

Progetto Media-Pedia

You Tube

Introdotta nel febbraio 2005 con lo slogan “broadcast yourself”, traducibile grossolanamente con “mandati in onda”, You Tube è probabilmente l'innovazione di maggior portata nella comunicazione via Internet della seconda metà degli anni Novanta. Si tratta di un servizio di uso relativamente semplice, che consente all'utente sia di caricare (in inglese *to post*, da cui il neologismo italiano “postare”) propri video in piccolo formato e a bassa definizione, sia di commentare i video che man mano “scarica” (in inglese *to download*) o addirittura di rispondere ai video visionati con altri da lui inseriti.

La bassa definizione e il piccolo formato di You Tube rispondono a due esigenze. La prima è quella di non sovraccaricare la rete con messaggi troppo “pesanti” in termini di informazione. Sebbene la nascita di You Tube sia stata accolta come il segnale di un generale potenziamento di Internet, come il primo manifestarsi di quel Web 2.0 di cui si parlava da anni, si calcola che ai ritmi attuali di immissione di video in rete (oltre a You Tube vanno calcolati i tanti servizi di monitoraggio permanente dei luoghi più vari tramite webcam, i servizi di videoconferenza e videotelefonata, le numerose offerte video a carattere promozionale...) la capacità di Internet potrebbe sovraccaricarsi in breve tempo comunque, e sarebbe già esaurita se, appunto, You Tube non imponesse un limite di dimensioni e definizione ai suoi video. In secondo luogo, la bassa definizione rende tali video sostanzialmente inutilizzabili a fini commerciali, evitando i problemi di *copy right* che hanno reso difficile nei primi anni la vita dei servizi di diffusione e scaricamento della musica *on line*. Alla stessa finalità risponde il limite di otto minuti imposto per tutti i video costituiti da materiali di proprietà di terzi.

Al di là di tutti i vincoli, You Tube ha conosciuto in questi anni uno sviluppo superiore a ogni aspettativa, sia in termini di quantità di accessi (i video più “popolari”, generalmente di musica rock, arrivano a vari milioni di fruizioni, come segnalato sotto i video stessi) sia in termini di immagini “postate”. Il successo del servizio ha dato luogo da subito a due opposte interpretazioni, entrambe molto presenti nella pubblicitaria non solo specializzata: da un lato You Tube sarebbe la dimostrazione più tipica di un modo di socializzazione proprio della rete, basato sulla partecipazione gratuita a comunità virtuali, e lo dimostrerebbe l'attività di centinaia di migliaia di persone che senza alcuna contropartita né in denaro né altro (gran parte dei contributi sono “postati” sotto pseudonimo) dedicano parte del loro tempo a selezionare materiali o a produrli per il piacere collettivo; dall'altro You Tube sarebbe il veicolo di una sorta

Progetto Media-Pedia

di narcisismo di massa, fino al piacere assurdo (regolarmente sottolineato dalle cronache giornalistiche) di produrre gesti clamorosi apposta per immortalarli in rete. Come spesso accade, su entrambi i fronti la fretta di emettere giudizi prevale sulla riflessione.

In realtà, il fenomeno è troppo vasto e coinvolge troppe persone per essere riducibile a un numero limitato, per quanto preoccupante, di episodi di cronaca; d'altra parte le motivazioni che inducono tanti a dedicargli una percentuale più o meno considerevole del loro tempo meritano di essere esplorate, e se ne sa davvero ancora troppo poco per parlare trionfalisticamente di "economia del dono". Alcuni elementi però sono fin d'ora leggibili. Un primo aspetto è il ritorno del piacere dell'esecuzione. La riproducibilità tecnica, dalla fonografia in poi, aveva ridimensionato molto pesantemente il ruolo dell'esecuzione, in musica e in teatro. Il piacere di vivere la propria interpretazione di una canzone o di un brano classico o, magari all'interno di una compagnia amatoriale, di un dramma o di una commedia, non era scomparso ma si era del tutto marginalizzato. L'esecutore, quello "vero", è colui o colei la cui interpretazione veniva fissata su disco o trasmessa in video; gli altri erano confinati al diletto privato. Per quanto riguarda il cinema e la narrazione televisiva, poi, la sola interpretazione era quella che avviene sul set, allo spettatore restava solo la libertà del commento.

Oggi, You Tube permette a tutti il gesto pubblico di impossessarsi e restituire il testo amato nei modi più vari, di farlo proprio e insieme di testimoniargli la propria ammirazione. Una testimonianza insieme strettamente personale e collettiva, privata nella produzione come il farsi un album o canticchiare in bagno, e pubblica nel risultato come il coro dei *refrain* più popolari ai concerti rock. Questo atto di "esecuzione" può assumere le forme più varie, dal puro e semplice estrarre brani da DVD e "postarli" così come sono, al rimontarli magari con immagini scelte appositamente, alla rielaborazione parodistica che sottolinea l'elemento ludico consentito dalla rete. Nell'insieme, questa varietà di atti individuali fa di You Tube un grandioso (in termini quantitativi) sebbene spesso deprimente (in termini qualitativi) laboratorio di sperimentazione, ed è forse il piacere di partecipare a questo esperimento collettivo il motivo più sottile che induce alla partecipazione.

Bibliografia

- Vito Di Bari, **Management multimediale. Da Internet all'ampia banda, dalla B-Tv alla Web Tv, dai CD-ROM ai DVD**, IlSole24Ore Libri, Milano, 2000

Progetto Media-Pedia

- E. Noam, J. Groebel, D. Gerbarg, **Internet Television**, Lawrence Erlbaum Associates, London, 2004

- Tommaso Tessarolo, **NET TV. Come Internet cambierà la televisione per sempre**, Apogeo, Milano, 2007