

- Editoriali -

Blog in crisi? Piuttosto cultura in crisi

di Marco Valerio Principato

Ripetere a pappagallo quel che senteziano i grandi quotidiani a stelle e strisce dimostra quanta pochezza intellettuale contraddistingua l'analiticità media di oggi: una vergogna.



Tutto da mobile... ma blog inclusi, idioti.

I blog sono in crisi, dice il *Wall Street Journal*, che ne chiude otto. E il *Corriere della Sera* prontamente [raccoglie e ripete](#).

Stolti. Prima di tutto la cultura di riferimento è quella americana, che non ha niente a che vedere con la nostra. Lì c'è l'archetipo del capitalismo finanziario apolide, come lo chiama Diego Fusaro. Blog X, misurazioni: rende? Fa incassare qualcosa? No, o troppo poco. Allora via, ramo secco da tagliare.

In Europa non funziona così. Piaccia o no, rispetto agli americani noi abbiamo una

cultura millenaria alle nostre spalle. Che poi lo sappiano in pochi è altra questione.

Dimostrazione? Facilissimo. Qualcuno ricorda PocaCola, il blog di Riccardo Pizzi, il cui *core business* era parlare di (e far vedere) gnocca? Un blog che esplose nel 2009, quando il suo autore era noto, [intervistato](#), seguito e ammirato per aver cavalcato l'onda.

Cosa ne resta oggi? Il sito PocaCola.com ovviamente non esiste più: il nome di dominio è ora *parcheggiato* in attesa di miglior fortuna ed è in vendita a ben 499 dollari (ma chi se lo compra?).

E il suo (f)autore? In giro sui social, dotato di account [Instagram](#), [Pinterest](#) e, naturalmente, di [utenza Facebook](#), nonché di una [Pagina Facebook](#) aperta come *prosecuzione social* del blog. La pagina, però, è stata abbandonata: l'ultimo post è di aprile 2016, a cura del buon Pizzi. La cui utenza personale pure non sembra troppo aggiornata: i post sono molto, molto diluiti.

Come mai?

Semplicissimo: Pizzi a suo tempo ha scelto la più intrigante delle famose "5 S" (Sangue, Soldi, Sport, Sesso, Spettacolo), quella che da sempre *tira*, ottiene visite e a cui fanno capo i siti da sempre più visitati al mondo.

Due problemi: a) non è più il solo o tra i pochi; b) chi in Rete vede solo quello ha, necessariamente, cultura limitata e di conseguenza è *evanescente, effimero*, oggi c'è, domani no.

Bisogna pur campare, d'altra parte. E allora scopri che Pizzi sta anche [su LinkedIn](#), dove si apprende che disporrebbe di un'agenzia di comunicazione, chiamata WebStudio06, il cui blog pure [si ferma al 2016](#) ma, magari, spero per lui, qualcosa farà per dargli da mangiare.

Blog in crisi? Piuttosto cultura in crisi (p. 2 di 3)

Purtroppo finché ci si rivolge agli ignoranti, alle persone superficiali, semplici, *ruspanti* e non acculturate per “sfruttarle”, questo è il risultato che si può ottenere: effimero.

Torniamo brevemente allo *sploquio* del *Corriere*, banale ripetitore di concetti d’oltreoceano qui inapplicabili. Ma chi l’ha detto che un blog “deve” essere “tenuto aggiornato”? Un blog è libero: ci scrivo quando voglio, se ho voglia, senza alcuna periodicità e senza costrizioni. E non per questo è da chiudere.

I tempi per “guadagnarci” sono finiti, questo è vero, per cui se vuoi tenere aperto il blog, o ti accontenti delle piattaforme gratuite, o ti paghi l’hosting (come faccio io). Quanto all’imbecillità diffusa, semplicemente, si è spostata altrove, precisamente su Facebook, il *panopticon* del terzo millennio, dove ognuno sta nella propria cella e opera, credendo di essere ricompensato dai *Like* che il guardiano *Mark Zuckerberg*, dal centro della sua torre di guardia, dissemina a 360 gradi intorno a lui (ma quando dice lui e a chi dice lui, salvo pagarlo).

