

**LA LEZIONE
INIZIA ALLE 17:15**

Formati e linguaggi della serialità tv

Gianluigi Rossini

Lezione 3 (online) – A.A. 2023-24



Stratificazione della tv USA

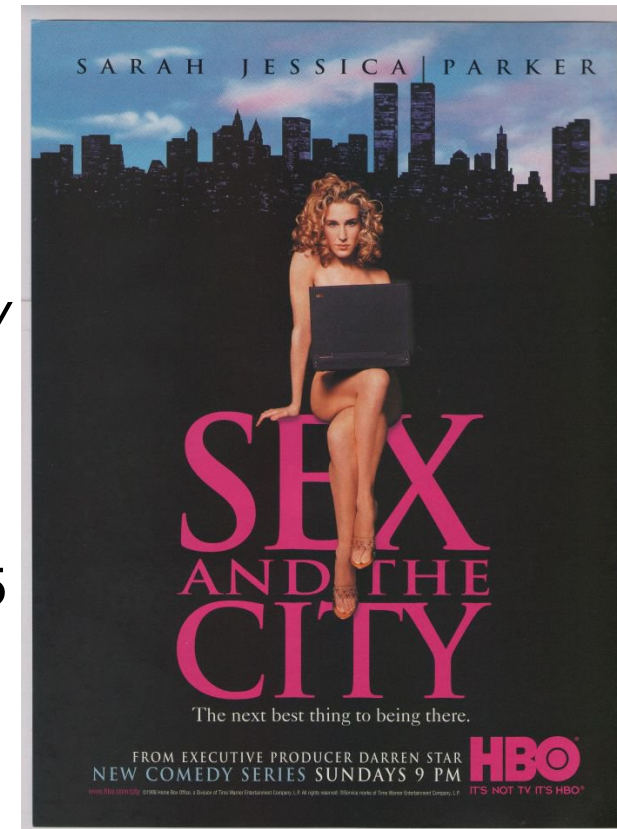
Broadcast	Basic cable	Premium cable
ABC	FX	HBO
CBS	AMC	Showtime
NBC	USA Network	Cinemax
FOX	Lifetime	Starz
The CW	Comedy Central	Epix
...	Syfy	...
	Sundance TV	
	TNT	
	...	



It's not TV, It's HBO: rivoluzione seriale

Serialità pay

- Dalla metà degli anni '90, **HBO** è il primo canale pay a entrare massicciamente nella produzione di serie TV. Dal '96 il nuovo slogan del canale è il famoso **“It's not tv, it's HBO”**
- Primi esperimenti: *Oz* (1997 - 2003), *Sex and the City* (1998 - 2004), *Curb Your Enthusiasm* (2000 -).
- Poi: *The Sopranos* (1999 - 2007), *Six Feet Under* (2001 - 2005), *The Wire* (2002 - 2008), *Carnivàle* (2003 - 2005), *Deadwood* (2004 - 2006), *Rome* (2005 - 2007).



The Sopranos (HBO, 1999 - 2007)

- Creata da David Chase, che farà da showrunner per tutta la durata.
- 6 stagioni da 13 episodi (tranne la 6, uscita in due parti per 21 episodi totali)
- Tony Soprano è un boss della mafia del New Jersey (di discendenza italiana) che soffre di attacchi di panico e inizia una terapia con la psichiatra Jennifer Melfi.
- Le due famiglie di Tony costituiscono il cast corale: da un lato la moglie e i due figli, dall'altro l'ambiente mafioso.
- Una delle serie più apprezzate di sempre (21 emmy, 111 nominations, centinaia di altri premi)





Innovazioni dei *Sopranos*

Dal punto di vista della struttura narrativa, *The Sopranos* non è particolarmente innovativa. I veri cambiamenti possono essere trovati altrove.

