

STORIES FESTIVAL, O DELLA DISTANZA SIDERALE TRA DUE GENERAZIONI

12 Novembre 2021



L'AQUILA – Ieri all'Aquila si è tenuto lo **Stories Festival**, un evento che ha visto coinvolti i più importanti influencer italiani. Già dalla definizione sappiamo che questo articolo lo scriverà un boomer, oggi parlare di influencer è riduttivo, a tratti anche offensivo, per una categoria di persone che è a tutti gli effetti quella di content creators, indipendentemente dalla piattaforma e indipendentemente dai media sui quali i loro contenuti viaggeranno.

La riuscita dell'evento è stata evidente e la partecipazione entusiasta e numerosa del pubblico è il dato più rilevante rispetto ad un evento, in città, che non ha quasi per nulla cavalcato i classici sistemi di diffusione. L'altro aspetto rilevante è stato vedere come i ragazzi dai venti anni in giù fossero non solo i veri fruitori, ma le persone più informate e appassionate, accompagnati dai genitori, dai quaranta in su, che partecipavano con quell'atteggiamento disorientato di chi ha sotto gli occhi l'evidenza di stare assistendo a qualcosa di importante senza però capire come un argomento quale i social network, tra l'inutile e il dannoso nell'immaginario collettivo, potesse avere una ricaduta reale così potente e così simile agli eventi che noi consideriamo importanti.

Le considerazioni sul pubblico, mi si vorrà perdonare, sono fatte ai fini del ragionamento e non con precisione statistica, mi vogliano scusare quindi le eccezioni over trenta, tra cui chi scrive. Questo mondo “nascosto”, che conosciamo solo come le “scemenze” che guardano i nostri figli su *Youtube*, è davvero così nascosto, piccolo e irrilevante come ci appare?

In maniera impropria, ma del tutto esemplificativa, riporto un dato macroscopico: il Tg1 nel 2020, come telegiornale più seguito in Italia, ha una media di ascoltatori, nell’edizione delle 20,00, la più seguita, di circa 5.000.000 di telespettatori, i video sui canali *Youtube* dei quattro ospiti più famosi presenti ieri a L’Aquila (Jakidale, Progetto Happiness, Giovanni Fois, Emalloru) hanno una media di 1.300.000 visualizzazioni, senza contare che tutti lavorano stabilmente almeno su 3 piattaforme (*Instagram*, *Youtube* e *Twitch*).

Il paragone ci rende quindi un quadro in cui una generazione (quella dei “genitori”), è quasi completamente tagliata fuori da un mondo che ha un dato quantitativo più che paragonabile ai mezzi di informazione televisivi, impietosamente superiore ai giornali cartacei, anche quelli on line nella maggior parte dei casi, e con una complessità di contenuti che rende il giudizio tranchant dei “boomer” di *Facebook* ingiusto e riduttivo.

Parafrasando un vecchio proverbio non è il media che fa il prete, c’è un pregiudizio oggi, più o meno motivato, che porta le generazioni più vecchie a rimanere ancorate ad un utilizzo dei media tradizionali sempre meno giustificato. Sarebbe troppo lungo in questa piccola riflessione approfondire l’argomento, è per questo che precorrendo i tempi e interpretando la nostra vocazione di cronaca culturale e di costume, *Virtù Quotidiane* ha aperto una rubrica che esplora, con un linguaggio accessibile per tutti, il mondo inesplorato del web, una sorta di passaggio per gli “Autostoppisti del web”. **Alessandro Minimo**