



COMUNICATO STAMPA

SPETTACOLO: ANGELO PINTUS È L'ATTORE CHE HA FATTO RIDERE DI PIÙ NEL 2020. IN TOP 10 ANCHE THE JACKAL E LUCIANA LITTIZZETTO

Il Premio Massimo Troisi lancia l'osservatorio sulla comicità in collaborazione con la società Theuth e l'Università degli Studi di Salerno

Angelo Pintus è l'attore comico che ha fatto ridere di più gli italiani nel 2020 sui social network. Il one man show, cabarettista e imitatore triestino è infatti risultato il più amato e seguito dal pubblico secondo i dati emersi dal primo report "Un anno di risate", un'analisi delle performance dei principali comici italiani promossa dall'Osservatorio sulla comicità del **Premio Massimo Troisi** di San Giorgio a Cremano e realizzato dalla società Theuth, spin-off dell'Università degli Studi di Salerno creata dal linguista **Annibale Elia**, professore emerito dell'ateneo, con un gruppo di giovani ricercatori. Gli esperti dell'Università di Salerno hanno analizzato la presenza su Instagram di oltre 40 artisti trattando dati strutturati e non strutturati e ponendo particolare attenzione alle metriche di interazione, da cui si evincono le performance degli autori.

Sul podio della classifica, subito dopo Pintus, ci sono i **The Jackal**, che piazzano ben 5 video nelle prime 10 posizioni, e **Luciana Littizzetto**, risultata l'artista con più contenuti (720). Nella top 10 anche **Checco Zalone**, l'autore più popolare ma anche quello che genera l'engagement più elevato, seguito da **Leonardo Pieraccioni**, il trio milanese **Aldo, Giovanni e Giacomo** (tornato alla ribalta con il remake di Subaru Baracca), il collettivo di **Casa Surace**, molto apprezzato durante i mesi di lockdown, e gli **Arteteca**, Monica Lima e Enzo Luappariello, insieme sul palcoscenico e nella vita, duo comico della trasmissione Made in Sud. Molto amati dal pubblico anche **Enrico Brignano** e il duo **Ficarra e Picone**. A sorpresa tra i primi dieci si piazza anche **Nino Frassica** con un evergreen, l'intervista doppia con Gabriel Garko al Festival di Sanremo 2016 con Carlo Conti che, da giugno 2020, quando è stata ripubblicata, ha ri-conquistato il pubblico, anche giovanile.

I contenuti della ricerca sono processati nella loro interezza (immagini, testi, emoji ed hashtag), al fine di effettuare misurazioni di polarità (sentiment), individuazione di macrotemi e di dedurre una classificazione delle emozioni. Dall'intersezione di queste tre tipologie di trattamenti, si giunge alla definizione di tre aspetti del fenomeno, che vanno da un piano quantitativo, in cui si descrivono due classifiche dei contenuti più performanti (foto o video), oltre che di autori in termini complessivi, a un piano qualitativo, in cui si evincono i toni di voce tradotti in emozioni e si delinea una gerarchia di quest'ultime in base ai temi individuati.

Da evidenziare il risultato di Checco Zalone, che non figura nelle due gerarchie di contenuto (foto e video), ma evidentemente ha delle performance alte e stabili. I suoi sketch, estratti di film o presenze televisive sono tra i contenuti più condivisi.

<<Dalla prima analisi emerge come la comicità non sia molto cambiata rispetto al passato in termini di temi e contenuti, ma ovviamente si adegua ai mezzi attraverso cui viene veicolata. I temi toccati nelle foto con un engagement più elevato non sono affatto comici. Tra questi si annoverano le difficoltà dell'essere genitori divorziati, il lutto (per Gigi Proietti e per "il nonno" di Casa Surace), il body shaming ricevuto dalla modella di Gucci e la chiusura dei teatri. La comicità, com'è sempre

*stato in passato per artisti come Alighiero Noschese o Massimo Troisi, è un pretesto per veicolare messaggi “seri” o per “riflessioni politiche”. Nei video, invece, si registrano contenuti più squisitamente comici. Il grande successo del video di Pintus, dai dati che abbiamo raccolto e analizzato, probabilmente dipende anche dal fatto che si è prodotto in una performance tutta incentrata sulla vita al tempo del Covid>> spiega **Annibale Elia**.*

*<<Questo nuovo progetto legato al Premio Massimo Troisi ne consolida il ruolo a livello nazionale di osservatorio privilegiato sull’evoluzione e sulle tendenze nella comicità in Italia e lo rafforza come laboratorio e punto di riferimento per i giovani artisti, qual è sempre stato sin dalla sua ideazione>> afferma il Sindaco di San Giorgio a Cremano, **Giorgio Zinno**.*

L’Osservatorio sulla comicità del Premio Massimo Troisi produrrà ogni mese un’analisi su cosa ha fatto ridere di più gli italiani sul web e i social network, mentre ogni 3 mesi aggiornerà il *sentiment* sugli artisti.

Ufficio Stampa

Dott.ssa Francesca Scognamiglio
Giornalista professionista