

Teletopi 2009, Paese che vai....“Le mille e una TV a Milano” si incontrano

Di [Rosy Candiani](#) - 1 Dicembre 2009 @ 04:33 - [InEvidenza](#), [TV](#) | [1 Comment](#)



Sono arrivati a Milano da tutta Italia, spesso autofinanziandosi per essere presenti, all'Università Iulm per il terzo Meeting, “Paese che vai”, i creatori di micro web tv che con tanta passione raccontano il proprio paese o quartiere. Un incontro fittissimo di occasioni di confronto, organizzato e condotto con grande perizia e senso del ritmo –una vera direzione artistica- da **Giampaolo Colletti**, che dal 2004, ogni settimana, racconta le storie e le micro televisioni on line su Nòva24: la presentazione del rapporto Netizen 2009, dedicato ai produttori dei media digitali dal basso; la premiazione dei Teletopi 2009 (modello Oscar, o Telegatto?- delle micro web tv); una

sessione-testimonianza delle **micro web tv** aquilane, che hanno dato vita a tendopoli digitali post-terremoto; una panoramica delle web tv estere; due panel di esperti da fare invidia ai Convegni cattedratici più blasonati, a testimoniare l'attenzione che il mondo dei media sta, con una certa preoccupazione, dedicando al fenomeno social-web.

Nel pomeriggio, l'insediamento e la prima seduta della **FEMI**, neonata federazione delle micro web tv italiane. Il tutto con la diretta su Altratv e C6 tv.

Sono una sessantina le rappresentanze da tutta Italia delle micro web tv presenti, con le loro telecamere, al meeting, su 161 microcanali mappati dal rapporto Netizen. Testimoniano una passione, una missione sociale, di video partecipazione, la voglia di confrontarsi, discutere, crescere, testimoniata dall'affollarsi dei post-it sulla bacheca del meeting, l'originale idea per animare il dibattito fuori dai consueti canali del domanda-risposta televisivi.

Le osservazioni e gli interventi muovono dal **Rapporto Netizen**, che fotografa le “Altre storie tra le pieghe della rete”, che stanno smentendo l'assunto che “la storia seria sarà sempre scritta dai giornali”; nato come un micro fenomeno già mostra con implicazioni Macro: canali creati da cittadini videoamatori per passione ma con logica quasi seriale, con palinsesto ma personalizzato; con attenzione al territorio e valorizzazione. In sintesi: *Macro attenzione per Micro realtà*. Le micro web tv nascono per lo più non nelle metropoli, ma in contesti anche lontano dalla banda larga, vicine al concetto di comunità (*Bauman*), con l'intento di fare informazione – promozione territoriale – denuncia – o infine essere oggetto di divertimento per le Communities, con una sensibile attenzione per la cultura e gli eventi sul territorio, nonché per i temi politici locali.

La loro criticità, che risiede nel momento di crescita, sono i finanziamenti: per lo più le **web tv** (come anche altra.tv) si autofinanziano o vivono su libere offerte. La pubblicità non ha ancora una logica per queste realtà, i finanziamenti pubblici sono piccole percentuali. Stanno cercando una strada per rafforzare il loro assetto, rivendicano indipendenza rispetto alla tv tradizionale, ma i loro linguaggi e i loro format spesso sono tradizionali, non puntano ancora sulla loro vera forza, che consiste nella possibilità di creare relazioni / comunicazione, ossia contatto attraverso il web con l'utenza, di utilizzare le piattaforme web nelle loro diverse funzionalità, di sfruttare gestione e misurabilità, ossia il rendiconto puntuale degli accessi e del target: stanno vivendo il passaggio da logiche amatoriali da traghettare verso logiche industriali.

Hanno un potenziale incredibile, paragonabile al modello settecentesco di comunicazione attraverso gli epistolari: realizzare un vero cosmopolitismo e contatti tra mondi diversi (lontani, per es. America – Svizzera – Australia – Sudamerica).

Dal rapporto, e dalle provocazioni di Colletti si dipana il dibattito, che coinvolge quelle che possono essere considerate “le Major” della comunicazione on line, con i loro migliori rappresentanti: il Gruppo Sole 24 Ore, con **Luca Tremolada**, il Corriere.it con **Marco Pratellesi**, la RAI con

Michele Mezza, Mediaset con **Mirko Paje**, MTV con **Axel Fiacco**, Odeon con **Riccardo Pasini**, C6 con **Marco Di Gregorio**, Sipra con Pieranna Calvi; e poi presenze come Irene Pivetti, Duccio Forzano, Gregorio Paolini, Bruno Pellegrini e Mirella Poggialini. Guidati, è il caso di dirlo, da Carlo Freccero, attualmente a Rai4.

