



Stiamo assistendo ad una inversione di tendenza, ad una rivoluzione! Media che tendono ad incrociarsi creando un vero e proprio "raccordo" attorno all'utente, che rimane così coinvolto nelle differenti esperienze mediatiche. Internet che rosicchia alla televisione quote di consumo mediatico pro-capite creando, grazie ai vari siti di video-sharing, veri e propri canali alternativi. Ma la televisione non resta a guardare e, utilizzando una strategia di reverse programming molto interessante, riporta internet verso di essa utilizzando quanto di più innovativo, intrigante e divertente la rete digitale riesce a fornire: i contenuti video virali. E così, invece di gironzolare online alla ricerca dei cortometraggi più divertenti, si può rimanere comodamente in poltrona, utilizzare la vecchia amica TV - aggiornata di satellite - e godere di una selezione divertente e irriverente dei video virali più visti online. È questo l'obiettivo di Totally Viral, il programma trasmesso dal canale satellitare inglese UKTV G2 che da lunedì sera propone ogni giorno il meglio od il peggio, a seconda dei punti di vista, della produzione video della rete internet. Totally viral è naturalmente anche un sito <http://totallyviral.uktv.co.uk/tvshow/> con tanto di community di utenti, in grado votare e di caricare i propri video più divertenti. Una televisione fatta di internet ed una internet fatta di televisione. Sono sicuro che molte generazioni faticano a comprendere appieno questa trasformazione. Media che si integrano scambiandosi i contenuti, rigorosamente prodotti dagli utenti, e che diventano un successo planetario. Per lanciare la nuova programmazione del format televisivo è stata infatti commissionata una ricerca alla nota agenzia virale The Viral Factory, con l'obiettivo di proclamare i 10 video virali più visti di tutti i tempi e le nuove inaspettate star del piccolo schermo. Ecco al classifica: 1 Star Wars Kid (viewed 900 million times) 2 Numa Numa (700m) 3 One Night in Paris (400m) 4 Kylie Minogue: Agent Provocateur (360m) 5 Exploding Whale (350m) 6 John West Salmon Bear Fight (300m) 7 Trojan Games (300m) 8 Kolla2001 (200m) 9 AfroNinja (80m) 10 The Shining Redux (50m) Sebbene i maggiori brand stiano cercando di presidiare questi territori rilasciando divertenti video virali, la maggior parte dei contenuti presenta video unbranded e deve il suo successo ad un mix geniale di ingenuità, ironia, spontaneità e sana follia. Linkografia:

<http://totallyviral.uktv.co.uk/>

[http://www.dailymail.co.uk/pages/dmstandard/article.html?in\\_article\\_id=395777&in\\_page\\_id=1766](http://www.dailymail.co.uk/pages/dmstandard/article.html?in_article_id=395777&in_page_id=1766) <http://news.bbc.co.uk/1/hi/entertainment/6187554.stm> <http://www.theviralfactory.com/>