

---

# Necknomination: un gioco alcolico mortale

**Autore:** Redazioneweb

**Fonte:** Città Nuova

**La demenziale catena delle sfide a ubriacarsi senza limite postata con video sempre più provocatori sui social network scatena la reazione di uno studente che beve aranciata e una contro-campagna su Radio DeeJay che sfida a cantare dal vivo**

Il gioco è un *drinking game* “killer”. Si chiama Necknomination: trae il nome dall'inglese *neck*, cioè collo di bottiglia e, se vieni nominato, devi scolarti una bevanda alcolica, in modo possibilmente originale, riprendendo in video la tua “prodezza”, per poi metterla su Facebook o altre reti sociali. A tua volta sfidi qualcun altro che deve superarti, in una catena senza fine, il che rende il gioco “estremo”, nel senso che qualcuno alla fine ci rimette la pelle (vedi i 10 morti già registrati).

La moda è diffusa soprattutto tra gli adolescenti, nel mondo, evidentemente in ricerca quasi disperata di visibilità e di senso per la loro vita. Naturalmente a forza di sfidarsi e voler essere originali a tutti i costi, i video vanno progressivamente peggiorando: per capirsi c'è chi ha bevuto un bicchiere di birra con un topo morto dentro. Per fortuna Youtube ha censurato buona parte dei video in questione.

Ma una voce fuori dal coro improvvisamente interrompe questa specie di perversa catena: Carlo Alberto Spilotri, studente di Giurisprudenza a Torino, posta un video in cui beve un bicchiere di Fanta dicendo: “Ringrazio per la nomination, e vorrei dire che il fare un video della bevuta, con l'alcolico da bere a goccia, é una grandissima cavolata. Quindi ripigliatevi, alla salute”.

A questo punto Radio DeeJay lancia una contro-campagna usando il nome del gioco e associandolo invece ad un cantante in Italia molto conosciuto: Nek. In pratica lanciano così la moda di sfidarsi a cantare una canzone di Nek dal vivo alla radio, coinvolgendo presentatori di tutte le radio (da Radio 24 a Radio Padania), e coinvolgendo anche altri personaggi famosi oltre allo stesso Nek che ha sposato la causa con simpatia ed autoironia.

Il tutto presentato come un messaggio alternativo ad un gioco stupido che porta a sentirsi esclusi e derisi se non si partecipa.