

■ Nessun tweet? Nessun post? Niente mentions? Neanche un fan o un follower? Nemmeno un like? Ah, allora, il programma proprio non esiste. Non è cool. Non è moderno. Fa parte della vecchia tv, quella degli anziani che ancora dicono «metti sul primo». Insomma, ormai se non è «social», la tv non è. Perché la schiera degli spettatori che commentano in diretta su Facebook o su Twitter le trasmissioni sta aumentando in maniera esponenziale. E ormai pochi spazi televisivi si possono chiamare fuori dal fenomeno. In pratica è come se ci fosse un immenso bar virtuale dove ognuno può dire la sua, una parola intelligente, come pure una gran cavolata. Tutti opinionisti in tempo reale, tutti insieme, in condivisione, come quando arrivarono in Italia i primi schermi e la gente si radunava nelle case o nelle trattorie. Pure i divi e i dirigenti televisivi da tempo hanno scoperto il giochino. Per loro è una pacchia: possono avere il contatto diretto con i fan, senza doverli incontrare *de visu*, senza dover stringere mani o fare foto di rito.

E così diventa sempre più interessante leggere le classifiche che certificano quali solo i programmi più «social» e quanti sono gli spettatori «attivi» che riescono a catturare. L'ultimo report di Blogmeter, uno dei servizi di analisi dei social media più accreditati, relativo ai mesi di ottobre-novembre e dicembre, rivela dati interessanti, come si vede bene nel grafico in pagina. In primo luogo che gli show di

NUOVE FRONTIERE L'ampliarsi della partecipazione virtuale

X Factor, Santoro e Report gli show più «social» in Tv

Ormai i programmi basano il loro successo su quanto vengono commentati in diretta su Facebook e Twitter. Ecco le classifiche dei più seguiti sul web

maggior successo in rete restano quelli più giovanili e moderni come *X Factor* e *Masterchef*, ma si trovano anche trasmissioni tradizionali come *La Prova del cuoco* e *Alle falde del Kilimangiaro*. Inoltre vanno fortissimo quelle dedicate all'approfondimento politico (e non eravamo ancora in piena campagna elettorale). In testa alle classifiche ci sono *Servizio Pubblico*, *Re-*

per il duello Renzi-Bersani in onda su Raiuno (131 mila messaggi).

Prendiamo i programmi al top. Cominciamo da *X Factor*, lo show più «virale» che ci sia, grazie certamente alla sfida canora che genera interesse nel pubblico giovane più attivo e al fortissimo lavoro di marketing. Nei tre mesi autunnali ha prodotto ben 630 mila menzioni su

Twitter, di cui 93 mila sull'account ufficiale, con un picco nella serata in cui erano ospiti gli One Direction (115 mila tweet). E su Facebook si arriva a 800 mila interazioni (31 mila reazioni al post sulla vittoria di Chiara). Al secondo posto tra le trasmissioni più discusse c'è *Servizio pubblico* di Santoro. La puntata con ospite Berlusconi del 10 gennaio è stata la più com-

mentata in assoluto da sempre sui social network. In particolare su Twitter 204.636 i cinguettii lanciati, con un picco di 1.885 tweet al minuto. In autunno ha ottenuto oltre 240 mila citazioni (di cui 33 mila dirette all'account) e 390 mila su Facebook. Dove registra ben 256 mila fan.

