

Diario di Rete

Il commento dell'esperto



Davide Bennato, studioso di sociologia della tecnologia, insegna all'Università "La Sapienza"

Clip Culture: sei tu il regista!

Da qualche mese Internet è diventato il medium con la più grossa produzione e circolazione di materiale video. Motore di questo cambiamento? Il Web 2.0 e i suoi nuovi servizi...

Videosharing: è l'etichetta che definisce le tecnologie che stanno rendendo il Web un *competitor* minaccioso della fruizione televisiva. Minaccioso e creativo. L'idea alla base di questi servizi è, appunto, la possibilità di condividere filmati in forme diverse ma tutte caratterizzate dalla stessa filosofia di fondo: accedere a una community tramite *username* e *password*. Moltissimi sono i siti di *videosharing*, ma per semplicità potremmo considerare i due più diffusi e con due modelli alternativi. Il primo è senza dubbio **YouTube** (www.youtube.com), un servizio che è riuscito fin da subito a conquistare il cuore degli appassionati di clip grazie alla sua facilità d'uso, alla leggerezza dei filmati, resi disponibili sottoforma di file in *Flash* e, soprattutto, alla possibilità di lasciare commenti (alla stregua dei post di un blog) e di segnalare i video ad altri utenti interessati. L'altro, **Google Video** (<http://video.google.com/>), ha alla

base un'idea piuttosto diversa rispetto a *YouTube*: quella di poter vendere i propri filmati. Questo, oltre alla possibilità di ospitare filmati gratuiti, implementa una serie di caratteristiche il cui scopo è controllare la circolazione dei video (*downloading/uploading* compreso). Le caratteristiche tecniche adotta-

che funziona meglio con una delle piattaforme di blogging più diffusa, **WordPress**. **Openvlog** (www.openvlog.com) e **Castpost** (www.castpost.com) grazie alla creazione di uno specifico *spazio indirizzo internet* del tipo **<http://nomeutente.sitovideosharing.com>**, sono due delle applicazioni più

“ Youtube è riuscito a conquistare il cuore degli appassionati di clip grazie alla sua facilità d'uso ”

te dalla maggior parte dei siti per il *videosharing*, sono molteplici e li rendono assolutamente flessibili per tutta una serie di comportamenti d'uso da parte degli utenti registrati. Quello più diffuso è la creazione di una raccolta dei propri filmati preferiti scovati sulle stesse piattaforme, che permette di trasformare lo spazio messo a disposizione, in un vero e proprio archivio multimediale secondo la filosofia dei social software. **Grouper** (<http://grouper.com/>) e **Dailymotion** (www.dailymotion.com) forniscono servizi molto vicini a quelli di *YouTube*, con la differenza che *Dailymotion* ha una versione del sito localizzata in italiano.

L'uploading

Altro uso tipico, è quello di fare l'upload di filmati che possono essere scovati in Rete o prodotti in casa: servizio reso ancora più appetibile dalla possibilità che viene data agli utenti registrati di commentare il materiale video. Esistono diverse possibilità per chi vuole usare il *videosharing* come sistema di distribuzione dei propri video. **Vimeo** (www.vimeo.com), oltre ad integrarsi con altre applicazioni tipiche del Web 2.0 come **Flickr** (www.flickr.com) e **Delicious** (<http://del.icio.us/>) è, fra tutti, quello

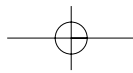
usate dai **vlogger**, ovvero dai *video blogger*. Anche **Blip.tv** (<http://blip.tv>) si presenta come servizio per i *vlogger*, e la sua grafica spartana, ma funzionale, e il suo uso intuitivo lo rendono sicuramente un servizio interessante. Se è nostra intenzione creare un video blog per fare dell'attivismo e quindi stare sempre in contatto con il nostro gruppo di riferimento, senza dubbio **Ourmedia** (www.ourmedia.org) è la scelta migliore. Qualora invece il nostro interesse è quello di creare uno spazio sul Web dove inserire foto e video della nostra famiglia per dividerli con i parenti più lontani, la scelta più azzeccata è **Dropshots** (www.dropshots.com) che permette di organizzare cronologicamente i materiali caricati.

I Blog multimediali

Altro uso molto diffuso tra i blogger, reso disponibile dai siti di *videosharing*, è l'**embedding**, ovvero la possibilità di integrare filmati dentro i post dei blog, fornendo così una funzionalità che rende i blog sempre più multimediali. Esistono poi alcuni siti che permettono di *remixare* alcuni video creandone di nuovi. **Jumpcut** (www.jumpcut.com) permette, ad esempio, di rimescolare i



Cresce la mania di protagonismo, e Youtube asseconda i desideri degli utenti dando la possibilità di autoriprendersi per mostrarsi alla più grande platea che sia mai esistita, quella del Web



Web 2.0 & Clip Culture

video trovati sul sito oppure caricati da noi, creando un filmato completamente diverso da far circolare tra gli utenti della community. Molto potente, da questo punto di vista, è anche **Eyespot** (www.eyespot.com), che mette a disposizione una timeline per poter meglio editare i video,

strazioni di *Blob*, il programma di *Marco Giusti e Enrico Ghezzi* che va in onda su RaiTre, oppure le parodie molto lo-fi di alcune delle campagne pubblicitarie più famose (tra le più bersagliate ci sono quelle contro la pirateria musicale e il *filesharing*). Ciò che rende interessante la *clip*

“ **Condividere, diffondere, segnalare, taggare, vloggere: nasce una cultura alternativa dei video on line** ”

mentre **Motionbox** (www.motionbox.com) oltre a fornire una timeline più articolata, consente il *deep tagging*, ovvero la possibilità di inserire delle parole chiave (tag) per descrivere non solo il contenuto del filmato, ma anche il contenuto di specifiche porzioni del filmato stesso. Altri siti tentano ulteriori strade per il *videosharing* come **Revver** (www.revver.com), che permette di guadagnare dagli annunci cliccati dalle pagine dei propri video, e **Flixpo** (www.flixpo.com), che rende disponibili per *iPod* video e *PlayStation Portable* alcuni dei filmati più diffusi in rete. Ovviamente una tale mole di materiali non poteva non avere il suo *memedigger*.

