

Sono loro l'avanguardia,
i più seguiti sul web,
i più innovativi, in grado
di influenzare i gusti,
di creare mode, di attirare
milioni di giovanissimi
inarrivabili per tv e vecchi
media. Sono gli You
Tubers. Ecco i talenti
che dominano la Rete

I social guru

ROBERTO SAVIANO

LCRITICO più ascoltato d'Italia fa solo video sul web, i nuovi comici più seguiti fanno game play da milioni di visualizzazioni, le prove artistiche di web series migliori sono su Youtube. L'Italia più seguita e più innovativa genera sul web. Esistono ragazze e ragazzi giovani, anzi giovanissimi, in grado di influenzare i gusti, creare seguito, fare intrattenimento, infor-

mazione, persino critica cinematografica in maniera del tutto diversa attirando centinaia di migliaia di spettatori.

Gli YouTubers sono creatori e fruitori di contenuti che influenzano assai più di editorialisti e tra-

smissioni televisive che noi crediamo consolidate e inarrivabili. Parlano a un pubblico giovane (ma non solo) e diventano spesso vasi comunicanti con ciò che accade all'estero. Eppure in Italia siamo ancora legati alla diffusione tradizionale di qualsiasi tipo di

informazione e di inserzione pubblicitaria. Ci stupiamo poi della scarsa viralità di messaggi che ci appaiono invece fondamentali, ma non ci rendiamo conto che stiamo sbagliando il mezzo attraverso cui comunicare, che stiamo facendo arrivare il nostro messaggio a un numero esiguo di persone, perché tutto il resto, gli utenti più attivi, guardano e agiscono altrove. Guardare e agire sono in questo contesto due aspetti inscindibili. Non è possibile fruire senza essere a propria volta creatore di contenuti, non è contemplata l'osservazione passiva, senza interazione. Questa è la vera rivoluzione, questo rende inaccettabile, per chi è abituato ad avere spazio, a contare qualcosa, l'utilizzo di media tradizionali per informarsi o intrattenersi.

Paola Marinone, 35 anni, fondatrice di BuzzMyVideos, tra i principali network internazionali che riunisce molti creatori di video su YouTube, dice: «I giovani tra i 13 e i 20 anni non leggono i giornali e guardano la tv quasi esclusivamente per commentarla sui social network. Questi giovani sono sul web e la maggior parte di loro si informa usando YouTube, che offre un'informazione veloce, a più voci, immediatamente condivisibile e commentabile. Non solo utenti, i giovani sono soprattutto produttori di contenuto, veri e propri editori online».

Le nuove generazioni non guardano la tv e non leggono quotidiani, non perché si disinteressino a ciò che accade, ma perché hanno dei canali per reperire informazioni più immediate e sui quali posso avere un ruolo attivo e non solo passivo. Sono questi gli utenti più stimolanti per chi produce contenuti. E la cosa incredibile è che nonostante le visualizzazioni che gli YouTubers fanno, non ci sono gruppi editoriali che si contendono questi talenti che hanno cambiato la comunicazione in Italia.

Solo in Italia YouTube ha circa 20 milioni di utenti unici al mese, un miliardo nel mondo. Oltre 100

Per comunicare oggi
bisogna imparare
ad accogliere questo
nuovo linguaggio

ore di video caricate ogni minuto nel mondo, le iscrizioni giornaliere ai canali sono quadruplicate anno su anno e il 40% delle visualizzazioni arriva ormai da dispositivi mobili (fonte Audiweb). È evidente come il web non sia il futuro, ma già il presente, e alcune storie lo dimostrano. Yotobi, al secolo Karim Musa, classe 1988, sul suo canale YouTube si presenta così: "Se credete che io sia un vero critico cinematografico, vuol dire che il vostro senso dell'umorismo non funziona". Yotobi oggi ha un successo che nessun critico in Italia ha mai raggiunto, cioè centinaia di migliaia di persone che vanno a cercare le sue recensioni prima ancora di leggere quelle sui canali tradizionali. Yotobi registra video di recensioni su film, fa l'analisi dei cartoni animati del passato, suggerisce altri YouTubers da seguire. Se si guarda uno solo dei suoi video e ci si sofferma sul numero di visualizzazioni, si capisce immediatamente cosa fanno i ragazzi sul web e si comprende la diaspora dalla televisione, mezzo ormai troppo vecchio per una generazione che chiede altro. L'unica speranza vera che i media tradizionali hanno è accogliere questo nuovo linguaggio, sforzarsi di trovare una mediazione reale per interessare quella massa di utenti che ora sfuggono e che non avranno nessun motivo per tornare.