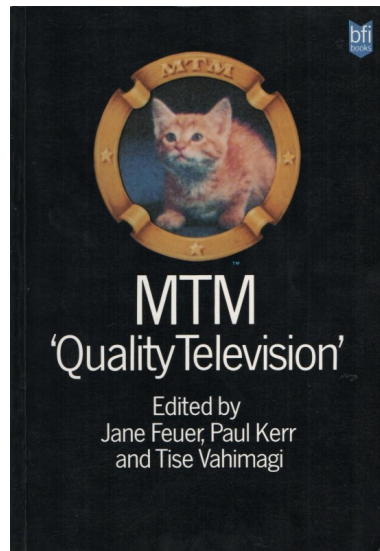
- Protagonista criminale.
- Rallentamento del ritmo.
- Rottura della teleologia narrativa.
- Ambiguità interpretativa.



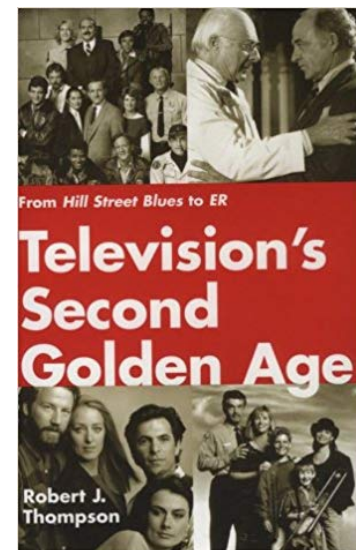
La nuova frontiera della qualità

«*Oz, The Sopranos, Sex and the City, The Wire, Curb Your Enthusiasm, Six Feet Under e Deadwood* sono andate oltre qualsiasi cosa anche solo immaginabile nella vecchia era dei network, in termini di contenuti, complessità narrativa, linguaggio, e molto altro»

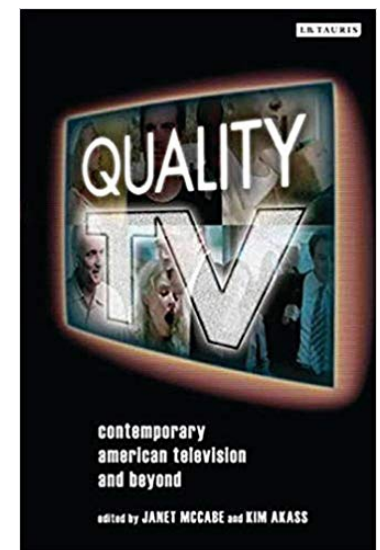
(Robert Thompson, 2007)



1984



1996



2007



Il modello HBO /1

«Non devi fare per forza 22 episodi. Non provi a mandare dieci nuove serie in un mese. Non provi a immaginare cosa guarderà il pubblico. Provi a non interferire troppo con il modello creativo. E ci metti un po' di soldi» (Chris Albrecht, presidente della programmazione originale HBO)

- HBO non ha affiliate né pubblicità, dunque si libera del ritmo stagionale e del sistema degli *upfronts*.
- HBO non subisce né il nervosismo degli inserzionisti né la volubilità dell'audience giornaliera: quello che conta sono gli abbonati mensili.
- Ridurre i volumi (13 episodi invece di 22) e aumentare il budget per ogni episodio.
- Slot della domenica alle 22:00, le nuove serie esordiscono nel corso dell'intero anno, poche alla volta.



Il modello HBO /2

- Oltrepassare i limiti del dicibile in televisione, fare scandalo, innovare.
- Centrare produzione e promozione su una figura autoriale, uno showrunner depositario della visione artistica: David Chase (*The Sopranos*), David Simon (*The Wire*), Allan Ball (*Six Feet Under*), David Milch (*Deadwood*).
- Realismo e coerenza artistica: le serie HBO affrontano le questioni scottanti della società americana senza tabù.
- HBO investe molto in marketing e comunicazione, impacchettando le serie in questo discorso istituzionale.





Un successo

- *The Sopranos*, alla terza stagione, raggiunge i 14 milioni di spettatori.
- Nel 2004 e nel 2005 HBO genera un introito maggiore di quello di tutti gli altri network (1,1 miliardi di dollari).
- Il complesso delle entrate comprende anche la vendita dei DVD, syndication, merchandising, etc.
- HBO produce internamente, dunque mantiene tutti i proventi delle varie finestre di mercato.



