work where emotions – comic, tragic, or both – are realistically allowed to run wild: at the edges of life and death” (Turow 2010: 1). E tra le emozioni, naturalmente, non può mancare la gioia, espressa con quel sorriso radioso che è uno dei tratti più distintivi del *brand* Argentero: il sorriso che illumina il volto di Doc nel momento in cui gli viene comunicata la guarigione di un paziente (mi

6. Lo spot di King C. Gillette è visionabile qui: <https://www.youtube.com/watch?v=32uxrD1fm5Q> (Ultimo accesso: 13.12.2021).

riferisco sempre al finale dell'episodio *L'imprevisto*) è identico a quello immortalato in due ritratti postati su Instagram nel settembre 2021 e definito, dalla follower fidanzagiovanna, "patrimonio dell'Unesco"<sup>7</sup>.

Nello schermo televisivo, dunque, il telespettatore ritrova, una volta alla settimana<sup>8</sup>, frammenti di quella bellezza mercificata ogni giorno sulle piattaforme digitali di social network – Instagram e Twitter – che forniscono un duplice servizio: da un lato offrono ai fan l'illusione che il divo "partecipi alla vita quotidiana dei mortali" (Morin 1957: 33), dall'altro permettono alla celebrità di reclamizzare il proprio marchio mediante la ri-mediazione di un altro medium.

Al fine di individuare le modalità con cui Argentero ha costruito, a posteriori, il legame tra il ruolo interpretato sullo schermo e l'immagine assunta dal mestiere del medico durante i mesi più bui della pandemia, passiamo dunque in rassegna alcuni tra i post e i tweet più significativi tra quelli postati dall'attore tra l'inizio dell'emergenza sanitaria e oggi.

Il 3 aprile 2020 sul profilo Instagram di *lucaargentero* appare una foto di gruppo del cast della fiction capitanato da Doc, ritratto in figura intera, braccia conserte e sguardo in camera (Fig. 1). Al centro, in carattere maiuscolo, campeggia l'eloquente scritta "GRAZIE", la quale rimanda a quel coro di gratitudine nei confronti della classe medica che ha unito (quasi) tutta l'Italia, dagli influencer più seguiti alla gente comune.

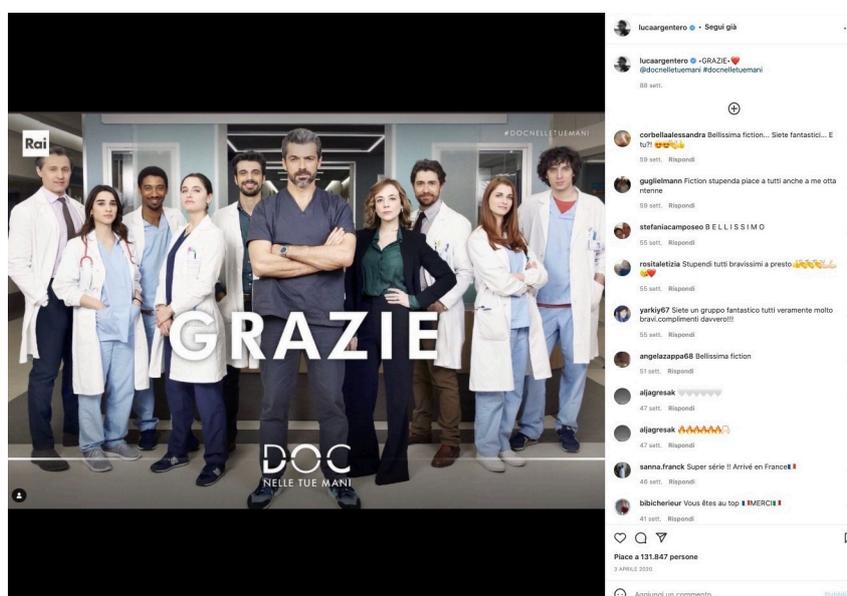


Figura 1

Interessante è notare il cortocircuito di senso generato dallo scambio simbolico tra la celebrità e il suo personaggio. Ringraziando i medici, Argentero ringrazia anche quella proiezione del sé rappresentata da Doc, e quindi – in senso lato – un'estensione immaginaria di sé stesso. Così facendo, inoltre, si unisce al coro formato da colleghi (penso a Pierfrancesco Favino) che non esitano – davanti ai microfoni del TG1 – a farsi portavoce di uno degli slogan più virali, quell' #andràtuttobene che compare anche sul profilo Twitter @lucaargentero il 23 marzo 2020. In questo caso, però, si tratta di un retweet. L'autore del post, infatti, è il social media manager di 1caffè.org, Onlus benefica della quale Argentero è da tempo testimonial. Se scorriamo all'indietro la *timeline* di @lucaargentero, però, troviamo due tweet emblematici di come questa celebrità, sfruttando l'aumento della propria popolarità generato dal successo della fiction, abbia saputo farsi depositario di sentimenti – il riconoscimento e la gratitudine – tanto collettivi quanto trasversali. "Per mesi – si legge in un tweet del 16 marzo –

