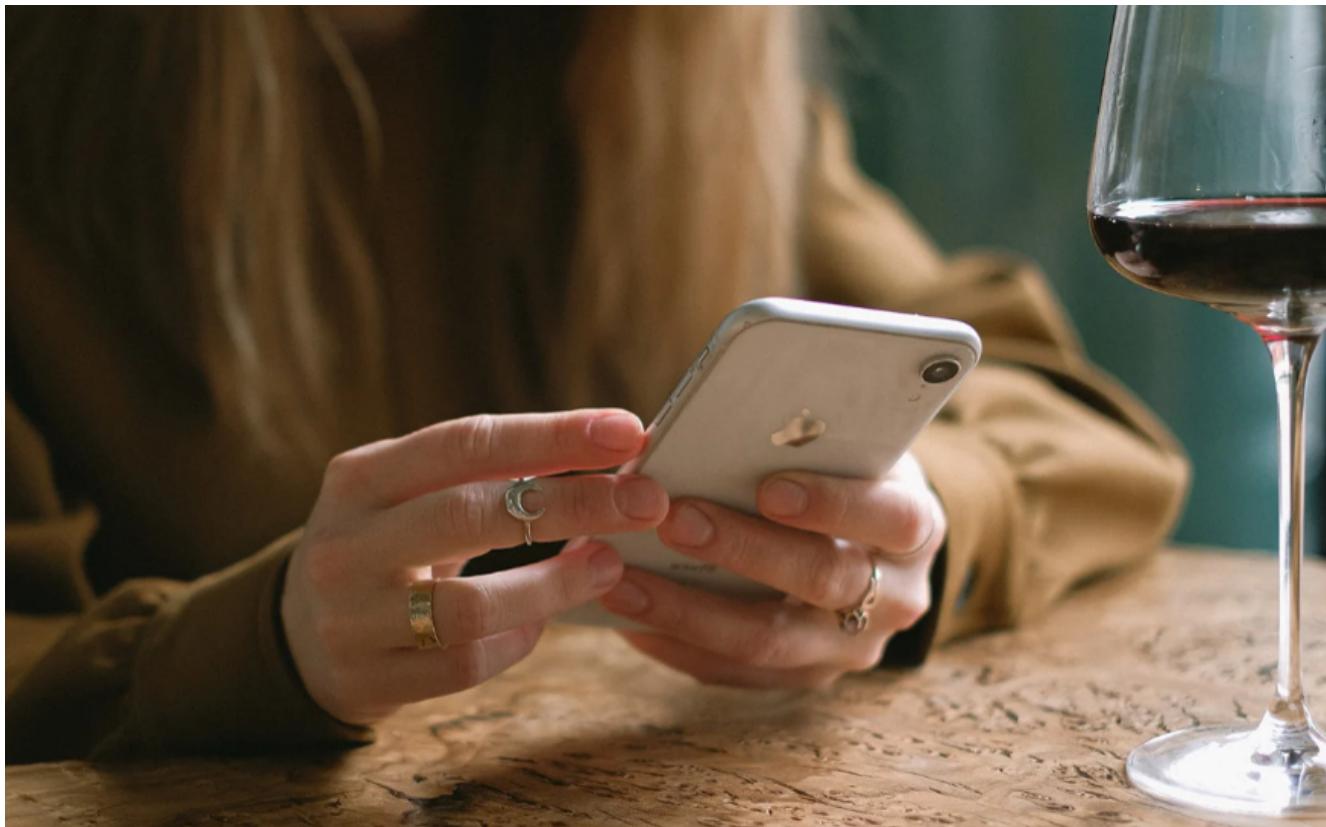


# Vino e digital: cosa butterei di vecchio questo Capodanno? I social media

scritto da Fabio Piccoli | 1 Gennaio 2023



**Domani è Capodanno**, lo spartiacque tra il vecchio e il nuovo anno. Non ho voglia di fare grandi bilanci sull'anno che sta finendo e nemmeno tante previsioni su quello che sta arrivando, anche perché forse rischierei di rovinare la festa a qualcuno.

Vorrei invece rifarmi ad una vecchia tradizione del Capodanno e cioè quella di **scegliere tra le cose vecchie quella da buttare**.

Una tradizione molto curiosa che in alcune aree del nostro Paese è particolarmente sentita. Mi ricordo, ad esempio, un Natale, ormai di parecchi anni fa, **nella splendida Napoli dove vidi lanciare dal terrazzo un vecchio bidet**.

