

di FRANCESCO OCCHETTA

## La politica al bivio degli influencer



**L**a storia si compone di grandi e piccoli eventi. Sono puzzle che formano il tessuto culturale su cui si misura il grado di civiltà di un Paese. E così, volente o nolente, anche Fedez e le sue posizioni sono improvvisamente diventati un pezzo della nostra storia politica. Lui. La Rai. La libertà di espressione. Il ddl Zan. La sinistra che lo "onora". La destra che lo "disonora". I media tradizionali balbettanti. I social trionfanti. In un particolare sono esplosi i nodi del dibattito pubblico generale.

È il tempo della politica degli influencer, i serfisti della Rete. Niente piazze, niente sezioni, niente luoghi di formazione o di discussioni. Basta un influencer che naviga come Fedez per parlare ai suoi 12 milioni e mezzo di followers e dettare le policy, i temi dell'agenda pubblica su cui i partiti non riescono ad accordarsi.

Di recente il dibattito sulla parità di genere è stato rilanciato da Aurora Ramazzotti quando ha confessato su Instagram i commenti sessisti ricevuti mentre faceva jogging; il tema vaccinazione è stato approfondito dai giovani dopo un post di Chiara Ferragni contro i ritardi della regione Lombardia. E poi Fedez con le sue parole (gridate) in un video che ha silenziato il concertone del 1° maggio e oscurato il dibattito sui temi legati al lavoro e alla dignità dei lavoratori non garantiti.

Anche Fedez utilizza il linguaggio dello sdegno, lo stesso dei Qualunquisti nel 1948 o di Grillo negli anni Novanta. Sono le onde della cultura populista che si infrange su tutto ciò che è governo e istituzione, Rai inclusa. Non sono un male,

servono al sistema per purificarsi. In passato la ricomposizione dell'indignazione si convertiva in proposta politica dagli enti intermedi, oggi invece è frammentata e polarizzata, aumenta le tensioni sociali e mortifica la mediazione.

Gli influencer, come le stelle, nascono da un'esplosione del sistema che irradia nuova luce. Per alcuni sono fenomeni fisiologici alle democrazie per altri ne rappresentano l'alternativa. Crescono nella crisi di rappresentanza che inizia - direbbe Kierkegaard - quando dal megafono della nave una società preferisce ascoltare il menù del giorno del cuoco invece della rotta del capitano che rappresenta le istituzioni politiche.

Il bivio a cui siamo giunti richiede agli influencer di scegliere se rimanere "cuochi di bordo" o "enzimi di democrazia". Nel primo caso porterebbero il sistema verso una plutocrazia, il governo dei (nuovi) ricchi creati dalla comunicazione politica per essere adorati come gli Dei dell'Olimpo che comandano senza servire, si fanno adorare senza amare. Il loro partito potrebbe influenzare leggi e governare mercati.

Oppure scegliere di diventare "enzimi di democrazia" per essere una componente non alternativa ma creativa della politica, capace di riunire una community online, costruire "amicizia sociale" come chiede Francesco, essere voce dei deboli e ispiratrice delle riforme che mancano.

A una condizione, ricordano gli antichi: Emitur sola virtute potestas, il potere si compra solo con il valore delle virtù. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Prima Pagina** Il marketing dei nuovi leader

**di FRANCESCO OCCHETTA**  
**La politica al bivio degli influencer**

**L**a storia si compone di grandi e piccoli eventi. Sono puzzle che formano il tessuto culturale su cui si misura il grado di civiltà di un Paese. E così, volente o nolente, anche Fedez e le sue posizioni sono improvvisamente diventati un pezzo della nostra storia politica. Lui. La Rai. La libertà di espressione. Il ddl Zan. La sinistra che lo "onora". La destra che lo "disonora". I media tradizionali balbettanti. I social trionfanti. In un particolare sono esplosi i nodi del dibattito pubblico generale.

È il tempo della politica degli influencer, i serfisti della Rete. Niente piazze, niente sezioni, niente luoghi di formazione o di discussioni. Basta un influencer che naviga come Fedez per parlare ai suoi 12 milioni e mezzo di followers e dettare le policy, i temi dell'agenda pubblica su cui i partiti non riescono ad accordarsi.

Di recente il dibattito sulla parità di genere è stato rilanciato da Aurora Ramazzotti quando ha confessato su Instagram i commenti sessisti ricevuti mentre faceva jogging; il tema vaccinazione è stato approfondito dai giovani dopo un post di Chiara Ferragni contro i ritardi della regione Lombardia. E poi Fedez con le sue parole (gridate) in un video che ha silenziato il concertone del 1° maggio e oscurato il dibattito sui temi legati al lavoro e alla dignità dei lavoratori non garantiti.

Anche Fedez utilizza il linguaggio dello sdegno, lo stesso dei Qualunquisti nel 1948 o di Grillo negli anni Novanta. Sono le onde della cultura populista che si infrange su tutto ciò che è governo e istituzione, Rai inclusa. Non sono un male,

servono al sistema per purificarsi. In passato la ricomposizione dell'indignazione si convertiva in proposta politica dagli enti intermedi, oggi invece è frammentata e polarizzata, aumenta le tensioni sociali e mortifica la mediazione.

Gli influencer, come le stelle, nascono da un'esplosione del sistema che irradia nuova luce. Per alcuni sono fenomeni fisiologici alle democrazie per altri ne rappresentano l'alternativa. Crescono nella crisi di rappresentanza che inizia - direbbe Kierkegaard - quando dal megafono della nave una società preferisce ascoltare il menù del giorno del cuoco invece della rotta del capitano che rappresenta le istituzioni politiche.

Il bivio a cui siamo giunti richiede agli influencer di scegliere se rimanere "cuochi di bordo" o "enzimi di democrazia". Nel primo caso porterebbero il sistema verso una plutocrazia, il governo dei (nuovi) ricchi creati dalla comunicazione politica per essere adorati come gli Dei dell'Olimpo che comandano senza servire, si fanno adorare senza amare. Il loro partito potrebbe influenzare leggi e governare mercati.

Oppure scegliere di diventare "enzimi di democrazia" per essere una componente non alternativa ma creativa della politica, capace di riunire una community online, costruire "amicizia sociale" come chiede Francesco, essere voce dei deboli e ispiratrice delle riforme che mancano.

A una condizione, ricordano gli antichi: Emitur sola virtute potestas, il potere si compra solo con il valore delle virtù. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA