

APPROFONDIMENTI - Interviste

Carosello 2.0 sul web? La relazione, elemento centrale

Pubblicato il: 01/06/2007

Guardiamo al futuro e proiettiamo Carosello al tempo del Web 2.0, per rivolgerci ai navigatori protagonisti assoluti della nuova era mediatica. E se rinascesse proprio online e magari 2.0? È possibile? Ne parliamo con Luca Giorcelli, fondatore e direttore creativo di VeryWeb.



"Il nesso tra carosello e questa fase del web 2.0 è proprio l'aspetto volontaristico e socializzante. E penso anche al "viral", a qualcosa che accetto di ricevere e che, se tocca determinate corde emotive, posso rinviare ad altri, soprattutto agli amici".

La volontarietà e la relazione sono gli elementi centrali, la traccia dalla quale generare un Carosello 2.0. "Con Carosello, qualche istante prima dell'andata in onda, tutti i membri della famiglia si ritrovavano uniti davanti allo schermo. Con gli spot attuali non esistono momenti magici di attesa come quelli di allora. Un Carosello 2.0 sarebbe caratterizzato dalla voglia di vedere, di discutere, di stare insieme.

L'altro aspetto che conferisce al Carosello dei nostri tempi una vocazione relazionale è quello della sua possibile declinazione in una struttura favolistica, con i cartoni animati, il buono e il cattivo. Spesso i protagonisti erano testimonial creati per entusiasmare i bambini che poi influenzavano la madre negli acquisti. Proviamo a fare un Carosello 2.0..."Ci stiamo lavorando e pensiamo ad una struttura ad hoc. Una Virtual Opinion Platform. È un contesto entro il quale le persone si scambiano le informazioni, non sarà più l'azienda a diffondere il messaggio, ma gli individui.

E non manca nemmeno la struttura narrativa favolistica, perché quando usiamo un prodotto lo facciamo entrare nella nostra storia, nella nostra esperienza personale che poi raccontiamo con modalità propriamente narrative. Anche le aziende potranno contribuire a ridare vita a Carosello, se nel loro Dna avranno un gene virale, una vocazione relazionale. Per arrivare alle persone che contribuirebbero scambiandosi le informazioni tra loro. Per ricreare Carosello, non dobbiamo pensare ad un luogo, ma ad una modalità, un approccio a disposizione di alcune aziende caratterizzate dalla vocazione al virale.

Nuccio Barletta