

## IL SOGNO SPEZZATO

Le idee di Robert Kennedy

Da venerdì 6 giugno in edicola il libro con l'Unità a € 6,90 in più

## IL SOGNO SPEZZATO

Le idee di Robert Kennedy

Da venerdì 6 giugno in edicola il libro con l'Unità a € 6,90 in più

# D

**LA SCOMPARSA DI HARVEY KORMAN POPOLARE CARATTERISTA PER MEL BROOKS**

L'attore americano Harvey Korman, uno dei volti più brillanti e popolari del cinema e della tv Usa è morto a Los Angeles all'età di 81 anni, in seguito ad un aneurisma. Interprete di un centinaio tra film e telefilm, Korman si rivelò subito come caratterista e bravissimo comico. Sul grande schermo ha recitato in film come *Professore a tutto gas* (1963), *Questi pazzi agenti segreti* (1966), *Sento che mi sta succedendo qualcosa* (1969), *Herbie sbarca in Messico* (1980). Memorabile resta la partecipazione di Korman a due film diretti da Mel Brooks: *Mezzogiorno e mezzo di fuoco* (1974), con Jene Wilder, e *La pazzia storia del mondo* (1981).

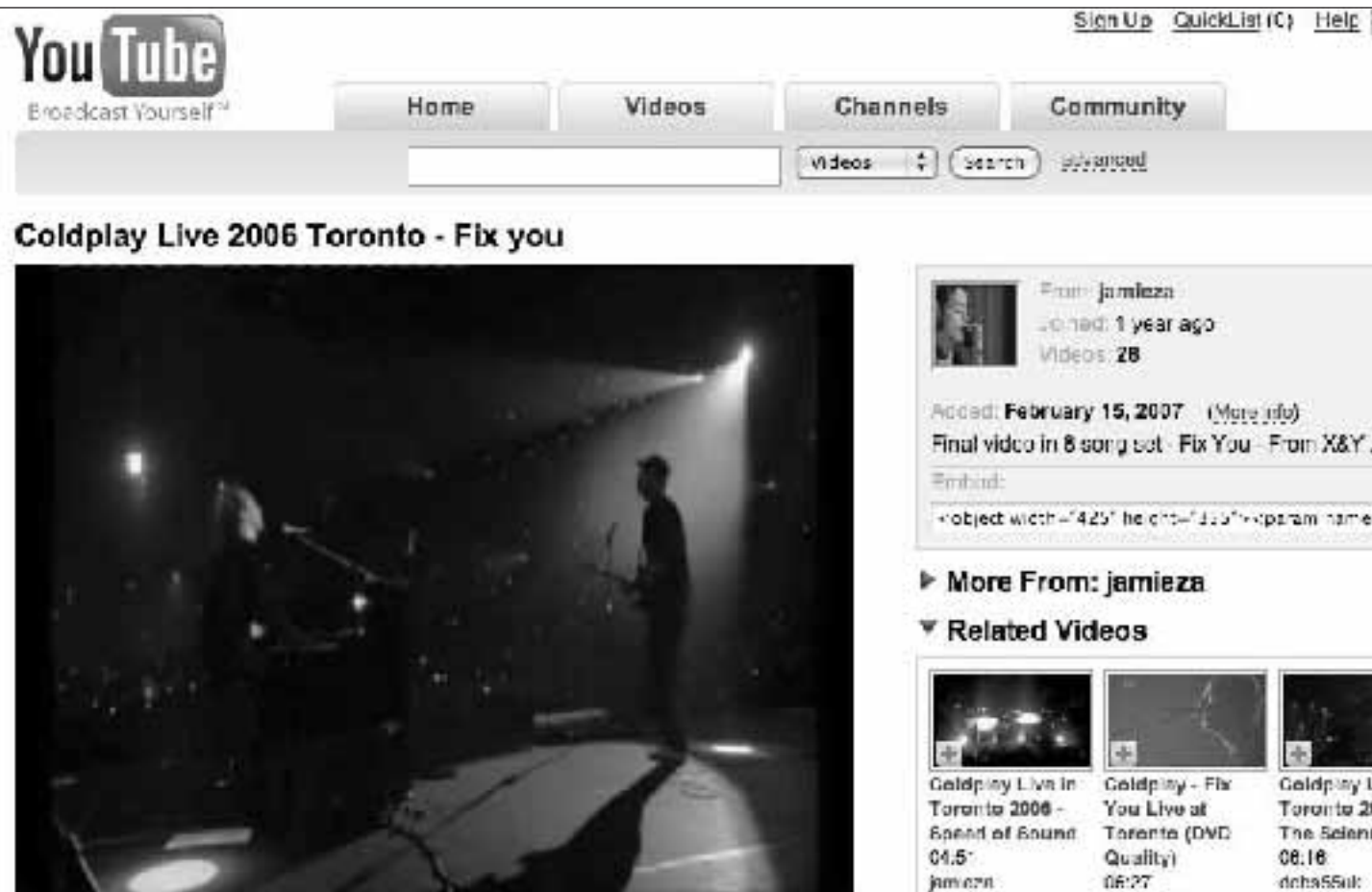

**L'AFFAIRE BONOLIS AL PROSSIMO SANREMO: «DECIDERÒ TRA QUINDICI GIORNI»**

«Ho avuto la proposta di proseguire il mio percorso con Mediaset e ho avuto la proposta da alcune persone in Rai per la direzione artistica e la conduzione del festival di Sanremo. Tra quindici giorni prenderò una decisione». Così Paolo Bonolis si è pronunciato per la prima volta sul «caso Sanremo», al centro del «dibattito» in questi ultimi giorni. L'annuncio su cosa farà del suo futuro televisivo l'ha dato ieri nel corso di un'intervista come «special guest» a Radio Luiss Live. «Cosa accadrà il prossimo anno si deciderà tra una settimana o due», ha concluso Bonolis conteso attualmente tra Rai e Mediaset.

**TENDENZE** YouTube è lo scambio e l'immissione di video on line, ha rivoluzionato usi e costumi, soprattutto dei ragazzi: è nato negli Usa 3 anni fa, il 19 giugno compie un anno il sito italiano e un libro di Glauco Benigni ne racconta la storia

■ di Silvia Garambois

Il 19 giugno il sito italiano YouTube compie un anno. La casa madre del resto, laggiù nei sobborghi di San Francisco, nella Silicon Valley, ne ha poco più di tre. Molti forse non sanno bene neppure cos'è, ma per gli internauti - per di più o per lavoro - è ormai una «dote» del computer, come le ricerche su Google o il traduttore automatico. Se Internet è la scoperta del fuoco (la comunicazione globale in un clic), YouTube è quella