Mi sono chiesto in questi giorni, pertanto: io cosa butterei? E' stato quasi un lampo e **nella mente mi si è accesa una scritta luminosa, a caratteri cubitali: I SOCIAL MEDIA.**

Messa così potrebbe sembrare l'affermazione del solito boomer che ha nostalgia dei vecchi strumenti analogici, quando gli auguri si facevano con una telefonata, quando le riunioni si facevano in ufficio e non davanti ad un video e così via.

In realtà, rispetto a quanto sopra scritto, di vero c'è che **sono abbastanza vecchio o perlomeno sono in quell'età in cui dire che si è maturi è semplicemente un eufemismo.**

Non sono però assolutamente un nostalgico e, almeno tra i miei amici e collaboratori coetanei, sono forse stato il primo ad accogliere con grande apertura, ormai parecchi anni fa, l'avvento dei social media (pur non essendone mai stato un grande fruitore).

Mi sono fin da subito sembrati una grande rivoluzione, frutto della genialità e del coraggio di quegli hippies – come li ha ben descritti il grande **Alessandro Baricco nel suo "The Game"** – che in essi avevano visto **la più grande opportunità di espressione diretta e libera da parte di tutti**, svincolandosi finalmente dai cosiddetti "poteri forti".

Quegli hippies nei garage della Silicon Valley avevano sicuramente questa visione e aspettativa.

Poi, però, le cose sono andate un po' diversamente, o almeno è quello che penso e mi sembra pensino sempre di più le nuove generazioni, **a partire da quei giovani compresi tra i 18 e i 25 anni.**

Tutte le indagini di questi ultimissimi anni, infatti, raccontano in maniera molto cruda che **questi giovani non guardano più ai social media come chi li aveva preceduti**. Al punto che non sono pochi gli analisti che parlano di "fine" dei social media, almeno del modello che abbiamo conosciuto

fino ad oggi.

Per questa ragione, posso dire che, questo Capodanno, **non sarò il solo a buttare dal metaforico balcone i social media, ma saremo probabilmente tantissimi a livello planetario.**

**Ma perché abbiamo deciso di buttarli in così tanti?** Domanda ovviamente difficile alla quale rispondere, ma in aiuto mi sono venuti circa 150 ragazzi (tra i 20 e i 25 anni) che ho intervistato in quest'ultimo mese di dicembre. Sono i miei studenti dei corsi ITS, percorsi di specializzazione tecnica post-diploma, dove inseguo marketing dell'agroalimentare da una decina d'anni.

Ebbene, a loro ho posto una semplice domanda: "Quanto siete coinvolti con i social media, escludendo il cosiddetto "cazzeggio" (tipo guardare su YouTube le presse che schiacciano palline da tennis)?". Per essere più chiaro, ho aggiunto: "Seguite sui social media contenuti riguardo, ad esempio, prodotti o servizi a cui siete interessati? Tipo vino, gastronomia, o anche semplicemente scarpe, moto, auto?". **La risposta è stata quasi univoca ed è stata un "assolutamente no".**

E' chiaro che non potevo fermarmi solo davanti a questo no e allora **ho chiesto loro le ragioni di questo distacco dai social.** Le ragioni si possono catalogare in due grandi macro categorie: **ripetitività dei contenuti (noia); inaffidabilità, poca credibilità, scarsa autenticità dei contenuti.**

In sostanza, se gli ormai vecchi hippies avevano pensato a strumenti che avrebbero reso tutti più liberi, il loro sogno si è frantumato quando si è capito il business che avrebbe generato la comunicazione tramite i social media. E la fine della possibilità di **far apparire chiaro ciò che è frutto di libertà e ciò che invece è frutto di pagamento** ha generato un corto circuito che oggi potrebbe diventare fatale per i social come fino ad oggi li abbiamo vissuti.

Non solo: molta di questa se non morte, grave crisi dei social media è indubbiamente dettata dal **mare di contenuti tremendamente noiosi, insignificanti, privi di personalità** che produce ogni secondo.

**E la noia è un'arma letale in particolare proprio per queste giovani generazioni** e probabilmente lo sarà ancora di più per quelli che oggi sono bambini e che sono abituati ad un costante bombardamento di stimoli per tenerli accesi (parlo per esperienza diretta al riguardo).

Ho chiuso l'indagine con i miei giovani studenti con una domanda che era una sorta di "prova del nove": **"A chi di voi piacerebbe diventare un influencer?"**.

Solo uno ha alzato la mano, ma la classe si è messa tutta a ridere e quando ho chiesto loro il perché di quella risata mi hanno risposto: "Ma lui è vecchio, ha 28 anni!".

**Tanti auguri per un 2023 ricco di tante soddisfazioni, di tanto senso, di pochissima burocrazia e, soprattutto, di belle relazioni positive (possibilmente con una buona bottiglia di vino da condividere).**