

Luca Barra, Marta Perrotta<sup>1</sup>

*Il cinema italiano nelle reti televisive e piattaforme digitali statunitensi*

1. *Alcune coordinate della mappatura*

La televisione lineare ha attraversato un lungo processo di convergenza e di transizione al digitale, moltiplicando i canali e facendo esplodere la domanda di contenuti, sia in ambito globale che nei mercati televisivi nazionali. Con l'affermazione e la maturazione delle piattaforme digitali on demand, questo panorama si è complessificato e ha reso sempre più importanti le finestre distributive considerate in precedenza 'secondarie': i film trovano infatti nei palinsesti di canali televisivi e nei cataloghi di servizi di streaming molteplici occasioni di incontro con il proprio pubblico, talora rinnovate, altre volte inedite, giovandone sia da un punto di vista economico che simbolico.

La lettura di queste storie di distribuzione, che riguardano prevalentemente le fasi secondarie del ciclo di vita nazionale e globale di una pellicola, è assai complessa e dà risposte a volte incomplete, a volte contraddittorie, sintomo di una circolazione che è tutt'altro che coerente. Questo contributo si propone dunque di indagare la circolazione del cinema italiano nei palinsesti dei canali televisivi e nella disponibilità delle *library* digitali di un mercato audiovisivo straniero, quello statunitense, nell'ambito della complessiva ridefinizione della distribuzione che, grazie alle piattaforme che si sono aggiunte alle tradizionali finestre extra-sala, ha reso più duttile e articolato il ciclo di vita del singolo film.

Di seguito si illustrano i risultati iniziali della mappatura di questi spazi, realizzata attraverso la valutazione della effettiva presenza di film

---

<sup>1</sup> Il saggio e la ricerca sottostante sono stati sviluppati e discussi congiuntamente dai due autori. Il paragrafo 1 e 3 sono stati redatti da Marta Perrotta, il paragrafo 2 e 4 da Luca Barra. Il lavoro si inserisce nel contesto del PRIN 2015 *Circolazione Internazionale del Cinema Italiano* (CInCIIt).

nazionali su canali tv e piattaforme on demand disponibili negli Stati Uniti, nell'arco del quadrimestre settembre-dicembre 2017. È stato necessario concentrarsi su un periodo di tempo circoscritto, e contemporaneo alla ricerca, dove rimanessero stabili sia gli spazi di messa in onda tv e di accessibilità non lineare, sia i titoli distribuiti e i relativi diritti di licenza, poiché la natura dei contesti indagati e delle informazioni disponibili è spesso effimera, a volte addirittura precaria. Pertanto il lavoro si è articolato in una accurata ricostruzione a partire da un vero e proprio pedinamento dei film, indagando come si vedrà anche l'idea di cinema italiano, che sta (o non sta) dietro alla programmazione o all'inserimento in catalogo dei film stessi. Questo al fine di restituire un duplice indicatore, in grado di riconoscere sia la presenza di pellicole italiane nella programmazione di canali e servizi di streaming statunitensi, sia i metodi e i criteri che governano questa presenza, laddove sia possibile inferirli.

Per far questo si sono dovute sollevare domande metodologiche ancora relativamente poco frequentate negli studi sulla televisione convergente, relative alla tracciabilità degli strumenti/oggetti di indagine stessi – i palinsesti, i cataloghi, le teniture – di cui esistono documentazioni parziali e provvisorie, che si perdono rapidamente una volta espletata la loro funzione. Mentre la televisione contemporanea acquisisce un formato *database* che ristrutturava in modo drastico le forme di organizzazione e proposta del contenuto televisivo<sup>2</sup>, cresce al contempo l'importanza della definizione di nuove metodologie d'indagine delle sue logiche e delle sue strategie testuali e paratestuali.

