

DIVULGARE IL SOFTWARE LIBERO ATTRAVERSO IL VIDEO?

Biasco, Christian, biasco.ch, info@biasco.ch

Terri Francesca, francesca_terri@yahoo.it

Abstract

La comunicazione attraverso prodotti audiovisivi è per sua natura più diretta e immediata se paragonata ad un testo scritto: la riproduzione di immagini e suoni permette di ricreare nello spettatore un mondo verosimile, in cui è necessario uno sforzo minore per cogliere l'informazione e comprendere. Inoltre nell'era digitale, in cui esiste una sovrabbondanza di informazione, il pubblico è diventato più esigente: pretende una comunicazione articolata e accattivante e ha sempre meno pazienza nel confrontarsi con lunghi testi scritti.

Il web si sta sviluppando verso una comunicazione audiovisiva che sarà sempre più presente nel futuro della rete e dunque delle persone: ha senso puntare su prodotti video divulgativi per promuovere il software libero?

Christian Biasco, insieme ad altri collaboratori, ha realizzato nel 2007 il video "Lo gnu, il pinguino e il cerbiatto esuberante" e nel 2008 le PinGuide "Firefox: il browser di fuoco" e "Thunderbird: il rapace delle mail". I video sono stati realizzati con modalità di lavoro, modelli di business e tecniche differenti. Sono stati in generale molto apprezzati, ma oltre al prodotto finale ciò che è stato interessante è il processo che ha portato alla loro realizzazione.

Questa esperienza, il "dietro le quinte" o "the-making-of" può essere da stimolo ad altri per capire quali sono le problematiche da affrontare nel parlare in video di software libero. Partendo dalla propria esperienza verranno affrontati i punti chiave e i punti deboli della produzione video "open", i possibili errori, le modalità di divulgazione, le possibili critiche, i fraintendimenti, i modelli di business, i modelli di produzione, le sfide e le possibilità della divulgazione del software libero attraverso il video.

In particolare verranno affrontati i seguenti punti caldi: bisogna realizzare il video usando solo software (e hardware) libero? È possibile creare il video in maniera aperta e collaborativa? Quale modello di business può essere applicato?

Verrà inoltre presentata la piattaforma di collaborazione "il Cantiere", basata su un wiki e con cui sono state sviluppate le PinGuide.

Parole Chiave: Video, Divulgazione, Promozione, Software Libero, Licenze Creative Commons, Wiki, Cinelerra.

1 INTRODUZIONE

La comunicazione attraverso prodotti audiovisivi è per sua natura più diretta e immediata se paragonata ad un testo scritto: la riproduzione di immagini e suoni permette di ricreare nello spettatore un mondo verosimile, in cui è necessario uno sforzo minore per cogliere l'informazione e comprendere. Inoltre nell'era digitale, in cui esiste una sovrabbondanza di informazione, il pubblico è diventato più esigente: pretende una comunicazione articolata e accattivante e ha sempre meno pazienza nel confrontarsi con lunghi testi scritti.

Il web si sta sviluppando verso una comunicazione audiovisiva che sarà sempre più presente nel futuro della rete e dunque delle persone: ha senso puntare su prodotti video divulgativi per promuovere il software libero?

Prendendo spunto dalla nostra esperienza nella realizzazione di video che promuovono il software libero, si vuole provare qui a rispondere alla domanda, affrontando poi alcuni dei punti caldi: bisogna realizzare il video usando solo software (e hardware) libero? È possibile creare il video in maniera aperta e collaborativa? Quale modello di business può essere applicato?

Prima di affrontare le singole domande, è però bene ricapitolare quella che è stata la nostra esperienza nella produzione dei video.

2 LA NOSTRA ESPERIENZA

Dal 2007 ci occupiamo della realizzazione di prodotti video divulgativi che introducono e orientano un pubblico non esperto su tematiche complesse. La prima serie di video, denominata π -videoblog e finanziata da Arcoiris.tv, si focalizzava sul tema della cosiddetta "proprietà intellettuale", o meglio, delle "libertà intellettuali", oggi sempre più oppresse. In questa serie di video uno - il quarto - è stato dedicato alla distribuzione GNU/Linux Ubuntu, in realtà pretesto per introdurre più in generale il tema del software libero e dei formati aperti e per rimarcare anche la necessità etica da parte della Pubblica Amministrazione e della scuola di utilizzare software e formati aperti.

