

Fare un blog senza flop

Anche in Italia è scoppiata la blogmania, la moda di aprire un diario virtuale sul web dove poter dire la propria senza censure. Ma conquistare visibilità non è facile. Occorre seguire alcune regole. E tanta voglia di raccontarsi

Alice Torelli

The screenshot shows the homepage of the blog 'Il Blog di Beppe Grillo'. At the top, there is a navigation menu with links for 'Home', 'Chi è il blog', 'Servizi', 'Email', 'Tour', 'Archivio', 'La sicurezza', and 'Contatti'. The main content area features a post dated '31 Gennaio 2006' with the title 'Stanza express'. The post includes an image of a 'PONY EXPRESS' advertisement and several paragraphs of text. On the right side, there is a sidebar with a 'Video Santuzio 2006' section, a 'Il mare del pianeta' section, and a 'Gli incontri di Grillo' section. At the bottom, there is a search bar and a 'Viva!' button.

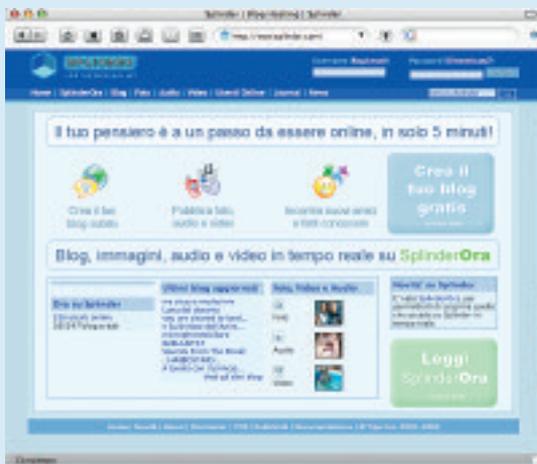
Perché un blog abbia successo non bastano i contenuti accattivanti sul web, occorrono anche mirate operazioni offline. Il blog di Grillo, per esempio, ha supportato l'intervento per la salvaguardia del Parco di Melchiorre Gioia a Milano

Dopo il diario di bordo ecco quello virtuale. Per fare conoscere i nostri pensieri a tutti i navigatori di Internet. Sono infatti migliaia i blog che ogni giorno nascono in rete. Ma non tutti hanno vita lunga. Vediamo allora quali sono gli "ingredienti" per ottenerne uno di suc-

cesso. Master Meeting ha intervistato **Mario Bucchich**, l'ideatore del blog di **Beppe Grillo** (www.beppegrillo.it). «La riuscita è determinata da due fattori principali: la credibilità e la notorietà dell'autore». Credibilità perché il blog, a differenza di un sito, rappresenta un'opinione e un punto di vista. Deve perciò essere basato su trasparenza, onestà ed etica. E per la notorietà? «Sicuramente se già esiste è un buon punto di partenza, ma comunque può essere costruita attraverso operazioni di web-marketing e offline». Ci sono diversi modi per posizionare un blog in un sito web. Tramite motori di ricerca e community. Inoltre esiste una blogosfera che conta a livello mondiale 20-25 milioni di blog. All'interno è possibile effettuare operazioni di ranking e link correlati. Ma una grande importanza la detengono le operazioni offline: per legare il blog a strategie di comunicazione. È quindi facile capire perché il "diario virtuale" di Beppe Grillo abbia ottenuto così tanto successo. Secondo la classifica di Technorati occupa la tredicesima posizione dei blog più visitati a livello mondiale. Va sottolineato però che Technorati non fa una valutazione del numero di visite (che è uno dei sistemi standard). «Il blog ha una serie di indicatori che sono ulteriori rispetto a questi». Technorati misura un livello di

Cos'è un blog e come crearlo

Nel gergo di Internet, un blog è un diario in rete. Dal 2001 la moda del diario cibernetico approda anche in Italia, con la nascita dei primi servizi gratuiti dedicati alla gestione di blog. La struttura è costituita da un programma di pubblicazione guidata che consente di creare una pagina web. Ognuno può quindi pubblicare storie, informazioni e opinioni in completa autonomia. Ottenendo un riscontro da tutti i visitatori che lasceranno a loro volta, una traccia del loro passaggio. Ma non finisce qui. Si possono aggiungere anche link di interesse, con materiale fotografico. Esistono siti



per creare il proprio blog. Come www.blogger.com e www.splinder.com. Basterà iscriversi, definire l'area tematica e scegliere l'aspetto grafico selezionando un "template". Se invece siete interessati a vedere siti su blog, cliccate su www.blogitalia.it. Una web directory ideata con il desiderio di indicizzare e aggregare i migliori blog nazionali per categoria, argomento e provenienza geografica. Qui potrete apprendere tutto sul mondo dei "diari cibernetici".

credibilità: cioè il numero di link da altri siti che portano a quel blog. «Questo è importante perché più uno è "in giro" per il web, maggiore sono credibilità e fiducia che la gente ripone in lui».

A proposito di Grillo...