La terza età della televisione



Ere / forme della TV

	Periodo	Tecnologia	Tecnica di mercato	Obiettivo
TV I	1948-1975	Broadcasting	Mass marketing	Ascolti
TV II	1975-1995	TV via cavo	Niche marketing	Ascolti in un target
TV III	1995-?	TV digitale	Brand marketing	Brand equity

- Nella TV III i programmi sono merci di **primo ordine**:
 - Il dato dell'ascolto ha importanza relativa. Non monitoraggio quotidiano degli ascolti, ma mensile degli **abbonamenti**.
 - I programmi devono costruire la **brand equity** del canale.
 - È fondamentale creare **buzz**.



Gestire il brand

- **Brand marketing** (strategic brand management): «la progettazione e l'applicazione di attività e programmi di marketing volti a creare, misurare e gestire le marche per massimizzarne il valore».
- **Brand equity**: «il valore aggiunto che la marca conferisce a un prodotto o a un servizio. Tale valore si riflette sia nelle idee, nelle percezioni e nelle reazioni dei consumatori nei confronti della marca, sia nei prezzi, nella quota di mercato e nella profittabilità della marca stessa per l'impresa. La brand equity è una risorsa intangibile, con un valore psicologico e finanziario per l'impresa».

(P. Kotler, *Marketing Management*, 2007)



L'era delle conglomerazioni

- Secondo Rogers, Epstein e Reeves:
 - Marketing di massa → Fordismo, catena di montaggio.
 - Marketing di nicchia → Economia dei servizi, target.
 - Brand Marketing → Economia della conglomerazione.
- A partire soprattutto dalla metà degli anni '90, una corsa alla conglomerazione fa confluire il 90% dell'industria del cinema e della TV (e molto altro) in cinque mega-aziende: Comcast, Disney, News Corp., Time-Warner, Viacom.



Convergenza cinema/tv

- Tutti e tre i network sono stati inglobati da major studios:
 - ABC / Disney.
 - NBC / Universal.
 - CBS / Paramount (Showtime, MTV, Comedy Central...).
 - Warner Bros. / CNN, TNT, HBO.
- Sony (che ha assorbito Columbia Pictures) è l'unico grande conglomerato a non avere TV USA (per restrizioni di legge sulle proprietà straniere).
- Il tutto è parte di una più grande **convergenza delle industrie mediali**