7. <https://www.instagram.com/p/CUKwmlfD4DI/> (Ultimo accesso: 12.12.2021).

8. Indicativo a questo proposito è il commento di *camille\_marcadal* a una foto di scena della serie postata da Argentero su Instagram il 28 marzo 2020: "Adoro questa serie!!! Il mio incontro settimanale" (<https://www.instagram.com/p/B-hVRYqpoGG/>, ultimo accesso: 12.12.2021).

abbiamo provato a ricreare la vita di un reparto. Oggi è tutto più reale. Stiamo arrivando. È il nostro omaggio. #docnelletuemani”. Il giorno dopo – 17 marzo – l’attore si limita ancora una volta alla pratica del retweet, pubblicando sul proprio account la fotografia del tricolore che sventola sull’altare della Patria: “Dedicato a chi sta lottando. Sul campo”.

Alla luce di quest’analisi, mi sembra che si possa trarre una prima considerazione: Argentero partecipa al sentimento di lutto collettivo soltanto tramite la pratica del retweet, rilanciando immagini e parole intercettate sulla home del proprio profilo. Quando pubblica un messaggio di propria iniziativa, lo fa soltanto perché deve promuovere la fiction. Esemplare in questo senso è il tweet postato il 17 aprile 2020 e contenente un duplice ringraziamento, il primo rivolto alla classe medica e il secondo, non meno importante, destinato ai fedeli spettatori di Raiuno: “Vi lascio qualche fotogramma di quello che vi aspetta quando torneremo... che è un ennesimo grazie ai nostri eroi in corsia perché oggi più che mai siamo nelle loro mani... Grazie ancora di cuore a voi per aver scelto questa storia. Luca aka Doc @DocNelleTueMani #DocNelleTueMani”. Sono stati trasmessi solo alcuni episodi della serie, ma Luca – nell’immaginario collettivo – è già Doc, e non è un caso che, sette mesi dopo, *Vanity Fair*<sup>9</sup> scelga di dedicare un numero proprio a Luca Argentero, definendolo “il medico ideale che con coraggio rappresenta la speranza necessaria nei momenti più duri, simbolo di tutto il personale sanitario, di cui siamo andati a seguire le storie sul campo”<sup>10</sup>. Interessante è la scelta dell’immagine di copertina. Anziché vestire l’attore con i panni di Doc – come fa per esempio *TV Sorrisi e Canzoni*, che ritrae Argentero con guanti di lattice e stetoscopio al collo<sup>11</sup> – il settimanale di Condé Nast decide di sostituire il personaggio con l’interprete ovvero Doc con Luca, mettendogli poi in bocca quella promessa tanto attesa da follower, ammiratrici e telespettatrici: “Avrò cura di te” (Fig. 2).



Figura 2

Luca e Doc, insomma, sono ormai una cosa sola. Leggendo l’intervista, concessa a Silvia Bombino (2020) e consultabile anche sulla pagina web della rivista, non emerge nulla che non risulti perfettamente in linea con la *political correctness* dimostrata da tutti i rappresentanti del nostro stardom. Al pari di Pierfrancesco Favino e Valerio Mastandrea – per citare solo due esempi –, anche Argentero afferma di seguire scrupolosamente le regole e, alla faticosa domanda riguardante l’opportunità della messa in onda della serie nei giorni più duri del lockdown, si dichiara d’accordo con la decisione presa dalla produzione: “Si è creato un sentimento di empatia

9. Cfr. *Vanity Fair* 48, 24 novembre 2020.

10. Tweet pubblicato da @VanityFairIt il 24 novembre 2020, <https://twitter.com/VanityFairIt> (ultimo accesso: 12.12.2021).

