

Università Roma Tre

Corso di laurea Dams

Corso “Culture e formati della tv e della radio”  
Docente: Enrico Menduni

# La neotelevisione 1

## Il lezione

Mercoledì 20 novembre 2013

# La neo televisione si afferma negli anni Settanta:

- per ragioni sociali:  
(la radiotelevisione di stato è una gabbia troppo stretta per l'evoluzione del costume)

# La neo televisione si afferma negli anni Settanta:

- per ragioni economiche:  
(adesso in Europa c'è mercato sufficiente per la pubblicità televisiva)  
(la grande distribuzione preme per poter diffondere rapidamente in tutto il paese i nuovi prodotti)

# La neo televisione si afferma negli anni Settanta:

- per ragioni tecnologiche:  
(la microelettronica adesso fornisce strumentazioni di ripresa e messa in onda più semplici da usare, più leggere, meno care)

# Flusso televisivo

Concetto elaborato da Raymond Williams nel suo testo del 1974: “Television. Technology and Cultural Form”



La televisione sta diventando un flusso continuo, in cui ciascuno non assiste a un programma, ma “vede la televisione” creandosi un palinsesto personale composto di frammenti di vari programmi, spot pubblicitari, salti da un canale all’altro.



Gli studenti che lo desiderano possono consultare L'introduzione alla traduzione italiana di "Televisione", presente nella stessa pagina del sito [www.medistudies.it](http://www.medistudies.it)

# Le strategie della NeoTV

- Giocare sul sicuro (far identificare)
- Fare spettacolo (trattenere)
- Riflettere i valori medi della società (minimizzare il dissenso e le obiezioni)
- Riconoscibilità (immediatezza)
- Tutelare il *prime time* (vietato sbagliare)
- La controprogrammazione (sfruttare le debolezze della concorrenza)

# Auditel

- Certificazione dell'ascolto televisivo
- Può essere imprecisa, ma è convenzionalmente adottata per determinare le tariffe pubblicitarie e misurare il successo di un programma o di un conduttore
- <http://www.auditel.it/audience-incredibili/>  
L' 'autodifesa di Auditel dalle molte critiche



Nella diapositiva successiva presentiamo i dati di ascolto di un intervento di Roberto Benigni nel programma RockPolitik di Adriano Celentano (Rai 1) del 27 ottobre 2005.

Un programma di culto, una rarità neotelevisiva (la nocciola di un Bacio Perugina)

Potete vedere su Youtube [la clip di Benigni.](#)

I dati sono ritagliati da un amplissimo pezzo del Corriere della sera.

## LO SHOW DI ROBERTO



Celentano è  
con Valentino Rossi:  
**13.722.000**  
(46.48%)



Crozza «modello»  
Buena Vista:  
**13.513.000**  
(45.81%)

Inizia il monologo  
di Celentano:  
**12.911.000**  
(44.54%)



Benigni entra  
in studio:  
**11.365.000**  
(41.22%)



Cornacchione  
in scena:  
**11.517.000**  
(67.56%)

**23 36**

Ramazzotti  
con Celentano:  
**13.841.000**  
(69.51%)



Benigni recita Socrate,  
poi se ne va:  
**15.207.000**  
(60.26%)

Sistemano il microfono a Benigni  
che indossa il vestito della Ranieri:  
**15.625.000**  
(60.61%)



Santoro sul palco:  
**13.988.000**  
(46.41%)

Santoro parla  
**14.306.000**  
(47.50%)

Santoro esce  
**14.977.000**  
(49.90%)

Potete vedere come Benigni trova un ascolto già altissimo (41% di share); con la sua lunga performance (41 minuti, una enormità per i tempi televisivi) fra crescere l'audience oltre il 60%.

Share: percentuale di spettatori che in un dato momento stanno vedendo un determinato programma, calcolata sul totale degli spettatori tv in quel medesimo momento.

# Alcune considerazioni:

- Quali altri mestieri sono così monitorati minuto per minuto?
- Questa segmentazione permette di valorizzare l'apporto dei singoli ospiti in uno show.
- Un personaggio che “droga” l'ascolto (in prime time, per giunta) è prezioso come l'oro; chi fa scendere l'ascolto campa poco in televisione.
- I risultati vengono diffusi nel discorso pubblico e amplificati dai media.
- I risultati Auditel, pubblicati ogni mattina, entrano nelle routine produttive dei programmi TV, e sono oggetto di discussione accese nelle riunioni di redazione.

# I dati Auditel

I dati Auditel giorno per giorno, e relative tabelle, sono reperibili sul sito TV Blog ( <http://www.tvblog.it> ) cercando sulla home page “analisi Auditel” o cliccando su:

<http://www.tvblog.it/categoria/tv-ratings>

Un aiuto indispensabile per chi si occupa di televisione.

Ovviamente, le aziende televisive dispongono di una mole dati molto maggiore, più riservata.

# I grafici Auditel (da [www.tvblog.it](http://www.tvblog.it))



I dati Auditel sono spesso alla base della critica televisiva più intelligente. Ad esempio quella di Stefano Balassone, di cui trovate



un profilo e molti articoli all'indirizzo:

<http://www.europaquotidiano.it/author/stefano-balassone/#>

Leggete ad esempio “[L'Italia disunita della fiction](#)”

# La Neotv è un bacio Perugina





# La Neotv è un bacio Perugina



- La soffice crema gianduia dell'interno (programmi tv di flusso)
- Il piacere di incontrare la consistenza più dura dei pezzi di nocciola (i testi che resistono ad essere amalgamati nel flusso, come la fiction)
- La nocciola, unica, (evento speciale televisivo, tv di culto da consumare con cura e lentezza)

# Quattro ondate neo televisive

- 1976-1980

l'era del talk show e del contenitore, le TV private con forte caratterizzazione commerciale

- 1980-1987

arrivano i film e la fiction estera (telefilm, cartoni) e il cinema perde spettatori. TV storyteller. TV mediazione tra piazza e politica con infotainment e generi ibridi

# Quattro ondate neo televisive

- 1987-2000

arriva la verità. Crollano le barriere tra fact e fiction. In nome del servizio pubblico (Rai Tre di Guglielmi) poi in nome dell'intrattenimento. Grande Fratello.

- 2000-2009

TV come realtà parallela. Reality metagenere poi stile della programmazione. Multitelevisione destinata a trasformare per sempre la televisione generalista.