

Daniele **Morgera** Emanuela **Ronzitti**

# L'INFLUENZA DEGLI INFLUENCER

MARLIN EDITORE



**Ormai siamo tutti sempre più digitali e nel nostro immaginario, che mescola quotidianamente virtuale e reale, si è fatta largo una figura del tutto nuova: quella degli influencer.** In questa categoria troviamo una 'famiglia allargata', fatta sia di celebrità tradizionali, che si proiettano sul web, che di star nate e cresciute interamente in Rete. Gli influencer sono in grado di condizionare milioni di consumatori, di diffondere nuovi stili e modelli comportamentali, di conquistare un pubblico eterogeneo suscitando sentimenti e reazioni diversi: curiosità, fascino, invidia, senso di appartenenza e voglia di emulazione. Mobilitano in tutto il mondo masse virtuali, ma non solo, alimentando una macchina persuasiva che produce un flusso enorme e crescente di denaro. Sono senza dubbio i nuovi protagonisti della comunicazione crossmediale e hanno modificato profondamente i meccanismi pubblicitari, trasformando la loro volontà e capacità di apparire in una vera e propria professione. Corteggiati dalle aziende, presidiano quasi tutti i settori. È difficile sapere quanti davvero siano, ma alcuni 'frammenti' di questo flusso creativo inarrestabile che percorre le autostrade di Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, X, possiamo provare a fissarli attraverso l'indagine costruita ad hoc da due esperti cronisti che si avventurano in questo mondo senza la pretesa di spiegare il fenomeno, ma con l'intento di conoscerlo meglio, analizzando gli influencer italiani più seguiti e capaci di creare community trasversali e sorprendenti. Per provare a capire cosa sono e cosa saranno. Ma soprattutto quanto davvero contano, al di là dei follower.