

Indice

Introduzione	V
1. Il contesto	3
1.1. L'intrattenimento e i suoi generi, p. 3 - 1.1.1. Aree di contenuto, p. 4 - 1.1.2. Generi e sottogeneri, p. 10 - 1.2. Il format, p. 23	
2. Primi principi	32
2.1. Cosa significa progettare format, p. 32 - 2.2. Le sette regole di base, p. 34 - 2.3. Le cose da non fare, p. 54	
3. Il game show	60
3.1. L'essenza del gioco, p. 60 - 3.2. I fattori critici e i meccanismi base, p. 69 - 3.2.1. I fattori critici, p. 69 - 3.2.2. I meccanismi base, p. 76 - 3.3. Le regole del gioco, p. 80 - 3.4. Il coinvolgimento, p. 86 - 3.4.1. Coinvolgimento indiretto: l'immedesimazione con i concorrenti, p. 86 - 3.4.2. Coinvolgimento diretto: giocare in prima persona, p. 93	
4. I format d'emozione	104
4.1. Formattizzare le emozioni, p. 104 - 4.1.1. I rituali, p. 106 - 4.1.2. La semplificazione/compressione, p. 112 - 4.1.3. Gli shock emozionali, p. 115 - 4.2. I generi dell'emozione, p. 124 - 4.2.1. I reality, p. 124 - 4.2.2. Il factual, p. 133 - 4.2.3. Il talent, p. 140	
5. Informazione e show	147
5.1. L'asse della non-formattizzazione, p. 147 - 5.2. I format di risata e i format di parola, p. 151 - 5.2.1. I format di risata, p. 152 - 5.2.2. I format di parola, p. 157	

6. I format evoluti	162
6.1. Format crossmediali, transmediali e iperformat: definizione e classificazione, p. 162 - 6.2. Le sette regole dei format crossmediali, p. 171	
7. La finalizzazione	179
7.1. La scrittura, p. 179 - 7.1.1. La «bibbia», p. 189 - 7.2. Il pitch, p. 192	
8. L'adattamento	199
8.1. I format esteri, p. 199 - 8.2. Perché si adatta, p. 203 - 8.3. Tecniche di adattamento, p. 210 - 8.3.1. Prima fase: comprensione, p. 211 - 8.3.2. Seconda fase: adattamento, p. 213 - 8.3.3. Terza fase: rifinitura, p. 218	
Bibliografia	221