Il video, dal titolo "Lo gnu, il pinguino e il cerbiatto esuberante" è stato rilasciato il 12 luglio 2007 e ha riscosso un enorme successo: sebbene per alcuni aspetti sia datato (si riferiva alla versione 7.04 di Ubuntu, "Il cerbiatto esuberante"), ancora oggi viene visto giornalmente decine di volte. Per quanto ci è stato possibile "tracciare", in totale il video è stato cliccato (visto o scaricato) 80'000 volte. Abbiamo scelto di rilasciarlo con licenza Creative Commons "by" (attribuzione), la più permissiva delle licenze Creative Commons (si veda il capitolo 3.3); ci sono arrivate centinaia di mail di ringraziamento e di complimenti (si veda il "contesto integrato" al punto 3.1); siamo stati invitati a parlare in diverse occasioni (Festival della creatività, Confl2008, Guru@work, Linux Day); il video è stato proiettato decine e decine di volte, in contesti molto diversi: dalle fiere dell'elettronica, ai LUG locali, nelle scuole, nelle imprese che lavorano con l'open source...

Dopo questo inaspettato successo, abbiamo pensato che potesse essere utile per la comunità avere altri prodotti video sul software libero, ma questa volta più "pratici". In più pensavamo che una produzione rivolta alle libertà digitali si potesse sviluppare in maniera collaborativa, attraverso l'utilizzo di un wiki. Purtroppo però nel frattempo si era interrotta la collaborazione con Arcoiris tv: non avevamo più un finanziamento e nemmeno i mezzi tecnici. Francesca ha iniziato un altro lavoro e, di conseguenza, ha ridotto di molto il suo impegno nel progetto.

Facendo di necessità virtù, sono nate le PinGuide, ovvero dei video realizzati con il semplice utilizzo di una webcam e un microfono a buon mercato, che comunque mantengono uno standard qualitativo elevato (addirittura la definizione della Pinguida, 800x500px, è più elevata di quella ottenuta con una normale telecamera digitale di 720x576px). L'idea del progetto è stata presentata alla CONFSL08, tenutasi nel giugno 2008 a Trento e in quell'occasione Luca Menini, presidente dell'ILS, ha proposto un parziale finanziamento del progetto, pensandolo come prodotto da rilasciare in occasione del Linux Day 2008.

Durante l'estate si è cercato di sviluppare il testo, con non poche difficoltà, provando a sviluppare una modalità di collaborazione attraverso un wiki. In questo periodo si sono aggiunti al progetto alcuni collaboratori, alcuni amici, altri assolutamente sconosciuti. Si sono andati via via definendo dei ruoli, anche se poi la realizzazione è stata gestita da noi. Appena in tempo siamo riusciti a consegnare due Pinguide (in un primo momento ne avevamo previste quattro), dedicate a Firefox e Thunderbird e i riscontri sono stati molto positivi. Grazie a diversi amici traduttori, abbiamo poi subito realizzato i sottotitoli e la traduzione in altre lingue (spagnolo, inglese e francese). Grazie all'apporto di Xaviera Torres, è stata realizzata una versione doppiata in spagnolo. Allo stato attuale è in previsione la realizzazione di una nuova PinGuida su OpenOffice.org.

3 DOMANDE CHIAVE

3.1 Efficacia: Serve il video per diffondere il software libero?

I nostri risultati parlano da soli. Nella diffusione del software libero il video può essere un strumento molto utile. Abbiamo ricevuto decine di messaggi di ringraziamento e i nostri video sono stati ripresi in moltissimi siti. Sono stati utilizzati in presentazioni pubbliche, negli stand, in corsi di informatica. Abbiamo realizzato degli strumenti di comunicazione sintetici, chiari, originali, condivisi.

