

Gentile famiglia, ecco il Suo

BOLLETTINO UFFICIALE MUNICIPALE

anno 26 | numero 3 | **MARZO** 2019



CITTÀ DI SAN BENEDETTO DEL TRONTO



SANDRICA BLU

ph. Piera Seghetti



Internet per le nonne

Un'altra meteora nel cielo di Internet

di Antonio Prado*

Care nonne, parlare di Internet significa anche trattare di fenomeni effimeri, cioè mode passeggere nate poco fa e destinate a durare giusto il periodo di un abbonamento in palestra.

Perché? L'osservazione dei singoli mutamenti di un sistema complesso come quello della grande Rete ci aiuta a valutarne l'evoluzione e, ai più attenti, consente di prevedere le future mosse.

È la volta di una APP tutta cinese, *Tik Tok*, che a luglio dello scorso anno veniva usata da mezzo miliardo di persone in tutto il mondo. Il contesto è quello dell'intrattenimento soprattutto rivolto a giovani e giovanissimi: l'applicazione permette di creare brevi filmati da quindici secondi ciascuno e pubblicarli su un enorme album popolato dalle creazioni degli altri milioni di utenti.

Ciascun corto può ricevere il gradimento degli spettatori e dunque il sistema *Tik Tok* crea poi una specie di classifica dei video più popolari che hanno riscosso il maggior consenso da parte del pubblico.

Facciamo qualche esempio: due dita che per quindici secondi accarezzano il ventre di un riccio con una bella canzone di sottofondo; questo *Tik Tok* ha ricevuto un milione di cuoricini e dunque, immaginiamo, sia stato visualizzato molte più volte.

Altro filmato da oltre tre milioni e mezzo di cuoricini ritrae un ragazzo che, in meno di dieci secondi, riesce a ingurgitare, con due bacchette, un piatto di circa duecento grammi di spaghetti e due uova sode intere senza sottofondo musicale, con l'audio originale del tranquigiare.

Inoltre c'è un fiume di adolescenti che si riprendono mentre cantano in *playback* una canzone compiendo smorfie o balletti, sempre in quindici secondi, vestendo strani costumi o con stravaganti acconciature.

Devo dire che alcuni *Tik Tok* sono belli, idee artistiche condensate e interpretate da persone qualunque che evidentemente trovano



disegno di Belinda Menzietti

in questo mezzo un modo per esprimersi in nuovi contesti originali per forma e sostanza. Ora, tralasciando la prestazione dell'idrovora umana, più adatta al Guinness dei primati che a essere classificata come una forma di comunicazione. Trascurando pure la tenerezza del riccio che si prende le coccole e in genere tutte le azioni che richiedono abilità o doti sportive; ignorando tutti i filmati senza né capo né coda, possiamo rintracciare nel *mare magnum* dei milioni di video, alcune gemme interessanti.

Innanzitutto osserviamo una straripante presenza di autori (e attori) asiatici i quali riescono a sdoganare, a favore degli spettatori occidentali, una loro comune gestualità che sa di inconsueto. E poi l'aspetto, soprattutto delle adolescenti, risulta strano e per certi versi accattivante.

Si presentano in video con occhi tondi, anziché con l'epicanto (cioè la piega cutanea che si trova sopra l'occhio davanti alla palpebra) tipico delle popolazioni asiatiche. Altra stranezza è l'enormità delle pupille, pare ottenuta dall'applicazione di particolari lenti a contatto.

La sensazione che ricaviamo dall'osservazione di questi volti per tre manciate di secondi è quella di un misto tra realtà e anime

(film d'animazione derivati dai *manga*, fumetti giapponesi). Più precisamente la somiglianza è con lo stile *chibi*, una parola giapponese che descrive letteralmente una cosa, un animale o una persona di piccole dimensioni con delle caratteristiche però esagerate: come la grande dimensione degli occhi e delle pupille, l'acconciatura dei capelli che contribuisce a far sembrare più grande la testa rispetto al resto del corpo.

Insomma, personaggi dei cartoni animati che, in carne e ossa, cantano, ballano e gesticolano vestendo i panni di sorridenti ragazzine su *Tik Tok*. Un fenomeno destinato sicuramente a sfumare nei prossimi mesi ma che ha di sicuro creato le basi per lo sviluppo di una nuova forma di comunicazione, talvolta artistica.

Il tutto va in direzione di una inevitabile contaminazione di stili, gesti, parole e forme. Il primo che nei prossimi mesi riuscirà a cogliere e a soddisfare questa esigenza, attraverso una attività su Internet, diventerà famoso e, forse, miliardario.

Nel prossimo numero vi scriverò di: NoMofobia

*Giornalista, Chief Digital Officer Servizio Infrastrutture Digitali