## *2. Lo spazio nei palinsesti lineari delle reti americane*

Lo scenario televisivo statunitense è particolarmente ampio, ricco e stratificato: se da una parte queste caratteristiche possono essere di ostacolo all'analisi, introducendo differenze, specificità ed eccezioni (lungo l'asse federale-locale, nella distinzione tra televisione in chiaro e a pagamento, e ancora nella presenza di una targettizzazione, identità e posizionamento delle reti spesso molto preciso), dall'altra parte è proprio questa vastità e varietà a offrire ampi spazi (almeno potenzialmente) per la distribuzione e circolazione di film di tutti i tipi, compresi quelli di lingua e/o di produzione italiana. Nel periodo preso in esame dalla mappatura è stato

---

<sup>2</sup> Cfr. R. LOBATO, *Rethinking International TV Flows Research in the Age of Netflix*, in «Television & New Media», 19-3, 2018, pp. 241-256.

pertanto possibile individuare le tracce – spesso inevitabilmente indirette, *ex post* – della messa in onda televisiva statunitense di alcuni film italiani: una presenza tutto sommato sporadica ma comunque significativa, capace insieme di costruire un discorso e una peculiare idea di cinema italiano e di inserirsi (e rafforzare) le etichette e gli stereotipi nazionali.

La televisione americana è strutturata su più livelli, con diversificate possibilità di accesso per un pubblico fatto di spettatori ‘semplici’ (dei *network* e degli altri canali in chiaro, anche locali, finanziati dalla pubblicità) e di abbonati (alle reti via cavo, di tipo *basic*, già inserite nei pacchetti degli operatori, oppure *premium*, visibili solo con un supplemento di spesa)<sup>3</sup>. I processi di digitalizzazione e convergenza hanno radicalizzato e ampliato tale stratificazione, aumentando l’offerta verso un compiuto *multichannel*<sup>4</sup>. A tale gerarchia corrisponde quindi una varia disponibilità di film (in prima visione, a breve distanza dall’uscita nei cinema, oppure classici e ‘di *library*’), e in subordine, tra questi, anche di film italiani.

Nel caso dei *network* che trasmettono sull’intero territorio federale, affidandosi a un fitto sistema di accordi con reti affiliate sui mercati locali, la peculiarità storica della tv statunitense è l’assenza del cinema tra i generi di solito impiegati nella programmazione, salvo casi eccezionali (che possono diventare veri e propri eventi mediali) e titoli realizzati appositamente per il piccolo schermo (i *tv movie*). Un maggiore margine di manovra, nell’offerta *free-to-air*, è presente invece nella porzione della programmazione quotidiana gestita direttamente dalle affiliate, a livello locale (contea, metropoli, stato), e in quelle reti indipendenti che operano sui singoli mercati regionali. Anche in questo caso si tratta però di scelte saltuarie e casuali, estremamente mobili, e soltanto di rado capaci di proporre anche un’offerta cinematografica di origine internazionale: un esempio particolare, da questo punto di vista, può essere CUNY Television, legata all’omonimo ateneo, che inserisce in palinsesto anche alcuni spazi di programmazione e di commento cinefilo, dove talora compaiono (come testo o tema di discorso) film europei e italiani, inseriti in cicli appositi («City Cinematheque») o legati a specifiche iniziative (di impronta cinefila).

<sup>3</sup> Cfr. A.D. LOTZ, *Post Network. La rivoluzione della tv*, minimum fax, Roma 2017; P. BREMBILLA, *It’s All Connected. L’evoluzione delle serie tv statunitensi*, Franco Angeli, Milano 2018.

<sup>4</sup> Cfr. A. GRASSO, M. SCAGLIONI (a cura di), *Televisione convergente. La tv oltre la tv*, Link Ricerca, Milano 2010; M. SCAGLIONI, *La tv dopo la tv*, Vita e Pensiero, Milano 2011; M. SCAGLIONI., A. SFARDINI (a cura di), *La televisione. Modelli teorici e percorsi d’analisi*, Carocci, Roma 2018.