Ciò nonostante è importante tener presente che la realizzazione di un video di qualità necessita di tempi lunghi di gestazione (soprattutto nella fase dello sviluppo della sceneggiatura che richiede un grande lavoro di sintesi) e di conoscenze professionali specifiche (ad esempio il montaggio, la regia, la recitazione...). Ne consegue che i costi di produzione video sono elevati e la produzione (si veda la questione del modello di business), a differenza di quanto accade nella semplice scrittura (ad esempio in Wikipedia), difficilmente può essere distribuita fra i diversi collaboratori volontari (si veda la questione della collaborazione).

Per questa ragione, partendo dal presupposto che il mondo del software libero dispone di risorse economiche alquanto limitate e che raramente si ha un ritorno economico diretto dalla promozione, è necessario valutare con attenzione se i risultati, in termini di diffusione del software libero, giustificano l'investimento di risorse umane ed economiche. In parole povere, ci si domanda: ha senso spendere 10.000 euro per produrre un video che vedranno solo 100 persone? In parte il problema di non riuscire a raggiungere molte persone (e dunque fallire nell'obiettivo di promuovere il software libero) può dipendere da una gestione superficiale del progetto comunicativo, in particolare a livello della pianificazione e della distribuzione dell'opera.

Il messaggio e lo stile del video devono essere "tarati" con attenzione sui target di riferimento: ci si sta rivolgendo a utenti giovani e tecnologicamente smaliziati o ad adulti che a malapena sanno cosa sia un computer? Il video inoltre non deve "invecchiare" troppo in fretta, ovvero, non deve contenere riferimenti ad eventi che una volta passati lo renderebbero superato. I tempi di diffusione di un video attraverso internet potrebbero inoltre essere lunghi: è fondamentale dunque che il video continui ad essere valido sul medio periodo, per giustificare l'investimento.

È necessario inoltre aver chiari gli obiettivi: emozionare o informare? La nostra priorità è informare, anche se molti dei nostri video vengono ricordati per l'ilarità suscitata da alcune battute fortunate ("Ma che cos'è concretamente 'sto pinguino, e come ce lo metto dentro il computer?"). Una certa "leggerezza" e la cura per la piacevolezza e l'originalità dell'immagine è fondamentale per aumentare l'efficacia del video e la sua diffusione.

Un altro aspetto interessante riguarda la tensione fra etica e pratica. Parlando di software libero occorre scegliere se focalizzarsi sulle questioni etiche oppure sulle questioni pratiche relative al suo utilizzo (affrontando e risolvendo anche gli eventuali problemi di migrazione). Questa tensione è la stessa che si ritrova nei concetti di software libero e open source. Il primo pone l'attenzione sull'aspetto etico, l'altro su quello pratico-economico. Un video che ignorasse questo secondo aspetto potrebbe spingere l'ascoltatore a passare al software libero sulla spinta di motivazioni etiche, prescindendo però da alcune importanti questioni pratiche che, se non considerate, rischierebbero di

trasformarsi in problemi insormontabili (ad esempio, sembra che il Comune di Carpi abbia tentato di passare al software libero, ma si sia “scottato” rinunciando totalmente al progetto; un altro esempio viene dalla mail di un ragazzo che ci ha scritto chiedendoci come fare, visto che i file .exe non gli funzionavano più). D’altro canto, se ci si concentrasse solo sugli aspetti economici-pratici si sminuirebbero quelle che sono le ragioni “sostanziali” alla base del passaggio. Il video “Lo Gnu, il pinguino e il cerbiatto esuberante” evidenziava maggiormente gli aspetti etico-sociali legati al suo utilizzo e diffusione ed ha sicuramente riscosso più successo, rispetto alla serie successiva delle PinGuide che, al contrario, si concentravano volutamente su aspetti pratici.