Il video di «Fix You» dei Coldplay, dal concerto di Toronto del 2006, online su YouTube

**VIDEOPOLITICI** Da Craxi all'ultimo voto I partiti ora ci puntano ma vuoi mettere Obama?

■ Il primo politico italiano ad apparire su YouTube, manco a dirlo, è stato Berlusconi: un viennese, nickname «dogcow», caricò un filmato in cui Berlusconi mimava un rapporto sessuale con una posteggiatrice, riversa sul cofano di un'automobile. Beppe Grillo è stato tra i primi ad aprire un canale, seguito a ruota da Antonio Di Pietro, già alla fine del 2006, mentre il primo partito che ha scoperto le enormi potenzialità del mezzo è stato Alleanza Nazionale, seguito dal Nuovo Psi (tra i video anche quello del lancio della monetine a Craxi, all'uscita del Raphael, con una curiosità: nel filmato c'è lo spot di una società che offre mutui e finanziamenti). Il capitolo che Glauco Benigni non ha potuto scrivere, col libro già in stampa, è quello su YouTube e le ultime elezioni. Stavolta c'erano tutti: chi già ben posizionato, come Di Pietro, chi nuovo arrivato, come il Pd. Interessante soprattutto la risposta degli youtuber, che moltiplicano il materiale in rete. In questo caso viene misurato il «buzz» (ovvero il «passaparola»): nel rush finale verso le elezioni, il buzz su Berlusconi era praticamente raddoppiato, mentre Veltroni non sembrava mai davvero decollato. Almeno per gli italiani, perché in Francia, Germania e Gran Bretagna l'attenzione era tutta sul Pd. E se ieri cliccavate il nome Barack Obama, YouTube dava 114mila video. **s. gar.**

# Dillo con un video su YouTube

dell'acqua calda (la comunicazione per immagini). È lo scambio, rapidissimo, di filmati, da un angolo all'altro del globo: filmati non imposti da editori o aziende (o non solo), ma inviati direttamente da chiunque tra il miliardo di utenti collegati. Basta un telefonino, ormai, per «piazzare» su YouTube qualunque cosa: immagini di bullismo a scuola, bombe che cadono dal cielo, video-confessioni, brandelli di vecchi film, comizi e video-clip. I ragazzi ascoltano la musica, gli artisti e i politici lo usano come tribuna, i teen agers fanno le parodie degli uni e degli altri, gli internauti rilanciano spezzoni di tg e programmi tv, mentre i filmati «divertenti» vengono saccheggianti dalle tv e i gior-