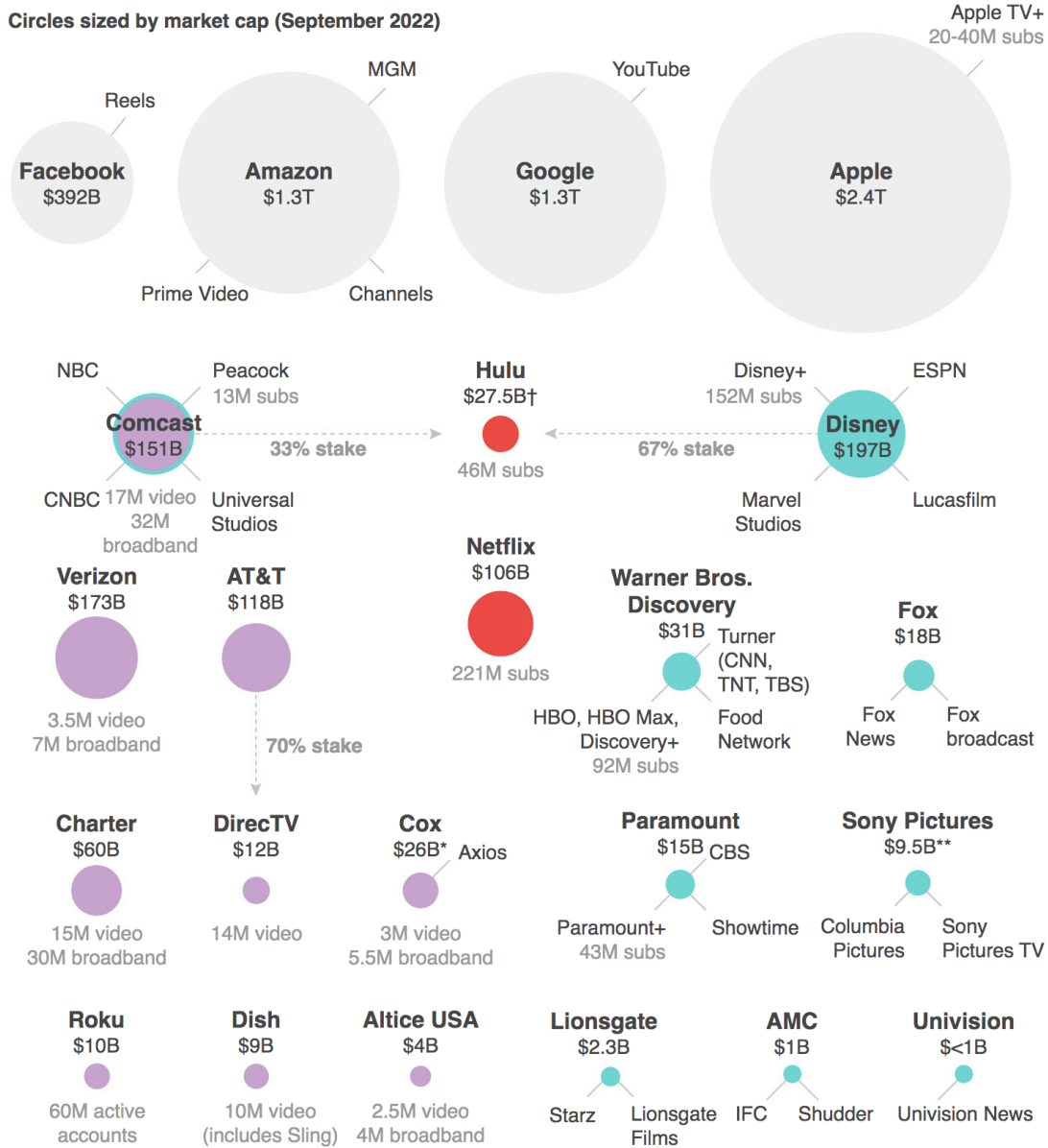
Entertainment Media Ownership 2016

Media Company	Film Production	TV Production & Distribution	Broadcast TV	Classic Studio	Brands	Absorbed
Time Warner - WB Entertainment - Pepsico 	Warner Bros Pictures Warner Animation Group New Line Cinema Castle Rock Entertainment HBO Films 	Warner Bros. Television Warner Bros. Animation The Wolper Organization Hanna Barbara HBO Entertainment 	The CW – The WB - CNN Home Box Office (HBO) Cinemax - Cartoon Network Turner Broadcast System Turner Classic Movies HLN – TBS – TNT – TruTV 		TMZ.com Flixster (Rotten Tomatoes) WaterTower Music DC Universe 	Lorimar - Geffen Pictures Silver Screen Partners Rankin/Bass Prod.
The Walt Disney Company 	Walt Disney Pictures Touchstone Pictures Lucasfilm - Pixar Disney Animation Studios 	Walt Disney Television ABC Entertainment Greengrass Productions It's a Laugh Productions 	ESPN ABC – Disney Channel Freeform - ESPN 		Hollywood Records Wonderland Music Co. Disney Theatrical Prod. Disney on Ice - ABC Radio Marvel Studios The Muppets Studio Skywalker Sound Industrial Light & Magic 	Black Rock Studio Buena Vista Productions Hollywood Pictures Lyric Street Records Palomar Pictures Mammoth Records
Sony Pictures Entertainment 	Columbia Pictures TriStar Pictures Screen Gems Pictures Triumph Films Destination Films Stage 6 Films - Affirm Films Sony Pictures Studios 	Sony Pictures Television Crackle - Embassy Row Culver Entertainment TriStar Television – 2waytraffic Victory Television - Lean-M Silver River Productions Left Bank Pictures AXNOriginal – GSN Originals X Production 		SIE Worldwide Studios: Bend Studio-Naughty Dog- San Diego Studio- Santa Monica Studio- Sucker Punch Productions Playstation - Go!Cam Sony Electronics 	Screen Gems Television Columbia Pictures TV Columbia TriStar TV Spelling-Goldberg TV Merv Griffin Enterprises Rastar Television - Barris Indus. Four D Productions The Mimus Corporation Diplomatic Productions CBS Records 	
Comcast - NBCUniversal - Xfinity 3D - Comcast Sportsnet - Comcast Spectacor (Philadelphia Flyers/ Wells Fargo Center) The Comcast Network 	Universal Pictures Universal Animation Studios Focus Features Gramercy Pictures Working Title Films Illumination Entertainment NBCUniversal Entertainment 	Universal Television NBC Studios 	NBC TELEMUNDO Telemundo • Cozi TV US Cable Channels: Bravo – Cloo – CNBC – E! Golf Channel – MSNBC NBCSN – NBC Universo NHL Network – Oxygen Sprout – Esquire Network Syfy – USA Network New England Cable News The Weather Channel Syfy		Websites: DailyCandy, Fandango, Movieclips, iVillage Universal Parks & Resorts: Islands of Adventure Universal Orlando Resort Universal Studios Hollywood Universal Studios Japan Universal Studios Singapore Universal Studios Dubai/and Universal Creative 	Revue Studios - Seagram Walter Lantz Productions Multimedia Motion Pictures AT&T Broadband - MediaOne Adelphia Communications Corp. Group W Cable MCA Inc. Susquehanna Communications Castle Films - NBC Films PolyGram Filmed Entertainment Island Pictures - October Films USA International Pictures Propaganda Films