Il cinema, pertanto, risulta chiaramente configurato come un contenuto pregiato, con scarti o vecchi film sulle reti in chiaro (salvo eccezioni), destinato soprattutto ai canali e ai pacchetti dell'offerta *pay*. Nello scenario *basic cable*, dove lo spettatore-cliente paga un abbonamento mensile al *provider* di servizi via cavo o via satellite per l'accesso a un bouquet di reti tematiche, sono pertanto presenti numerosi canali dedicati al cinema, la cui identità e *brand* si legano in modo esplicito a questo genere di contenuti, a un'idea hollywoodiana, a singole case di produzione e distribuzione. Se non stupisce lo sbilanciamento dell'offerta soprattutto su film di produzione americana, sia di matrice hollywoodiana sia di genere *indie*, al tempo stesso a questo livello compaiono anche alcuni interessanti segnali di apertura al cinema italiano, in forma sia indiretta sia diretta. Sul primo versante, da alcune reti dedicate al cinema filtra una certa idea dell'Italia mediata dallo sguardo statunitense, con i consueti canoni del bel vivere, della moda, della passione e della creatività, anche quando non viene fornito agli spettatori del canale alcun accesso diretto ai film: Cinemoi trasmette allora ogni anno alcuni speciali dalla Mostra del Cinema di Venezia, concentrandosi però soltanto sui film americani in concorso e fuori; e Fox Movie Channel, nel periodo considerato, trasmette più volte *Under the Tuscan Sun* (Wells, 2003), commedia romantica statunitense ambientata però in Italia e con alcuni attori nazionali (come Raoul Bova), perfetta per ribadire un'idea di italianità solare e sensuale. Sull'altro versante, invece, la programmazione da parte delle *basic cable* statunitensi di pellicole italiane, rare ma presenti, passa soprattutto dalla riproposizione di grandi classici o di film di genere: Sony Movie Channel ha mandato in onda *Django* (Corbucci, 1966), mentre Turner Classic Movies, particolarmente attenta alla dimensione storica, ha programmato *Rocco and His Brothers* (*Rocco e i suoi fratelli*, Visconti, 1960), anche se a notte fonda. Tra queste due possibilità emerge inoltre nella mappatura una parziale terza via, collegata al secondo filone classico-cinefilo ma capace di legarsi in misura maggiore a un'attualità contemporanea: si tratta dei palinsesti 'speciali' legati a festival ed eventi. Nel periodo considerato, la retrospettiva su Sophia Loren del TCM Classic Film Festival si affianca non solo a una cerimonia pubblica e a un volume celebrativo, ma anche a un blocco dedicato di programmazione sul canale (il 2 novembre 2017) che mette in fila *Marriage, Italian Style* (*Matrimonio all'italiana*, De Sica, 1964), *Yesterday, Today and Tomorrow* (*Ieri, oggi e domani*, De Sica, 1963), *Two Women* (*La ciociara*, De Sica, 1960), un documentario e *A Special Day* (*Una giornata particolare*, Scola, 1977). Nella piramide dell'offerta americana lineare, alle reti *basic cable* tocca un ruolo di avvicinamento progressivo all'alterità di

un cinema differente, mediata dallo statuto di classico e/o dallo stereotipo nazionale.

