

Indice

| | |
|--|-----------|
| Introduzione | XI |
| 1. Palinsesto. Definizioni | 3 |
| 1. Un oggetto molteplice, p. 5 | |
| 1.1. Macro-testo, mosaico, ordine, p. 8 - 1.2. Discorso, dispositivo, interfaccia, p. 11 - 1.3. Strumento, arte, potere, p. 12 | |
| 2. Questioni di flusso, p. 14 | |
| 3. Questioni di tempo, p. 18 | |
| 4. Il testo invisibile, p. 23 | |
| 2. Palinsesto. Tecniche | 27 |
| 1. Contenuto: i materiali del palinsesto, p. 28 | |
| 1.1. Programmi: le distinzioni, p. 29 - 1.2. Programmi: le segmentazioni, i vincoli, p. 33 - 1.3. Pubblicità, p. 36 - 1.4. Promozione, p. 40 | |
| 2. Forma: il tempo del palinsesto, p. 44 | |
| 2.1. Stagioni, p. 47 - 2.2. Settimane e giorni, p. 50 | |
| 3. Logiche editoriali: l'identità del palinsesto, p. 55 | |
| 3.1. Presupposizioni e criteri, p. 57 - 3.2. Modelli di business, tipologie editoriali, p. 59 - 3.3. Le logiche della generalista, p. 61 - 3.4. Le logiche della tematica, p. 64 | |
| 4. Logiche commerciali: il valore del palinsesto, p. 67 | |
| 4.1. La disponibilità di risorse, p. 70 - 4.2. Il flusso del pubblico, i comportamenti della concorrenza, p. 72 - 4.3. La valutazione dei risultati, le previsioni sul futuro, p. 80 | |
| 5. Logiche professionali: il mestiere del palinsesto, p. 83 | |

5.1. Aggiustamenti progressivi, p. 85 - 5.2. Tutti gli uomini del palinsesto, p. 87

6. Tattiche e strategie: gli strumenti del palinsesto, p. 91

6.1. In verticale, p. 93 - 6.2. In orizzontale, p. 95 - 6.3. Con(tro) gli altri, p. 97

3. Palinsesto. Storie

101

1. Un palinsesto alla prova: la tv dei primi anni, p. 103

1.1. I modelli, la parola, p. 105 - 1.2. Un palinsesto statico, discreto, basato su appuntamenti, p. 107 - 1.3. «La nuova settimana televisiva 1958», p. 110

2. Un palinsesto «politico»: la direzione di Bernabei, p. 115

2.1. Il Secondo Programma, p. 115 - 2.2. Un articolato sistema di potere, p. 118 - 2.3. Moderato allargamento, p. 121

3. Un palinsesto in fermento: la riforma e le tv locali, p. 124

3.1. Le conseguenze della riforma, p. 127 - 3.2. Arrivano le private, e la terza rete, p. 130

4. Un palinsesto «in guerra»: la nascita dei network, p. 134

4.1. Il pizzone, il palinsesto rigido, la pubblicità, p. 135 - 4.2. Il palinsesto come tecnica, p. 138 - 4.3. Il palinsesto come campo di battaglia, p. 143 - 4.4. Le reazioni della Rai, la neo-televisione e l'oscuramento, p. 145

5. Un palinsesto commerciale: la stabilizzazione del sistema, p. 148

5.1. Il palinsesto come mestiere, p. 149 - 5.2. Nel frattempo, la Rai, p. 154

6. Un palinsesto trionfante: il generalismo, p. 156

6.1. La rinascita di Raitre, p. 157 - 6.2. Questioni di regolamentazione, p. 160 - 6.3. Tendenze della generalista, p. 162

7. Un palinsesto moltiplicato: le televisioni tematiche e digitali, p. 167

7.1. La televisione musicale, p. 167 - 7.2. Palinsesti a pagamento, p. 170 - 7.3. «Switch-off», p. 174

4. «On demand». Definizioni, tecniche e storie

181

1. Oltre il palinsesto. Tendenze centrifughe, p. 183

1.1. Tecnologie, p. 183 - 1.2. Testualità convergenti, p. 186 - 1.3. Consumi, p. 188

2. Confini e parole della tv non lineare, p. 190

2.1. Quadri d'insieme, p. 192 - 2.2. Definizioni (in parte) più tecnologiche, p. 195 - 2.3. Definizioni (in parte) più editoriali, p. 198 - 2.4. Classificazioni possibili, p. 201

| | |
|---|------------|
| 3. Progettare e gestire l'on demand, p. 205 | |
| 3.1. Personalizzazione dell'offerta: dati e algoritmi, p. 206 - 3.2. Personalizzazione del consumo: «binge watching» e dintorni, p. 210 - 3.3. Curation, curation, curation, p. 213 - 3.4. Le logiche editoriali del brand e dell'interfaccia, p. 216 - 3.5. Le logiche editoriali del catalogo, p. 220 | |
| 4. Piccola storia dell'on demand televisivo in Italia, p. 225 | |
| 4.1. L'illusione dell'on demand: la «pay-per-view», p. 227 - 4.2. La falsa partenza dell'on demand: le telecomunicazioni, p. 230 - 4.3. La transizione morbida all'on demand: gli operatori televisivi italiani, p. 232 - 4.4. La rivoluzione dell'on demand: l'arrivo di Netflix Italia, p. 236 - 4.5. La stabilizzazione dell'on demand: gli altri player globali, p. 239 | |
| 5. Traiettorie presenti, prospettive future | 242 |
| 1. La moltiplicazione dei palinsesti, p. 245 | |
| 1.1. Giornate e stagioni, p. 247 - 1.2. Il fascino discreto della replica, p. 249 - 1.3. Accordi e blocchi di palinsesto, p. 251 - 1.4. Concorrenza «a bassa intensità», p. 255 | |
| 2. L'inseguimento ai palinsesti, p. 258 | |
| 2.1. Ordine e flusso on demand, p. 259 - 2.2. L'impatto del tempo, p. 261 | |
| 3. La forza resistente dei palinsesti, p. 264 | |
| 3.1. Sincronizzazione, p. 266 - 3.2. Orientamento, p. 269 - 3.3. Complementarità, p. 272 | |
| Bibliografia | 277 |