National Amusements - CBS Corporation - Viacom VIACOM Cinemas: Kino Star Showcase Cinemas Cinema de Lux Multiplex Cinemas 	Paramount Pictures MTV Films Nickelodeon Movies Comedy Central Films VH1 Films - Insurge Pictures 	Paramount Television Nickelodeon Productions Nickelodeon Network MTV Production Development Spike Originals TV Land Originals Nicktoons Originals/Productions Comedy Central Productions Comedy Central Originals TeenNick Originals Nick@Nite Originals CBS: CBS Television Studios, Big Ticket Television 	Viacom: BET – MTV - VH1 – CMT Comedy Central – Spike Logo – TV Land – Nickelodeon – Nick at Nite Nick Jr. - TeenNick – Epix CBS Corp: CBS, Showtime, Decades, The CW (w/TWC), The Movie Channel, Flix, Smithsonian Channel 		Viacom: Milkshake! - My5 – Noggin The Splat – BET Networks Nickelodeon Networks Viacom Media Networks Nick Records – Viacom 18 Comedy Central Records CBS Interactive: GameSpot, GameFAQs, CNET, Last.fm, Metacritic, TV.com, ZDNet, Play.it, Radio.com. The Indie-Verse 	Jesse L. Lasky Feature Play Co. Paramount News - Famous Studios Cinema Intl Corp One World Entertainment Peanuts Home Video Liberty Films - Mascot Pictures VistaVision - Spelling Films Gulf & Western Industries - Sunn Classic Pictures Taft Entertainment Pictures Kindermet – VH1 Uno Arab World – Nickelodeon Arabia Westinghouse Broadcasting Co Paramount Network Television Desilu Productions King World – UPN Laurel Entertainment Eyemark Entertainment Interstar Releasing Cinema Center Films Republic Pictures
News Corp 21 st Century Fox - 20 th Century Fox - News Corp. 	20th Century Fox Fox Searchlight Pictures Blue Sky Studios New Regency 	20 th Century Fox Television 20 th Television Fox 21 Television Studios FX Networks – FXP Fox Television Animation Shine Group – Endemol 	FOX NEWS Fox – MyNetworkTV Movies! - FXM Retro Fox Business Network Fox News Network – FX National Geographic Channel FX Movie Channel Nat Geo Mundo Fox Sports Networks Fox Networks Group STARTV – Hulu (36%) 		Fuel TV – FoxVideo – Magnetic Video Corporation – Regency Television - Foxnet MTM Enterprises – Fox Atomic Victory Television – Fox Lab Four Star International Metromedia Radio & Television Four Star – Excelsior Releasing New World Pictures – Fox Europe Cannell Entertainment Storer Communications Fox Records – Gold Key Media Leap Off Productions 	
MGM Holdings (20% Owned by Sony) 	Metro-Goldwyn-Mayer United Artists Orion Pictures LightWorkers Media Eon Productions Goldwyn Films – G2 Films 	MGM Television United Artists Media Group Orion Television LightWorkers Media 	Epix Movie Channels MGM Channel – This TV Casa Club TV – The Works 		MGM Home Entertainment MGM DVD – MGM Kids MGM Animation – MGM Music MGM On Stage MGM Consumer Products MGM Interactive Orion Interactive 	United Artists Television United Artists Records American International Pictures American International Television Filmways Television Filmways Pictures Heatter-Quigley Inc. – Cannon Films Orion Television Syndication The Samuel Goldwyn Company Embassy Home Entertainment Nelson Entertainment MGM Cartoons – One Three Media