Per trovare qualche traccia di cinema italiano contemporaneo occorre invece rivolgersi ai canali *premium cable*, insiemi di reti che richiedono agli abbonati una spesa specifica per l'accesso a contenuti pregiati ed esclusivi, tra cui i film in prima visione nella finestra distributiva successiva alla sala. Il punto di forza di questi canali passa allora dalla *library* ai titoli più recenti e 'freschi'. Se da un lato questo focus riduce ancora, dal punto di vista quantitativo, la presenza del cinema italiano rispetto alle *basic cable*, dall'altro però almeno in parte ne aggiorna profondamente l'immagine, includendo nei palinsesti anche film usciti in sala da poco e inseriti – insieme ad altri titoli sia statunitensi sia 'globali' – nello stesso pacchetto di un distributore; anche i recuperi più datati, pure presenti, sono giustificati però da una rivendicazione di eccellenza e prestigio e 'impacchettati' in modo da aumentarne il valore (percepito). Nei mesi presi in esame, Hbo non ha titoli italiani in palinsesto (a fronte, invece, di un'offerta di film spagnoli che occupa un canale intero, giustificato però dalla presenza di una platea ispano-americana ben più numerosa), se si eccettua l'indiretta consueta idea 'passionale' di Italia implicita in *Swept Away* (Ritchie, 2002), con Adriano Giannini, il *remake* di *Travolti da un insolito destino nell'azzurro mare di agosto* (Wertmuller, 1974). Showtime e Cinemax propongono invece nei loro palinsesti (così come nelle piattaforme on demand a essi collegate) alcuni film italiani ma realizzati in lingua inglese e con star internazionali, eliminandone spesso dalle presentazioni i riferimenti più espliciti alla nazionalità e inserendoli nel più vasto bacino del cinema globale contemporaneo, in una sorta di *koiné* dove la sola variabile che resta davvero rilevante è l'ambientazione italiana di storie che vogliono essere il più possibile universali. Nel primo caso è *Tale of Tales (Il racconto dei racconti)*, Garrone, 2015) ad andare in onda più volte in slot sempre marginali (come la tarda sera e la notte), sui due canali ancillari Showtime Beyond e Showtime Showcase, con un breve testo di presentazione (sul sito e nella guida elettronica ai programmi) dove il nome del regista non compare mai e sono invece enfatizzati gli attori molto noti a livello internazionale, Salma Hayek e Vincent Cassel; le categorie di genere assegnate sono «drama» e «fantasy», annullando anche da questo punto di vista ogni differenza con gli altri titoli, americani e globali, in programmazione. Su Cinemax, bouquet specializzato sull'adrenalina e sull'azione, compare invece *A Bigger Splash* (Guadagnino, 2015): il regista qui è nominato, ma le altre dinamiche di *packaging* del film adottate sono del tutto simili, con un'enfasi sugli attori protagonisti, una vaghezza nei generi attribuiti

(«drama» e «crime») e collocazioni notturne o comunque di secondo piano. Differente, infine, è il discorso portato avanti dalle reti di Starz, operatore che evidenzia un altro lato della distribuzione tv statunitense dei film italiani: nel catalogo compaiono sia *For a Few Dollars More* (*Per qualche dollaro in più*, Leone, 1965) sia *Once Upon a Time in the West* (*C'era una volta il west*, Leone, 1968), proposti sia come western (e come tali affiancati ai grandi classici americani del genere) sia invece come pellicole firmate da «*top directors*» (e allora Sergio Leone sta in un curioso canone insieme a Woody Allen, Martin Scorsese e Mike Nichols). Il cinema italiano sulle *premium cable* ora occulta la sua differenza originale, ora invece la rivendica: l'attore, l'autore, la *location* e il genere diventano soprattutto marche di un cinema 'di qualità', prezioso.

Per quanto inevitabilmente limitata, sporadica, persino casuale – molto dipende da fattori industriali quali la disponibilità dei diritti di messa in onda, le differenti finestre di sfruttamento del film e i pacchetti e *deal* distributivi che tengono assieme film anche molto diversi –, la messa in onda dei film italiani sulla televisione lineare statunitense (soprattutto, come si è visto, sui canali *basic* e *premium cable*) mostra alcune logiche di scelta e di programmazione prevalenti, volte ora a marcare una differenza (con il richiamo al cinema del passato o a un'ambientazione italiana solare e stereotipata) e ora invece intese a cancellarla e nasconderla del tutto, per inserire il film in un flusso di programmazione omogeneo.