Passiamo ora alla questione della distribuzione: un falso luogo comune dice che basta inserire un video su internet per garantirne la diffusione planetaria. In realtà è vero il contrario: se si pubblica qualcosa su internet senza dirlo a nessuno, nessuno lo vedrà mai. È per questo necessario pianificare una distribuzione del video: questo implica non solo caricare il video su diverse piattaforme di videosharing, taggare correttamente, usare i social bookmarking, le tecniche SEO, etc..., ma soprattutto contattare direttamente tutte quelle persone, blog, associazioni, società che possono essere interessati al messaggio e/o alla sua redistribuzione. È davvero essenziale avere degli alleati nella distribuzione: persone che si riconoscono nel video, che lo apprezzano al punto tale da diventarne promotori. Idealmente sarebbe meglio riuscire a stendere un piano di distribuzione e di contatti già durante la fase di realizzazione, per non trovarsi impreparati una volta completato il video e perdere così tempo prezioso.

Esiste poi la necessità di pensare il video in un contesto “integrato”: considerate le decine e decine di mail in cui ci venivano sottoposti problemi tecnici, sarebbe stato importante dare almeno dei link per orientare le persone nella ricerca di possibili soluzioni. Non basta che il video raggiunga una persona e susciti in lei interesse verso il software libero: non si può poi lasciarla da sola, occorre sostenerla con indicazioni chiare sui modi e luoghi dove trovare aiuto, risposte, materiale, software, etc...

3.2 Strumenti open: bisogna usare solo software (e hardware) libero nella produzione?

Non c’è dubbio che, per coerenza anche a livello produttivo, ogni software usato nella produzione video debba essere libero. Abbiamo ricevuto decine di mail di persone che ci chiedevano quale software libero avessimo utilizzato nella produzione dei nostri lavori. Ebbene: nessuno. I nostri video sono stati montati utilizzando Apple Final Cut, e per diverse animazioni Apple Keynote (ebbene sì, il programma di presentazioni). Allo stato attuale, per diversi motivi - molto emblematici e che ora illustreremo - non ci è possibile produrre video utilizzando software libero.

Perché non abbiamo utilizzato esclusivamente software libero? Al momento disponiamo solamente di due computer portatili Apple, non nuovissimi e non molto potenti. Ma sono macchine che conosciamo bene e che svolgono il loro lavoro in modo versatile. Avremmo potuto installare comunque GNU/Linux per realizzare i video, ma questo avrebbe imposto di migrare tutte le attività, ormai consolidate in Mac OS X, in un nuovo sistema operativo, operazione che al momento non abbiamo tempo di fare (dove possibile stiamo migrando a software libero, ad esempio con Firefox, Thunderbird, Openoffice.org...).

Ma quale programma libero utilizzare per il montaggio? L’unica alternativa all’altezza dei proprietari Premiere e Final Cut è Cinelerra che sembra comunque girare anche su Mac OS X. Purtroppo però Cinelerra pone dei vincoli non indifferenti: allo stato attuale, necessita di almeno 2 GB di RAM per funzionare (i nostri computer hanno rispettivamente 512MB e 1GB di potenza). Sarebbe necessario inoltre apprendere l’utilizzo del software e l’adattamento della nostra filiera produttiva, basata finora su Final Cut.

In breve, bisognerebbe abbandonare la stabilità di una filiera rodada, per puntare su una nuova che non garantisce lo stesso grado di stabilità e di risultato, che necessita del rinnovamento del parco macchine e di un investimento in termini di tempo (e dunque anche denaro) non indifferente. Esposto così, il problema sembra lo stesso di molte aziende che pongono resistenze al passaggio al software libero, del tipo: “posso anche concordare sugli aspetti etici del software libero, ma se questo comporta un netto calo della mia versatilità, competenza e competitività, ci penso due volte prima di migrare”. Un

parallelismo utile è con chi si occupa di ambiente: immaginiamoci ad esempio un gruppo di lavoro che si deve coordinare per organizzare un incontro come Porto Alegre: non si può pretendere dal gruppo una coerenza integralista con le proprie idee ecologiste; detto in altri termini, non si può pretendere che un europeo o un africano usino una barca a vela per arrivare in Brasile. E' evidente quanto sia importante interrogarsi sulla coerenza, che però non deve causare un suicidio dell'iniziativa. A volte il cambiamento non può che essere graduale (come già detto, dove possibile, passiamo a software libero).