Insomma, un fenomeno impressionante che, se da una parte non rispecchia certamente il

l'ation - spiega Vincenzo Cosenza, social media strategist di Blogmeter - la diffusione capillare degli smartphone, la voglia innata di commentare e partecipare, una strategia integrata di marketing da parte dei responsabili dei programmi che parte dall'ascolto delle conversazioni in rete e arriva alla gestione in diretta delle opinioni mandandole in sovraimpressione o girando le domande del pubblico agli ospiti presenti in studio. Dunque, la platea social condiziona sempre di più il successo delle trasmissioni. «Basta pensare - riflette Andrea Scrosati, vice presidente Sky e un precursore nel settore - al fenomeno di queste ore, *Masterchef*, di cui si discute non solo durante il programma ma anche nel resto della settimana, condividendo commenti, foto, battute che fanno sentire gli spettatori parte di un unico club di appassionati». E dove si arriverà? «Aumenterà sempre di più l'interazione del pubblico, attraverso sistemi sempre più evoluti di voting, di partecipazione in diretta, dal clapping virtuale che abbiamo introdotto per la prima volta in Italia con *X Factor* alla possibilità di intervenire sull'effettivo svolgimento del programma decidendone da casa gli snodi principali sino a determinarne il finale. Inoltre, in futuro aumenterà in maniera esponenziale la quantità di informazioni, immagini e contributi che arriveranno dal pubblico al programma condizionandolo e diventandone parte integrante».

Insomma, in Tv, o si sarà social o non si sarà.

RECORD ASSOLUTO

La puntata di Servizio Pubblico con Berlusconi ha fatto 200.000 tweet

port e *Che tempo che fa*. Fanno anche ottime prestazioni *Ballarò*, *L'Ultima parola* di Paragone, *Agorà* di Vianello. E pure *Tv Talk* («social» all'apoteosi: un programma che parla di tv commentato dagli spettatori della tv). Altissime punte sono state registrate inoltre per il dibattito a cinque dei candidati alle primarie del Pd avvenuto su Skytg24 (127 mila messaggi) e

IL FUTURO

Scrosati: «Gli spettacoli integreranno i contenuti inviati dagli spettatori»

pensiero dell'intera platea televisiva (ma di quella più importante perché più attiva e giovane), dall'altra è destinato a crescere a vista d'occhio. Basta pensare che gli utenti di Facebook in Italia sono 23 milioni e quelli di Twitter 3,5. Il prossimo banco di prova sarà Sanremo: lo show tv più commentato nei bar (veri).

«Molti i motivi di questa esca-



IL PIÙ CLICCATO La vittoria di Chiara alla finale di «X Factor»

TOP TEN DEGLI SHOW SU FACEBOOK

f	1/10/2012 31/12/2012	Fans (utenti)	Engagement (somma delle interazioni: like, post, share, commenti)
1	Report	597.315	1 X Factor 799.873
2	Che tempo che fa	358.085	2 Servizio pubblico 390.504
3	Servizio pubblico	256.189	3 Report 250.783
4	X Factor	256.189	4 La prova del cuoco 228.858
5	Voyager	130.887	5 Che tempo che fa 170.104
6	La prova del cuoco	106.677	6 Pechino express 162.610
7	Alle falde del Kilimangiaro	96.347	7 Ballarò 140.407
8	Masterchef	83.222	8 Alle falde del Kilimangiaro 120.486
9	Ballarò	75.920	9 Otto e mezzo 52.792
10	Gli sgommati	72.635	10 Masterchef 35.547

Dati elaborati da Blogmeter

L'EGO

TOP TEN DEGLI SHOW SU TWITTER

t	1/10/2012 31/12/2012	Followers (utenti)	Mentions (somma dei tweet, retweet e replay)
1	X Factor	220.619	1 X Factor 93.503
2	Servizio pubblico	140.165	2 Servizio pubblico 33.447
3	Report	75.421	3 L'ultima parola 19.974
4	Che tempo che fa	56.560	4 Agorà 19.173
5	Piazza pulita	44.629	5 Report 18.485
6	Ballarò	44.193	6 Che tempo che fa 16.672
7	Masterchef	19.222	7 Ballarò 14.796
8	Agorà	17.742	8 Pechino Express 12.823
9	Tv Talk	15.504	9 Piazza pulita 9.235
10	L'ultima parola	13.419	10 Tv Talk 8.797

Dati elaborati da Blogmeter

L'EGO