



Che cosa consumano

Fumano perché non sono salutisti per principio. E, come tutti i teenager, bevono alcolici in compagnia.



È l'unico contraccettivo garantitamente efficace ed è a sua misura.



Come si vestono

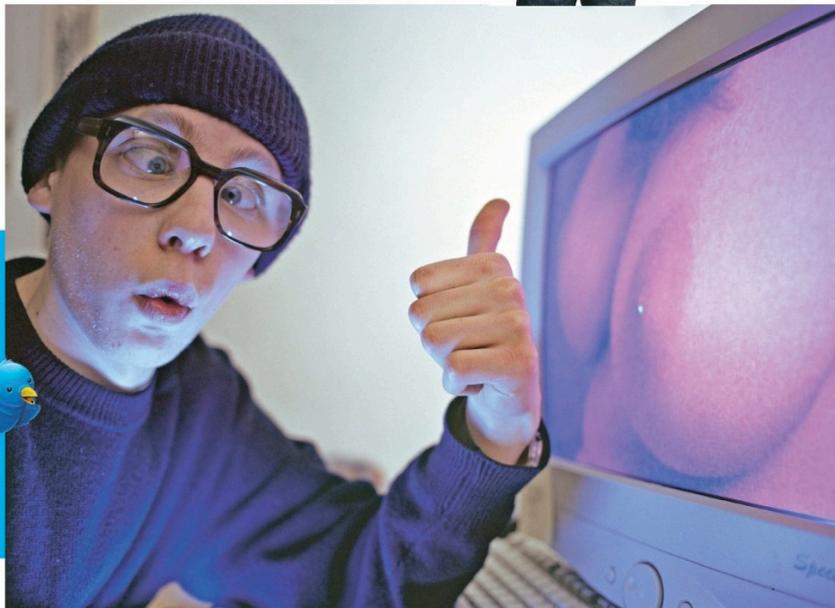
T-shirt e felpe con il volto dei loro idoli; sneaker e cinture griffate; jeans calati e capelli con il cuffio.



L'ULTRARAGAZZINO mi ha invaso il web

Tecnologici, rissosi, sboccati, hanno fra i 9 e i 19 anni e non vogliono veder toccati i loro idoli. Ora hanno occupato Twitter, finora territorio degli over 30. Che li hanno subito etichettati: «Siete solo dei bimbininkia, via da qui».

DI ANTONELLA PIPERNO



G. MESSERLI / L'ESPRESSO



Come comunicano

Anche 500 sms al giorno. E poi i social network come piazza e vetrina. Naturalmente tutti hanno un computer personale a disposizione.



NETLOG

Facebook Google+ Dailymotion

Home Profile Photo Blog Videos

Benvenuto su Netlog



Chi venerano

Ascoltano molta musica. Cambiano gusti velocemente, ora adorano Justin Bieber e gli One Direction. Fra gli idoli, Lady Gaga.



Come si divertono

Videogiochi e Playstation, da usare soli o in compagnia.



Più che un look la loro è una divisa: felpe larghe, preferibilmente con la faccia dei loro idoli pop, pantaloni che lasciano uscire l'elastico dei boxer griffati, capelli con il cuffio davanti agli occhi o sparati con il gel. Le scarpe sono rigorosamente basse, anche per le ragazze, meglio se marca Converse o Etnies. Telefonino e iPod estensioni del corpo, presenti anche nelle mimibografie su Twitter: «Ho sempre il cellulare in mano e le cuffiette nelle orecchie» si descrive tal Payne.

Eccoli qui i ragazzini che con una certa superficialità gli adulti hanno appunto ribattezzato bimbininkia. Il babbone è scoppiato durante il Festival di Sanremo, quando sul blog di Radio 1 è uscita una critica alla boy band degli One direction, ospiti all'Ariston: «One direction, one neurone». I ragazzini di Twitter si sono inferociti, inserendo forsennamente i loro insulti con l'hashtag #Raimerda, subito diventato un «topic trend», come vengono chiamati gli argomenti più discussi.

I quarantenni hanno quindi contrattaccato con «bimbininkia», neologismo che fa inorire il sociologo Francesco Morace, presidente del Future concept lab: «Gli adulti sono i primi ad avere impoverito il dialogo e ad avere creato una società esibitiva. Gli adolescenti hanno capito che chi non riesce a farsi notare è destinato a perdere, ecco



DILLO SU FACEBOOK
Perché i ragazzini hanno alzato i toni? Partecipa al dibattito sulla pagina Facebook di **Panorama**.

