

RAMON LOBATO



NETFLIX NATIONS

GEOGRAFIA DELLA DISTRIBUZIONE DIGITALE

a cura di

Fabio Guarnaccia e Luca Barra

traduzione di

Chiara Veltri



minimum fax

minimum fax



PREFAZIONE

I flussi televisivi internazionali (nella mia ridefinizione, «le narrazioni in viaggio») sono suscettibili di apparire sotto una nuova luce [...] come *flussi di risorse simboliche mobili e mobilitanti*: risorse potenzialmente disponibili per ampliare le nostre geografie immaginarie, pluralizzare i nostri simbolici mondi della vita, familiarizzarci con l'«altro» e il distante, costruire «sensi di luoghi immaginati». Viaggiare per il mondo e incontrare l'alterità sotto la protezione dell'esperienza mediata.

Milly Buonanno,

L'età della televisione: esperienze e teorie

Come ci ricorda Milly Buonanno, guardare la televisione ha sempre comportato una specie di interazione immaginaria con luoghi, situazioni e simboli distanti, che rimanda alle origini etimologiche della parola (*tele-visione*: «visione a distanza»). Questa idea della televisione come medium per sua stessa natura internazionale, caratterizzato da una particolare modalità di ordinamento spaziale, è il fulcro di questo libro. Nelle pagine che seguono, rivisiterò alcuni dibattiti di vecchia data nel campo dei television studies e degli studi sui media globali per vedere come possono aiutarci a comprendere i rapidi cambiamenti che stanno avvenendo con la disomogenea trasformazione della televisione in un medium online.

Pensiamo a questo libro come a un aggiornamento all'era di internet della ricca letteratura sui flussi televisivi internazionali: un libro per studenti e studiosi *cord-cutter*, che disdicono gli abbonamenti alla tv via cavo o via satellite e sono interessati a come questa storia si è sviluppata in passato. Il nostro case study centrale è Netflix, il più grande servizio di abbonamento video on demand al mondo. Esamineremo il modo in cui tra il 2010 e il 2016 Netflix si è trasformato da un'azienda mediale nazionale a una internazionale, e ne valuteremo l'influsso sugli attuali dibattiti che riguardano la televisione globale da un lato e la distribuzione digitale dall'altro.

Entrambi i temi mi interessano personalmente. Sono cresciuto a Melbourne durante gli anni Ottanta e Novanta del Novecento, guardando un sacco di televisione. L'Australia è un paese in cui gli elementi locali vengono sempre vissuti accanto a e attraverso quelli d'importazione, soprattutto la popular culture americana e britannica, ma anche contenuti europei e asiatici. Qui la televisione è sempre stata un medium internazionale. Le sitcom locali condividono il palinsesto con le serie dei network americani, i film hollywoodiani, i telefilm di Bbc e (sui nostri canali del servizio pubblico) qualche programma di cucina giapponese o un drama poliziesco tedesco.

Fino agli anni Novanta in Australia la televisione nazionale era esclusivo appannaggio dei broadcaster. Ancora adesso, la maggior parte degli australiani non è abbonata a servizi via cavo o via satellite (pur essendo utenti prodigiosi di servizi digitali, comprese le reti pirata). Alla fine degli anni Novanta, sono andato all'estero per la prima volta e ho osservato i tanti modi in cui la gente guarda la televisione negli altri paesi. Mentre ero ospite di alcuni parenti in Spagna, ho guardato degli episodi di

Ally McBeal doppiati (un'affascinante novità per me, ma un fatto del tutto ordinario per i miei cugini spagnoli). In Marocco, ho avuto un primo assaggio della tv satellitare, guardando *I Simpson* in francese, grazie all'antenna parabolica installata sul tetto di un mio amico. Furono esperienze istruttive per me, abituato com'ero all'ambiente televisivo australiano di cinque canali, un ambiente che ormai mi sembrava rudimentale in confronto ai paesaggi distributivi più ricchi disponibili all'estero.

Tutto questo mi indusse a pensare al rapporto tra distribuzione televisiva, spazio e cultura. Questi temi mi avrebbero fatto compagnia per molti anni, come un sottofondo di fascinazione, mentre mi dedicavo a investigare altre aree, tra cui la distribuzione e la pirateria cinematografica, prima di ritornare all'argomento televisione iniziando a tenere corsi sui media globali. Le conversazioni con i miei studenti – che avevano molte opinioni intriganti da condividere su temi sempre attuali come contenuti locali e identità culturale, e che a loro volta guardano la tv nei modi più disparati e interessanti – mi hanno indotto a pensare ancora una volta all'importanza dello spazio nella cultura televisiva. Questo libro è l'esito di quelle tante discussioni in aula, filtrate attraverso i dibattiti sullo streaming che stavano scoppiando intorno a noi quando nel 2015, con un certo ritardo, Netflix è arrivato in Australia.

L'impatto di Netflix in Australia è stato immediato e profondo. Nel giro di un anno, Netflix aveva attirato tanti abbonati quanti ne aveva il nostro servizio di pay tv, Foxtel, attivo da più di vent'anni.¹ Grossomodo un australiano su tre ormai accede a Netflix da casa propria.² Ancor prima del lancio ufficiale del servizio, migliaia di australiani usavano VPN (*virtual private networks*) per accedere illegalmente all'offerta statunitense di

Netflix. Nel complesso, la domanda di Netflix in Australia è stata straordinaria.

Non è certo così dappertutto, anzi: questo libro racconta sostanzialmente l'insuccesso di Netflix più che il suo successo in diversi mercati del mondo. Per me, tuttavia, l'esperienza di vedere un mercato televisivo nazionale trasformarsi così rapidamente e profondamente con l'ingresso di un concorrente straniero è stata importante a diversi livelli. Mi ha spinto a riflettere ulteriormente sugli effetti politici, economici e culturali dei servizi di streaming. Inoltre, ha suscitato in me la curiosità di conoscere i punti di contatto tra questi servizi e la lunga storia della distribuzione televisiva transnazionale via satellite. Questi aspetti hanno continuato ad affascinarmi durante la stesura del libro, un testo di teoria e di analisi, basato sul case study di un'unica piattaforma, che esplora i risvolti concettuali della distribuzione su internet per gli studi sulla televisione globale.

Ci sono molti aspetti dell'argomento che non sono riuscito a esaminare approfonditamente in questa sede, tra cui la strategia di produzione di contenuti originali di Netflix, che meriterebbe un libro a parte. Sono anche consapevole del fatto che molti temi da me analizzati potrebbero essere cambiati nel momento in cui il libro andrà in stampa. A causa di questi limiti spaziali e temporali, il libro non pretende di offrire un resoconto completo di Netflix, e di certo non ne è un resoconto dall'interno.³ Invece il testo offre un'analisi selettiva di quelli che considero i temi più importanti sollevati dall'internazionalizzazione di Netflix. Il paesaggio intorno a noi continuerà a cambiare, ma spero che questi temi di fondo rimarranno di fondamentale interesse per gli studiosi dei media che manterranno un approccio critico.

Note

1. Roy Morgan Research, «More Australians now have SVOD than Foxtel», comunicato stampa n. 6957, 8 settembre 2016.
2. Roy Morgan Research, «Over 1 in 3 Australians Now Have Netflix as Subscriptions Jump 20 Percent in First Quarter of 2017», comunicato stampa n. 7242, 8 giugno 2017.
3. Gina Keating, *Netflixed. The Epic Battle for America's Eyeballs*, Portfolio/Penguin, New York 2012.

© minimum fax