Media landscape

● Distribution
 ● Streaming
 ● Content
 ● Tech

Circles sized by market cap (September 2022)



†Minimum based on 2019 deal; *assumes 2X revenue multiple;

**assumes 1X revenue multiple

Source: The companies, news reports, Leichtman Research Group (cable/ internet subs), Recode reporting



Over The Top: la tv via internet

Stratificazione della TV USA

Broadcast	Basic cable	Premium cable	OTT
ABC	FX	HBO	Amazon Unbox (2006, poi Prime video)
CBS	AMC	Showtime	Netflix (2007)
NBC	USA Network	Cinemax	Hulu (2007)
PBS	Lifetime	Starz	CBS All Access (2014, ora Paramount+)
FOX	Comedy Central	Epix	HBO Now (2015, ora HBO Max)
The CW	Syfy	...	Apple TV+ (2019)
...	Sundance TV		Disney+ (2019)
	TNT		AMC+ (2020)



TV via internet

- Questione di **nomi**: WebTV, IPTV, VOD, **OTT**, Portals.
- Diversi **modelli di revenue** (cioè di profitto):
 - SVOD = Subscription VOD (Netflix, Prime, Disney+...).
 - TVOD = Transaction VOD (Rakuten tv).
 - AVOD = Advertising-based Video On Demand oppure Ad-supported Streaming Tv (**Pluto tv**, **Serially**). **FAST** = Free
- Diverse **strategie di mercato**:
 - Bundles (Sling TV)
 - Studio portals (CBS all access, Raiplay)
 - Canali veri e propri (Netflix, Apple Tv+, Starzplay)
 - Mix di vario tipo (Hulu)

Siamo nella quarta era?

- Distinguiamo tra due temi fondamentali:
 - Diffusione del **modello a sottoscrizione**.
 - **Caratteristiche specifiche** (*affordances*) degli OTT.

- Modello a sottoscrizione: HBO vs Netflix

HBO

Not TV

Esclusività

Brand editoriale

Alterativo alla TV

Netflix

New TV

Ampiezza

Brand tecnologico

Sostituire la TV





Caratteristiche degli OTT

- **User-specificity:**
 - Esperienza diversa per ogni spettatore.
 - L'interfaccia è un elemento caratterizzante.
 - Necessarie strategie di organizzazione del contenuto.
- **Non linearità:**
 - Non c'è un palinsesto, ma una libreria di contenuti
 - La risorsa tempo è illimitata.
 - Dalla programmazione del palinsesto alla **curatela**.