### 3. *Lo spazio nei cataloghi non lineari delle piattaforme on demand*

La ricerca di film italiani sulle piattaforme OTT ha seguito più o meno gli stessi criteri già valse per lavorare sui canali televisivi, osservando anche il medesimo periodo – da settembre a dicembre 2017 –, con l'ipotesi di trovare qualche traccia in più, vista la natura stessa dell'offerta dei servizi di streaming, svincolata dalla linearità e dunque teoricamente aperta a consentire un assortimento più nutrito di film italiani. In realtà, i due colossi della distribuzione audiovisiva on demand – Amazon e Netflix – non sono stati utili a provare questa ipotesi. Nel quadrimestre selezionato, pertanto, i titoli nostrani che sono stati tracciati sono davvero pochi: meno di 100 per Amazon e soltanto 25 per Netflix.

La disponibilità più consistente che si osserva su Amazon è ascrivibile al suo duplice volto, da un lato *transactional*, con acquisto e noleggio di titoli su un ampio catalogo, e dall'altro *subscriptional*, con il marchio Prime Video e una limitata offerta, in cui peraltro non si riscontrano segnali di una

particolare organizzazione o *curation*. L'elenco dei film italiani comprende pellicole abbastanza recenti come *Mia madre* (Moretti, 2015), *People Who Are Well* (*La gente che sta bene*, Patierno, 2014), *10 Rules for Falling in Love* (*10 regole per fare innamorare*, Bortone, 2012), ma anche titoli classici, come *The Hawks and the Sparrows* (*Uccellacci e uccellini*, Pasolini, 1966) o film di genere come *The Black Cat* (*Gatto nero*, Fulci, 1981) e, inaspettatamente, persino *An Adventure of Salvator Rosa* (*Un'avventura di Salvator Rosa*, Blasetti, 1939). A questa lista si aggiunge poi un elenco di pellicole perlopiù senza distribuzione italiana, estremamente adatte a questo tipo di *dumping* 'di massa': una su tutte, a titolo di esempio, è *Gladiator Games* (Milla, 2010).

Quanto a Netflix, ciò che immediatamente salta agli occhi è la maggiore fruibilità dell'offerta, ordinata secondo macro-generi e guidata attraverso la categoria «International Movies», in cui sono contenuti anche i film italiani. In questo elenco, però, prevalgono titoli dell'ultimo decennio e mancano totalmente i grandi classici di *library*, anche per la natura degli accordi di acquisizione dei diritti, con finestre di sfruttamento assai limitate. Nelle logiche di organizzazione dell'offerta, l'analisi del periodo selezionato consente di distinguere diverse direttrici che si sovrappongono nella selezione dei film. Non passano inosservate le pellicole italiane che hanno avuto una discreta eco internazionale grazie ai premi dei festival più importanti o alla cifra autoriale di registi e attori coinvolti: tra questi *Gomorrhah* (*Gomorra*, Garrone, 2008), *Deadly Code* (*Educazione siberiana*, Salvatores, 2013) e *Suburra* (Sollima, 2015, di cui Netflix ha prodotto un prequel in forma di serie tv): tutti film d'azione e dal comune stile visivo. L'autorialità si ritrova anche in produzioni di respiro internazionale, come in *I Am Love* (*Io sono l'amore*, Guadagnino, 2009), *This Must Be the Place* (Sorrentino, 2011) e *The Best Offer* (*La migliore offerta*, Tornatore, 2013), o nella scelta di film provenienti dal circuito dei festival come *Black Souls* (*Anime nere*, Munzi 2014), *The Dinner* (*I nostri ragazzi*, De Matteo, 2014), *The Wonders* (*Le meraviglie*, Rohrwacher, 2014), *Misunderstood* (*Incompresa*, Argento, 2014), *Sworn Virgin* (*Vergine giurata*, Bispuri, 2015). Non mancano commedie e titoli decisamente leggeri: da *Welcome Mr. President* (*Benvenuto presidente*, Milani, 2013) a *They Call Me Jeeg* (*Lo Chiamavano Jeeg Robot*, Mainetti, 2015), da *Slam* (*Slam: tutto per una ragazza*, Molaioli, 2009) a *La coppia dei campioni* (Base, 2016), da *Me, Myself and Her* (*Io e lei*, Tognazzi, 2015) a *Like Crazy* (*La pazza gioia*, Virzì, 2016). Per completare l'offerta, Netflix pesca nel folto numero di documentari italiani, che permettono di offrire allo spettatore immagini e stereotipi dell'identità nazionale: uno spaccato della realtà sociale si ritrova nelle due opere premiate di Rosi – *Sacro Gra* (2013) e *Fire at Sea* (*Fuocoammare*, 2016) – così come in *Too Much Stress*



