

L'ultima frontiera - italianissima - dell'evoluzione dei media è quella delle micro Web Tv create da cittadini videomaker. Questi microcanali si autoalimentano con la passione del gruppo e diventano espressione di una cittadinanza attiva

L'esercito delle Tv fai-da-web

di **Giampaolo Colletti (*)**

La nostra Televisione - come l'abbiamo conosciuta fino a poco tempo fa, quella che occupava il posto d'onore in salotto, quella generalista e mamma di tutti gli Italiani, oppure quella locale, che ormai ha compiuto trent'anni - è in crisi. Perde inesorabilmente ascolti (in modo continuativo). Perde investimenti pubblicitari (e i budget delle aziende si spostano inesorabilmente verso l'on line). Perde appeal (riproponendo vecchi formati vincenti e poco di nuovo). E la platea televisiva - unica e monolite come l'abbiamo conosciuta - si parcellizza in mille altre platee, pubblici differenti per offerte televisive diversificate che trovano posto ormai soltanto sul satellite o nel mondo della rete.

Quindici anni fa un guru delle nuove tecnologie scriveva come col tempo ciascuno avrebbe creato un proprio palinsesto personale. Correva l'anno 1995 e veniva data alle stampe l'opera di Nicholas Negroponte "Essere digitali". A distanza di alcuni anni la Tv personale è oggi alla portata di tutti. E talvolta questa Tv casalinga esce allo scoperto, conquista le prime pagine dei giornali e dei Tg e inizia magari anche a fare numeri rilevanti. Da Tv per passione passa ad essere Tv per professione. Così si scopre che gli italiani - oltre ad essere un popolo di santi, poeti e navigatori - sono anche editori. Di proprie Tv. Complice l'abbattimento dei costi del digitale ed una rete che - nonostante tagli fuori sei milioni di italiani dalla banda larga (dati Istat di due anni fa) - inizia ad essere



Un fenomeno importante da studiare. Un momento della presentazione di Roma del volume "TV fai-da-web", di Giampaolo Colletti, edito da Il Sole 24 Ore, che analizza e documenta il fenomeno delle micro Web Tv italiane realizzate dai cittadini in forma autonoma.

maggiormente diffusa.

Razza in via di moltiplicazione, i videomaker nostrani aumentano esponenzialmente nelle imprese, nella Pubblica Amministrazione, nelle università e nei centri di ricerca, nelle canoniche e nei luoghi aggregativi, nei quartieri e persino nei condomini.

Le Web Tv si moltiplicano nei luoghi e modi più impensabili. E il fenomeno è molto pervasivo. Ad oggi si contano venticinque uni-Tv, Web Tv d'ateneo. E chi crede che tutto ciò sia una prerogativa dei giovani si sbaglia. Fanno Tv anche all'università della terza età a Bolzano. La Tv attecchisce ovunque.

Sono gli stessi carcerati a farla nella struttura piemontese di Saluzzo, ma si fa Tv anche tra le corsie di alcuni ospedali, in testa il San Raffaele. La Web Tv è accesa dagli

scienziati del CNR e ricercatori dell'Enea, dagli operatori della Protezione Civile, dai partiti e dai movimenti dei consumatori. Addirittura hanno aperto un canale su YouTube anche il Vaticano e il Quirinale, anche se con la funzione commenti disattivata. Peccato, perché il mantra del 2.0 è proprio l'aspetto relazionale.

Storie sottocasa

Le micro Web Tv più riuscite sono quelle che intercettano target molto 'verticali', ovvero pubblici specifici: community su hobby, passioni, sport. L'ultima frontiera - italianissima, espressione del Dna che ci lega al territorio - è quella delle micro Web Tv create dai cittadini videomaker. Il termine micro - che ho coniato nel 2004 nell'ambito del progetto interuniversitario Altratv.tv per definire queste esperienze glocal di prossimità mediatica - punta i riflettori sulle storie sottocasa. E i cittadini che accendono antenne digitali sono sentinelle digitali. Questi microcanali si autoalimentano della passione del gruppo e diventano espressione di una cittadinanza attiva. Si annidano ovunque coniugando l'italica propensione a stare in Tv con la valorizzazione delle mille anime territoriali. Proprio l'ultimo monitoraggio di Altratv.tv arriva a contare 251 canali digitali all'ombra del 2.0. Nascono per informare, denunciare, preservare la memoria. E c'è un filo rosso che accomuna tutte queste Tv della porta accanto: l'aggregare una comunità attorno al simulacro del proprio campanile, linkandola anche con gli italiani all'estero. La mappa che si ottiene analizzando le posizioni geografiche di queste emittenti sui generis denota un coinvolgimento televisivo stratificato, distribuito in maniera omogenea su tutto lo Stivale. C'è di più. Il trend è quello di una partecipazione territoriale lontana dai contesti metropolitani, per dare voce (e volto) a sentieri poco battuti dai media tradizionali.

