

*Iniziamo un viaggio nei migliori 100 canali da cliccare on line.
In questa prima parte, facciamo tappa nel Nord Italia*

Una buona comunicazione on line

il broadcast

di Giampaolo Colletti

Anche in Italia è in atto una lenta ma inesorabile rivoluzione. Nonostante una certa arretratezza sotto il profilo infrastrutturale e culturale, la rete in salsa italiana vede moltiplicarsi Web Tv, testate digitali, community on line, imprese di comunicazione che dialogano con pubblici specifici o che videoraccontano ciò che avviene in uno specifico territorio.

Quasi tutte queste “antenne” sono caratterizzate da un uso spinto del video. La cultura videocentrica arriva dalle esperienze d’Oltreoceano e gli indicatori parlano chiaro: per Cisco entro il 2014 il 90% del traffico on line sarà incentrato sui video. Da noi i numeri dell’Open Society Foundation registrano una fuga (lenta ma graduale) dal piccolo schermo verso nuovi schermi, anche miniaturizzati: alla fruizione di video sul Web attraverso social network e piattaforme di videosharing come YouTube e Vimeo si affiancano i devices mobili.

L’osservatorio e network Altratv.tv registra la presenza di quasi millecinquecento piattaforme attive, per quasi diecimila operatori tra diretti e indotto (agenzie subfornitrici di servizi) e un fatturato complessivo stimabile non al di sotto dei dieci milioni di euro. Certo, in questa amalgama ci sono realtà di ogni tipo, specchio di un ecosistema complesso e difficile da fotografare, però il fatto oggettivo è che la filiera risulta oggi più che mai compressa ma anche complessa.

Da questo numero di Millecanali proveremo a tracciare un identikit delle più significative Web Tv accese in Italia, un monitoraggio delle migliori esperienze analizzate in base al progetto editoriale, al modello di business adottato, alla composizione della squadra e all’impatto sul territorio di riferimento.

In questa prima puntata partiamo dalle Web Tv del Nord Italia (sono canali distribuiti tra Piemonte, Liguria, Lombardia, Veneto, Trentino-Alto Adige e Friuli-Venezia Giulia).

Piemonte

Castello di Rivoli Tv (Rivoli, Torino)

www.castellodirivoli.tv

Team: tre componenti; temi veicolati: ‘la Web Tv documenta mostre d’arte contemporanea, conferenze, restauri e dà voce ai protagonisti della storia dell’arte e della cultura contemporanea internazionale.’

Eventuali partner del territorio: Artissima; format di maggior successo: “MostreExhibitions”, che racconta il making off delle mostre, dall’allestimento alla conferenza stampa, fino all’inaugurazione, permettendo agli spettatori di scoprire i retroscena della nascita di una mostra; “OpereArtworks”, ovvero le opere della collezione presentate in prima persona dall’artista o contestualizzate, da critici d’arte o curatori.

Obiettivi della Web Tv: attraverso interviste ad artisti, storici dell’arte e curatori raccontare il museo e proporre approfondimenti e nuove chiavi di lettura; presenze sui social network: Facebook, Twitter.

Cosa rappresenta fare Web Tv, in un tweet? “La possibilità di raccontare, in modo agile e istantaneo, l’evoluzione della cultura contemporanea in tutte le sue sfaccettature”.

SkylineTv (Alessandria)

www.skylinetv.it

Componenti del team: sette collaboratori; temi veicolati: informazione a 360 gradi su Alessandria e provincia, con cronaca, attualità, politica ed eventi del territorio.

Format di maggior successo: la trasmissione “5 minuti con..”, anche se la priorità non sono i format ma l’informazione di cronaca e attualità. Obiettivi della Web Tv: ampliarsi sulle altre province del Piemonte diventando la Web Tv regionale di riferimento.

Presenze sui social network: Facebook; cosa rappresenta fare Web Tv, in un tweet? “Vuol dire essere costantemente attivi su cronaca e attualità del territorio, fornendo contenuti sintetici, aggiornati ed efficaci”.

Orso Tv (Valli Orco e Soana - Torino)

www.orcosoana.tv

Team: un giornalista coordinatore editoriale, un dipendente della comunità montana Valli Orco e Soana per la gestione del blog, collaboratori volontari dal territorio per la produzione dei filmati.

