

A FIL DI RETE di Aldo Grasso



## L'era post-network e il futuro della tv secondo Amanda D. Lotz

«**L**a televisione offre agli spettatori l'accesso a narrazioni profonde e significative — benché sparse tra una marea di sciocchezze banali e ottundenti — ma sono pochi coloro che si avventurano al di fuori degli ambienti che rispecchiano i loro interessi personali. Eppure c'è ancora molto da scoprire, ed è la televisione a condurlo fino a noi».

Questo importante omaggio alla tv è la conclusione di un libro che ci aiuta bene a capire il ruolo centrale che il mezzo ancora svolge, dopo le grandi modificazioni che in questi anni hanno cambiato lo scenario mediatico: *Post Network. La rivoluzione della tv* di Amanda D. Lotz (**Minimum Fax**). Da tempo si dice che la televisione è morta (come prima erano morti il teatro, la radio, il cinema), che le nuove tecnologie l'hanno relegata in un angolo, che i giovani non la guardano più. Invece il piccolo schermo, pur profondamente

modificato, resiste, e addirittura si moltiplica.

È vero, in quella che Amanda D. Lotz definisce l'«era post-network», molte cose sono mutate: è cambiata la tecnologia (il segnale digitale ha sostituito l'analogico), sono cambiate le pratiche creative (tutto il nuovo mondo della serialità), sono cambiati i canali distributivi, i sistemi di misurazione dell'audience (la radiografia del pubblico è sempre più sofisticata). Tuttavia, ci sono ancora contenuti «forti», come lo sport, i grandi eventi, generi come i talent o i reality, che mantengono salda la rilevanza di una temporalità lineare (il vecchio e caro palinsesto) e di una comunità di spettatori che si ritrova contemporaneamente davanti al piccolo schermo. Scrive Lotz: «Gli show seguiti da milioni di spettatori continuano a permettere alla tv di agire come una sfera pubblica elettronica, come già accadeva nell'era dei network. In linea di massima, questi continueranno a essere programmi pensati per sbocchi che esigono un pubblico di massa».

## Vincitori e vinti

**DI MARTEDÌ**

Giovanni Floris

Senza Sanremo, quelli del talk: per La7 ci sono 1.011.000 spettatori, 4% di share

**#CARTABIANCA**

Bianca Berlinguer

Senza Sanremo, quelli del talk: per Rai3 ci sono 723.000 spettatori, 2,8% di share