Chiediamo allora a Bucchich della sua collaborazione con un comico d'eccezione come Beppe Grillo. «Dopo diversi incontri, abbiamo

valutato la possibilità di fare un blog». Difficoltà? «Nessuna, gli obiettivi di Grillo erano chiari». Forse sembra paradossale ma l'unico ostacolo incontrato è stato l'enorme successo che il blog ha riscosso, soprattutto nella fase iniziale. «Non ci aspettavamo tutti quei visitatori, dai 130 ai 150 mila al giorno. Con oltre 800 commenti». Sicuramente Grillo possedeva già le caratteristiche per un blog di successo. «Si è trattato solo di tra- ▶

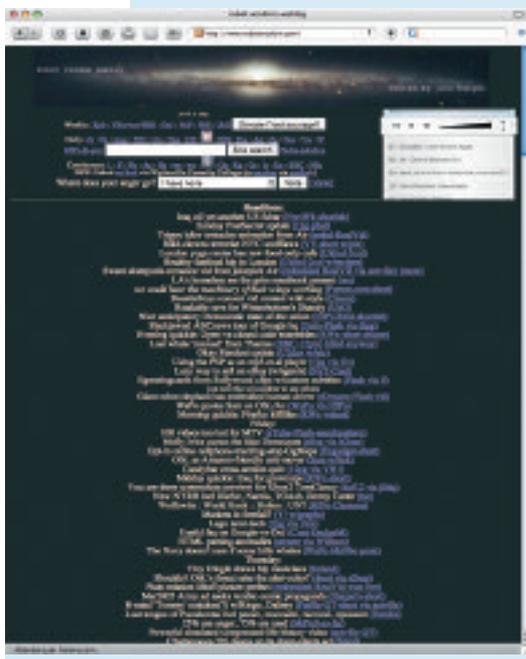
A destra, Mario Bucchich, l'ideatore del blog di Beppe Grillo

Lo sapevate che...

L'espressione "web log", poi abbreviata in blog, nasce nel 1997 per indicare un sito internet "log of the web", diario di bordo della Rete. Appare per la prima volta sul sito www.robotwisdom.com, al cui tenutario, un tal Jorn Barger, va attribuita l'invenzione. Jorn Barger (nella foto) sembra aver fatto molte cose nella vita senza soffermarsi su nessuna. All'università si iscrive a matematica, ma lo appassionano le letture di Freud e James Joyce. A un passo dalla laurea decide di dedicarsi a tempo pieno allo studio della psiche. Sviluppa un suo approccio, che chiama "psicologia cibernetica" o "robot wisdom", da cui il nome del sito. Negli anni Novanta è un assiduo frequentatore di Usenet, cioè delle discussioni via Internet. Dibattendo su qualsiasi questione e regalando ai suoi lettori, con un pò di autoironia, la sua "legge inversa di Usenet": «più racconti di te su Internet, più vuol dire che hai poco da raccontare».



sportare la credibilità che l'artista si è costruito nel tempo su Internet, con tutte le difficoltà che questo comporta». Vanno infatti tenute in considerazione le dinamiche tecnologiche, di gestione della relazione e di sviluppo di iniziative. È un processo continuo. «Da solo il blog non funziona, deve essere alimentato con contenuti, iniziative e tutta una serie di operazioni offline». Ad esempio c'è stato il periodo di formazione di Meetup (www.beppegrillo.it/meetup.php), un sito che mette a disposizione



Un pò di gergo

Siete sicuri di conoscere i termini attinenti al mondo del blog? Provatelo a dare un'occhiata e verificate se siete dei veri *blogger*.

- **Blogger:** colui che scrive e gestisce un blog
- **Blogsfera:** l'insieme di tutti i blog
- **Blogroll:** lista di link ad altri blog o siti web.
- **Blurker:** persona che segue un blog "silenziosamente", non partecipando alla discussione nei commenti
- **Moblog:** diario cibernetico che contiene fotografie aggiornate in tempo reale tramite telefono cellulare dotato di fotocamera.

una serie di strumenti per dare alle persone la possibilità di creare degli incontri su determinate tematiche. Qui il comico ha attivato un primo gruppo a Milano con nome "Gli amici di Beppe Grillo". «Beppe ha deciso di utilizzare questo strumento per creare momenti d'incontro all'interno della sua cittadina». In seguito altre città in modo autonomo, si sono create dei gruppi (ad oggi più di 150) che si incontrano mensilmente per diverse iniziative. «A Milano, per esempio, hanno supportato un'iniziativa per cercare di salvare il parco di via Melchiorre Gioia». Questo dimostra come, attraverso un'iniziativa online, si sviluppano una serie di attività offline destinate a creare interesse pubblico. Pronti allora a dar vita al vostro blog? Con un po' d'inventiva e soprattutto tanta voglia di aggiornarlo, comunicare idee e creare gruppi di dialogo.

A spasso nella blogosfera

Sono molte le categorie di blog, dai personali a quelli di attualità (gestiti da giornalisti). Ma ne esistono molte altre. Ad esempio *photoblog*, su cui vengono pubblicate foto invece che testi (come www.buba.it) oppure *watch blog*, dove l'autore critica gli errori in notiziari on-line, siti web o altri blog. Uno dei primi esempi è AndrewSullivan.com, il blog personale dello scrittore e giornalista anglo-americano. Ma ci sono anche *m-blog*, utilizzati per pubblicizzare le proprie scoperte musicali attraverso la pubblicazione di mp3 o file audio. E non potevano mancare di certo *vlog* (o video blog). Un blog che utilizza filmati come contenuto principale, spesso accompagnato da testi e immagini.



Magari non si diventerà famosi, ma almeno si lascerà una traccia nello sconfinato mondo virtuale. □