Da qui si apre un altro tema importante: quali formati utilizzare per la diffusione del video? I puristi propongono esclusivamente OGG/Theora o altri formati assolutamente liberi. Ma se vogliamo promuovere software e formati liberi dobbiamo rivolgerci principalmente alle persone che non li usano! Questo implica una diffusione del video anche attraverso formati proprietari, come il WMV, Flash, MOV (e non dimentichiamo che anche i DVD sono in un formato proprietario).

Secondo noi esistono due obiettivi diversi a cui si può tendere e non è così semplice farli convivere. Da un lato esiste la ricerca, lo sviluppo, i test, l'impegno per il miglioramento del software libero e del suo campo d'azione, dall'altro la necessità di strumenti di informazione e comunicazione. Per questo secondo obiettivo, autolimitarsi diventa castrante oltre che probabilmente controproducente.

3.3 Collaborazione: è possibile realizzare il video in maniera aperta e partecipata?

Allo stato attuale abbiamo avviato "il Cantiere", ovvero un wiki (basato su MediaWiki) in cui sviluppiamo, in maniera aperta e possibilmente partecipata, i nostri prodotti video. In questa forma abbiamo realizzato le due PinGuide, ma non sono state poche le difficoltà da superare. Innanzitutto non è immediato settare un wiki. Una volta risolto l'aspetto tecnico, c'è quello organizzativo. Come gestire il wiki e coordinare i lavori al suo interno? Una volta superate queste problematiche (almeno parzialmente), si passa alla difficoltà principale: come collaborare? Come distribuire dei ruoli? Come già detto, la produzione di un video richiede un alto grado di specializzazione: scrivere una sceneggiatura, disegnare uno storyboard, montare..., non sono competenze che si improvvisano.

In base alla nostra esperienza siamo giunti alla conclusione che molti aspetti della realizzazione video non possano essere delegati. Ciò non significa che non ci siano altri aspetti che invece restano condivisibili. Ma al di là della squadra tecnica, c'è la possibilità di collaborare in modo aperto e di confrontarsi con l'esterno? Abbiamo iniziato ad identificare una serie di ruoli che permettono una costruzione proficua del video e che qui descriviamo:

- **Realizzatori:** sono le persone che apportano competenze specifiche per l'elaborazione del progetto.
- **Esperti:** (Fase di ricerca): sono le persone competenti della materia (sul software libero o su uno specifico software). Essi forniscono - o aiutano a scovare - le informazioni necessarie e aiutano a superare eventuali incertezze sui contenuti; successivamente controllano che la sceneggiatura sia corretta dal punto di vista dei contenuti.
- **Supervisor di sceneggiatura:** sono coloro che si preoccupano di migliorare la sceneggiatura dal punto di vista della comunicazione. Correggono gli errori di grammatica, trovano frasi più eleganti, controllano che il messaggio sia chiaro e originale.
- **Supervisor grafici:** supervisionano lo storyboard, le immagini, la parte più grafica del video (colori, ritmi,...)
- **Traduttori:** sono coloro che traducono i sottotitoli, registrano le tracce audio per il doppiaggio o, addirittura, doppiano loro stessi l'audio del video.
- **Portavoce:** sono le persone che aiutano nella distribuzione del video. Bloggers, giornalisti o ricercatori di contatti.

In generale, possiamo concludere dalla nostra esperienza, che la collaborazione aperta non fa guadagnare tempo e non riduce necessariamente i costi di produzione. Richiede infatti tempo aggiuntivo, necessario per la gestione delle collaborazioni, le eventuali discussioni dovute alla diversità di visioni, i tempi della comunicazione interna. Ma sicuramente porta ad un risultato migliore, perché più teste pensano meglio di una: il confronto da forza al risultato. La partecipazione

al progetto consente inoltre di condividere gli obiettivi del percorso e rafforza il senso di appartenenza ad un progetto comune: chi ha collaborato sente - a ragione - il prodotto finale un po' suo e partecipa anche alla sua diffusione. Questa produzione partecipata si aggancia al concetto di "prosumer", dove i produttori/collaboratori del video sono anche gli utilizzatori/consumatori del risultato finale.

