

Stupefacente emozione



Avevo sentito per la prima volta il video musicale di "Granade" qualche mese fa, su MTV, e subito mi era apparso come straordinariamente orecchiabile, ma nel contempo in grado di creare forti emozioni – e una certa rabbiosa melanconia di fondo – già al primo ascolto. Non è davvero comune trovare un pezzo apparentemente "facile" ma in grado invece di svelare attenzione maniacale ai particolari nella costruzione acustica. Ogni tanto faceva la sua ricomparsa, in radio, ma neanche mi ero posto il problema di andare a caccia di indiscrezioni sull'autore.

Oggi, scorrendo frequenze nell'intervallo di pranzo, nuovamente mi è capitato di ascoltarlo, e allora è destino, di corsa a scaricarlo dal web. Tra l'altro gratuitamente, perchè se è vero che è disponibile al modico prezzo di 99 centesimi su iTunes, il "negozio" virtuale della Apple, è anche vero che

è pubblicato gratis – che ne penserà l'autore? – su molte altre piattaforme.

Il creativo in questione si chiama Bruno Mars, nome d'arte di Peter Gene Hernandez. Hawaiano nato a Waikiki, Bruno ha solo 26 anni, ed ha iniziato auto-producendo i suoi pezzi musicali. Non è un exploit in senso stretto, dal momento che aveva partecipato alla scrittura ed alla produzione di alcuni successi internazionali, e già si era fatto notare per il successo commerciale di Nothin' On You, che gli aveva garantito l'anno scorso parecchia notorietà. Diversi suoi pezzi hanno raggiunto nel 2010 la Billboard Hot 100, e il giovane artista ha già vinto un Grammy Award, ma "Grenade" in particolare ci da modo di riflettere sui meccanismi che sottendono oggi al web 2.0. L'investimento in promozione è stato assai ridotto, se consideriamo che il video è stato veicolato tendenzialmente su YouTube, ma – non penso sia necessario aggiungere altro – si sta avvicinando a rapidissimi passi in pochi mesi, con i suoi oltre 170 milioni di click, verso la vetta della classifica dei video musicali più visti al mondo in tutti i tempi (per soddisfare la curiosità di chi ama i paragoni, il video "Celebration" di Madonna è a quota 18 milioni, mentre la celebre "Alejandro" di Lady Gaga a quota 8 milioni).

Bruno – oltre alla pagina su Wikipedia dove ho pescato alcune delle notizie che vi riporto in questo breve articolo – ha ovviamente anche un sito ufficiale: www.brunomars.com aggiornato con video, merchandising, e link diretti alle principali piattaforme 2.0. Di lì mi sono connesso al suo profilo Facebook, e l'ho aggiunto tra i miei preferiti. Poi, ho sincronizzato il Mac con il l'iPod per poter ascoltare "Granade" anche domani fuori casa. Infine, sono entrato nel mio profilo Facebook: ho modificato le impostazioni, inserendo Bruno tra i miei cantanti segnalati nella sezione "Arte & Intrattenimento", e ho pubblicato sulla mia bacheca un link al video del pezzo, che è stato visto in contemporanea dai miei

630 amici. Diversi di loro l'hanno commentato in tempo reale, a neppure 10 secondi dall'inserimento, evidentemente postando da uno SmartPhone connesso a Facebook h24, e l'hanno segnalato a loro volta a chissà chi.

Avevo anche idea di pubblicare qualcosa sulla bacheca di Bruno, per complimentarmi per l'ottimo lavoro creativo e promozionale, ma... cosa pubblicare sulla bacheca di un personaggio che ha 8.591.289 fans che quasi quotidianamente dialogano con lui? Lontano dalla pretesa arrogante di molti di aver rivoluzionato alcunchè con le Sue sonorità, Bruno dichiara in un'intervista che più che il rock – che sicuramente è una “cifra” del suo lavoro artistico – l'ha ispirato il “Doo-Wops”, un genere musicale creato negli anni '50 che suo papà gli faceva spesso ascoltare. Sia come sia, a me ha creato emozione, e proprio questa è stata la chiave che mi ha spinto a dare uno spontaneo contributo alla diffusione del suo messaggio creativo.

Ebbene, ho la netta sensazione che il web si stia muovendo ad una velocità semplicemente ignota alla maggior parte dei CEO, in particolare delle PMI italiane. E non è solo un problema di velocità, ma anche dei meccanismi che stanno alla base della sensibilità del popolo di internet. Parole come “autenticità”, “spontaneità”, “emozione”, “gratuità” e “immediatezza” dovrebbero costituire l'agenda di ogni buon comunicatore del XXI secolo. Invece a volte ci viene ancora richiesto un comunicato stampa via fax, lato giornalisti, e se l'articolo non esce sul cartaceo non vale nulla, lato imprenditore. E – troppo spesso – faticiamo a far comprendere ai manager delle aziende Clienti il “perchè” una loro campagna di web-marketing è fallita miseramente, dal momento che conteneva solo messaggi squisitamente pubblicitari, che a chi naviga on-line interessano sempre meno, in assenza di contenuti ad alto valore aggiunto esportabili gratuitamente. Complimenti, Bruno Mars: ho messo in loop il tuo pezzo, mentre cercavo notizie su di Te e scrivevo questo articolo, ed è girato 12 volte. 12

ulteriori click sulla tua pagina di YouTube. 12 motivi in più per andare in disaccordo netto con chi si ostina a “zavorrare” con la propria ignoranza ed arroganza un mondo che comunque continua a girare su se stesso, che ci piaccia o no, sempre più velocemente.

Nota: il video di “Grenade” è su YouTube all’indirizzo <http://www.youtube.com/watch?v=SR6iYWJxHqs> . Ascoltatelo anche voi...