11. Cfr. *TV Sorrisi e Canzoni* 39, 29 settembre 2020.

verso una categoria così sotto pressione, e forse è servito anche a ricordarci un po' di più che di dottori si parla sempre quando le cose vanno male, se c'è un errore, una negligenza, mentre in prima pagina non finiscono mai le centinaia di persone che ogni giorno vengono strappate per i capelli dalla morte da medici" (in Bombino, 2020). Come ha osservato Valentina Cappi (2015), la questione della verosimiglianza nella rappresentazione finzionale della cura ospedaliera – questione troppo complessa per essere affrontata in questa sede – ha avuto e continua ad avere fortissime implicazioni nel rapporto del cittadino con l'istituzione sanitaria, in quanto nella maggior parte dei *medical dramas* la Sanità è rappresentata come un luogo dove il miracolo sostituisce la scienza e i medici sono "eroi o assassini" (Reggio 2008: 21). *Doc-Nelle tue mani*, in questo senso, non fa assolutamente eccezione.

### 3 Avrà cura di noi?

Oltre che al coro della riconoscenza, però, Argentero partecipa anche a quello dell'indignazione, prima aderendo – sui social network ma non solo – alla protesta dei membri del comparto dello Spettacolo, prostrati dalle prolungate chiusure di sale e teatri, e poi stigmatizzando le iniziative dei No Vax, definiti semplicemente dei "mentecatti": "Io sono pro-vax in linea di principio, [...] credo nella scienza, e quindi credo che se metteranno a punto una soluzione scientifica questa andrà adottata con entusiasmo e positività" (in Bombino 2020).

L'impegno del divo per la causa della pandemia, però, finisce qui: qualche dichiarazione politicamente corretta e tanti *selfie* atti, più che a sensibilizzare le coscienze, a rafforzare quell'"insieme di significati familiari" (McDonald 2020: 33) – come bellezza, *breadwinnerness* e virilità – sui quali l'attore ha costruito il proprio brand. Il parallelo con la *charity* hollywoodiana è impietoso. La produzione di *Grey's Anatomy* (ABC, 2005-in corso) – seguita a ruota dai team di *The Resident* (Fox, 2018–in corso) e *The Good Doctor* (ABC, 2017-in corso) – non ha esitato a donare agli ospedali in difficoltà dispositivi di protezione come gel disinfettante e guanti (cfr. Casiraghi 2020), mentre nulla di tutto questo è accaduto in Italia. I produttori della fiction targata Rai, probabilmente, sono più interessati ai dati dell'auditel che a quelli del contagio.

Se star come Matthew McConaughey sono passate dalla parola all'azione, consegnando di persona migliaia di mascherine agli ospedali dislocati nelle zone rurali del Texas, Argentero si è limitato – nel 2021 – a passare dal set della fiction alla culla della figlia, oggetto di diversi Instapost finalizzati a illustrare la narrazione di una famiglia più felice e sorridente di quelle della pubblicità. Al pari della fiction, del resto, anche la paternità è stata oggetto di una sorta di promozione, con i follower invitati sin da subito a partecipare, mese dopo mese, alla dolce attesa. Si vedano, a questo proposito, le immagini del ventre gravido della compagna postate su Instagram, ri-mediate dagli autori di *Domenica In* e commentate da Mara Venier, che il 23 marzo 2020 ospita nel suo salotto il futuro padre. Mentre il Paese piange i suoi morti, dunque, Argentero ride. Musicate da *A te* di Jovanotti, sullo schermo scorrono a sinistra le immagini di una coppia radiosa e destra quelle di un *breadwinner* che sorride compiaciuto guardando il proprio sorriso.

La scelta degli autori della trasmissione è chiara. "L'attore più sexy d'Italia" (Anonimo, 2012) alza l'indice d'ascolto perché, come dice Mara Venier, riesce a "comunicare qualcosa di molto bello, di molto positivo, cioè la vita"<sup>12</sup>. Quando si tratta di affrontare il tema del Covid-19 e della crisi degli ospedali, però, il giullare lascia il posto al "vero" Doc, ovvero Pierdante Piccioni, il medico alla cui vicenda la serie è ispirata, il quale – in un videomessaggio registrato – loda l'attore per aver "aiutato a dare uno sguardo attento all'attività dei sanitari" e si augura che la visione di *Doc-Nelle tue mani* abbia una funzione terapeutica, ovvero riesca a trasmettere non solo emozioni, ma anche un messaggio di speranza ai telespettatori.

