

Dalla televisione generalista al video on demand di Netflix e Amazon

Modulo composto di 6 lezioni di Enrico Menduni. Comincerà subito dopo la conclusione del primo modulo obbligatorio, "Televisione": orientativamente, dal 28 marzo. E' uno dei due seminari opzionali fra cui scegliere; l'altro è "Dove va la musica. Media, produzione e consumo musicale oggi" della prof. Marta Perrotta.

Le lezioni si svolgeranno il mercoledì e il giovedì dalle 16 alle 19, in Aula Parco.

Il seminario intende fare il punto sulle radicali trasformazioni che si sono verificate nel mondo televisivo negli ultimi dieci anni, che modificano drasticamente la tipologia e il formato dei prodotti audiovisivi offerti al pubblico, moltiplicano l'offerta, internazionalizzano il mercato sottraendolo alla dimensione nazionale e mono-linguistica tipica della tv tradizionale.

La televisione generalista è stata sfidata sia sul piano degli ascolti, che delle risorse finanziarie del sistema, prima dalla pay per view, poi dal video on demand in particolare dopo il 2006 (anno in cui Sky Italia raggiunge anno il punto di pareggio, nasce lo smartphone e si afferma il wifi).

Ciò ha significato nuovi formati televisivi (la tv tematica, makeover tv etc.) ma soprattutto l'affermazione di nuovi generi, o meglio generi rivisitati, come la fiction seriale. Prima quella internazionale, poi anche quella italiana. A queste si aggiungono nuove pratiche sociali, come il binge watching; forme di fandom e di relazione tra contenuti audiovisivi e i loro pubblici in cui è determinante l'apporto dei social; e una sempre più estesa crossmedialità.

Dopo il 2010 sono apparsi nuovi soggetti, denominati in gergo OTT "Over The Top", come Amazon e Netflix che diffondono in streaming video contenuti audiovisivi a pagamento, senza alcuno degli insediamenti materiali e fisici delle "vecchie" televisioni (fino a Sky compresa): niente redazioni, sedi, giornalisti, torri con trasmettitori e ripetitori, antenne, installatori. Caratterizzati da un marketing raffinato che usa algoritmi per raccomandare ai clienti (reali o potenziali) i prodotti vicini ai loro interessi (ricavati dalle frequentazioni su Internet e dai precedenti acquisti).

Un soggetto di grande aggressività e totalmente globalizzato: Netflix (in Italia dal 2015) si vanta di essere ricevibile ovunque salvo in Corea del Nord, Cina e Siria. Non è completamente vero, ma fa pensare.

Di fronte a simili soggetti le importanti differenze tra cinema e televisione si riconfigurano. E' dubbio che la visione domestica, a questo punto, possa ancora chiamarsi televisione

Al punto che è dubbio se chiamarla tv. Certo, al di là dei nomi, siamo di fronte a una nuova generazione di soggetti creativi globalizzati. Netflix, che entrata da meno di dieci anni nel business dello streaming, esibisce nel 2017 un fatturato di 11,69 miliardi di dollari, 8 miliardi di euro. Con oltre 100 milioni di abbonati nel mondo.

Studiare un fenomeno così importante è un dovere, e anche un'opportunità.

Bibliografia di riferimento (non una lettura obbligatoria):

Brembilla, Paola, *Dalla TV alle OTT: il caso di Netflix*, in: Massimo Scaglioni, Anna Sfondini (a cura di), *La televisione. Modelli teorici e percorsi d'analisi*, Roma, Carocci, 2017, pp. 281-292
Lotz, Amanda D., *Post Network. La rivoluzione della tv*, Roma, Minimum Fax, 2017

Marinelli Alberto e Celata Giandomenico (a cura di), *Connecting television. La televisione al tempo di Internet*, Milano, Guerini, 2012

Marrazzo, Francesco, *Effetto Netflix. Il nuovo paradigma televisivo*, Milano, Egea, 2016

Mediamorfosi 2. Industrie e immaginari dell'audiovisivo digitale, numero speciale di "LINK, Idee per la televisione", Milano, 2017

Menduni Enrico "La transizione televisiva dall'analogico al digitale. Contenuti e governance", *IMAGO*, 1: 43-50, 2010.

Menduni, Enrico, *Entertainment. Spettacoli, centri commerciali, talk show, parchi a tema, social network*, Bologna, il Mulino, 2013.

Mittell, Jason, *Complex TV. Teoria e tecnica dello storytelling delle serie tv*, Roma, Minimum Fax, 2017

Re, Valentina (a cura di), *Streaming media*, Milano, Mimesis, 2017

Wolff, Michael, *Television is the new Television, The Unexpected Triumph of Old Media in the Digital Age*, New York, Penguin, 2015

Zuliani, Stefano, *Netflix in Italia e il big bang di cinema e tv*, Milano, Gruppo 24 ore, 2015