

UN LIBRO RACCONTA IL "DIETRO LE QUINTE" DI UN'OCCUPAZIONE SEMPRE PIÙ AMBITA E DIFFUSA

Professione influencer, tra sogni di gloria e dura realtà

Chi sono, cosa fanno e quanto guadagnano? L'inchiesta che svela vita e segreti di chi orienta le masse con i social

TIZIANA LAPELOSA

■ Tutto è nato quando Rita De Crescenzo, nell'inverno del 2025, è riuscita a spostare mezza Napoli sulla neve di Roccaraso. Al netto dei disagi lasciati in eredità alla località abruzzese, a nessuno è sfuggito il potere della tiktocker napoletana di spostare le masse. Ma soltanto a due giornalisti Rai, Daniele Morgera ed Emanuela Ronzitti, è venuto in mente di approfondire un mondo a tratti incomprensibile per chi non ama la tecnologia, ma a portata di mano, seppur con tanti distinguo, per quanti ci sguazzano. Nasce così il saggio "L'influenza degli influencer" (Marlin Editore), figure reali (influencer) che nuotando in mondi virtuali, riescono a i muovere l'economia e orientare le platee su come stare al mondo, insieme alla capacità dei creator digitali che lavorano sul consenso e sulla visibilità in una sorta di "dietro le quinte". Ieri, il primo "atlante" per capire chi sono, cosa fanno, quanto guadagnano e come si trasformeranno nell'era dell'AI, è stato presentato a Milano insieme alle influencer Elena Giaveri (la prima - e seguitissima - donna a diventare "car influencer" dopo aver fondato PitStopAdvisor.com, portale dedicato alla comparazione di meccanici, gommisti e carrozzieri) ed Elisabetta Bertolini (che del fashion ha fatto il suo lavoro con migliaia di follower grati «per la mia sincerità»). Con loro anche il pubblicitario Pasquale Diaferia-quanto (Quello di "Toglietemi tutto ma non il mio brail" e di "Dove c'è Barilla c'è casa") e di Federico Rognoni, giovanissimo Ceo di VidoserTa-

lent, anima di tanti successi degli influencer. Tutti moderati da Vittorio Macioce de Il Giornale. Nel volume, gli autori si chiedono e spiegano perché un blog di ricette è diventato virale (e qui, come in ogni settore, la competenza fa la differenza), quanto guadagnano (la media è di 80mila euro lordi all'anno), e ci raccontano le di chi ce l'ha fatta per merito in un mondo in cui i più si improvvisano senza avere nulla da dire. Oltre ai percorsi di Elena Giaveri ed Elisabetta Bertolini, c'è, per esempio, la storia di Solange Fugger, la primaria più giovane d'Italia che meglio fa capire come funziona la sanità, c'è quella della 24enne Aurora Cavallo la cui passione per il cibo l'ha fatta sbarcare in rete a 15 anni e oggi conta oltre tre milioni di seguaci. C'è don Cosimo Schena, prete brindisino, che infonde pace e speranza... Personaggi che meglio di altri hanno saputo sfruttare la tecnologia per diffondere messaggi positivi, protagonisti di un nuovo modo di comunicare al punto da sorpassare i classici mezzi di comunicazione fino a diventare punto di riferimento per le aziende. E che ora si preparano ad una nuova sfida, quella di diventare "intelligenzer" (fusione tra influencer e intelligente), ovvero mediare tra intelligenza artificiale e intelligenza umana fatta di sensibilità e ponderatezza. Dunque, un lavoro prezioso, quello dei due giornalisti Rai, sia per quanti hanno dimestichezza con il mondo social sia per chi non ci capisce nulla.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La copertina del libro