Di speranza, invece, non parla Serena Rossi nella puntata che *Canzone segreta*, il 12 marzo 2021, ha dedicato a Luca Argentero. Ancora una volta l'attenzione degli autori è rivolta ad esaltare, più che l'impegno della celebrità per la causa della pandemia, l'emozione generata da una paternità che, a detta della stessa compagna, sconfinava con la maternità: "Luca è nato per essere padre. Rientra in una categoria, secondo me rara, del

12. Dichiarazioni di Mara Venier pronunciate durante la puntata di *Domenica in* del 23 marzo 2020: <https://www.youtube.com/watch?v=pyypQ2BFYno&t=119s> (Ultimo accesso: 12.12.2021).

papà-mammo. È il maestro del cambio dei pannolini, del bagnetto, delle pappe [...] è tenerissimo”<sup>13</sup>. Talmente tenero, dolce e premuroso da vincere, secondo *Quotidiano Nazionale*, una singolare sfida con Brad Pitt. Mi riferisco alla survey-on-line condotta, su un campione di quattromila persone, da Bialetti, brand per il quale Argentero è *ambassador* nel recente spot del caffè Perfetto Moka<sup>14</sup>. “Perfetto”, come noto, è il nome che anche De Longhi ha dato alla propria miscela, commercializzata in Usa e sponsorizzata da Brad Pitt<sup>15</sup>. Dunque, De Longhi *versus* Bialetti e Pitt *versus* Argentero: in palio la qualifica di “vicino di casa ideale”, assegnata al quarantatreenne torinese con il 62% delle preferenze. Come sempre in questi casi, attraverso il processo di “*meaning transfer*” (McCracken, 1983: 10)<sup>16</sup>, le proprietà del testimonial si spostano al prodotto di consumo e da questo al consumatore che, nel commercial Bialetti, è invitato a identificarsi in una ragazza ammalata e quasi stordita non dall’aroma del caffè, ma dal fascino di un divo tanto straordinario quanto ordinario.

Dismessi temporaneamente i panni del medico e del padre, Argentero sembra quindi voler negoziare l’ormai consolidata *agathia* con l’esigenza di conservare tracce di quel sex appeal che, come confermano le reazioni agli scatti più o meno glamour postati su Instagram, resta alla fine lo strumento più efficace per costruire un legame socialmente utile tra la finzione (il ruolo di Doc) e la realtà (l’emergenza pandemica).

Se infatti – per chiudere il cerchio – scorriamo la *timeline* di lucaargentero e torniamo al *selfie* da cui eravamo partiti, troviamo due commenti rivolti non all’attore e nemmeno al personaggio, ma all’entità simbolica che tiene uniti i due segni. Due ammiratrici, rispettivamente asialibbi e franefran4454, esprimono il desiderio di stabilire un contatto fisico con la celebrità in un ambito, quello della realtà ospedaliera, che non ha nulla a che vedere né con il mondo dorato frequentato dalla celebrità, fatto di resort di lusso e party esclusivi, né con lo spazio virtuale condiviso mediante la piattaforma digitale. Se la prima follower dichiara: “Ho bisogno di un ricovero”, la seconda, medico nella realtà e non nella finzione, va oltre: “Da medico potrei proporre la laurea ad honorem per essere vaccinate da lui, io comunque mi propongo di fargli il tirocinio formativo”. Solo allora, forse, il divo valicherà davvero il confine che lo separa dai mortali, i quali potranno finalmente sentirsi – esattamente come i personaggi della fiction – al sicuro, nelle sue mani.

## Bibliografia

- Anonimo (2012). “Luca Argentero, amore a Roma”. *Donnamoderna.com*, <https://www.donnamoderna.com/benessere-mente/luca-argentero-catania-roma>
- Anonimo (2003). “Calendari 2004. Luca, dal Grande fratello al calendario di Max”. *Repubblica.it*, <https://www.repubblica.it/speciale/2003/calendari/argentero.html>
- Armocida, Pedro e Andrea Minuz (a cura di) (2017). *L’attore italiano contemporaneo. Storia, performance, immagine*. Venezia: Marsilio.
- Belk, Russell W. (1988). “Possessions and the Extended Self”. *Journal of Consumer Research* 15, 2: 139-168.
- Bellassai, Sandro (2004). *La mascolinità contemporanea*. Roma: Carocci.
- Bennet, Lucy (2014). “Tracing Textual Poachers: Reflections on the Development of Fan Studies and Digital Fandom”. *Journal of Fandom Studies* 2, 1: 5-20.
- Biasin, Enrico (2018). “Bellissimi. Gabriel Garko, Luca Argentero e Riccardo Scamarcio. Il latin lover e il testo divistico convergente”. *L’avventura* numero speciale 2018: 105-134.
- Bombino, Silvia (2020). “Luca Argentero: «Avrò cura di te»”. *Vanityfair.it*, <https://www.vanityfair.it/news/storie-news/2020/11/25/luca-argentero-doc-figlia-nina>.

