

Influencer, no influenceraptor



Ogni tanto, sui social, rimonta la polemica sugli influencer e tutta sulle loro spalle, ovviamente.

Ad alcuni individui non basta parlarne in maniera distruttiva, no, desiderano proprio annientarli e agguerriti cercano di influenzare i loro followers, affinché ripudino l'influencer che vogliono stroncare.

Un "Teatrino" che va avanti sempre allo stesso modo.

Ma questi influencer sono davvero così pericolosi, squallidi, come sostiene qualcuno? Sono veramente il male del secolo o è semplicemente il tentativo di capovolgere un'idea, per farne accettare un'altra, attuato da un diverso genere di influencer? Gli "Influenceraptor".

Chiunque mi influenza, più precisamente: mi scorre dentro l'anima. È evidente, ma chissà perché, a volte, qualche essere umano, non riesce ad ammetterlo, neppure con sé stesso.

Il gelato è uno tra i più grandi influencer che esistano sulla terra, ha capacità innate, può arrivare a far venire l'acquolina in bocca e come ogni influencer, muto in questo caso, che si rispetti, si basa sui gusti e sulle preferenze delle persone.

Detto questo, credo si possa affermare che siamo tutti influencer, solo, c'è chi lo è e lo fa consapevolmente, scegliendo di guadagnare, soprattutto dichiarandolo apertamente e non come i politici che di fatto lo sono, ma non lo ammetterebbero mai.

Talvolta basta influenzare una sola persona, che ha, poi, la forza e la capacità di influenzare gran parte della collettività.

Il Papa è uno tra gli esseri umani, più conosciuti, con la capacità di influire sugli altri, ha scelto di fare il Papa, rimane, comunque, il suo incidere nella vita delle persone, anche perché come influencer, sui social, tipico mondano, è un po' difficile immaginarlo.

Influire è scorrere dentro l'anima di una persona, se poi qualcuno "scorre" malamente, non si può, per questo, demonizzare o addirittura condannare la figura dell'influencer, semmai si riconoscerà che alcuni personaggi "scorrono" in modo deleterio, inappropriato, però, non può essere una prerogativa soltanto di coloro che si dichiarano influencer, ma di tutti, e in particolare di chi li critica. Sarà meglio farsene una ragione, davanti all'evidenza e alla verità, che porta con sé la

consapevolezza della capacità che abbiamo di condizionarci, influenzarci, addomesticarci, suggestionarci a vicenda con idee, parole, azioni, invenzioni, la lista è lunga e, per dirla tutta, pure chi non incassa denaro ha i suoi vantaggi.

In fondo bisognava pur organizzarsi per influenzare le opinioni altrui e guadagnare un bel po' di soldi. La scoperta dell'acqua sbollentata è che un'informazione non va da A a B senza qualcuno che se ne occupi in maniera adeguata e, volendo, interessante. Non so se sono riuscita a tradurre il percorso di un'informazione in modo semplice e buono, come lo è per me una bruschetta con aglio, olio e pomodoro strapazzato.

Naturalmente tutto questo non è, come si potrebbe pensare, il male oscuro, ma attenzione, dipende dagli intenti di ognuno.

La questione ora sembrerebbe essere non tanto fare o non fare l'influencer, visto che è inevitabile, ma cosa far scorrere nelle anime altrui.

È importante scegliere tra il bene e il male, che non sempre fanno bene, specialmente il bene quando fa male. I più grandi influencer nella storia dell'umanità sono effettivamente il bene e il male, che molti si lasciano scorrere dentro.

In conclusione, che gli influencer ricchi e famosi non diventino il capro espiatorio di poveri sconosciuti in cerca di millimetri di visibilità.

Il problema, a mio avviso, è quando si vede qualcuno che va in giro cercando di realizzare opere d'arte come se fossero VERE opere d'arte. Suvvia! Sono simboli, ogni cosa è un simbolo, persino le parole, queste parole. Spero stiate giocando, in questo momento, con piena coscienza e che abbiate capito i simboli del gioco. Esiste un unico tipo di "Artista" ed è colui che sa di essere un capolavoro tra i capolavori. Questo è l'influencer, il "modo", da preferire, perché lontano dall'influenceraptor.

A cura di Maria Grazia Grilli