

## INDICE

### PARTE PRIMA

#### 9 CAPITOLO PRIMO

La televisione dopo la televisione  
*di Alberto Marinelli*

#### 33 CAPITOLO SECONDO

La televisione nei processi di convergenza. Sistemi tecnologici e modelli della Connected Television  
*di Alberto e Giulia Marinelli*

#### 91 CAPITOLO TERZO

La tv delle interfacce: oltre il telecomando, oltre lo schermo  
*di Emmanuel Mazzucchi*

#### 131 CAPITOLO QUARTO

Misurare la complessità. Modelli di analisi delle audience nella cultura della convergenza  
*di Romana Andò*

#### 177 CAPITOLO QUINTO

Verso una reinvenzione del business della *Televisione*  
*di Giandomenico Celata e Marco Stendardo*

### PARTE SECONDA

#### 217 CAPITOLO SESTO

Le strategie dei *broadcaster*: alta definizione e personalizzazione del consumo  
*di Marcello Berengo Gardin*

229 CAPITOLO SETTIMO

Rai.tv nell'ecosistema della Connected Television  
*di Giampaolo Rossi*

235 CAPITOLO OTTAVO

Quando la televisione sarà multiscreen?  
*di Annarita Chiesa*

241 CAPITOLO NONO

Nuovi modelli di business da Web tv  
*di Antonio Pavolini*

261 CAPITOLO DECIMO

Un modello di business sostenibile per l'industria dei contenuti web-nativi  
*di Andrea Materia*

271 CAPITOLO UNDICESIMO

Contenuti iperlocali nella tv della convergenza  
*di Francesco Soro e Annalisa De Luca*

283 BIBLIOGRAFIA

300 GLI AUTORI