(Amanda Lotz, *Portals: A Treatise on Internet-Distributed Television*, 2017)



Strategie di curatela

- **Nicchie di mercato/target specifici:** SeeSo, VVVVID, DAZN.
- **Studio portals** (CBS All Access, Raiplay): affiancano un network e usano una libreria di contenuti già esistente.
- **Disney+:** il brand Disney ha una forte associazione con contenuti adatti per tutta la famiglia. Al di fuori degli USA, Disney ha lanciato il marchio **Star** dove trovano spazio contenuti più adulti e controversi.
- **Netflix:** si rivolge a tutti, ma non a tutti nello stesso momento
 - Mass customization.
 - Conglomerazione di nicchie.



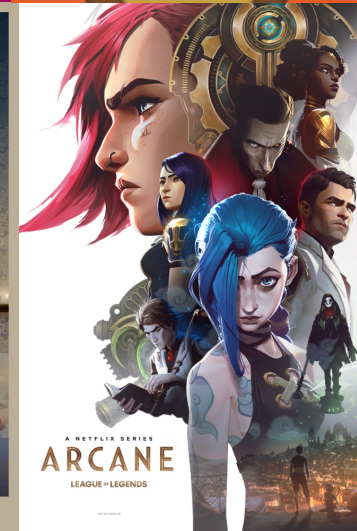
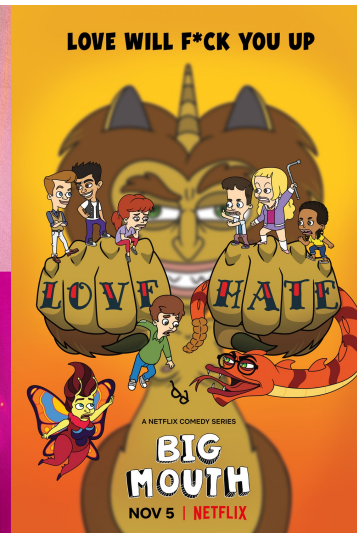
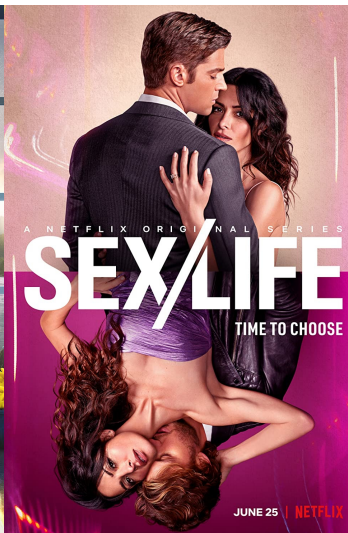
Netflix: strategie algoritmiche /1

- Nessun interesse per i tradizionali **dati demoscopici** (età, sesso, etnia, titolo di studio, etc.) usati da Nielsen.
- **Big data**: analisi algoritmica di grandi quantità di dati raccolti sui comportamenti degli utenti.
- Strategie di classificazione: **microgeneri** (o “alt-genres”):
 - Da “Documentari biografici” a “Exciting Movies starring Jean-Claude Van Damme” fino a cose come “Drammi indipendenti sobri acclamati dalla critica” ([giuro](#)).
 - Se ne contano circa 76.000.
 - Un genere esiste nel database anche se non ci sono titoli.



Netflix: strategie algoritmiche /2

- Strategie di produzione:
 - *Taste clusters* (“gruppi di gusto”, almeno 1.300), ovvero associazioni tra microgeneri frequentati dalle stesse persone.
 - *Verticals*: i taste clusters potenzialmente attraversati da un titolo.
- Strategie di **promozione user-specific**.
- Rinnovo / cancellazione:
 - Una delle misure del successo è la **survivorship** (si rinnovano le serie viste fino alla fine da molti utenti).
- Per quanto si faccia uso dell'automazione, anche in Netflix **le decisioni finali sono prese da esseri umani**.