Welcome home.

Benvenuto nella tecnologia più avanzata.
Benvenuto nel silenzio e nel comfort del motore Gearless.
Benvenuto nello stile del mini ascensore HE 7.
Perché HE 7 riempie lo spazio d'emozioni. Le tue.

Sogno, design, atmosfera.
Benvenuto nel mondo HE 7. Welcome home.



Per informazioni o per richiedere il catalogo
www.enceca-lift.it
NUMERO VERDE 800 863043

ThyssenKrupp Escala
Life in motion.



SCONTRI GENERAZIONALI | **TEENAGER CONTRO ADULTI**

perché cercano la performance su Youtube e perché il loro linguaggio è così critico, sintentico e volgare».

I ragazzini, comunque sanno difendersi benissimo da soli. E pure con una discreta violenza: «Fankulo», scritto a modo loro, è una delle risposte più gentili. E chi osa dargli dei bimboinkia, o criticare i loro idoli pop, va incontro a maledizioni di questo tipo: «Tuori, devi morire sotto un treno, faresti un favore al mondo intero» scrive il quindicenne Pooch. E ancora: «Diamo fuoco agli antibibberisti».

«Regime minkiesco»: così definiscono lo strapotere degli adolescenti e il loro usare Twitter come diario quelli del Progetto Gilda 35, blog dadaista nato per organizzare scherzi online. Il fondatore Giovanni Scrofani non ce l'ha tanto con i ragazzini («Eccellenti per competenze tecniche») quanto con «chi li ha trasformati in uomini sandwich». Sostiene che siano manovrati dalle case discografiche che fomentano la loro idolatria per i cantanti pop. Arrivando, dice, anche a ingannarli con un'operazione di marketing: «Hanno creato finti account (finti bimboinkia, ndr) che rettwittano forsennatamente i post sui vari Bieber, portandoli sulla vetta di Twitter. Così si crea un effetto emulativo che fa sentire gli adolescenti potenti e importanti. Sono diventati produttori umani di spam».

Tutto da dimostrare. Per ora di certo ci sono solo gli impressionanti numeri (100 mila circa, 28 mila dei quali su Twitter e 12 mila su Facebook) dei ragazzini affiliati ai team (non va più di moda chiamarli fan club) gestiti dalla Team world società fondata da Marco Morini, 33 anni: lavorano con le case discografiche, con la mission, spiega, «di rendere i ragazzini protagonisti del successo dei loro beniamini». Quella dei finti account, chiarisce, «è un'accusa che non ha senso. Noi fidelizziamo i ragazzi organizzando incontri, creando capi team, fornendo grafiche dei loro idoli per abbellire la pagina Twitter». I fan sarebbero tutti bravi ragazzini, seppure propensi «ad arrabbiarsi a morte se qualcuno tocca le loro star».

Guai a chiamarli bimboinkia: si definiscono «belieber», «drectioner» «little monster», a seconda che i loro idoli siano Bieber, gli One direction, o Lady Gaga. Spiega Lia DUBY, 19 anni, fondatrice del

gruppo One direction Italia su Twitter: «È un'etichetta molto generica, una fan che viene chiamata così ha tutto il diritto di arrabbiarsi. Per me sono bimboinkia solo quelli che per i loro idoli si dicono pronti a sacrificare la vita degli altri».

Quelli, insomma, che spargono minacce sul web. Il loro linguaggio, critico e spesso violento, è già diventato leggenda. In rete circola un glorioso esempio: «I. Bieber è il mio idolo e quando lo prendono in giro mi saltano i nervi» scrive una bimboinkia. «Gandhi, Falcone, Martin Luther King, un idolo è ben altro» la risposta. E la bimboinkia: «Lui è mooolto meglio di tutti quei razza di skifosi kantanti che hai elencato». Bufala mediatica? Sicuramente il post intercettato da *Panorama* su Twitter non è da meno. Autore BiondinOcchiAzzurri: «A scuola a vedere un film (ma non ce lo inku...) che si chiama *Il laureato*. Tanto sentiamo la musica. E ora 1D wmyb: sciaooo belli». (Traduzione: 1D sta per One direction, «wmyb» per *What makes you beautiful*, il loro primo singolo).