Breaking Italy è un trentenne che fa informazione su tutto, dal lunedì al giovedì, non considerando l'interlocutore già preparato sui dettagli. Non dando nulla per scontato, perché non tutti riescono a seguire il filo di ogni discorso e chi riesce a dare un'informazione completa in genere è premiato dai numeri, qualunque sia la sua opinione. Un'informazione che è democratica non solo perché espressione di tutti i punti di vista, ma anche perché mette tutti in condizione di essere informati. Se il tuo interlocutore non lo fai sentire ignorante o idiota, se non sa dove si trova la Siria o cosa sia lo spread, se spieghi tutto in maniera veloce e chiara, non stai abbassando l'informazione al piano infimo, stai conquistando nuovi spettatori.

Questo vale per le news ma anche per il make up, per la cucina, per il game play, per l'entertainment, per lo sport. Si può avere imbarazzo a chiedere come trucarsi un'amica o alla propria madre, ed ecco che i canali su YouTube di make up diventano dei veri e propri catalizzatori di spettatori: Clio Make UP, Mikeligna (art nail), La Cindina, Pepper Chocolate. CutiePieMarzia, Marta Bisognin, italiana, è una fashion blogger, vive a Brighton e

pubblica i suoi video in inglese: ha una community di fan di circa 4 milioni di iscritti. Il mondo dei game play è un universo immenso che raccoglie appassionati di ogni età, estrazione sociale, etnia. Il canale con il maggior numero di iscritti in assoluto al mondo (quasi 29 milioni) è www.youtube.com/PewDiePie e appartiene a un ragazzo svedese (fidanzato di CutiePieMarzia) che si occupa di gaming.

Il game play è interessante perché il mondo dei videogiochi non è un mondo marginale da nerd, ma occasione quotidiana per scaricare stanchezza e tensione, luogo virtuale in cui il senso di partecipazione è agevolato dall'alta definizione e dalle sceneggiature iperrealistiche. I videogiochi contribuiscono a modellare la coscienza politica. Glenn Greenwald, a proposito di Edward Snowden, scrive: "Spesso i videogiochi presentano complessi dilemmi etici da affrontare e stimolano il ragionamento autonomo, specie nei ragazzi che so-

**Luogo virtuale che attrae
per l'alta definizione
e le sceneggiature
iperrealistiche**

no quella fascia d'età in cui si cominciano a mettere in dubbio gli insegnamenti ricevuti". Snowden stesso dichiara di aver preso il coraggio per denunciare la più grande violazione di diritto della storia contemporanea apprendendo proprio dai videogiochi: "Il protagonista è spesso uno come tanti che si trova faccia a faccia con un grave torto compiuto da una forza possente e può scegliere di fuggire impaurito o di combattere per ciò in cui crede. Anche la storia poi mostra che persone dall'apparenza comuni ma decise a perseguire la giustizia possono trionfare sugli avversari più formidabili".

Riuscire a tracciare un panorama esemplificativo del mondo degli YouTubers italiani è impresa impossibile, proverò a raccontarvi chi sono i creatori di contenuti video che considero più significativi per genialità e visualizzazioni.

The Jackal è un collettivo di creativi napoletani autori di cortometraggi surreali e di web series di grandissimo successo (Lost in Google, Gay Ingenui, Vrenzole) che hanno totalizzato milioni di visualizzazioni. Sono tra le esperienze creative europee più originali e hanno un seguito che sarebbe difficile immaginare nella tv di oggi. Ho partecipato agli Effetti di Gomorra La Serie sulla gente #3 e insieme a loro ho riscoperto cosa significhi condividere il divertimento di un'idea. Canesecco — per via di un "pizzettaro" che un giorno indicandolo ha chiesto: «E a 'sto cane secco cosa gli diamo?» — inizia a usare la telecamera a 8 anni e su YouTube è una celebrità. Il suo primo successo è "Complicità" parodia di "Sincerità" di Arisa. Frank Matano è un vero e proprio mito. I suoi scherzi telefonici, i suoi peti sulla gente, i suoi video da game player hanno raggiunto oltre 60 milioni di visualizzazioni. Ha fatto film e lavora in tv, ma il web è la sua dimensione ottimale. Willwoosh in Italia è stato tra i primi a creare parodie di film. Protagonista di "10 regole per farla innamorare", ha scritto un libro e conduce su Radio DeeJay "A tu per Gu". Daniele Doesn't Matter ha iniziato con video comico-satirici ed è tra i 5 YouTuber più famosi in Italia. Ha superato i 459.000 iscritti, ha più di 35 milioni di contatti e una media di 250 mila visualizzazioni per video.