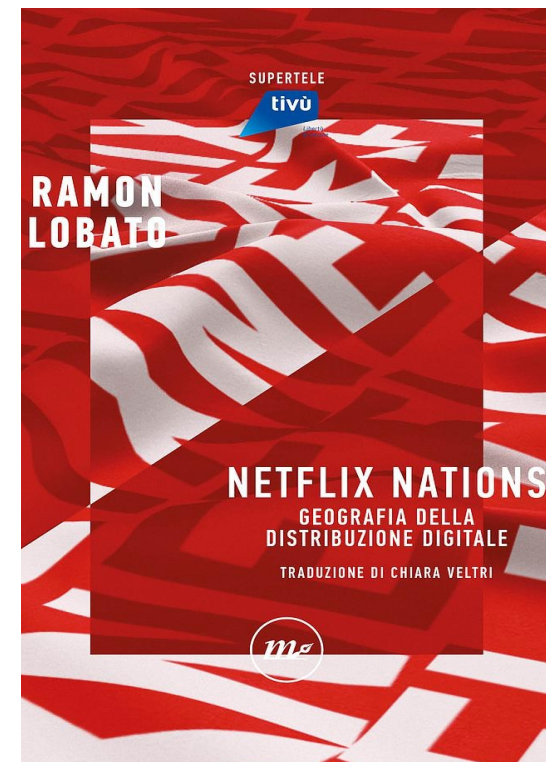




Netflix e gli OTT: approcci di studio

Che cos'è Netflix?

- **Netflix è tv?** Netflix stessa si autodescrive in maniera diversa a seconda delle necessità: come tv agli spettatori, ma come servizio di media digitali ai governi.
- Possiamo **usare approcci diversi**, a seconda di quale è più efficace nel descrivere l'oggetto di studio in un dato momento.
- Lobato ne identifica due principali:
 - **Tv studies:** Netflix in rapporto alla televisione. Disruption e continuità. Ha il vantaggio di una forte storicizzazione.
 - **Digital media studies / platform studies:** Netflix in rapporto ad altre piattaforme online (social, Amazon store, etc.).



Portali e piattaforme /1

Portali (Online tv, OTT)	Piattaforme (social media)
<p>Forniscono accesso a un contenuto audiovisuale attraverso device e infrastrutture connesse a internet.</p> <p>Contenuto selezionato editorialmente prodotto o acquisito direttamente dal servizio.</p> <p>Servizi chiusi che permettono controllo editoriale sul contenuto e l'esperienza di visione.</p> <p>Progettati principalmente per facilitare l'esperienza di visione.</p>	<p>Forniscono ecosistemi interconnessi che includono un insieme di vari servizi e prodotti.</p> <p>Funzionano da intermediari e sono progettati per essere estesi e modificati da terze parti.</p> <p>Servizi aperti o semi-chiusi</p> <p>Imprese fluide e agili che sperimentano di frequente con nuovi prodotti e servizi.</p>

Rielaborato da: Catherine Johnson, *Online TV*, Routledge, 2019



Portali e piattaforme /2

Portali:

- **SVOD:** Netflix, Amazon Prime video, Disney+, Apple tv+...
- **TVOD:** Rakuten tv, Chili, Amazon Prime Video...
- **AVOD:** VVVID, Pluto tv, Mola tv...
- **Studio portals:** Raiplay, Mediaset Infinity, La7.it...

Piattaforme:

- **Social Networking:** Facebook, Twitter, LinkedIn...
- **Image sharing:** Instagram, Pinterest, Snapchat
- **Video hosting:** Youtube, Vimeo, Twitch, TikTok, Facebook Watch, Instagram Stories...
- **Discussione:** Reddit, Quora...
- **Settoriali:** Goodreads, Academia.edu...



Netflix: portale o piattaforma?

Nonostante le differenze, Netflix condivide molto con le piattaforme online:

- Dietro l'interfaccia unica, si nasconde un insieme di servizi informatici interconnessi (compressione dei video, sistema di content delivery, raccolta dati degli utenti, etc.).
- Logica operativa da servizio digitale (globale ma basato negli USA; elude le normative locali).
- Algoritmi di raccomandazione.
- Gestione dinamica dell'interfaccia.