Da Nord a Sud "piccolo è bello"

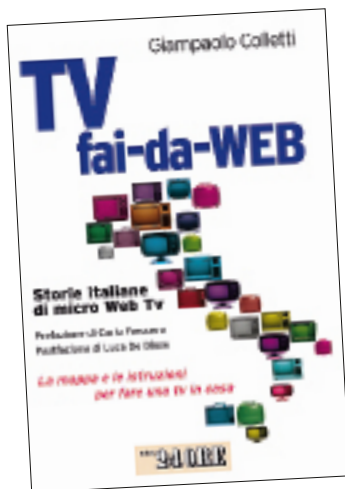
Nord e Sud giocano ad armi pari a fare Tv, ma sembra quasi che si riescano a creare condizioni propizie soprattutto nei piccoli agglomerati urbani. Anche le micro Tv nate all'ombra della Madonnina o del Cupolone confermano questa tesi, perché sono ascrivibili a piccole aree dei più vasti contesti metropolitani. È il caso di Monti Tv, che descrive l'artigianato del rione romano collocato geograficamente proprio alle spalle del Colosseo. Per il resto la mappa evidenzia eccellenze nelle terre dell'Emilia-Romagna, dove alla cultura digitale si lega

una forte carica creativa. È il caso della prima Tv di condominio, Tele Torre 19, o della micro Web Tv di parrocchia, con la cesenate Tele Osservanza. La definizione di micro Web Tv attiene anche alla natura editoriale. Storie micro, in un filone narrativo di origine americana che esalta la valorizzazione delle piccole storie individuali. Il noto pubblicitario Mark J. Penn in una recente pubblicazione ha teorizzato come questi micro trend permetteranno di delineare anche futuri sviluppi commerciali, influenti per la cultura mass market. Così da impercettibili fenomeni si genereranno magari macro-trend di portata globale.

"Pensa piccolo" è un concept adattabile all'esercito di videomaker sparso in rete. Non è più un problema di numeri, ma di intensità di relazione, lontana dalla cultura mass market: l'obiettivo fondamentale non si misura in termini di quantità, ma di qualità. Il pubblico è circoscritto, interessato, fuori dalle consumate logiche generaliste. Queste micro Web Tv presentano aspetti ricorrenti e significativi. Tra questi spicca di sicuro una programmazione dal basso con un contenuto spesso autoprodotta, mutuato incidentalmente dai social network americani. Prendono spunto dalle Tv di comunità, nate all'estero intorno agli anni '70 e fiorite soprattutto negli Stati Uniti, nazione pioniera grazie alla Tv via cavo e alle tecnologie leggere di ripresa. Queste Tv sono poi approdate sul web anche in Europa (Inghilterra, Germania, Danimarca). Su questo versante è da segnalare l'esperienza olandese con l'area industriale di Rotterdam. Trattasi di Tv senza intermediari. Un protagonismo fino a qualche anno fa solo chimerico e che ora si attua in un sistema di produzione a basso costo.

Molti pareri sul tema

«È emersa l'idea che le micro Web Tv hanno preso il posto delle Tv locali. Infatti ci sono persone molto



Un libro per conoscerle

Quali e quante sono le micro Tv italiane accese tra le pieghe della rete? E come realizzare una Tv in casa o in azienda, con poche centinaia di euro? A queste domande risponde il volume "TV fai-da-web", di Giampaolo Colletti, edito da Il Sole 24 Ore. L'introduzione è di Carlo Freccero (Rai 4), la prefazione è di Luca De Biase (Nòva 24). In "TV fai-da-web" si analizza il fenomeno delle micro Web Tv italiane, offrendo consigli pratici per realizzare una Tv in casa: in dieci passi un vademecum su come creare una personal Tv digitale. Nel libro anche una panoramica sui trend emergenti, da quello delle Tv universitarie a quello delle Web Tv aziendali create dai dipendenti, fino ai video-blog e alle videocommunity verticali su sport e passioni.

competenti, molto strutturate e con obiettivi molto chiari» - ha affermato perentoriamente Carlo Freccero di Rai4 e presidente onorario della neonata federazione delle micro Web Tv Femi. Piacciono a Axel Fiacco (MTV) le micro Web Tv italiane: «C'è la passione, l'indipendenza, la libertà che vuol dire poter osare, finalmente pensare a contenuti totalmente nuovi».

Si focalizza sul modello di business Irene Pivetti: «Occorre ragionare sull'importanza del business. Questo aspetto è importante, indispensabile per creare nuovi posti di lavoro in questo campo».

Fa un parallelismo con le Tv locali Pieranna Calvi: «Il primo vantaggio, a differenza delle Tv locali, è il fatto che le micro Web Tv possano contare anche il singolo accesso».

Anche Confindustria riflette sul ruolo delle micro Web Tv. «Questi canali rappresentano un'opportunità per contribuire alla crescita tecnologica del Paese. Inoltre per la loro natura di prodotto audiovisivo, potranno dare anche maggiore impulso alla diffusione della banda larga in Italia» - precisa Stefano Pileri, presidente di Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici.