Videobomb (www.videobomb.com) è un sito che permette agli utenti registrati di proporre un video e di votare quelli proposti dagli altri. Condividere, diffondere, segnalare, taggare, vloggere e tanto altro ancora: tutte queste possibilità non potevano non far nascere nuove forme di appropriazione mediale e quindi anche una cultura alternativa dei video online.

La clip culture

C'è chi ha già trovato un nome per questa forma di espressione e la definisce **clip culture**, la cultura del clip, appunto. Secondo *Michael Geist*, docente presso l'Università di Ottawa, il successo dei siti per il *videosharing* ha fatto nascere non solo una diversa modalità di fruizione di contenuti televisivi, ma anche la circolazione di una serie di video – spesso autoprodotti – la cui durata di solito non va oltre i 3 minuti (<http://news.bbc.co.uk/1/hi/technology/4825140.stm>). Simili riflessioni potremmo fare per l'Italia.

Fra i *videosharer* italiani ad esempio, molto successo hanno le regi-

strazioni di *Blob*, il programma di *Marco Giusti e Enrico Ghezzi* che va in onda su RaiTre, oppure le parodie molto lo-fi di alcune delle campagne pubblicitarie più famose (tra le più bersagliate ci sono quelle contro la pirateria musicale e il *filesharing*). Ciò che rende interessante la *clip*

I video autoprodotti

Del genere “auto-production video”, quello più praticato, grazie all’investimento di tempo piuttosto limitato, è senza dubbio l’**homemade video**: video fatti in casa e divertenti per via della loro buffa realizzazione.

“ **La rete sta dando origine a nuove forme di espressione alla cui base c'è una buona dose di creatività e voglia di comunicare** ”

Uno dei più divertenti è senza dubbio *Tetris*, prodotto dal gruppo *Mega 64* (www.youtube.com/watch?v=J8xFABlwMkg), in cui i protagonisti indossano abiti che ricordano famosi mattoncini del videogioco culto degli Anni 80. Un genere un po' più sofisticato sono i **fan film**: video in cui i fan di un film o di una serie te-

Tabella 1 - I migliori servizi di videosharing

Servizio	Link
YouTube	www.youtube.com
Google Video	http://video.google.com
Groupier	http://groupier.com
Dailymotion	www.dailymotion.com
Vimeo	www.vimeo.com
Flickr	www.flickr.com
Delicious	http://del.icio.us/
Openvlog	www.openvlog.com
Castpost	www.castpost.com
Blip.tv	http://blip.tv/
Ourmedia	www.ourmedia.org
Dropshots	www.dropshots.com
Jumpcut	www.jumpcut.com
Eyespot	www.eyespot.com
Motionbox	www.motionbox.com
Revver	www.revver.com
Flixpo	www.flixpo.com
Videobomb	www.videobomb.com



Uno dei più divertenti *Lego Movie* è “*Matrix in six minutes*” (www.ifilm.com/ifilmdetail/2414340), un omaggio al celebre film dei fratelli Wachowsky

levisiva giocando con gli abiti e con piccoli effetti speciali, ricreano situazioni tipiche dell’oggetto della propria passione. Impressionante

per via della cura con cui è stato realizzato è *Ryan vs Dorkman* (<http://video.google.com/videoplay?docid=672422470842718521>) che riproduce un combattimento con spade laser sullo alla maniera di *Guerre Stellari*.

“ **Condividere filmati in forme diverse, ma tutte caratterizzate dalla stessa filosofia di fondo: accedere ad una community** ”

Dello stesso stile, ma di differente fattura, sono i **fan video**: gli appassionati rimontano immagini prese dal film o dalla serie preferita e aggiungono in sottofondo una musica adatta alla scena. *Naruto & The Chocolate Factory* (www.youtube.com/watch?v=pabiyALeEAY) ne è un esempio. Parlando di immagini montate con notevole maestria, non possiamo non citare i **recut/redux video**, ovvero sequenze di film famosi rimontate ad arte con un’opportuna colonna sonora, per dar vita ad un trailer che stravolge completamente il senso del film (un approfondimento su un servizio simi-

le è a pag. 38). Famosissimo è il recut di *Shining* (www.youtube.com/watch?v=Z3dWD-DJ2Rg), in cui l’horror psicologico di Stanley Kubrick, diventa una delicata commedia sul rapporto tra uno scrittore in cerca di ispirazione (l’allucinato Jack Torrance di Nicholson) ed un bambino alla ricerca di un padre. L’ultima categoria di video che usano i sistemi di *videosharing*, sono le animazioni in **stop motion**, ovvero quella tecnica che usa scatti fotografici in rapida sequenza per dare l’illusione del movimento. Con questo nome si possono

racchiudere diversi sottogeneri, ma quello più frequentato sono i **lego movie**, in cui protagonisti della *stop motion* sono pupazzi Lego. La Rete sta dando origine a nuove forme di espressione alla cui base c'è una buona dose di creatività, voglia di comunicare e una classe di applicazioni assolutamente innovative. La domanda che adesso ci si deve chiedere è: a quando una contaminazione tra la clip culture internettiana e i tradizionali format televisivi?

Per i vostri commenti:
diariodirete@edmaster.it

