



Aldo Grasso e
Massimo Scaglioni
**Televisione
convergente**
Link Ricerca
Pag. 254, Euro 18

Aldo Grasso e Massimo Scaglioni

Televisione convergente



Aldo Grasso

Chi è l'autore.

Aldo Grasso, 62 anni, è il principale critico televisivo italiano. Ogni giorno giudica i programmi televisivi sul "Corriere della Sera". E' professore di Storia della televisione all'Università Cattolica di Milano.

Massimo Scaglioni, 36 anni, è professore di Storia dei media all'Università Cattolica di Milano.

Di che cosa parla il libro.

E' una ricerca inedita sulla nascita del nuovo sistema mediale che vede la tv uscire dal televisore per diffondersi su tutte le piattaforme distributive. La definizione tecnica è "convergenza digitale" e il libro la racconta non tanto dal punto di vista tecnologico ed economico, ma su quello delle reazioni del pubblico. L'obiettivo è capire in che modo sta cambiando il consumo di tv, quali sono le pratiche convergenti di maggiore successo, qual è lo stato della nuova tv nel nostro Paese.

Perché leggerlo.

Perché contiene la prima analisi ben fatta sulla reale multimedialità dei programmi della tv italiana. Prende in esame 12 case history di trasmissioni dei tre generi principali (intrattenimento, fiction e serie) messe in onda dai tre principali broadcaster, Rai, Mediaset e Sky. Ecco i titoli.

Intrattenimento: Grande Fratello, X Factor, Uomini e Donne, Chiambretti Night.

Fiction: I Cesaroni, Tutti pazzi..., Squadra antimafia, Romanzo criminale.

Serie: Heroes, CSI Las Vegas, Gossip Girl, Mad Men.

Conclusioni della ricerca.

In Italia si percepisce un grande fermento intorno alla convergenza digitale ma non ancora la piena consapevolezza del fenomeno.

Dall'esame dei programmi potenzialmente convergenti emerge che

- il genere più avanti nel percorso è quello dei reality, testi convergenti per natura.
- più indietro la fiction, fatta eccezione per I Cesaroni e Romanzo criminale.
- indietro anche le serie, specie se si confronta lo sfruttamento convergente, sia in termini di produzione che di promozione, di questi stessi prodotti negli USA.