from *My Heart* (Lirosi 2015); la moda italiana, con il documentario su Franca Sozzani (*Franca: Chaos and Creation*, Carrozzini 2016); il cinema (*How Strange to Be Named Federico*, Scola 2013; *S Is for Stanley*, Infascelli 2015); e Silvio Berlusconi, con *My Way* (Friedman, 2016).

Il quadro non cambia se si osserva il terzo servizio *subscriptional* mainstream statunitense, Hulu, direttamente legato ad alcuni network, il quale propone solo una manciata di film italiani (8 o 9 a seconda dei mesi), quasi tutti recenti: film d'autore come i già citati *Gomorrah* e *I Am Love*, cui si aggiunge *Habemus Papam* (*We Have a Pope*, Moretti, 2011), o titoli più datati come *Pinocchio* (Benigni, 2002); le scelte più di nicchia riguardano invece piccole produzioni documentaristiche quali *Chlorine* (*Cloro*, Sanfelice, 2015), *Arianna* (Lavagna, 2015), *The Special Need* (Zoratti, 2013) e *Piccoli così* (Angelo Marotta, 2014), insieme a un action movie a basso costo come *Dead Gamers/Virtually Dead* (Bertola, 2014); e non manca una pellicola che propone una versione assai stereotipata dell'Italia, come il canadese *Mambo italiano* (Gaudreault, 2003). Quanto ai servizi *transactional* – iTunes di Apple, Google Play, l'on demand del Tribeca Film Festival, Vudu, xFinity – i numeri e le tipologie di film proposti rimangono sostanzialmente invariati.

Pur non potendo tracciare conclusioni dopo un periodo così ridotto di osservazione, l'evidenza principale riguarda la presenza di pellicole scelte per lo più in base al loro valore funzionale, spesso legato all'autorialità, al genere di appartenenza o alla spendibilità su più mercati, o perché a vario titolo incarnano stereotipi dell'Italia.

### *Alcune conclusioni, e un rilancio*

Questa prima mappatura degli spazi riservati al cinema italiano nei palinsesti delle reti televisive e nei cataloghi delle piattaforme non lineari statunitensi, così come delle forme della sua categorizzazione, etichettamento e impacchettamento in un differente contesto nazionale e mediale, consente di tracciare alcune conclusioni, inevitabilmente temporanee, in un sistema televisivo in costante evoluzione, e allo stesso parziali, tali però da aprire dei possibili (e auspicabili) ulteriori percorsi di ricerca.

In primo luogo, pur nell'abbondanza dello scenario televisivo e digitale contemporaneo, specialmente in un contesto come quello americano, il cinema presentato come 'italiano' sulle varie reti e servizi è in crescita ma resta limitato: si intrecciano una scarsità di attenzione da parte del pubblico televisivo (e soprattutto di quello non cinefilo), una scarsità di selezione



da parte dei *broadcaster* e degli operatori (che prediligono altri generi e altre tipologie di film) e una scarsità di attenzione nella valorizzazione di quei film che pure approdano negli Stati Uniti (promozione, collocazioni di palinsesto, creazione di cicli e di appuntamenti ricorrenti, presentazione e prominenza nei cataloghi non lineari, e così via)<sup>5</sup>. Gli spazi disponibili aumentano, sia pur lentamente, ma bisogna ‘meritarseli’ con pellicole per cui ‘italiano’ è spesso solo un aggettivo secondario, e contano molto di più gli altri attributi (dalle star alla produzione in lingua inglese, dall’esotismo della *location* alla qualità autoriale e di genere).