Si delineano due percorsi di riflessione, sicuramente connessi alla crescita di questo fenomeno: il primo legato a contenuti, linguaggi e fruibilità, ruotante attorno al concetto di palinsesto e format; un secondo legato ai possibili modelli di business, quindi di relazioni e target, in buona sostanza di raccolta pubblicitaria o modalità di finanziamento.

Interventi e discussioni sono inframmezzate dalle premiazioni dei **Teletopi** e dalla case **History** delle tendopoli digitali abruzzesi.

Cinque le categorie del premio, che gioca con il concetto di Mouse, di contatto – utenza digitale: categoria web tv **Informazione**, assegnata a [1] www.pierodasaronno.eu, per lo spirito di servizio nel rappresentare gli sport minori abbattendo barriere multi generazionali; categoria microtv di **Denuncia**, a [2] www.telestrada di Catania, gestita dai volontari della Caritas, e affidata ai senza fissa dimora, senza mediazioni giornalistiche; categoria **Amarcord** a [3] www.orso.tv delle valli di Orco e Soana (To) per aver recuperato storia e passato, trasmessi ai nativi digitali attraverso digitalizzazione di vecchie pellicole; categoria web tv da **Community** (trasversali nel territorio) a [4] www.teleosservanza.it di Cesena, una parrocchia che con un servizio di casa in casa, realizza una telestreet, un'operazione di volontariato per costruire relazioni, non pubblico; categoria web tv **Giovane** a [5] www.fuoritv.it di Modena, tv di giovani attiva anche in un progetto di formazione giovani nelle scuole.

La finestra sulle **Microwebtv aquilane**, realizzate dalle tendopoli, con [6] www.fromzero.tv, www.abruzzolive.tv, www.telestrada, esempi di shock journalism



(l'espressione è di **Alberto Puliafito**), propone una dimensione importante per lo sviluppo delle micro web tv territoriali: queste testate documentano il racconto non del fatto, ma delle conseguenze del fatto sulle persone, come osserva Carlo Freccero, presenza attenta e benevolmente critica verso questa giovane realtà della comunicazione.

Freccero osserva che l'Abruzzo con le tendopoli digitali “buca” e fa parlare perché è un caso, un racconto. E' il concept di **Racconto** il fil rouge degli interventi di Freccero, benevolmente “deluso” dalla constatazione che le webtv hanno preso il posto delle tv locali – strutturate – con una mission: fanno tv mentre sarebbe più interessante fare un programma solo, logo della rete, con attorno tutto il cosmo delle reazioni di utenti / spettatori; sono tv territoriali, street tv, che non hanno futuro, perché solo il territorio è anacronistico per il web. Il territorio vale se è paradigmatico, esemplare, non diario del territorio. Bisogna andare oltre, sfruttare la forza su cui lavorare: dal territorio bisogna parlare del mondo, trovare modelli narrativi, perché nel fare tv **Il racconto** è la dimensione vincente, magari guardando alla rappresentazione del **Racconto erotico** – di formazione, fatto sul web da adolescenti, non dalle microwebtv: c'è una Bildungstv, una storytelling in questi video molto vitali.

Il racconto è un approccio, che può andare a coprire lo spazio del romanzo scritto, e del reality di oggi, che è finito per problemi di casting, creando un nuovo tipo di reality, con una firma autoriale. “Occorre –chiude la mattinata Freccero consegnando una citazione, volutamente la sola- recuperare l'insegnamento di Andy Wahrol, ossia rappresentare la profondità della superficie” per creare uno strumento davvero nuovo di comunicazione.

Articolo stampato da LSDmagazine: <http://www.lsdmagazine.com>

URL (indirizzo web): <http://www.lsdmagazine.com/teletopi-2009-paese-che-vai%e2%80%9clemille-e-una-tv-a-milano%e2%80%9d-si-incontrano/3775/>

URLs in this post:

[1] www.pierodasaronno.eu: <http://www.pierodasaronno.eu>

[2] www.telestrada: <http://www.telestrada>

- [3] www.orso.tv: **http://www.orso.tv**
- [4] www.teleosservanza.it: **http://www.teleosservanza.it**
- [5] www.fuoritv.it: **http://www.fuoritv.it**
- [6] www.fromzero.tv: **http:// www.fromzero.tv**