A veder bistrattare così il film cult l'hashtag #Tomate su Facebook, inventato da Patryk, studente di ingegneria informatica, appare, se non condivisibile, almeno comprensibile: «I ragazzini che tifano per i loro beniamini stanno intaccando il vero spirito di Twitter: trasmettere informazione in tempo reale. Ora dobbiamo sorbirci gli autoscatti dei ragazzini».

Però con i ragazzini, pure se bimboinkia, converrà misurarsi, come sostiene Morace: «Anziché liquidarli converrebbe conquistarsi la loro fiducia. Anche perché l'Italia è un paese per vecchi dove, soprattutto nei consumi, comandano i giovani». Lui nel suo nuovo *Paradigmi del futuro* (Nomos edizioni) anziché bimboinkia preferisce definire gli adolescenti tra i 13 e i 18 anni «exopteens»: divoratori di cellulari, utilizzatori permanenti dei social network e dei codici della tribù che li fanno «sentire protagonisti». Pure quelli del blog Gilda35 hanno deciso di firmare un amnistio: «Anche perché in rete c'è qualche adulto più molestatore di loro. Quelli che chiedono in continuazione a Fiorello e vip vari di essere rettwittati». Li hanno già felicemente soprannominati «vecchioinkia». ■

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA |



Il piacere dell'onestà: un lusso che possiamo permetterci

di Ennio Doris*

Leggio che nelle banche svizzere molti italiani fanno la fila per depositarvi i propri risparmi. Soldi guadagnati – fino a prova contraria – onestamente, portati oltreconfine furtivamente per paura. Onesti cittadini che si improvvisano malfattori e che rischiano importanti sanzioni, perché dubitano del sistema Italia; della capacità dello Stato di onorare il debito pubblico, della bontà degli investimenti fatti in passato. Compiono un illecito, pagando fior di quattrini per compierlo. Terrorizzati dalle incertezze del futuro, rinunciano all'onestà, pensando che sia un "lusso" che non possono più permettersi. Un tale comportamento non è giustificabile, non solo dal punto di vista morale, ma anche da quello sostanziale. Sbagliano due volte. È vero che la crisi che stiamo attraversando è la peggiore dal dopoguerra, ma non è trasportando



Ennio Doris

un debito enorme ma anche un'ancora più cospicuo patrimonio finanziario e immobiliare, società quotate in Borsa e municipalizzate. L'euro, nonostante le difficoltà che sta attraversando, può ragionevolmente continuare a essere la moneta comune europea. Ma ragioniamo pure per assurdo, visto che sono proprio i fantasmi, gli incubi, ad all-

mentare il panico. Ammettiamo quindi che questi calcoli siano sbagliati, o che qualche evento imponderabile sconvolga la solidità finanziaria del nostro Paese e l'Eurozona. Anche in questo caso, chi, come i nostri clienti, ha investito in fondi sia azionari sia obbligazionari di tutto il mondo, non ha nulla da temere. Anzi: ha fondate prospettive di guadagnare in modo consistente, e legittimo. Perché i suoi risparmi sono al sicuro non solo e non tanto in Italia ma in Canada, negli Stati Uniti, in Inghilterra, in Cina, in Giappone, in Brasile e così via. In prodotti finanziari diversificati anche nel tempo e nelle caratteristiche. Trasportare all'estero illegalmente i risparmi di una vita, del proprio lavoro, equivale dunque non a valorizzarli ma, al contrario, a svilirla a malloppo da nascondere. Non è solo un illecito. È anche un gesto poco intelligente, oltre che poco dignitoso. Con l'aggravante che non è nemmeno necessario.

* Presidente di Banca Mediolanum

Questa è una pagina di informazione aziendale il cui contenuto non rappresenta una forma di consulenza né un suggerimento per investimenti.



CON BANCA MEDIOLANUM È TUTTO UN ALTRO FILM

Lunedì 5 marzo alle ore 20 in 42 sale cinematografiche di tutta Italia
Un nuovo appuntamento con il Mediolanum Market Forum, in versione... cinematografica. L'appuntamento per clienti, amici e Family Banker è infatti in 42 sale in tutta Italia, lunedì 5 marzo alle ore 20. In un dibattito moderato da Andrea Cabrini, direttore di Classe CNBC, Ennio Doris, presidente di Banca Mediolanum, Oscar Giannino, giornalista ed economista, e Domenico Siniscalco, presidente di Assogestioni, parleranno delle nuove opportunità offerte dai mercati finanziari. Al termine sarà proiettato "Posti in piedi in Paradiso", il film in prima visione di Carlo Verdone.

→ FATTI