Un secondo rilievo riguarda invece la difficoltà del mezzo televisivo di ‘avere memoria’, di tenere traccia di quanto già passato nel flusso della programmazione o già disponibile nelle *library* digitali. Da un lato, questo pone una sfida continua alla ricerca, costretta ad accontentarsi di fonti parziali, indirette, e di tracce destinate a scomparire o alla cui cura e conservazione non sono dedicati particolari sforzi dai vari *stakeholders*. Ma dall’altro lato questo limite si riverbera anche sulla scelta dei film e sulla proposta cinematografica (anche italiana) di reti e piattaforme, che spesso si appiattisce – anche nell’on demand, dove in teoria la profondità del catalogo potrebbe essere potenzialmente illimitata – sui titoli ‘freschi’, sui film quasi-contemporanei e di poco successivi all’uscita in sala (in Italia, e talvolta negli Stati Uniti). Invece della teorica ‘coda lunga’<sup>6</sup>, che potrebbe garantire una permanenza e un’attenzione maggiore per titoli comunque di nicchia, si riscontra pertanto uno scenario dove la regola è quella dei film molto recenti e l’eccezione quella del classico canonizzato.

Una terza considerazione è infine relativa ai criteri e alle logiche con cui i *broadcaster* e le piattaforme scelgono (o, talvolta, si ritrovano) i film che approdano nei palinsesti e nei cataloghi, e sui modi con cui questi interagiscono ed entrano in relazione con identità e posizionamenti già definiti. Talvolta si opta per una selezione e una programmazione dei film ‘che non sembrano italiani’, ma si inseriscono più ampiamente in un *world cinema* dall’appetibilità internazionale (grazie alle star conosciute nel mondo, alla lingua inglese, agli stereotipi classici rispetto a luoghi e caratteri nazionali); in altri casi, invece, si registra una rivendicazione di italianità, che indulge ancora una volta nello stereotipo, e che si sofferma

<sup>5</sup> Cfr. L. BARRA, *Palinsesto. Storia e tecnica della programmazione televisiva*, Laterza, Roma-Bari 2015; A.D. LOTZ, *Portals. A Treatise on Internet-Distributed Television*, Michigan, Ann Arbor 2017.

<sup>6</sup> Il riferimento è a C. ANDERSON, *La coda lunga. Da un mercato di massa a una massa di mercati*, Codice, Torino 2010.

su tratti classici quali l'autore, il genere, la canonicità, o ancora – ed è una logica specificamente televisiva – sulla presenza di spettacolarità e di azione (anche indipendentemente dalla qualità visiva e narrativa). Non va però sopravvalutata una scelta 'attiva' da parte dei soggetti dello scenario americano, in quanto molta presenza dei titoli italiani è in realtà collegata a logiche di 'praticità'<sup>7</sup>: la presenza dei film nei *volume deal* e negli altri accordi con i distributori, i costi relativamente bassi, le modalità delle licenze distributive, la necessità di costruire una *library* numerosa (anche se poi non effettivamente frequentata dallo spettatore), a volte persino un certo grado di casualità. Ed è proprio nell'integrazione tra questi fattori contrastanti, tra logiche cinematografiche e televisive, aspetti editoriali e industriali, oltre che nel pedinamento dei singoli film nella loro storia distributiva longitudinale, che a questa prima esplorazione potranno affiancarsi ulteriori rilanci, e nuove ricerche, capaci di definire meglio criteri e modelli.

---

<sup>7</sup> Cfr. L. BARRA, T. BONINI, S. SPLENDORE (a cura di), *Backstage. Studi sulla produzione dei media in Italia*, Unicopli, Milano 2016.