A questo proposito non possiamo non affrontare il tema della licenze libere. Optando per le ormai conosciute Creative Commons, va prevista la possibilità dello sfruttamento commerciale, che è un evidente incentivo alla collaborazione. Rimane un margine di discussione invece riguardo all'utilizzo o meno del vincolo della viralità ("Condividi allo stesso modo"). Le possibilità di rielaborazione di un prodotto video articolato non sono molte, ma ci si può chiedere: se una rete televisiva nazionale integrasse alcune parti del nostro video in un loro prodotto non rilasciato liberamente, non sarebbe comunque conveniente, in termini di immagine, per la promozione del software libero? Questo era stato il ragionamento alla base della serie π -Videblog rilasciata con licenza Creative Commons "Attribuzione".

Con il Cantiere invece abbiamo optato per la viralità pura CC "Attribuzione - condividi allo stesso modo". In sé, visto che utilizzavamo MediaWiki, abbiamo cominciato a rilasciare i testi con la GFDL, nella speranza di salutare, come poi è successo, la convergenza delle licenze GFDL e CC "Attribuzione - Condividi allo stesso modo".

A febbraio scorso siamo stati contattati da un centro di ricerca di Bologna, Scierter, che su incarico dell'Institute for Prospective Technological Studies (uno dei sette istituti del Joint Research Centre della Commissione Europea), stavano conducendo una ricerca per studiare come l'apprendimento avesse luogo nelle community non espressamente create a scopo di istruzione / formazione / training. Il loro interesse era per le dinamiche indirette di apprendimento e il Cantiere rientrava come uno dei casi analizzati. Per noi e per chi con noi ha collaborato è stato un piccolo grande successo, perché in qualche modo sono state riconosciute delle potenzialità e una legittimità al nostro progetto. Ciò che sembra sia scaturito dall'analisi è che la nostra piccola community è basata principalmente sulla condivisione di principi di fondo, sulla volontà di fare qualcosa di socialmente utile e sulla fiducia reciproca nel nostro impegno e nelle nostre capacità. Questi aspetti evidenziano però anche come la community manchi ancora di quelle caratteristiche tipiche delle community evolute: l'assoluta orizzontalità fra i componenti (allo stato attuale molto è incentrato sulla figura di Christian) e la macchinosità dei processi di collaborazione che azzerano uno degli elementi fondamentali della vitalità delle community: l'aspetto ludico (della serie: "nel Cantiere non ci si diverte, si lavora seriamente").

3.4 Modello di business: come finanziare la produzione?

Negli ultimi due decenni, diverse innovazioni tecnologiche hanno completamente rivoluzionato il mondo della produzione video, riducendo drasticamente i costi e fornendo a chiunque mezzi professionali in grado di realizzare prodotti di qualità (videocamere digitali, computer potenti, programmi di grafica e montaggio avanzati). Nello stesso tempo, la nascita e lo sviluppo di internet hanno offerto un nuovo e potentissimo canale di distribuzione. A questo punto, è diventato economicamente sostenibile considerare la comunicazione attraverso il video rivolta anche ad un pubblico più ristretto e mirato, a target specifici e non solo concentrato su prodotti "di massa" (Concetto della Long Tail).

Ancora troppo spesso però, si incorre nel malinteso che la produzione video di qualità sia diventata a costo zero e alla portata di tutti. Se da un lato si è avuta una crescita esponenziale delle produzioni video amatoriali e semi-professionali, la stragrande maggioranza di questi prodotti non raggiunge livelli accettabili di qualità. La produzione video rimane un'operazione complessa che deve essere strutturata e pianificata, che necessita di specifiche competenze tecniche e artistiche e che dunque mantiene, seppur ridotti, dei costi.