Temi veicolati: eventi, attualità, storia, ambiente, leggende, tradizioni, lingua, identità culturale della gente e del territorio delle Valli Orco e Soana.

Eventuali partner del territorio: Orso Tv è la Web Tv della Comunità montana Valli Orco e Soana, Parco Nazionale Gran Paradiso, Archivio Audiovisivo Canavesano, Rete Canavese Tv; format di maggior successo: “Come eravamo” (recupero, digitalizzazione e montaggio tematico di vecchie pellicole in super8 degli anni ‘50 e ‘60); “Orso Tv eventi” (gli eventi del territorio, con attenzione agli eventi minori e alle peculiarità, come transumanze, feste religiose in quota, eventi sulla neve ecc.); “I testimoni raccontano” (interviste agli anziani testimoni della storia del territorio).

Obiettivi della Web Tv: far parlare la gente nella propria lingua, salvare la memoria rimettendola in rete, documentare gli eventi esclusivi, essere la voce della comunità; presenze sui social network: Facebook, YouTube viene utilizzato per il format Orso YouTube (la redazione scova e pubblica il meglio dei filmati sulle valli presenti sul web).

Cosa rappresenta fare Web Tv, in un tweet? “Essere un archivio vivo e dinamico, dove i ricordi, le storie, i saperi delle persone vengono “conservate” come testimonianza e patrimonio di tutti, facilmente accessibile da chiunque in tutte le sue sfaccettature”.



Giovaninrete (Torino)

www.giovaninrete.it

Team: trenta ragazzi e ragazze di Torino e dintorni; temi veicolati: giovani, lavoro e tempo libero

Eventuali partner del territorio: Provincia di Torino, Comune di San Mauro Torinese, Videocommunity; format di maggior successo: “La mia valigia Erasmus”, format dedicato ai giovanissimi studenti globetrotter.

Obiettivi della Web Tv: il 1° dicembre è stato lanciato #giovaninretetv, la Social Web Tv partecipata; presenze sui social network: Youtube, Google+, Facebook, Twitter, Pinterest.

Cosa rappresenta fare Web Tv, in un tweet? “Veicolare e condividere messaggi con un linguaggio sempre attuale: #foto e #video”.

Liguria

Spezia Tv (La Spezia)

www.spezia.tv

Team: tre componenti; temi veicolati: video e news sulle notizie del territorio, ovvero la provincia della Spezia e la Lunigiana.

Format di maggior successo: video sportivi, musicali e videonews giornalistici. Il maggior successo di visualizzazioni è legato ai video sulle drammatiche alluvioni del 2012 e sulle ultime avvenute nella Lunigiana.

Obiettivi della Web Tv: diventare la prima Web Tv della provincia della Spezia. Per vivere il territorio senza limiti di tempo, spazio, territorialità; presenze sui social network: Facebook, Twitter.

Cosa rappresenta fare Web Tv in un tweet? “Vivere il territorio e la comunità senza limiti, con Internet, con smartphone e tablet”.

Lombardia

Varesenews Tv (Varese)

www.varesenewstv.it

Team: tutta la redazione di varesenews.it (i giornalisti sono in grado di realizzare articoli corredati anche da piccoli video), dieci professionisti e dieci collaboratori; temi veicolati: cronaca della provincia, curiosità, sport, dirette, interviste.

Eventuali partner del territorio: la Tv è una sezione del quotidiano online www.varesenews.it. Il giornale nella sua interezza è edito dalla VareseWeb srl, nella cui compagine sociale c'è la cooperativa dei giornalisti Multimedia News, ma anche Univa, Cna, Uniascom, Artigiani, Acli, Cgil, Cisl, Uil, Enaip Lombardia, e alcune aziende del territorio, come Elmec.com; format di maggior successo: dirette e pubblicazione immediata degli eventi di cronaca (incidenti, manifestazioni, scioperi, ecc.).

Obiettivi della Web Tv: arrivare a una maggiore integrazione con la comunità dei lettori di Varesenews.it; presenze sui social network: YouTube (su cui si basa la Tv), Facebook e Twitter (attraverso la pagina di varesenews.it).

