



di Dom
Serafini

domserafini1@aol.com

INIZIAMO a spiegare che in America per "reboot" si intende una serie televisiva in cui solamente l'idea viene tratta da una vecchia serie (esempio: "Magnum P.I."), "remake" è la versione moderna (nuove facce) di una vecchia serie o film (esempio: "The Birdcage" tratta dal film "La Cage aux Folles" del 1978), "revival" è una nuova serie in cui tornano gli attori originali (esempio: "Roseanne", ora cancellato, nonostante avesse molto successo, per via di un commento razzista della protagonista), "spin-off" è una serie creata da una "costola" di una serie ancora in onda (esempio: "Station 19", preso da "Grey's Anatomy") e "format" è l'adattamento locale di un programma straniero (esempio: "Grand Hotel", originariamente trasmesso in Spagna).

Questa tendenza è dovuta al fatto che sia i produttori delle serie (cioè gli studio) che le reti Tv (di proprietà degli studio):

- 1) non hanno nuove idee,
- 2) non vogliono rischiare con concetti innovativi,
- 3) si rivolgono ad una nuova generazione di spettatori,
- 4) vogliono distinguersi "cutting through the clutter".

Quest'ultimo concetto tiene presente come sul mercato televisivo statunitense ci siano annualmente oltre 500 nuove serie, che causano confusione, difficoltà di scelta e limitazione di tempo per i telespettatori. Proponendo serie famose, popolari e ben note si pensa che i telespettatori le distinguano facilmente fra la marea di contenuti disponibili (e quindi "tagliano/cut" attraverso la "confusione/clutter").

Attualmente sulla Tv tradizionale americana vi sono ben sette "spin-off", otto "revival", un "remake" ed un "reboot". La nuova stagione televisiva americana (che inizia a settembre del 2018 e finisce a maggio del 2019) propone due "reboot", due "remake", due "revival" e tre "spin-off".

In termini di numero di nuove serie televisive, gli studi hanno prodotto (ad un costo medio di 3 milioni di dollari l'uno) 111 piloti, di cui 76 per la televisione, 16 per gli operatori streaming, otto per i servizi premium (come, ad esempio, Showtime) e 11 per la Tv via cavo (dalle 31 serie totali commissionate dalle reti Tv via cavo). Tra queste, le reti via etere hanno selezionato 38 nuove serie, mentre l'anno scorso ne scelsero 47 su 75 commissionate.

Tutta questa abbondanza di contenuti fa letteralmente accorrere ad Hollywo-

SPETTACOLO \ TELEVISIONE

"Reboot, Remake, Revival, Spin-off & Format": una vera e propria avventura è il "navigare" attraverso il piccolo schermo americano

Rebus palinsesti Usa

od circa 2.000 principali acquirenti di contenuti televisivi da 60 paesi del mondo, inclusi 34 dall'Italia (FOX, Kenturio, Mediaset/RTI, Rai, SKY e Telecom).

Questo raduno, arrivato alla 55ma edizione annuale (si tratta di un evento organico, senza coordinamento ufficiale) viene chiamato L.A. Screenings (visionamenti televisivi di Los Angeles), definizione creata da questo giornalista nel 1983 (prima erano chiamati May Screenings, nonostante a volte si svolgessero a giugno).

Ad inaugurare l'evento è il contingente latino americano con circa 350 acquirenti presso lo studio della Fox il terzo giovedì di maggio. Contingente che nei giorni seguenti passa per ogni studio: CBS, NBCUniversal, Sony Pictures, Warner Bros. e Disney, fino alla conclusione dei visionamenti, il 25 maggio.

Gli acquirenti canadesi hanno un trattamento preferenziale in quanto devono acquisire le nuove serie velocemente (entro il 22 maggio) per presentare i palinsesti ai loro pubblicitari nei primi di giugno a Toronto.

Gli europei e gli acquirenti dei territori asiatici e Pacifico arrivano il terzo sa-



bato di maggio, in tempo per la festa della Disney che si svolge il giorno seguente al loro studio. Oltre alle proiezioni presso i sei studio, molti acquirenti visionano nuovi programmi presso altre case di produzione di Hollywood come eOne, Lionsgate, Sonar, HBO e Viacom.

