



Festival della Comunicazione 2016

Televisione sempre più simile all'editoria: la serie tv e il libro

Giorgia Prina

Qual è la posizione della televisione adesso, nell'età dei social e delle tecnologie globalizzanti? Questa la domanda che apre l'incontro di **Aldo Grasso** nel secondo giorno del Festival della Comunicazione di Camogli.

«Userai delle parole chiave come ancore per approfondire delle prospettive diverse», dice:

Convergenza: questo termine porta con sé la più grande rivoluzione nella comunicazione mai avvenuta. Quelli che vivono al suo interno non se ne accorgono. È partita da un'evoluzione tecnologica: dal mondo analogico che rispecchiava la realtà, come i solchi dei dischi in vinile, al mondo digitale che comprime tutti i messaggi. Ma fa qualcosa di più: il digitale riunisce tutti i media che finora erano rimasti separati in uno solo. Prova concreta? Lo smartphone: telefono, videocamera, telecamera e messaggistica tutto insieme nelle nostre tasche.

Esperienza: fino a poco tempo fa realtà e rappresentazione della realtà erano due mondi distinti. Da un po' di tempo questa distinzione inizia a vacillare. I nuovi mezzi di comunicazione hanno aumentato la nostra percezione del reale. Pensate al fenomeno di *Pokemon go*, esempio perfetto della mancanza di distinzione tra realtà e finzione, scena e retroscena.



Thequery.it
9 settembre 2016

Pagina 2 di 2

Abbondanza: La televisione sta diventando un elemento secondario rispetto ad altri, ma è comunque al centro della diffusione mediatica. La nostra è l'epoca dell'abbondanza: abbondanza di canali e di mezzi per accedere a questi canali. Lo spettatore è qualcuno che bisogna conquistare e viene usato come merce di scambio della pubblicità. Noi come pubblico stiamo diventando clienti.

Palinsesto: è la grande vittima della televisione moderna. In crisi perché sul mercato ci sono altri strumenti tecnologici che ci offrono delle comodità: ad esempio la possibilità di guardare il nostro programma televisivo preferito direttamente sul tablet dove e quando vogliamo. Si è rotto il meccanismo sociale che ci dava degli appuntamenti fissi. «Stiamo passando da un ascolto sociale ad uno individuale».

Si inizia a parlare di *social tv*, c'è una modalità nuova di guardare la tv. Esempio: il Festival di Sanremo. «Invece di guardare il programma ho in mano un tablet e inizio ad usare twitter o instagram per commentare ciò che vedo. Si creano così piccole comunità che guardano un evento e commentano in diretta».

Il prodotto tipico della televisione moderna è la serie televisiva. La serialità aumenta il consumo individuale. Da questo punto di vista la televisione si va formando sul modello delle case editrici, con i programmi sempre più vicini al formato libro: serializzati, che durano nel tempo e che possono essere consumati individualmente.

Ultima parola: *binge watching*, calco di *binge drinking*, che vuol dire farsi una bevuta senza freni. Quindi guardare senza limiti.