
Aggiornamenti Sociali: padre Riggio, riscoprire la fiducia oltre gli influencer. Editoriale a partire dal caso-Ferragni

Nelle ultime settimane l'opinione pubblica e il mondo della politica hanno investito molte energie nel dibattito riguardante le vicende di Chiara Ferragni, la più nota influencer italiana. Nell'[editoriale](#) del numero di febbraio di Aggiornamenti Sociali, il direttore Giuseppe Riggio riflette sul ruolo degli influencer nella società "per cogliere un aspetto spesso sottovalutato del loro lavoro: la capacità di creare legami di fiducia". In quanto persone ritenute competenti o percepite come vicine, gli influencer possono rispondere a una pluralità di istanze, in base alle aspettative che abitano i loro follower. Essi, secondo Riggio, "riprendono bisogni essenziali nell'esistenza di ogni persona: percepire fiducia nei propri confronti; avere una rete di sostegno per far fronte alle situazioni problematiche; essere in relazione con altri in modo autentico e pieno". A queste forti istanze ogni influencer offre le sue risposte, andando a svolgere una funzione di punto di riferimento, "tramutandosi in inedito leader della nostra società". Questo si realizza anche su temi di attualità, al punto che "le soluzioni prospettate dagli influencer finiscono per sostituirsi – in particolare presso i giovani – alle risposte, non sempre (ritenute) sufficienti o adeguate, di altre istituzioni: lo Stato innanzi tutto, ma anche la famiglia, la scuola, la Chiesa, il mondo dell'associazionismo, che tradizionalmente hanno svolto il compito di farsi carico di questi bisogni sociali. Tuttavia il contributo degli influencer, per quanto possa essere significativo, non basta". Per Riggio, infatti, queste istanze "non sono traguardi che è possibile raggiungere individualmente, ma richiedono l'esistenza di una comunità, l'interazione sociale con un gruppo da cui si riceve ciò di cui si ha bisogno e in cui si può dare il proprio contributo. Ma una comunità di questo tipo non può certo essere solo virtuale, come quelle che si formano intorno agli influencer più popolari. Non può evitare la sfida di pensare nel suo insieme la complessità del nostro mondo, le tante interconnessioni che esistono e le contraddizioni che inevitabilmente si pongono, anche a costo di sacrificare l'immediatezza della comunicazione". Altrimenti è forte la "tentazione di ritirarsi nella ricerca di un benessere minuto, sonnambuli di fronte ai problemi della società", riprendendo un'immagine usata nel Rapporto Censis del 2023. Per questo, conclude il direttore, "guardare all'esperienza degli influencer, pur riconoscendone gli aspetti parziali e ambigui che presenta, ci offre uno spunto determinante: investire sulla fiducia. Riescono a trasmettere ai follower la convinzione che anche loro sono in grado di tagliare i traguardi a cui tengono. Nel nostro Paese i messaggi di fiducia in grado di liberare la creatività e le energie sono molto flebili. Prevalgono piuttosto tante altre voci che si focalizzano esclusivamente sugli aspetti negativi, con uno sguardo profondamente pessimista su ciò che l'essere umano è capace di realizzare". La via, tracciata in varie occasioni dal Presidente della Repubblica Sergio Mattarella, invece "è quella di tornare a credere e investire nella fiducia come volano delle risorse individuali e fondamento di legami solidi, per dare nuovamente credito a noi stessi e agli altri, alle idee, battaglie, visioni per il futuro a cui insieme si dà vita".

Gianni Borsa