L'evento di quest'anno ha visto oltre 10 feste, inclusa quella dell'associazione Tv del NATPE (per gli indipendenti), seguita da quelle di Disney, MGM, Sony, Telefilms/Argentina e Fox, che ne ha organizzato due: una per il pensionamento di Elie Wahba, veterano delle vendite in

America Latina (LATAM), l'altra come tradizionale festa di chiusura degli Screenings (quella di Disney segna l'apertura). Gli studio che non hanno organizzato feste hanno ospitato gruppi selezionati di acquirenti nelle case dei loro dirigenti o in ristoranti.

Gli L.A. Screenings, durati 12 giorni, sono iniziati il 14 maggio e, come al solito, sono stati composti da quattro sezioni: la fiera per gli indipendenti dal 14 al 18 di maggio; le proiezioni per i canadesi dal 14 al 23 maggio (culminate con la cosiddetta "notte d'affari" il 22 maggio); la parte dedicata all'America latina, iniziata il 17 maggio, giorno in cui le reti Tv statunitensi hanno annunciato le selezioni delle serie pilota durante la presentazione dei palinsesti ai pubblicitari a New York City; e le proiezioni degli studio, che hanno monopolizzato gli acquirenti dalle prime ore del mattino fino a pomeriggio inoltrato dal 21 al 25 maggio. Per gli studio americani gli L.A. Screenings rappresentano il 60% del loro giro di affari annuali per la vendita dei contenuti televisivi all'estero.

Nelle foto, il contingente RAI durante la pausa pranzo allo studio NBCUniversal, decorato a tema hawaiano per il reboot di "Magnum P.I.", e quello di Mediaset alla festa presso lo studio della Disney.



L'AVVOCATO

di Alfredo
Perugi

lawfirmperugiusa@gmail.com

IL DRONE che guida il gregge, le pecore uccise dall'alletrina, le pecore che conto nelle notti insonni... Sono questi i mammiferi e le problematiche che questa settimana ho studiato e sognato...

Credo che l'evoluzione della prima - il drone che guida le pecore - sia un episodio sporadico, frutto, nel mio caso, dell'idea di un collega eclettico, un collega che alle carte e ai codici, ha preferito oggi il pae-

Il gregge di pecore guidate dal drone e... l'alletrina

saggio bucolico della sua bella tenuta.

Ed infatti non sono scomparsi i fedeli cani (dalle mie parti sono i pastori maremmani) che presidiano il pascolo. Me lo conferma un cliente, quello a cui hanno ucciso molti capi di bestiame con un pesticida che si chiama alletrina, una sostanza chimica che fu sintetizzata per la prima volta negli Stati Uniti nel 1949 da S. Schechter.

Inizio la ricerca sull'alletrina, sostanza a me sconosciuta. Gli effetti, l'impiego, la quantità necessaria atta ad uccidere. Poi quantifico il danno che divido da quello materiale del singolo capo, da quello del mancato guadagno della produzione.

Configuro senz'altro la fattispecie delittuosa in quella di cui all'art. 638 cp che ha

come rubrica l' "uccisione o danneggiamento di animali altrui" e che tutela l'animale come un bene patrimoniale. Il danno è giuridicamente apprezzabile, quindi ne formalizzo la denuncia querela seppur contro ignoti.

Il reato è un delitto che si distingue da altri reati contravvenzionali volti a tutelare il sentimento degli animali.

Per mera ipotesi di studio, non ravviso nel nostro codice le fattispecie codificate in quelle del codice penale dello Stato di New York, quale ad es. l'Harming a service animal (articolo 242) il frequente Killing or injuring a police animal (196.06-a).

Attendo adesso i tempi della giustizia italiana. Nelle more, quelle pecore rimaste non produrranno lo stesso quantitativo di latte

che avrebbero prodotto a pieno regime, altre, per gli effetti ricevuti, abortiranno.

Ed ecco che a catena il cliente non riuscirà a pagare i finanziamenti richiesti. Le Banche richiederanno il rientro, alcuni assegni andranno protestati. E' la vita, questo ne è uno dei tanti esempi.

Mi interrogo su quanto potrò fare se il colpevole non si troverà ... ma in fondo mi interpello sempre per ogni caso e non dormendo conto inevitabilmente le pecore...

Per domande o curiosità:
www.studiolegaleperugi.it