**Dai casi di bullismo a scuola alle parodie tra teenager, dalle notizie dalle zone di guerra riprese dai tg agli spot ormai qui c'è un mondo**

nalisti dei tg danno la caccia a quelli provenienti dalle zone di guerra, dove non arrivano le telecamere (come l'Afghanistan e - recentemente - il Tibet). È «omnia», tutto, di tutti. Per buttarla in politica, anche la fantasmagorica invenzione di YouTube - pochi clic alla tastiera per vedere il mondo in diretta - rende sempre più profondo l'abisso del «digital divide», che separa chi nel mondo ha l'uso del computer e chi no, che regala opportunità agli uni e relega sempre più gli altri ai confini della storia, nel passato. Ma come nasce YouTube? Tre giovani impiegati di una società informatica americana, Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, dopo una festa cercano di scambiarsi via Internet i filmati della serata, maledicendone la difficoltà: ma quello è il loro mestiere, perché non trovare un sistema più semplice? È il 25 aprile 2005 quando, da uno stanzone sopra una pizzeria di San Bruno, a due passi da San Francisco, viene sperimentato il nuovo collegamento: 17 secondi di un video fatto allo zoo in cui appare Jawed che parla con gli elefanti, ripreso dalla madre. Passerà alla storia come il treno ripreso dai fratelli Lumière? In questi tre anni la storia di YouTube ha galop-

pato attraverso il mondo, attraverso le majors del cinema e della musica, attraverso l'industria - dalla Coca Cola alla Nike -, attraverso la Borsa. E a raccontarla, per la prima volta in assoluto, è un libro di Glauco Benigni, *YouTube. La storia*, pubblicato da Salani e Eri (euro 16,80, con un cd Rom «per navigare tra i video più divertenti e famosi»). Come dire, dalla comunicazione satellitare alle vecchie, care biblioteche. Appena arrivato in libreria e già qualcuno pensa che sarebbe opportuno tradurlo almeno in inglese...

Il racconto di Benigni (perché, come ogni storia che si rispetti, è avvincente come un romanzo) mette insieme il sogno americano (come

**Un mare di opportunità ma allarga l'abisso tra chi ha il computer e chi non lo ha. Partito come sogno libertario, è stato fagocitato dall'industria**

tre ragazzi divennero miliardari in 500 giorni), al sogno libertario e anarchico di internet. Il primo è a lieto fine, il secondo meno, perché anche YouTube non poteva che finire fagocitato dall'industria con la «» maiuscola: ora è proprietà di Google, ha pubblicità, sponsor e inserzionisti, veicola le produzioni delle majors che hanno stretto accordi di partnerariato, e - se non proprio censura - pone severi vincoli agli utenti.

L'ultima ora del resto (che nel libro non poteva esserci) è che all'inizio di maggio gli azionisti di Google hanno deciso di votare no a una proposta in favore della lotta alla censura e contro il «filtraggio» delle ricerche, come chiedeva invece Amnesty International pensando alla Cina e all'Iran. È il «digital divide» s'espande... Per tornare all'Italia, i primi «youtuber» nostrani compaiono già nel 2005 sul sito americano, praticamente agli esordi: lo utilizzano le teleshows per i loro notiziari, vengono caricati spezzoni di *Raiot* di Sabina Guzzanti e di Totò. Ma non c'è dubbio: è il filmato della testata di Zidane a Materazzi, Mondiali di Calcio 2006, a far esplodere il fenomeno YouTube anche nel nostro Paese.

## film e tv

**Dall'«Era glaciale» a Totò ad «Avanzi»: di tutto di più**

**Volete vedere** il trailer del terzo cartoon della serie *Era glaciale*, in uscita negli Usa nel 2009? O gli storici sketch in bianco e nero di Totò e Peppino? O *Tempi moderni* di Chaplin in lingua originale? O riascoltare la sigla di *Canzonissima* del '69? Oppure avete voglia di farvi due risate con gli spezzoni della trasmissione *Avanzi* di Dandini, Guzzanti & co.? Magari ne avete voglia senza dover cambiare dvd o cercare vecchie videocassette impolverate, seduti davanti al computer. La soluzione è YouTube. Digitando, ad esempio, nello spazio per la ricerca le parole «serie friends», la ricerca dei filmati della fortunatissima sit-com americana visualizza oltre 57 mila video. In italiano, inglese (con le voci originali degli attori), in spagnolo. Infinite, sono le «perle» della tv italiana: dalle più celebri interviste di Enzo Biagi ai primi spot della Rai. **a. ba.**