Invece Marco Pratellesi (Corriere.it) si sofferma sul tema delle community e del local, due aspetti essenziali per le micro Web Tv: «Noi viviamo in comunità e le comunità si sono spostate sulla rete, ma ciò non significa che siano soltanto comunità virtuali. Inoltre noi siamo attenti al locale e in qualche modo stiamo diventando globali. Qualsiasi cosa viene immessa in rete, diventa parte di un fenomeno globale».

Conclude Freccero con un consiglio: «Occorrono pathos e racconto nelle narrazioni sul web, si possono raccontare cose molto forti con una piccola telecamera».

Come finanziarsi

Più per passione che per professione. Ad oggi - e non solo in Italia - il vero limite di queste micro Web Tv (e più in generale delle forme di giornalismo partecipativo dal basso) resta la 'monetizzazione'. Sempre dal rapporto Netizen di Altratv.tv - pubblicato online su www.altratv.tv - emerge chiaramente la predominanza di forme di sussidio provenienti dagli stessi ideatori. Insomma, l'autofinanziamento ha ancora la meglio.

«Il problema della monetizzazione on line non offre ad oggi soluzioni codificate» - precisa infatti Andrea Materia, esperto di nuovi media in un recente post on line.

Solo una piccola parte delle risorse monetarie di questi canali autogenerati proviene da ricavi pubblicitari. La maggioranza non registra un regolare compenso monetario verso i propri collaboratori (67%).

Tuttavia il fenomeno presenta anche qualche eccezione. È il caso di Pnbox.tv, canale informativo on line di Pordenone. «In questo terzo anno di vita abbiamo più che raddoppiato i nostri ricavi» - precisa Francesco Vanin, uno dei primi imprenditori a cavalcare questo fenomeno. La sua struttura - che da poco include anche alcuni "studios" digitali aperti al pubblico - coinvolge una decina di collaboratori. «Tutti stipendiati con contratti regolari a full o part-time. E il guadagno di chi lavora in una micro web tv ed è assunto a tempo determinato full time può oscillare in una forbice compresa tra 1.100 e 1.400 euro» - spiega Vanin.

Vengono richieste poche competenze specifiche e tecnologiche. «L'importante è saper maneggiare una videocamera, utilizzare sistemi base di post-produzione e distribuzione digitale e soprattutto avere curiosità e voglia di raccontare il territorio».

Con la micro Web Tv si cresce anche professionalmente. «Attualmente gestisco la squadra, mi relaziono con potenziali clienti istituzionali e privati» - afferma Francesca Angelozzi, responsabile di Salento Web Tv. Si segnalano anche micro Web Tv finanziate dalle istituzioni pubbliche e comunità montane, come Codec di Bologna, Orso Tv delle valli Orco e Soana, Alta Badia Tv.

Tra le forme di sostentamento più originali, c'è Sardinia Farm.

Il pastore Emilio Cuncas carica i filmati sul proprio lavoro col gregge su Sardiniafarm.it e invita i navigatori ad adottare una pecora a distanza. Per poche centinaia di euro all'anno si possono ricevere a casa piccole forme di pecorino.

Videoracconti digitali sul post-terremoto

Chiediamo con un recente incontro a Pescara in cui erano di scena le micro Web Tv abruzzesi, i videoblog e i canali informativi iperlocali che hanno documentato giorno per giorno la quotidianità vissuta nelle tendopoli aquilane. L'occasione è stata la presentazione del libro "TV fai-da-web" (vedi box).

All'incontro hanno preso parte Gianluigi Pezzopane (assessore alle Pari Opportunità del comune dell'Aquila), Maria Rosaria La Morgia (TGR Abruzzo), Maria Teresa Letta (Commissario Straordinario Croce Rossa Italiana Regione Abruzzo).

In Abruzzo le micro Web Tv e i videoblog informativi si sono moltiplicati con la tragedia del terremoto: questi canali hanno videoraccontato la vita nelle tendopoli aquilane, mostrando le storie di gente comune.

Per La Morgia, «occorre scongiurare un rischio, quello dell'omologazione. Le micro Web Tv dovrebbero lavorare sulla differenza, sperimentare linguaggi diversi, raccontare la realtà con altre parole». Secondo Maria Teresa Letta, «all'Aquila le Tv commerciali e quella di Stato hanno fatto vedere i politici e i personaggi famosi che si sono adoperati per L'Aquila, ma il dramma vero non l'hanno raccontato. Un grande aiuto, invece, è stato dato dalle micro Web Tv, che hanno raccontato le storie semplici, vere, di tutti i giorni».

Su Altratv.tv è possibile accedere alla mappa con tutte le micro Web Tv italiane e navigare queste forme di nuove Tv sul Web. ■

(*) Giampaolo Colletti è autore del volume "TV fai-da-web" (Sole 24 Ore), founder dell'osservatorio interuniversitario sui micro media e sulle micro Web Tv Altratv.tv (www.altratv.tv). Per contatti: giampaolo.colletti@altratv.tv.