

Prefazione

Ogni minuto vengono caricate su YouTube centinaia di ore di contenuti video. Se volessimo dare un numero, potremmo stimare circa 2.102.400.000 video pubblicati all'anno.

Se avete in mano questo libro, sicuramente siete già avvezzi a questi dati.

La domanda che sorge spontanea è: “Come posso farmi notare in un mare così vasto di contenuti?”.

Per rispondere alla questione, dobbiamo fare un salto indietro nel tempo fino al 2005. Perché il 2005? Perché è l'anno in cui Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim hanno fondato il portale di video sharing più famoso del mondo.

Agli albori, YouTube, non veniva “sfruttato” e fruito come avviene oggi. Si trattava, perlopiù, di un grosso database farcito con video di gattini “tenerosi” e buffi incidenti degni di *Paperissima*. Pronti per essere condivisi con gli amici.

La svolta è arrivata qualche anno dopo quando, con l'acquisizione del portale da parte di Google, lo slogan del sito è cambiato in “Broadcast Yourself”, ovvero “Trasmetti Te Stesso”.

Trasmetti te stesso. Questa frase mi fa brillare gli occhi ancora oggi.

Era il 2009. La mia generazione stava abbandonando la televisione.

Erano gli anni in cui i vari reality show, come *Il Grande Fratello* e *L'isola dei famosi*, dominavano il palinsesto televisivo. Il Web, fortunatamente, offriva un'alternativa a chi, come me, era alla ricerca di altro.

Ricordo bene quel giorno. Era il 12 ottobre del 2009.

Annoiato, mi diedi all'esplorazione dei soliti video su YouTube. Quando mi imbattei in alcuni contenuti americani... fu la svolta!

Vidi un video di un ragazzo che, parlando direttamente in webcam, si stava rivolgendo a me. Il suo video aveva dei tagli frizzanti, contenuti curiosi e un magnetico modo di esprimersi.

Il risultato finale era decisamente amatoriale, ma era comunque un “programma” a tutti gli effetti. Un programma che continuava a catturare la mia attenzione spingendomi ad aprire un video dopo l'altro.

“Uao”, pensai tra me e me. Un mio coetaneo dall’altra parte del mondo stava creando una serie di video per un pubblico. Dovevo assolutamente far parte di questa rivoluzione!

Tre giorni dopo avevo già scritto, girato e montato il mio primo video.

Il 15 ottobre del 2009 nacque il mio canale YouTube.

Ho usato i miei studi (sono laureato in Scienze del Design) per creare un format, un’immagine coordinata e un palinsesto con un appuntamento fisso: un video alla settimana, il venerdì.

Iniziata questa avventura, ebbi modo di conoscere altri ragazzi italiani che, come me, stavano pian piano mettendo i primi mattoni per costruire la figura professionale che oggi conosciamo come “Creator/YouTuber”.

In poco meno di un anno, YouTube non era più un posto solo per gattini e fenomeni da baraccone. YouTube era diventato una valida alternativa alla televisione dove noi creator eravamo in prima linea davanti alla finestra spalancata della comunicazione.

Una finestra che sta diventando sempre più grande grazie alla diffusione degli smartphone e della connessione veloce.

Ma qual è la reale forza di noi creator? Quella che a prima vista può sembrare una debolezza: noi facciamo una cosa che in teoria potrebbero fare tutti, in pratica no. Per questo il nostro rapporto con chi ci guarda non è quello che un personaggio televisivo ha con la sua audience, ma ha a che fare con la costruzione e la creazione di una community.

Di base la televisione è un *monologo*, YouTube è un *dialogo*.

Sebbene il mio sia un lavoro creativo, la maggior parte del mio tempo è dedicata all’interazione con la community. Ed è questa la vera forza che, insieme alla costanza, permette a un canale di crescere e di emergere nel numero gigantesco di video che ho ricordato poca fa.

Oggi, a quasi dieci anni di distanza da quel giorno di ottobre, posso finalmente dire che ho contribuito a creare una maggiore consapevolezza su questa nuova figura professionale.

Buona lettura futuri colleghi.

Daniele Doesn’t Matter

<http://www.doesntmatter.it/>