## istruzioni

**Come mettere un video sul sito Si clicca, con limiti di «peso»**

**Inserire un video** su YouTube è semplice. Dapprima occorre registrarsi sul sito: sulla pagina principale di [www.youtube.com](http://www.youtube.com), in alto a destra si deve cliccare sul link *Sign up*. Da qui si accede a una pagina dove vengono richiesti un indirizzo di posta elettronica, una «username» (ovvero un soprannome che verrà visualizzato accanto al video quando sarà caricato online), una password e la data di nascita. A questo punto basta cliccare sul pulsante giallo con scritto *Upload*: si aprirà una pagina nella quale sarà possibile scegliere un titolo per il filmato, inserire una breve descrizione e i «tags» (le parole chiave che permetteranno agli utenti di visualizzare il video). A quel punto, il sistema consente di scegliere quale dei file salvati sul nostro pc vogliamo condividere su YouTube. Il limite: i file non devono superare i 10 minuti né i 1024 MB di «peso digitale». **a. ba.**

## i numeri

**Cento milioni i filmati visti ogni giorno nel mondo**

**100 milioni:** sono i video guardati ogni giorno da utenti di tutto il mondo  
**29%:** è la quota del mercato dell'intrattenimento video degli Usa in mano a YouTube  
**5 milioni e oltre:** i video presenti sul portale  
**114 mila:** i video visualizzati cercando le parole «Barack Obama»  
**4.200:** sono i video visualizzati cercando le parole «Grande Fratello»  
**1,65:** i miliardi di dollari sborsati nel 2006 da Google per acquistare YouTube  
**65mila:** i nuovi video caricati ogni giorno sul sito  
**30:** (appena) i dipendenti di YouTube  
**2,5 miliardi:** i video visti nel solo mese di settembre 2007 (ricerca comScore Video Metrix)  
**20:** le lingue nelle quali è tradotto YouTube. **a. ba.**

**MUTAMENTI** Dal concerto di Madonna alla banda di paese, se lo show è stato filmato è su YouTube  
**Musica libera a portata di clic per aggirare i divieti**

■ di Andrea Barolini

Lo slogan di YouTube è «Broadcast yourself» (trasmetti te stesso). Verrebbe da aggiungere: «non solo». Le possibilità di questa immensa banca dati (globale) di contenuti audio e video sono, infatti, gigantesche. Basti pensare alla musica caricata sul sito: di qualsiasi genere, di tutte le epoche, di pressoché tutti gli artisti del mondo. Di fatto, la più grande discoteca (gratuita) del pianeta. Qualunque cosa cerchiate ed è stata filmata, quasi certamente la potete trovare collegandovi online sul sito. Dall'ultima performance live di Madonna a uno storico duetto di Mina e Battisti, fino al concerto della banda del paese. A portata di clic. Ogni giorno, gli utenti di tutto il mondo aggiungono centinaia di migliaia di nuovi contenuti. Roba da far impallidire tutte le major discografi-

che, da anni impegnate nella lotta alla pirateria digitale, e soprattutto al «peer-to-peer» (la «condizione» dei file in internet, attraverso programmi scaricabili gratuitamente). Perché, se (teoricamente) la politica del portale è quella di non permettere di caricare contenuti protetti da copyright, in pratica diventa quasi impossibile control-

**La discografia lotta contro chi scarica canzoni senza pagare ma fermare i videoclip musicali o impedirne la visione è impossibile**

lare ciascuno degli oltre 100 milioni di video visualizzati ogni giorno da chi usa il servizio. E anche qualora i titolari del diritto d'autore volessero rifarsi su qualcuno per il danno subito dalla pubblicazione non autorizzata di un video, potrebbero farlo solo con il colosso Google, proprietario di YouTube. Al più con l'utente che ha, fisicamente, inserito sul sito il filmato: di certo non con chi si è limitato a guardarlo. Perché, a differenza di quanto accade con gli mp3 (che, normalmente, dopo essere stati scaricati dal web, vengono «salvati» per essere riascoltati), sui computer di chi guarda i video di YouTube non rimane nulla. Il più grande portale di condivisione di filmati del mondo è non solo una fonte potenzialmente inesauribile, ma anche il vero concorrente (legale, per gli utenti) del peer-to-peer. Soprattutto se verrà superato il grande limite attuale di YouTube: la qualità, spesso ancora scarsa, dei video.