

Data Stampa 7937-Data Stampa 7937

Data Stampa 7937-Data Stampa 7937

Allo scoperta degli influencer fenomeno social

di **PASQUALE RAICALDO**

Ci sono i content creator de *Il mio viaggio a Napoli*, vero e proprio fenomeno social. E c'è Andrea Moccia, partenopeo doc, tra i primi a credere nella divulgazione scientifica sui social, rigorosamente in pillole. A metà tra l'atlante e l'analisi, l'originale manuale che le voci del "Giornale Radio Rai" Daniele Morgera, origini ischitane, ed Emanuela Ronzitti, è un saggio che prova, riuscendoci, a fare una cosa piuttosto difficile: raccontare il mondo degli influencer senza indulgere né alla celebrazione entusiasta né alla condanna moralista da bar sport digitale. E in fondo questo, oggi, è già di per sé quasi rivoluzionario. Si parte da un interrogativo semplice - perché gli influencer contano così tanto? - per toccare questioni molto più profonde: il bisogno di appartenenza, la costruzione dell'identità online, il desiderio di visibilità, la trasformazione della pubblicità in relazione emotiva. E dunque gli autori entrano dentro il meccanismo social rispondendo ad alcune delle domande più diffuse (chi sono? perché li seguiamo? quanto guadagnano?), lontani da posizioni giudicanti e senza cedere al fascino luccicante del fenomeno. Insomma: guardano, osservano, smontano. E soprattutto spiegano. Con un linguaggio accessibile, rapido, molto contemporaneo, proponendo anche dialoghi e interviste. Non c'è l'aria da pamphlet apo-

calittico sul declino della società, né quella da manuale di marketing mascherato da saggio culturale. C'è piuttosto un'inchiesta narrativa che alterna e intreccia dati, esempi, storie e riflessioni. E dunque il libro funziona soprattutto nel mostrare quanto il mestiere dell'influencer sia fatalmente diventato una vera industria: contratti, strategie, algoritmi, gestione dell'immagine, crisi reputazionali, sponsorizzazioni. In fondo, come abbiamo scoperto con il caso-Ferragni, dietro la spontaneità ostentata dei social emerge una macchina spesso costruita a tavolino. Quanto basta per smontare l'illusione dell'autenticità permanente? Non sempre. Nel blob indistinto dei social, ci sono anche figure "vere". Marginali? Forse. Negli altri casi l'influencer non vende soltanto prodotti, ma anche la sensazione stessa di intimità. Quanto alle responsabilità, gli autori non trasformano gli influencer in mostri manipolatori, ma neanche li assolvono completamente. L'influenza cui si fa riferimento nel titolo è diventata così una forma di potere culturale enorme, spesso esercitata senza reali strumenti critici né da chi comunica né da chi segue. E questa ambiguità attraversa tutto il libro come una corrente sotterranea un pizzico inquietante. "L'influenza degli influencer" è, così, un saggio attuale e intelligente, in grado di fotografare un fenomeno che non riguarda più soltanto i social, ma il nostro stesso modo di desiderare, consumare e perfino esistere nello spazio pubblico.



MARLIN EDITORE

**D. Morgera
- E. Ronzitti**
*L'influenza
degli
influencer*
pagine 260
euro 17