Per le età più giovanili, sferzate dall’assenza di una formazione seria, l’imbecillità si è spostata su mezzi ancor più effimeri (SnapChat, WhatsApp, ecc.), ugualmente utili al capitalismo finanziario perché fonti enormi di dati utili per *targetizzare*, ma effimeri perché non lasciano alcuna traccia controllabile dagli autori (a differenza dei blog).

Guarda un po’ se chiude il [blog di Luca De Biase](#), [quello di Massimo Mantellini](#), e diversi altri: non se ne parla proprio. Che ai giovani interessino poco, come [dice](#) il *Guardian*, è irrilevante: oggi le piattaforme di blogging più diffuse (Wordpress, Joomla, BlogSpot, ecc.) sono diventate dei veri e propri CMS (Content Management Sy-

stem), quindi è ovvio che il giovane, specie se poco illuminato (cioè la maggior parte), preferisca impiegare mezzi dove c’è poco o nulla da imparare e tutto da “godere”. Questo non significa affatto che i blog non abbiano alcuna frequentazione: certamente il pubblico che li segue è di ben altre fasce d’età, questo è ovvio.

Quindi non sono i blog ad essere in crisi. Piuttosto è la cultura ad essere in seria, serissima crisi. L’assenza di cultura non permette di comprendere che la grande ondata migratoria dai blog verso i social è nient’altro che una machiavellica pianificazione del capitalismo finanziario, che vuole masse informi, apolide, prive di spirito critico, disposte a tutto in qualunque punto del pianeta, compreso il lavorare gratis e il farsi monitorare 24 ore su 24, qualunque cosa facciano.

Il discorso sarebbe lungo e complesso, non è questa la sede adatta per affrontarlo. E devo già ringraziare quei pochi – ammesso ci siano – arrivati fin qui.

Una cosa sola è certa: i blog, se usati con il cervello acceso, sono isole di autonomia, “Isole nella Rete” (che [esiste ancora](#)) che favoriscono la riflessione, l’autoindagine, lo spirito critico, l’analisi, lo studio e la diffusione della conoscenza. Richiedono un minimo di cura, esattamente come casa propria, ma danno in cambio tutto questo, che è impossibile da ottenere sui social: questi ultimi ripagano solo in termini di *Like*, effimere manifestazioni del tutto evanescenti e quanto mai inaffidabili. L’apparente assenza di dialogo – che i meno illuminati desumono dalla scarsità o assenza di commenti – non è dovuta ai blog, ma alla crescente perdita di capacità di comunicare delle masse, all’assenza di senso critico, alla latitanza di proprie idee valide da contrapporre

Blog in crisi? Piuttosto cultura in crisi (p. 3 di 3)

e alla capacità di argomentare correttamente per sostenere le proprie tesi.

Il vero problema è che, quando sono usati con consapevolezza, i blog (che poi, alla fine, sono siti Web) sono esattamente l'opposto di quel che vogliono i capitalisti finanziari e bancari. E per questo sono "osteggiati" dai social e dai grandi monopoli, attraverso subdole manovre di accalappiamento dell'attenzione. Si rifletta, in proposito, su come [è stato ed è osteggiato](#) il decollo di Web24, il sito "digital" a cura di Milena Gabanelli in ambito RAI. Ecco tutto.

Pensateci.

Marco Valerio Principato

Argomenti trattati:
blogosfera, web, cultura

Questo articolo, secondo quanto definito dalla licenza d'uso Creative Commons Share Alike 3.0 IT, può essere riprodotto anche integralmente alle seguenti condizioni:

1. citare per esteso la fonte e collegarla mediante link ipertestuale;
2. citare per esteso il nome dell'autore.

Le dimensioni del carattere sono sufficientemente grandi da permettere un'agevole lettura anche su dispositivi elettronici come gli ebook reader.

Questo articolo è online dal 08/07/2017 all'indirizzo:

<http://nbtimes.it/?p=21758>