

*Gentile famiglia, ecco il Suo*  
**BOLLETTINO  
UFFICIALE  
MUNICIPALE**

anno 25 | numero 7 | **LUGLIO** 2018



CITTÀ DI SAN BENEDETTO DEL TRONTO



SANDREA BLU



# Internet per le nonne

## I mostri, I nuovi mostri, I nuovissimi mostri

di Antonio Prado\*

Due lauree, master universitari, corsi di perfezionamento sbandierati a destra e a manca. Per cosa? Tanto, tranne il manipolo di *aficionados*, nessuno se li fila questi mostri.

Bastano invece un po' di parlantina e una cospicua dose di simpatia per riuscire a influenzare milioni di giovani persone nel mondo; e, buttalvi via, racimolare alcuni sacchi di denaro.

Abbiamo cominciato a scoprire il profilo dello youtuber. Ho appena fatto in tempo a intravedere il fumetto d'improvviso spuntato sopra la testa di alcune accanite lettrici: "Youtuber! Chi era costui?"

Domanda senz'altro pertinente, visto che parliamo di un termine nato da meno di dieci anni e confinato ai contesti virtuali di Internet.

Tutto ha inizio nel 2005 quando tre ragazzi statunitensi fondano *YouTube*, una piattaforma *on-line* sulla quale chiunque può condividere filmati su Internet. Dopo poco più di un anno se ne appropriò *Google*, il colosso delle ricerche sul *web*, per un miliardo e seicento milioni di dollari americani.

Ecco alcuni numeri per inquadrare il fenomeno: nel 2006 vengono inseriti circa 65mila filmati al giorno e visualizzati 100 milioni di volte al giorno, cifra che nel 2010 cresce, cresce e cresce fino a 14 miliardi di volte al giorno.

E ancora, nel 2011 si osserva che sulla piattaforma vengono caricate, ogni minuto, 48 ore di video che diventano 60 nel 2012, 100 nel 2013, 400 ore al minuto nel 2017.

Ora, pensiamo ai programmi televisivi: in Italia se ne decreta il successo in base al numero di telespettatori che li seguono. Ecco, secondo l'*Auditel* che per mestiere fornisce questi dati, la trasmissione più seguita di sempre è la partita Italia-Argentina del 3 luglio 1990, semifinale dei mondiali di calcio, con circa 27 milioni e mezzo di spettatori.

I divi di quell'avventura che ancora oggi a distanza di ventotto anni ricordiamo sono: Zenga, Baresi, Bergomi, Maldini, Mancini, Baggio, Schillaci, Vialli ecc.



disegno di Belinda Menzietti

Facciamo adesso le dovute proporzioni e prepariamoci a leggere le prestazioni del sito [www.youtube.com](http://www.youtube.com): 800 milioni di visitatori unici al mese. Volete anche sapere quali sono i nuovi divi? *PewDiePie*, *Jeffree Star*, *Logan Paul*, *Jake Paul*, *Manny MUA*, *FaZe Banks*, *Erika Costell*, *Tessa Brooks*, *James Charles*, *Alissa Violet*, *The Dolan Twins*, *Rice Gum*, *Jaclyn Hill*, *Kylie Jenner*.

Come, non li conoscete? *Jeffree Star* a esempio ha pubblicato un video visualizzato circa 13 milioni di volte con un guadagno di oltre 20mila dollari, oppure *PewDiePie* che, secondo la rivista *Forbes*, si è meritato nel 2016 circa 15 milioni di dollari.

Forse conoscerete i più famosi *youtuber* italiani: *Marzia*, seguita da oltre 7 milioni di persone, *Favij* da 4 milioni e mezzo di seguaci, *iPantellas* 3 milioni, *MeControTe* con circa 2 milioni e mezzo di simpatizzanti. Uno degli ultimi in classifica è *Frank Matano*, con un milione e 2centomila iscritti che oggi è un personaggio televisivo, attore e doppiatore.

Perché ciascuno di loro riesce a catalizzare l'attenzione degli adolescenti più di Roberto Baggio?

I miei consulenti Federica, Giorgia, Cristiano, Maria Vittoria, Lorenza e Paolo (che ovviamente ignorano chi sia Roberto Baggio), tanto giovani quanto esperti, hanno risposto: "Poiché sono divertenti", "Sono persone reali", "A differenza dei

telematrimoni, i loro video sono ogni giorno diversi", "I loro filmati sono uno svago", "Mostrano giochi e trucchi".

Dunque in una parola, intrattenimento futile. Sul pianeta Internet, grazie a YouTube, chiunque può diventare qualcuno. Tutti possono darsi una *chance* per essere famosi, famosissimi e ricchi, senza necessariamente studiare recitazione o essere giornalisti o avere un contratto da presentatore televisivo o giocare a calcio in serie A.

Se da una parte il fenomeno è osservato per la sua imprevedibilità, rapidità, per la democraticità del gradimento da parte degli internauti, dall'altra verrebbe da chiedersi perché i nostri figli e nipoti ricerchino, sempre più, svaghi virtuali spesso senza qualità, costruiti da ragazzi che semplicemente raccontano davanti alla telecamera come hanno trascorso il pomeriggio precedente o che si riprendono mentre giocano ai *videogame* o che si truccano il viso in diretta sul *web*.

Vi lascio con questo profondo interrogativo e mi fido a trasmettere su *YouTube* il video dove racconto come ho sbucciato la mela del pranzo.

Nel prossimo numero vi scriverò di: Intelligenza artificiale

\*Giornalista, Chief Digital Officer Servizio Infrastrutture Digitali