

Il cinema oltre la "rimediazione" e la "rilocalizzazione", il cinema ormai definitivamente "espanso" e persino "aumentato", ibrido. Il cinema che è diventato "cinematico", che attraversa media, display e device, che si ibrida e che colonizza nuovi spazi costruendo nuove forme, nuove prati-

che e nuovi modelli di esperienza come l'interazione. Il cinema del live cinema, dei film interattivi, delle WebTv, dei locative media, il cinema degli urban screen e dei media bulding, il cinema del documentario crossmediale... [Postcinema: simonearcagni.nova100.ilsole24ore.com]

Sempre più video e social

Le notizie riguardanti il mondo video sul web, e in particolare sui social, si susseguono negli ultimi tempi, dimostrando una volta ancora di più che proprio i contenuti audiovisivi sono quelli che maggiormente caratterizzano la Rete. Intanto si segnala un sorpasso molto interessante: è infatti Facebook al momento il social network in cui vengono postati e scambiati più video, effettuando così un sorpasso direi "storico" su YouTube. E proprio questo sorpasso sembra rinvigorire le politiche del famoso social: viene infatti lanciata la notizia che anche i video su Facebook saranno *embed* e quindi potranno essere presi e postati su altre piattaforme, siti e blog andando così ad aumentare il loro potere di scambio, circolazione e viralizzazione.

L'altra notizia è invece quella dell'acquisizione di Riff, una *app* che permette agli utenti di girare video e metterli a disposizione di tutti i propri "amici" di Facebook. Una nuova opportunità che apre ancora di più il mondo del video nella comunicazione. L'utente quindi entra, si registra, segnala attraverso le tag l'argomento del proprio video, e inizia a girare condividendo con i propri contatti. Contatti i quali, a loro volta potranno vedere la clip e aggiungere una "risposta" in modo da creare un nuovo testo audiovisivo, social e partecipato, una sorta di video *crowdsourcing*. Un po' come la *app* Vyclone che permette alle persone che si trovano allo stesso evento di condividere i video dai loro personali punti di vista per crearne uno partecipato.

Streaming

È anche interessante notare che più i video occupano i canali "sociali" più s'integrano e si ibridano con diverse forme di comunicazione. E così YouTube Live offre un servizio di *live streaming*... ma proprio sullo *streaming*, che avvicina i video a una comunicazione diretta, si segnala l'uscita di nuove *app* per realizzare video *live* in *streaming*... in questi giorni infatti stanno facendo parlare di sé Meerkat, lanciato a South by Southwest, festival e conferenza sul nuovo e le nuove tecnologie con sede in Texas... Meerkat permette di girare video in *streaming* da condividere con i propri *follower* di Twitter. E poi Periscope, altra *app* per lo *streaming*, sempre sfruttando gli utenti di Twitter. Mentre Twitch si caratterizza per *live video streaming* legati al mondo dei *game player*, insomma, giri mentre giochi a un *game* e condividi con il tuo gruppo di fan.

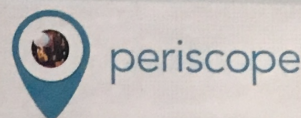
E infine Livestream, *app* più complessa che mette a disposizione dell'utente una piccola

postazione televisiva da usare per riprese "casalinghe" con una strumentazione più professionale. Lo *streaming*, come si diceva, avvicina la comunicazione diretta, quella delle videochiamate di Skype alla comunicazione social come la messaggistica di Facebook e Twitter, con il formato video. Quello che si apre è un universo di comunicazione in cui l'audiovisivo occupa una posizione sempre più centrale... un video che può essere in diretta, condiviso, remixato, e soprattutto fatto fluire continuamente online.

Virale

Sì, perché è proprio la loro circuitazione a rendere interessanti queste nuove forme... una circuitazione che non è per forza prodotta da strategie comunicative complesse come quelle descritte da Henry Jenkins, Sam Ford e Joshua Green nel loro *Spreadable Media* (Apogeo), bensì si affida spesso a una prima cerchia di amici o di fan. I video si diffondono secondo criteri spesso di casualità, sono virali nel senso più pieno del termine, proprio in quanto (spesso) fuori controllo, poco determinati e sottoposti a una gestione della diffusione sicuramente non professionale. Per i tre studiosi americani *spreadable* è preferibile a virale in quanto mette al centro l'*audience*, mentre virale significherebbe definire un'*audience* passiva in balia delle strategie comunicative delle grandi *media company*. Eppure virale - nel senso descritto già nel 1994 da Douglas Rushkoff nel suo fondamentale *Media Virus* (Ballantine Book) - ridona un senso di causalità, pone l'*audience* non solo come oggetto a cui si rivolge la comunicazione (con strategie che gli offrono più o meno spazio e protagonismo, ma che sempre strategie di *engagement* sono) ma anche attore principale della comunicazione.

I *live video streaming* ridanno valore alla metafora di "infezione" e "contaminazione" proprio perché ribaltano il senso della comunicazione e offrono un palcoscenico (seppure anche limitato a una propria piccola schiera di amici) agli utenti. Proprio quando comunicazione diretta e produzione video si ibridano, allora i *live streaming* possono efficacemente inserirsi tra le pagine social e magari, in mano a qualche creativo riutilizzatore di riprese di *performance* ed eventi, trasformarsi in contenuto video appetibile anche a schiere più folte di utenti. Il video manipolabile e manipolato, condiviso e remixato, ibrido nel senso più pieno del termine diviene così virale. E infatti sociale, aperto, condiviso e virale... questo è il video che si sta imponendo nella Rete..

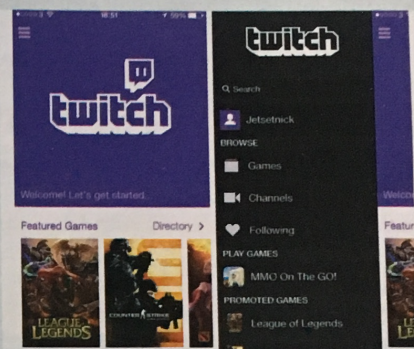


Periscope, la app di video streaming di Twitter



LIVE

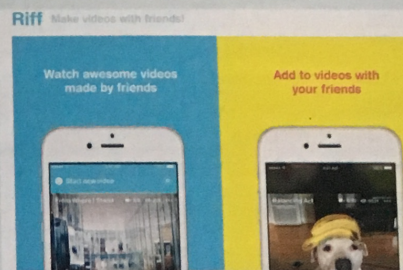
YouTube Live, il servizio di live streaming di YouTube



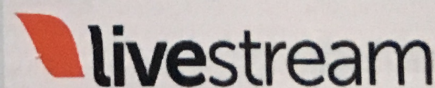
Twitch: app di live streaming per il mondo dei game player



Meerkat: live streaming video per Twitter



Riff, la app di video collage



Livestream, per una personale Tv in diretta