

ALTRATV IL BOOM CHE VIENE DAL BASSO

# La teledemocrazia la fanno i cittadini

*Dal quartiere fino  
al condominio*

*Canali video di paese:  
la mappa dell'impegno  
digitale fai-da-te*

DI GIAMPAOLO COLLETTI

La frantumazione del piccolo schermo, con il progressivo abbandono delle vaste platee generaliste, produce effetti da big bang digitale. Ciò che si sta verificando nel nostro Paese, rispetto ai trend mass media internazionali, è la realizzazione di esperienze destrutturate di protagonismo televisivo digitale dal basso. Micro-tv di gruppi di cittadini che decidono di investire tempo (e in parte anche denaro) per fare tv. Il tutto per passione e per voglia di esserci. Un peso specifico con il quale anche la classe politica locale deve inevitabilmente fare i conti. Perché così il rapporto con la Pa locale diventa senza intermediari. Ecco allora che si moltiplicano storie di ordinaria programmazione, storie di web tv fatte (e viste) dal basso. Esperienze raccontate e catalogate da Altratv, portale inter-universitario nato nell'ottobre 2004. Su [www.altratv.it](http://www.altratv.it) è pubblicata da oggi la mappa dell'impegno digitale, che mostra come queste tv si attestino ormai in modo omogeneo lungo lo Stivale, prediligendo le realtà provinciali. Anche le micro-tv nate all'ombra della Madonnina o del Cupolone confermano questa tesi, perché sono ascrivibili a piccole aree metropolitane. Mosaico Tv, la micro-tv milanese nata nell'associazionismo sindacale, documenta ciò che accade per le strade attorno allo storico viale Monza. Monti Tv narra le professioni dell'artigianato del quartiere romano dietro al Colosseo.

Per il resto la mappa evidenzia eccellenze nelle terre di Romagna: è il caso della prima tv di condominio Tele Torre 19 o della tv di parrocchia Tele Osservanza.

Questi canali parlano a comunità specifiche, creandosi però una finestra sul mondo. Messina Web tv, grazie alla Rete, racconta una città anche a chi la vive a migliaia di chilometri di distanza, come nel caso degli emigrati siciliani d'Oltreoceano.

Nella mappa si contano attualmente 37 micro-tv, ma il censimento è in continua evoluzione. Tra queste figurano la napoletana Insu^TV, Piero da Saronno Tv o la web tv di Pordenone PnBox.

Tv di impegno sociale. A Reggio Emilia un videocitofono funge da megafono dei problemi della collettività, un videobox cittadino per raccogliere lamentele da porta-

re poi all'attenzione dei politici. Accade una cosa analoga qualche chilometro più giù. A Senigallia un'associazione di diversamente abili scende in strada per videodenunciare le barriere architettoniche della città. Scendendo ancora ci si può imbattere in TeleJato, una piccola web tv che denuncia la mafia locale.

«C'è la volontà di protagonismo e ormai questa audience attiva crea programmi» afferma Carlo Freccero, guru della televisione e oggi attento osservatore di queste nuove micro-tv. «Con queste esperienze si è passati dal pubblico ai pubblici, con una estetica opposta a quella della tv generalista», precisa Freccero.

Le micro-tv sono vincenti perché piatte, orizzontali, veloci. E la configurazione del networking rovescia il paradigma verticale. Non hanno logiche di business alle spalle. Si auto-alimentano dell'identità del gruppo.

Un protagonismo fino a qualche anno fa solo chimérico e che ora si attua in sistemi di produzione a basso costo. Trionfa la camera semi-professionale. E spesso si monta direttamente in macchina da presa.

La strada è in continua evoluzione e passa per temi delicati come i diritti o le licenze. E il mercato cerca di capire come queste micro-tv si accreditano sul web come piazza virtuale, provando a catturare l'interesse del nuovo cittadino multitasking.



Vicine alle voci della strada. Una troupe della web tv di Torino nel corso di un servizio della televisione realizzata nel capoluogo piemontese, in collaborazione con la Provincia