

quello ufficiale della trasmissione: #GF15, mostra come questa edizione sia stata estremamente controversa. Al riguardo si noti in particolare la vicinanza a #GF15, e le dimensioni, evidenza del significativo numero di citazioni sui social, per #AdiosGF15, piuttosto che #Aida, #IoStoConAida, #AdiosFavoloso, ed altro ancora.

Dinamiche che avevamo già [documentato e commentato](#) all'emergere del fenomeno di dissociazione dagli atti di machismo e bullismo, in particolare nei confronti di Aida Nizar, che avevano, tra le altre cose, portato alla "fuga" degli sponsor della trasmissione. Fuga, che per inciso, si stima abbia comportato una perdita di ricavi compresa tra i due ed i tre milioni di euro.



Ebbene, analizzando e mettendo in relazione il numero di telespettatori delle diverse puntate con le citazioni sui social ed il relativo sentiment [*], le emozioni e le reazioni suscitate, si vede come dopo l'indignazione di un vasto numero di persone vi sia parallelamente un calo di audience televisiva e di citazioni sui social di #GF15, proprio a partire dalla puntata che aveva dato il il peggio della trasmissione con le vessazioni succitate.

Da allora si assiste ad un calo costante, puntata dopo puntata, del numero di telespettatori, che passano dai 4.7 milioni della puntata del 30 Aprile ai 3.4 milioni del 29 Maggio, risalendo, di poco, solo per la finale di Lunedì 04 Giugno.



Dinamica, che seppur con valori assoluti ben diversi, ovviamente, si riscontra anche per quanto riguarda le citazioni sui social che crollano dalle 250mila della puntata con il massimo di ascolti televisivi a 31mila della penultima puntata, per risalire, di pochissimo come l'audience televisiva, per la finale.

Insomma, lo "spett-attore" è sempre più centro di "immagin-

azione”, protagonista della scena digitale ed “influenzatore”, anche, del successo, o dell’insuccesso, come in questo caso, del proposte dei broadcaster. Si tratta, se necessario, della conferma di quanto sia profonda la rivoluzione che ha trasformato la realtà sociale in una “società delle reti”, riprendendo la definizione del sociologo Manuell Castell di esattamente dieci anni fa. Per dirla in una battuta, è [l'onlife](#) bellezza, e non puoi farci niente. Prendere nota.



[*] Dati [Talkwalker](#) con cui DataMediaHub ha una partnership per l’ascolto della Rete

Read

more: <http://www.datamediahub.it/2018/06/06/il-flop-del-grande-fratello-linfluenza-dei-social/#ixzz5LWi4Uo0Z>

Under Creative Commons License: [Attribution Non-Commercial](#)

Follow us: [@DataMediaHub on Twitter](#)