Cosa rappresenta fare Web Tv, in un tweet? "Raccontare il territorio, ma anche farlo raccontare attraverso i propri lettori/utenti".

Polar Tv (Bergamo)

www.polartv.it

Team: circa venti ragazzi/e in redazione e altri saltuari; temi veicolati: eventi per giovani, arte, cultura, umorismo, intrattenimento.

Eventuali partner del territorio: Playproduction, 1Place, Helispin, RBG (Radio dell'Università di Bergamo); format di maggior successo: "20e20", "La libertà di...", "Heart".

Obiettivi della Web Tv: Polar Tv è nata per divertimento e per far divertire anche chi ci guarda; presenze sui social network: Facebook, Twitter, Foursquare.

Cosa rappresenta fare Web Tv, in un tweet? "Crediamo sia quello che negli anni '70 hanno rappresentato le Radio libere, ma ora con modalità molto più potenti".

Veneto

iPadovaOggi (Padova)

www.ipadovaoggi.it

Team: tre componenti; temi veicolati: tutto quello che l'amministrazione comunale organizza e decide, ma anche molto di quello che succede in una città vivace come Padova.

Eventuali partner del territorio: Università, Aps, Iov, Parco Scientifico Tecnologico, Turismo Padova Terme Euganee, Camera di Commercio di Padova; obiettivi della Web Tv: raccontare quello che fa l'amministrazione senza usare il burocratese e creare rete tra i settori comunali e le associazioni del territorio.

Presenze sui social network: Facebook, Twitter. Cosa rappresenta fare Web Tv, in un tweet? "Essere dinamici, sintetici, accattivanti e il più possibile precisi".

Trentino-Alto Adige

Webz (Bolzano)

www.webz.it

Team: sette componenti; temi veicolati in un tweet: tematiche giovanili, scuola, università, cultura e controcultura giovanile.

Eventuali partner del territorio: MUA, Ascolto Giovani,



Fondazione UPAD; format di maggior successo: la rubrica "Rumors" di Sara Trevisi.

Obiettivi della Web Tv: impegnare i ragazzi con un progetto formativo e pedagogico che insegni loro a parlare in pubblico, relazionarsi con gli altri, fare video; presenze sui social network: Facebook.

Cosa rappresenta fare Web Tv, in un tweet? "Coinvolgere un gruppo di giovani in un'attività appassionante che possa diventare anche un loro progetto di vita".

Telesenior (Bolzano)

www.telesenior.tv

Team: quindici componenti; temi veicolati in un tweet: tematiche per Senior, cultura, sanità, economia, società altoatesina, il tutto prodotto da una redazione di ultrasessantenni.

Eventuali partner del territorio: Fondazione UPAD, Centro Studi e Ricerche Palladio, MUA, Ascolto Giovani; format di maggior successo: la rubrica "Over" in onda anche su Video33.

Obiettivi della Web Tv: impegnare i componenti della terza età con un progetto formativo che li porti ad essere attivi e presenti sul territorio.

Cosa rappresenta fare Web Tv, in un tweet? "Abbattere tutti i confini, persino quelli dell'età; non si è mai troppo vecchi per fare qualcosa!".

Friuli-Venezia Giulia

Pnbox (Pordenone)

www.pnbox.tv

Team: 16 collaboratori; temi veicolati in un tweet: cultura, mostre, teatro, politica regionale, economia, mondo ragazzi e famiglie, sociale, ambiente, salute, turismo.

Eventuali partner del territorio: NCS, connettività fibra ottica; format di maggior successo: "On Stage", presentazione spettacoli teatrali, il 'fai da te per le feste', 'Ambiente&Salute'.

Obiettivi della Web Tv: diffusione dell'informazione, coinvolgendo i cittadini nel virtuale e nel reale, grazie agli Studios: ristorazione e informazione a tavola; presenze sui social network: Facebook, Twitter, Google +.

Cosa rappresenta fare Web Tv, in un tweet? "Approfondire informazioni e notizie, grazie al contributo dei cittadini e al confronto libero delle varie opinioni". ■