

Turisti

QUANTE BUONE RAGIONI PER SEGUIRE SYUSY E PATRIZIO IN AFRICA (DA OGGI IN TV)

Ora lo possiamo dire: nutriamo una sconfinata ammirazione per Syusy Blady e Patrizio Roversi. E questo per una serie di motivi. Eccoli. **1:** Inventarsi una trasmissione che consiste nel viaggiare in tutto il mondo e raccontarlo non solo è il classico uovo di Colombo, detto altresì «colpo di genio», ma ci provoca una gioiosa invidia. **2:** Per noi, *Turisti per caso* è una delle vette assolute della televisione italiana, ciò che la tv dovrebbe essere e che invece non è quasi mai: ossia intelligente, istruttiva, allegra, divulgativa, curiosa, popolare eppur colta ma leggera. Ci hanno portato in Estremo Oriente, in America latina, nei posti più improbabili a spasso nei quattro continenti, però senza quella patina un po' pallosa del



documentario di viaggio, tipo giacchetta kaki con inutili tasche da tutte le parti o benevolente ottimismo da mensile inzeppato di «indirizzi utili», ed evitando pure la tipologia del «viaggiatore tormentato» che si crede la reincarnazione di Bruce Chatwin, prende appunti sagaci sul Moleskine e sottilmente disprezza i «turisti» a cui fa impressione trovarsi degli scorpioncini nei calzini. Da oggi i due tornano con una nuova serie (Raitre, ore 21), tutta dall'Africa, anzi da «La nostra Africa» (per parafrasare Karen Blixen): opportunamente Syusy comincia dal Senegal, isola di Goré, dove partirono decine di migliaia di schiavi alla volta del Nuovo Continente (...e forse continuano oggi, ma alla volta delle nostre spiagge), mentre Patrizio va in Etiopia sulle orme degli italiani d'Africa. E quasi sicuramente, tra le righe di una battuta, tra le bizzarrie di uno scorcio, troverete una bella dose di illuminante paradosso.

Roberto Brunelli

TENDENZE Dilagano i video autoprodotti, lanciati e scambiati in rete: è un fenomeno esploso sul sito You Tube, la popstar Christina Aguilera lo ha fatto suo in una clip, i colossi della musica e tv prima lo hanno combattuto, ora lo cavalcano

di Maria Egizia Fiaschetti

Ragazzi, copiatemi»: così la popstar Christina Aguilera ha invitato i suoi fan a imitarla nel nuovo singolo *Ain't another Man* e a spedire i video amatoriali al motore di ricerca internet Yahoo. I più divertenti, o se preferite kitsch, sono stati scelti e messi in rete, come quello girato da tre bambine che cantano e ancheggiano nella cucina di casa, con i barattoli di ketchup e mostarda usati come microfoni. O quello versione cyber con creature digitali dagli occhi a mandorla nei panni della Aguilera. E la Sony Bmg e Yahoo hanno lan-



La cantante Christina Aguilera; a destra, una foto dell'artista Smemola dal suo sito

L'ARTISTA Italiana, 24 anni In rete ha foto, ricette, clip

«Sono Smemola e con il mio sito parlo al mondo»

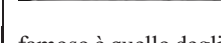
La You Tube mania dilaga anche in Italia e sono molti a trasferire sul sito i loro filmati autoprodotti. Tra loro Smemola - lo pseudonimo è ispirato a Memole, folletto di un cartoon giapponese anni '80 - nota nell'underground romano per le sue «apette» spruzzate sui muri della città. Artista eclettica, oltre alla passione per i graffiti, Smemola si è dedicata alla fotografia e al video. Ventiquattro anni, di Brindisi ma vive a Roma, appartiene alla generazione «internettara» dei bloggers. Dopo essersi fatta notare in siti come *Fotolog* e *Myspace*, ha aperto il suo diario di bordo in rete *www.bramatobros.com*, che raccoglie foto, ricette culinarie, aneddoti e clip scaricabili dal famoso portale di video-sharing (scambio di video).

Quando hai scoperto «You Tube»?

L'ho trovato per caso un mese fa, mentre cercavo un modo di mettere in rete i miei filmati, per mostrarli agli amici in giro per il mondo. Ci sono gag familiari e schegge di vita quotidiana, dal rito della tavola all'autolavaggio.

Oltre ai tuoi video, cosa c'è d'interessante sul sito?

You Tube è una miniera e ci trovi di tutto: spezzoni di film e clip musicali, ma anche gag giapponesi. Conosco molte band che hanno scelto questo canale per lanciare i loro video, come gli italiani Amari e Scuola Furano. Ma il caso più



famoso è quello degli Arctic Monkeys, che hanno scalato le classifiche inglesi caricando i loro brani su un altro sito, *Myspace*.

Il tuo blog ha molti visitatori?

