



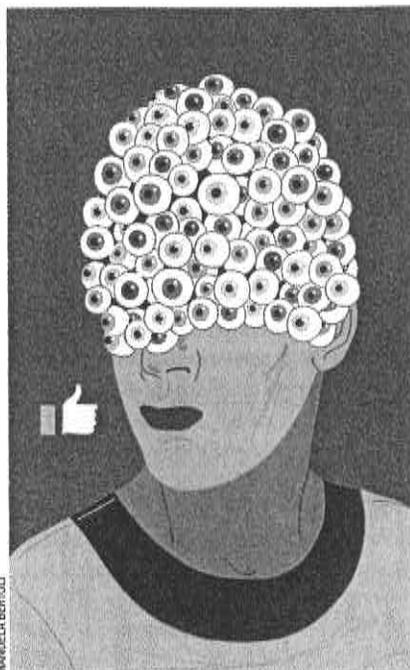
La qualità in rete c'è ma non fa tendenza

Publicare online sembra significare solo gradimento, che può diventare anche una droga. Le cose interessanti si devono rassegnare a pochi *like*. Ma restano e sedimentano

Il web ha cambiato il nostro modo di pensare, di accedere alle informazioni, di fare giornalismo, di informare e di informarsi. Ma proprio per questo dovrebbero cambiare anche certi tic e riflessi condizionati che abbiamo sul web: parlo delle classifiche dei siti, dei clic su di un link, dei mi piace sui post, del gradimento dell'ossessione per gli argomenti più trendy. Pubblicare in rete sembra significare soltanto gradimento, visite e tendenze. E i risultati si vedono, purtroppo. Il nostro Paese, quello con il più importante patrimonio artistico e culturale del mondo, ha in vetta alle sue ricerche Google di quest'anno il termine: Sanremo2014.

Ogni ironia è del tutto inutile. Perché è inevitabile che sia così. Il web è un luogo democratico, e si spera il più possibile neutrale. Non privilegia niente, è un grande parco con pochi guardiani dove tutti possono entrare e fare quello che gli riesce meglio. Non si può pretendere che tutti ci vadano a praticare lo yoga o ad allenarsi in affascinanti ed esoteriche arti marziali orientali. Sul web funzionano le cose più banali e prevedibili del mondo. Gli attori celebri e apparentemente felici che si suicidano, come Robin Williams, i Mondiali di calcio, i Giochi invernali, la tecnologia e l'iPhone 6 sono in vetta alle ricerche dell'anno che si sta per chiudere.

INDICE DI POPOLARITÀ. Ma al di là delle classifiche e delle tendenze, c'è un aspetto abbastanza preoccupante. Ed è il cosiddetto indice di gradimento o di popolarità. Per chi ha ambizioni di visibilità il web è sempre più importante. Perché ognuno può crearsi la sua testata giornalistica anche aprendo un blog, può generare



Il senso di Google per la classifica

I termini più cercati su Google ci raccontano un mondo che esiste, ma che non è l'unico possibile. Perché i germogli di intelligenza crescono comunque. Serve solo pazienza.

uno spazio artistico anche attraverso i social che privilegiano le immagini, può diffondere i suoi video, i cortometraggi e quant'altro attraverso il canale youtube. Soltanto che azione e reazione sono in tempo reale, coincidono. Io pubblico e vedo subito quello che accade. Un post letto soltanto da trenta persone sul blog? Deve avere qualcosa di sbagliato. Un video che ha solo sei visualizzazioni? Non è andato nella direzione giusta. Un'opinione su un fatto di attualità che ha soltanto dieci like? Forse non è l'argomento giusto, o forse lo devo scrivere in un modo diverso. Una fotografia che doveva piacere a tutto il popolo di instagram e invece non ha neppure un cuoricino di assenso? Be',

è meglio che mi concentri su altri soggetti, e su altri effetti fotografici.

L'azione e la reazione sono qualcosa che già conosciamo in una forma più arcaica. In televisione, per esempio, è tutto un leggere i dati Auditel che possono portare anche a chiudere i programmi. Ma non si può mai dimenticare che i like, i cuoricini, le visite ai blog e quant'altro li mettono quelli che nel 2014 hanno cercato Sanremo2014, la presentatrice Veronica Maya, perché involontariamente le si è scoperto un seno in una trasmissione del sabato sera, le trasmissioni "Amici" e "Miss Italia". La valuta è quella, e ha quel valore sul mercato. Tutti lo sanno.

Ma l'immediatezza delle reazioni è una strana droga. Molti non riescono ugualmente a farne a meno. I blogger sono sempre più aggressivi perché possono controllare gli istogrammi delle visite al loro sito, vedere i post più letti, modificare in corsa gli argomenti. La qualità sul web esiste, ma non diventa tendenza praticamente mai. Se ricerchi intelligenza e qualità devi rassegnarti a pochi like, a poche visite, a un numero di follower limitato. Chi posta buone foto su instagram avrà un consenso minimo perché al popolo fotografico piacciono i tramonti rossi, chi scriverà post pensati e sofisticati non riceverà molte visite. Dovrà sempre ironizzare o ridicolizzare qualcuno per attirare l'attenzione. Eppure le cose davvero interessanti restano e sedimentano. Sono semi, germogli di intelligenza, che non ammiccano al pubblico di internet, ma crescono comunque. I termini più cercati su Google nel 2014 ci raccontano un mondo che esiste, ma non è l'unico possibile. Serve solo tempo e pazienza. E un po' di ostinazione.