Clio makeup è un fenomeno incredibile. Originaria di Belluno, Clio si trasferisce a New York dove frequenta un corso professionale per make-up artist. Timidamente inizia a caricare su YouTube dei video in cui spiega le lezioni cui ha assistito. Il successo è im-

I PERSONAGGI



THE JACKAL

The Jackal è un collettivo di creativi napoletani autori di cortometraggi surreali e di web series di successo (Lost in Google, Gay Ingenui, Vrenzole) con milioni di fan



MIKELIGNA

È la nail artist più famosa del web, su youtube è diventato un autentico fenomeno il suo marchio di creatività negli smalti per unghie



FAVIJ

Game player, è lo YouTuber italiano più seguito, nickname di Lorenzo Ostuni, 19 anni da Borgaro Torinese, è stato premiato per i suoi video demenziali

mediato e cresce di giorno in giorno. Pupa realizza una sua linea cosmetica, pubblica due libri con Rizzoli e mobilita centinaia di persone ogni volta che prende parte a eventi pubblici. Dany Brogna, originario di Lecce ma vive a Milano, fa parodie di canzoni rivisitate in chiave ironica e ha oltre 20 milioni di visualizzazioni. Giallo Zafferano non ha bisogno di presentazioni, eppure la sua storia vale la pena raccontarla. Francesco è un commercialista che decide di aprire un proprio sito per fornire informazioni di natura finanziaria. Il progetto ha un discreto successo e gli fa capire le opportunità del web. Conosce Sonia Peronaci, appassionata di cucina, e insieme decidono di aprire il primo blog di cucina italiano. Giallo Zafferano oggi è uno dei canali culinari di maggior successo su YouTube. Ha uno studio di registrazione a Milano e numerose persone che collaborano alla realizzazione dei video. I ricavi derivanti da YouTube li aiutano a portare avanti quella che è a tutti gli effetti un'attività di business.

Claudio di Biagio (Non aprire questotubo) inizia invece con le parodie di film poi con Canesecco e Willwoosh realizza "Freaks!", la prima web series italiana completamente indipendente che arriva al grande pubblico con più di 8 milioni di visualizzazioni e spettatori.

Ma non c'è spazio solo per l'intrattenimento. Maha Yakoub (learnarabicwithmaha) vive a Livorno e su YouTube insegna arabo, ebraico e inglese. Il video "Merry Christmas in Arabic" postato nel 2009 ha fatto oltre 800.000 visualizzazioni in pochissimi giorni. Favi (game player) è lo YouTuber italiano più seguito, nickname di Lorenzo Ostuni, 19 anni da Borgaro Torinese, è appena stato premiato per i suoi video demenziali. Homyatol è un pranker, ovvero creatore di candid camera. Il suo canale ha 257 mila iscritti e oltre 16 milioni di visualizzazioni. E poi

c'è Edoardo Ferrario geniale creatore della web series "Esami", divertentissima critica alle università italiane, non risparmia nessuno, studenti e professori, tutti possono riconoscersi.

Ma che impatto hanno il mondo del web e i suoi numeri giganteschi sui media tradizionali? Sulla tv sembra nessuno. Un discorso diverso va fatto per il mondo dell'informazione a caccia costante di click per attrarre investitori. Quindi, all'emorragia di lettori/fruitori non si risponde con la creazione di piattaforme che possano attrarre per i loro contenuti nuovi lettori, ma ci si affanna a cercare il click abbassando il livello dell'informazione, puntando sulla velocità piuttosto che sull'approfondimento. Il risultato è che si perde credibilità, il vero capitale costruito negli anni, senza acquistare lettori. Ma la differenza fondamentale tra televisione, siti di informazione legati a media tradizionali e web è che in Italia acquistare spazi pubblicitari spesso è un modo per condi-

"Affrontare i dilemmi etici e cercare giustizia" Snowden e la lezione dei videogame

zionare e per non farsi attaccare: o paghi il banner o ti ritrovi attaccato con qualche idiozia appena plausibile. A questo si aggiunge la prerogativa della maggior parte del giornalismo web che, per essere veloce, smette l'approfondimento, va verso l'errore con disinvoltura perché la verifica diventa un intralcio. Ovvio che non tutta l'informazione presente sul web risponde a queste logiche. Ma in questo panorama gli YouTubers costituiscono l'avanguardia, saranno i vincenti di domani perché il loro mondo non si fonda sulla diffamazione, ma sui contenuti. E i contenuti pagano.

© RIPRODUZIONE RISERVATA