Nello stesso tempo il software libero porta con sé un approccio culturale aperto, disponibile che, traslato al mondo del video, implica l'utilizzo di licenze aperte. Ma come sposare le licenze aperte con

la sussistenza finanziaria della produzione video? Abbiamo provato ad elencare una serie di modalità di finanziamento che non necessariamente si escludono a vicenda.

- Attivismo: Gli stessi produttori si autotassano o mettono a disposizione gratuitamente le proprie competenze per realizzare un video che ritengono socialmente utile. Rientrano qui tutte le produzioni basate sul volontariato e le donazioni.
- Sponsorizzazione: Quando è un ente pubblico o un'azienda a finanziare un dato prodotto socialmente utile, senza contare troppo al ritorno di immagine, si è di fronte ad un certo tipo di filantropia. Non sono i produttori che pagano, ma terzi che riconoscono il valore sociale dell'azione intrapresa dai produttori.
- Pubblicità: Essenzialmente la pubblicità è una forma di parassitismo; si sfrutta l'aggancio comunicativo di un messaggio (spesso gratuito) per veicolare un proprio brand, un servizio o un prodotto (pubblicità "embeddata"). Questa categoria comprende anche la possibile presenza di un editore che recupera i costi di produzione attraverso l'inserzionismo pubblicitario.
- Vendita: Quando a pagare è lo spettatore, che non necessariamente compra il prodotto (visto che è libero), ma potrebbe ritrovarsi a comperare un supporto (un DVD) oppure un adattamento del prodotto (customizzazione).
- Autopromozione: Quando a pagare è chi realizza il video. Questa situazione si crea nel caso in cui chi realizza il video sia interessato a promuovere le proprie competenze nella realizzazione di un certo tipo di format video.

Tornando alla nostra esperienza, abbiamo realizzato la prima serie video grazie ad una sponsorizzazione: Arcoiris.tv (una web tv che non contiene pubblicità). Per le PinGuide invece ci siamo basati sull'attivismo (i video sono stati finanziati dall'Italian Linux Society). I prossimi si baseranno in parte sull'attivismo, in parte sull'autopromozione, visto che nel frattempo abbiamo avviato un'attività di consulenza nella realizzazione di prodotti video per il web.

Con la soluzione "Pubblicità" si pone chiaramente la questione etica (non tutte le aziende possono davvero essere in sintonia con il discorso del software libero). Inoltre sono necessarie delle risorse per contattare gli inserzionisti a cui si deve dimostrare di raggiungere un certo numero di potenziali clienti. Nel caso della vendita di gadget, bisogna invece specializzarsi nella produzione (e dunque anche nella vendita) di particolari prodotti (ad esempio i DVD): basta pensare alla burocrazia dei bollini SIAE per perderne la voglia. Le customizzazioni sono poi comunque limitate, a meno che non si decida di uscire con delle versioni "crippled" (deformate con loghi, a bassa definizione, ecc.), per poi vendere delle versioni "full".

4 CONCLUSIONI

In conclusione, partendo dalla nostra esperienza, crediamo che la realizzazione di video divulgativi possa essere molto utile nella diffusione del software libero. La produzione di un video però richiede tempo ed energie e dunque bisogna innanzitutto definire bene gli obiettivi, il target, il messaggio, i canali di distribuzione.

Rimangono comunque aperte alcune criticità su cui è importante perlomeno riflettere: bisogna usare solamente software libero nella produzione del video? E' possibile realizzare il video in modo davvero aperto e collaborativo? Come finanziare la produzione?

Link utili

Biasco, C. e Terri, F. (2007). Lo gnu, il pinguino e il cerbiatto esuberante (Video),

<http://biasco.ch/videoblog/vbp4>

Biasco, C. et al. (2008). Firefox: il browser di fuoco (Video), <http://biasco.ch/pinguide/pge1>

Biasco, C. et al. (2008). Thunderbird: il rapace delle mail (Video), <http://biasco.ch/pinguide/pge2>

Bottà, G. (2008), Online la divulgazione è un Cantiere aperto. Punto Informatico. 7 novembre,

<http://punto-informatico.it/2466343/PI/Interviste/online-divulgazione-un-cantiere-aperto.aspx>