

Il boom delle micro web tv

Mercoledì, 27 Maggio 2009 - da Redazione | 28 letture



Minuscole, provinciali e in continua espansione: cresce in Italia il fenomeno delle micro web tv, che sono più che raddoppiate nell'ultimo anno. E quadruplicate in 3 anni. Secondo il sito altratv.tv, che le censisce, sono almeno 88, dalle 42 del 2008. Nel 2003 erano soltanto otto. "Stiamo cercando di raccontare l'Aquila e il dopo terremoto da una redazione di fortuna" racconta un giornalista di Inabruzzo.com - la micro internet tv dell'Aquila - attraverso una webcam, in una delle tende allestite dalla Protezione Civile. Ecco spiegata la potenzialità del nuovo linguaggio: basta poco per creare il contenuto di una micro web tv. Una redazione può essere composta soltanto da uno o due operatori e da pochi giornalisti o cittadini appassionati. Ed ecco spiegata la diffusione. Le micro web tv possono arrivare dappertutto.

Si tratta di realtà molto diverse. C'è quella che aggrega gli utenti in comunità su un tema specifico, che riesce di solito ad attirare il maggior numero di visitatori unici. E quella d'opinione, che denuncia ciò che non va in regione, in provincia, addirittura nel condominio. Poi c'è quella di servizio, che si prefigge un obiettivo socialmente utile. Tutte danno grande spazio ai commenti del pubblico. Spesso adottano una "estetica" da tv generalista: studio formale, telegiornali, trasmissioni di flusso continuo, ecc. In questo modo l'utente, anche sul web, ha la sensazione immediata di una "televisione". Ma nell'ultimo meeting di micro web tv *Paese che vai dal titolo La tv altrove* - tenutosi presso l'università *Iulm* di Milano il 22 e il 23 maggio - si è discusso della possibilità di aggiornarsi creando un' "estetica" propria riconoscibile.

Nel corso del meeting a cui hanno partecipato 26 esperienze on-line da tutta l'Italia, le micro web tv hanno annunciato una raccolta di firme da sottoporre al governo per richiedere la forfetizzazione della banda. Ovvero: la possibilità di utilizzare gratuitamente server e infrastrutture informatiche. Nei prossimi giorni partirà la rassegna dei video tratti dai vari web-palinesisti, disponibili su altratv.tv. Partecipano alla competizione 52 canali, suddivisi per cinque categorie. Saranno votati da una giuria di addetti ai lavori. Tra gli esperti coinvolti Carlo Freccero, Gregorio Paolini, Andrea Pezzi, Irene Pivetti, Marco Montemagno, Duccio Forzano, Giorgio Simonelli. A novembre 2009 la premiazione.

CHE COSA TRASMETTONO

Stando le rilevazioni di altratv.it, nei programmi di queste televisioni al primo posto con il 28% ci sono le video-denunce dei cittadini, che valorizzano l'aspetto partecipativo, seguite dall'approfondimento degli eventi del territorio (22%). Molto presenti le descrizioni di mestieri del passato (14%) e le voci e i volti della gente comune (13%). Solo il 12% dei programmi è dedicato alla politica, mentre a coprire il restante 1'11% dei palinsesti c'è lo sport locale, spesso osservato nelle discipline minori.

COME TRASMETTONO

C'è chi trasmette solo sul web in streaming e chi invece ha anche delle trasmissioni via etere. Tutte hanno anche un blog per favorire la discussione sui contenuti. Nel complesso le micro web tv si appoggiano in rete alle piattaforme di distribuzione gratuita come Youtube e le più recenti *Vimeo* e *Mogulus*.

In molti casi sono sorelle gemelle delle "telestreet" (le tv analogiche che trasmettono sfruttando le frequenze libere dell'etere): l'una passa in digitale on demand (vedo ciò che scelgo) quello che l'altra ha passato in analogico. A Gaeta, per esempio, c'è *Tele Monte Orlando*, fondata da un tabaccaio e pioniera dell'informazione locale, proietta la sua "telestreet" analogica sfruttando il cono d'ombra generato nell'etere dall'omonimo monte. E mette tutto anche online.

COME SI FINANZIANO

Le micro web tv fanno fatica a generare profitto. Tuttavia sopravvivono. Secondo i calcoli di altratv.it raggiungono tra i 1.500 e i 7.000 visitatori unici mensili. Non abbiamo a disposizione il dato aggregato mensile per tutte queste emittenti, ma su base annuale - comprendendo anche le micro web di community, difficili da censire - toccano i 450.000 visitatori unici.

Dove non arrivano a coprire le spese gli sponsor locali spesso intervengono le sovvenzioni dei Comuni o delle Comunità montane. Molte tv utilizzano banner pubblicitari che vengono caricati tramite *Google*.

Alcune micro web tv ricorrono a forme di marketing "virale" per farsi pubblicità. Altre usano vecchissimi sistemi "analogici", come la napoletana Insu^tv che tappezza di volantini con il proprio palinsesto i quartieri Spagnoli.

C'è anche chi ottiene il sostegno finanziario degli utenti. *Tesino Telestreet* ha comprato le attrezzature grazie alla sottoscrizione degli abitanti della Valsugana. *Tele Monte Orlando* riceve donazioni spontanee dagli utenti; il fondatore Antonio Ciano, è convinto che gli abitanti di Gaeta "preferiscono contribuire con 50 euro alla tv per vedere i Consigli comunali, i convegni, le feste di paese, gli strafalcioni del sindaco e lo sport la domenica e il lunedì, piuttosto che pagare il canone *Rai*".

[Condividi](#)