13. Dichiarazioni di Cristina Marino rilasciate durante il prologo della trasmissione: <https://www.raiplay.it/video/2021/03/Canzone-Segreta-prima-puntata-12032021-72d5f559-4128-46ea-b1f7-d89d52df3596.html> (Ultimo accesso: 12.12.2021).

14. I risultati del sondaggio sono pubblicati sul canale Youtube di *QuotidianoNazionale*: <https://www.youtube.com/watch?v=w3m5ZSPKCKM> (Ultimo accesso: 12.12.2021).

15. <https://www.youtube.com/watch?v=xFijeOXI6PM> (Ultimo accesso: 12.12.2021).

16. Sulle dinamiche del *celebrity endorsement* si vedano anche Joseph, 1982 e Belk, 1988.

- Cappi, Valentina (2014). "L'ospedale in tv: la rappresentazione della sanità attraverso la fiction televisiva in Italia dal 1980 ad oggi" in *Culture e società nel mondo contemporaneo*, a cura di Valentina Cappi, Maria Malatesta, Daniela Rigato, 1-38, Bologna: Alma Digital Library, Collana del Dipartimento di Storia Culture Civiltà.
- Cappi, Valentina (2015a). *Pazienti e medici oltre lo schermo. Elementi per un'etnografia dei medical dramas*, Bologna: Bononia University Press.
- Cappi, Valentina (2015b). "Negotiating Knowledge about Illness Through Television" in *Doctors and Patients: History, Representation, Communication from the Antiquity to the Present*, a cura di M. Malatesta, 178-206. San Francisco: University of California Medical Humanities Press.
- Carluccio, Giulia e Andrea Minuz (2015). "Nel paese degli antidivi". *Bianco e nero* 581: 10-11.
- Casiraghi, Claudia (2020). "Coronavirus, «Grey's Anatomy» dona i propri oggetti di scena a medici veri". *Vanityfair.it*, <https://www.vanityfair.it/show/tv/2020/03/26/coronavirus-greys-anatomy-beneficenza-serie-tv-medici>.
- Dyer, Richard (2003) [1979]. *Star*, Torino: Kaplan.
- Dyer, Richard (1982). "Don't Look Now: The Instabilities of Male Pin-up". *Screen* 23, 3-4: 61-73.
- Ellcessor, Elizabeth (2012). "Tweeting @feliciaday: Online Social Media, Convergence, and Subcultural Stardom". *Cinema Journal* 51, 2: 46-66.
- Fallaci, Sara (2003). "Luca Argentero: «Il matrimonio, una scommessa che non voglio perdere»". *Vanityfair.it*, <https://www.vanityfair.it/people/italia/13/01/15/luca-argentero-intervista-miriam-catania>.
- Fiske, John (1992). "The Cultural Economy of Fandom" in *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, a cura di Lisa A. Lewis, 30-49, London-New York: Routledge.
- Geraghty, Christine (2000). "Re-Examining Stardom: Questions of Texts, Bodies and Performance", in *Re-Inventing Film Studies*, edited by Christine Gledhill and Linda Williams, 183-20, London and New York: Oxford University Press.
- Gilmore, David D. (1990). *Manhood in The Making: Cultural Concepts of Masculinity*. New Heaven-London: Yale University Press.
- Jenkins, Henry (2007) [2006]. *Cultura convergente*. Milano: Apogeo.
- Jenkins, Henry (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. London-New York: Routledge.
- Joseph, W. Benoy (1982). "The Credibility of Physically Attractive Communicators: A Review". *Journal of Advertising* 11 (3): 15-24.
- La Rocca, Fabio, Malagamba, Andrea e Vincenzo Susca (a cura di) (2010). *Eroi del quotidiano: figure della serialità televisiva*. Milano: Bevino Editore.
- Landron, Fabien (2021). "La fiction Doc in onda sul canale francese TF1. Analisi di un evento mediatico". *Series-International Journal of TV Serial Narratives* 7 (1).
- Lie, Nadia. (2014). "From Latin to Latino Lover: Hispanicity and Female Desire in Popular Culture". *Journal of Popular Romance Studies* 4 (1): 1-18 <http://www.jprstudies.org/2014/02/from-latin-to-latino-lover-hispanicity-and-female-desire-in-popular-culture-by-nadia-lie/>.
- MacKinnon, Kenneth (1997). *Uneasy Pleasures. The Man as Erotic Object*. London-Cranbury: Cygnus Arts Fairleigh Dickinson University Press.
- Malossi, Giannino (a cura di) (1996). *Latin lover. A Sud della passione*. Milano: Charta.
- Malossi, Giannino (a cura di) (2000). *Uomo oggetto. Mitologie, spettacolo e mode della maschilità*. Bergamo: Bolis.