Recentemente ho superato i 40mila contatti giornalieri. Molti sono miei amici, ma anche visitatori casuali che, digitando le parole più impensate, si ritrovano sul mio sito. Trovo che *You Tube* sia un modo immediato di comunicare, utile a farsi conoscere e promuovere il proprio lavoro.

m.e.f.

«Ho scoperto per caso You Tube e ci ho messo i miei filmati d'arte, gag familiari, l'autolavaggio. Anche molte band usano questo canale»

Mi faccio un video su internet

ciato una campagna promozionale ispirata all'enorme diffusione in rete dei video musicali autoprodotti «in casa», per così dire.

Il fenomeno è esploso sul sito *You Tube*, fondato nel 2005 a San Mateo (California) da tre giovani impiegati della PayPal (società che consente di eseguire pagamenti online con una carta di credito prepagata e un indirizzo e-mail). La loro filosofia, «broadcast yourself» («trasmetti te stesso»), propone un uso partecipato del tubo catodico in cui si diventa i veri protagonisti. Come? Con una telecamera puntata addosso che registra parole e

La gente si riprende in scene quotidiane, di fiction oppure mima le popstar: come le tre bambine che copiano la Aguilera

azioni, tra fiction e realtà. Il materiale inserito dagli utenti varia da prodotti casalinghi a programmi televisivi, film e clip musicali. Lo scambio di file è, infatti, il modo più facile e gratuito di condividere informazioni, eludendo il copyright. Tanto che a febbraio di quest'anno la Nbc Universal ha chiesto a *You Tube* di rinuovare molti video protetti dal diritto d'autore come *Lazy Sunday*, parodia sull'hip-hop commerciale interpretata da Chris Parnell e Andy Samberg, attori della serie tv *Saturday Night Live*. Ma il successo dilagante del sito ha costretto la Nbc a ripensarci e a siglare un accordo con il «nemico», usandolo come canale privilegiato per le anteprime dei suoi video. *You Tube*, in cambio, si è impegnato a pubblicizzare i prodotti della major discografica. Ha cambiato idea anche la Cbs, inizialmente decisa a ritirare i suoi video, e Sean McManus, presidente di Cbs News and Sports, ha dichiarato: «Ora il nostro obiettivo è che più visibilità abbiamo da questi video, meglio è». La prossima sfida di *You Tube* è offrire gratuitamente ai suoi visitatori, entro 18 mesi, tutti i video musicali mai realizzati. Al momento, l'enciclopedia musicale del sito racco-

glie già moltissime clip - dagli ultimi successi a pietre miliari del rock come Janis Joplin - liberamente inserite dagli utenti. Un'immensa banca dati dove conservare materiali altrimenti soggetti a una rapida obsolescenza. Se la registrazione sonora è, infatti, una prassi consolidata, non accade lo stesso con i video, trasmessi per brevi periodi e, poi, archiviati, se non dimenticati. Con *You Tube* è possibile invece recuperare questo ricchissimo patrimonio: da capolavori d'annata come il primo Bob Dylan agli artisti emergenti, dalla storia televisiva a interviste e documentari. Non a caso, due

Si scambiano i file, la rete conserva videoclip destinati all'oblio e c'è di tutto: da Janis Joplin a chi si infila (davvero) dentro la lavatrice

colossi del settore come la Warner Music Group e la Emi si sono aperti a possibili trattative: per entrambi *You Tube* è un'offerta appetibile, data la sua crescita esponenziale - 100 milioni di clip viste e 65mila scaricate ogni giorno - che lo ha fatto schizzare al 15mo posto tra i siti più popolari al mondo. Un affare che, secondo il *New York Post*, potrebbe valere da 600 milioni a un miliardo di dollari. Il primo video ad essere messo in rete su *You Tube* ha per protagonista uno dei fondatori, Jawed Karim, allo zoo di San Diego. I materiali sono divisi per categorie e gruppi d'interesse, con una gamma infinita di proposte, alcune decisamente strambe. Tra le più improbabili, quella di una giovane che s'infila nel cestello della lavatrice per verificare se riesce a starci dentro. Non ci crederete, ma è un esperimento molto diffuso tra gli utenti del sito, a giudicare dai video «a tema». Persino un gruppo di pompieri americani, per distarsi tra un'emergenza e l'altra, pare abbiano ceduto alla tentazione di chiudersi nella lavabiancheria della caserma e scaricare il filmato su *You Tube*. Ma il gioco gli è costato caro: scoperti dai superiori, sono stati sospesi dal servizio.

L'Unità d'Italia
si fa viaggiando...

Carte stradali e turistiche per l'estate 2006



In edicola
l'ottava cartina stradale

PUGLIA

In scala 1:225.000

In vendita
con l'Unità
a euro 1,90 in più

Puoi acquistare questa cartina anche
in internet www.unita.it/store
oppure chiamando il servizio clienti
tel. 02.66505065 (lunedì-venerdì dalle h.9.00 alle h.14.00)

In collaborazione con

coop

Touring Club Italiano

Unità