

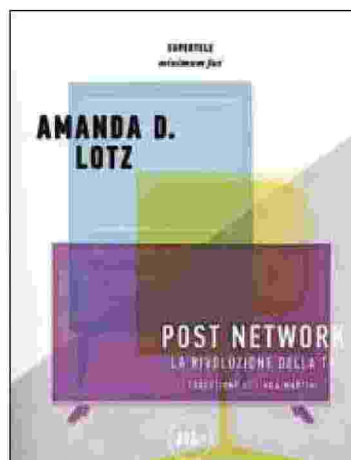
# LIBRI È stato tradotto in italiano il saggio di Amanda D. Lotz

## La TV nell'era "post network", tra nuove e vecchie abitudini

Mentre sono in molti a prospettare la dipartita del piccolo schermo, secondo la studiosa americana il medium che conosciamo starebbe solo attraversando una nuova fase di transizione.

Sono ormai decenni che si preannuncia la "fine delle televisione". La diffusione, negli ultimi anni, di Internet e di dispositivi mobili digitali ha fornito un argomento in più a coloro che prevedono una caduta in disgrazia del piccolo schermo. Eppure, la televisione sembra resistere alla crisi e in un certo senso "moltiplicarsi". È questa la tesi – decisamente controcorrente – sostenuta da Amanda D. Lotz nel suo saggio *Post Network. La rivoluzione della TV*. Uscito negli Stati Uniti nel 2007, e aggiornato dall'autrice nel 2014, il volume è stato finalmente pubblicato in italiano dalla casa editrice **minimum fax**, con la traduzione di Linda Martini. Nonostante il ritardo, quello che sorprende a una prima lettura è proprio la capacità di Lotz di cogliere e raccontare in anticipo ciò che sarebbe successo nel giro di pochi anni. Fornendo una delle più puntuali analisi dell'evoluzione dell'industria televisiva statunitense, capace di rendere conto degli innumerevoli fattori tecnologici ed economici che hanno prodotto la situazione attuale. Parte dall'"era dei network", Lotz, per raccontare come, tra gli anni Cinquanta e Ottanta, si sia consolidato

un modello di TV come mezzo di comunicazione di massa, in grado di offrire programmi rivolti a un'ampia platea. Nel periodo successivo, l'epoca della TV multicanale, la diffusione delle trasmissioni via cavo, insieme all'introduzione di strumenti come il telecomando e il videoregistratore, ha ampliato le possibilità di scelta e controllo da parte dei telespettatori. Si è giunti così, in anni recenti, a quella che la studiosa – professoressa di *media studies* all'Università del Michigan – ha definito "post network era". Oggi le piattaforme di distribuzione online come Netflix e le nuove tecnologie digitali hanno reso la visione televisiva una pratica essenzialmente selettiva: non si guarda più quello che "offre la TV", ma si sceglie il proprio personale palinsesto. Di conseguenza, il piccolo schermo sta ridefinendo i propri linguaggi, il proprio modo di narrare, le modalità in cui le informazioni circolano. Tuttavia, secondo Lotz, questi processi, più che rendere la TV meno importante rispetto ai nuovi media, ne starebbero rafforzando la centralità, non solo negli Stati Uniti, ma in tutto il mondo. Se generi come il cinema o le serie televisive finiscono per es-



La copertina del volume.

sere disponibili ovunque, con estrema flessibilità, da YouTube a Netflix, dagli smartphone ai social network, altri contenuti come lo sport, i grandi eventi e le prime visioni continuano a richiedere una fruizione lineare, priva di interruzioni o riavvolgimenti. Una visione non solitaria, come quella prodotta dal tablet, ma collettiva, secondo una ritualità che ricorda da vicino quella della televisione dei primi tempi. Insomma, una TV di eventi che, un po' come sta succedendo alle sale cinematografiche – dove le opere liriche e le proiezioni speciali hanno sempre maggior seguito – oltre a creare nuove abitudini, riprodurrà anche pratiche di consumo affini a quelle del passato. (FMO)