- Manzoli, Giacomo (2015). "Da Massimo Recalcati a Raoul Bova. Prove tecniche di paternità senza patriarcato nello stardom italiano contemporaneo". *Bianco e nero* 581: 80-85.
- Marshall, P. David (2006). "New Media – New Self: The Changing Power of Celebrity". In *The Celebrity Culture Reader*, a cura di P. David Marshall, 634-644, London-New York: Routledge.
- McCracken, Grant (1989). "Who is the Celebrity Endorser? Cultural Foundations of the Endorsement Process". *Journal of Consumer Research* 16 (3): 310.
- McDonald, Paul (2020) [2013]. *Hollywood Stardom. Il commercio simbolico della fama nel cinema hollywoodiano*. Roma: Cuepress.
- Monaco, Teresa (2015). "Intervista a Luca Argentero: «Recitare non era il mio piano a»". *Cinematographe.it*, <https://www.cinematographe.it/rubriche-cinema/interviste/luca-argentero-intervista/>
- Montini, Franco (2006). "Una nuova generazione". In *La meglio gioventù. Nuovo cinema italiano 2000-2006*, a cura di Vito Zagarrio, 23-32. Venezia: Marsilio.
- Morin, Edgar (1963). *I divi*. Milano: Mondadori.
- Mosconi, Barbara (2020). "Doc nelle tue mani, Luca Argentero: «Io recito e basta, i medici sono i veri eroi»". *Sorrisi.com*, <https://www.sorrisi.com/tv/fiction/doc-nelle-tue-mani-luca-argentero-io-recito-e-basta-i-medici-sono-i-veri-eroi/>.
- Mosse, George L. 1997 [1996]. *L'immagine dell'uomo. Lo stereotipo maschile nell'epoca moderna*. Torino: Einaudi.
- Neale, Sean (1983). "Masculinity as Spectacle: Reflections on Men and Mainstream Cinema". *Screen* 24 (6): 2-16.
- O'Rawe, Catherine (2014), *Star and masculinities in Contemporary Italian Cinema*. New York: Palgrave Macmillan.
- Pitassio, Francesco (2003). *Attore/Divo*, Milano: Il Castoro.
- Reggio, Mario (2008). "Non fidatevi dei medici eroi della tv: camici bianchi accusano le fiction". *Corriere della Sera*, 18 agosto: 21.
- Reich, Jacqueline e Catherine O'Rawe. (2015). *Divi. La mascolinità nel cinema italiano*. Roma: Donzelli.
- Rittatore, Lavinia (2009). "Luca Argentero: perché mi piace tanto fare il gay". *Donnamoderna.com*, <https://www.donnamoderna.com/news/cultura-e-spettacolo/perche-mi-piace-tanto-fare-il-gay>.
- Saponari, Angela Maria e Federico Zecca (2021). *Oltre l'inetto. Rappresentazioni plurali della mascolinità nel cinema italiano*. Roma: Meltemi.
- Semenzato, Andrea (2019). "Luca Argentero: 'La gender equality ha rovinato il romanticismo. E Il web insorge'". *Gay.it*, <https://www.gay.it/luca-argentero-gender-equality-femminismo-rovinato-romanticismo-twitter-insorge>.
- Spallacci, Arnaldo (2012). *Maschi*. Bologna: Il Mulino.
- Turow, Joseph (2010). *Playing Doctor. Television, Storytelling and Medical Power*. Ann Arbor: University of Michigan Press.

**Alberto Scandola** – University of Verona (Italy)

✉ [alberto.scandola@univr.it](mailto:alberto.scandola@univr.it)

He is professor of Film Studies at the University of Verona. He co-directs the "Actors Studio" series (Kaplan) with Giulia Carluccio and is deputy director of Limen (Center for Research on the Fantastic in Performing Arts, University of Verona). His research interests include Star Studies, Actor Studies, Italian Cinema. Among his essays: *L'immagine e il nulla*. *L'ultimo Godard* (2014), *Greed* (2018) and *Il corpo e lo sguardo. L'attore nel cinema della modernità* (2020).