

IL COMPLEANNO AL CARREFOUR

## Ferragnez, la vita social è ormai una prigione dorata

ATTUALITÀ

26\_10\_2018

**Orlando  
Falena**



Lo scorso 22 ottobre la *fashion blogger* e *influencer* più famosa al mondo, Chiara Ferragni, non nuova alle feste dal gusto spiccatamente trash ed eccessivo, ha organizzato una festa a sorpresa per il marito, il rapper Fedez, in un supermercato della

catena Carrefour. Il sogno un po' di tutti da bambini, avere a propria disposizione tutte le corsie di un supermercato per una notte intera, dove poter prendere e assaggiare qualsiasi cosa.

**Peccato che, com'era prevedibile**, la festa sia degenerata. Le stories di Instagram condivise dai vari invitati mostrano la Ferragni, Fedez e tutti i loro amici intenti a divertirsi lanciandosi cibo, ballare su frutta e verdura, lanciare bottiglie, aprire confezioni una dietro l'altra. Un vero e proprio inno allo spreco. L'indignazione sui social è arrivata forse prima di quanto previsto, tanto che i due protagonisti hanno interrotto la festa a metà per chiedere pubblicamente scusa, affermando anche di avere previsto, il giorno dopo, una grossa spesa a favore dei più bisognosi.

**«La location e tutto il cibo mangiato/toccato** sarebbe stato pagato e (se avanzava) portato a casa da noi, ed avevamo previsto di fare una grossa spesa il giorno dopo da donare in beneficenza (...). Mi dispiace se qualcuno si è sentito offeso: il messaggio che io e Fede, come famiglia e singolarmente, cerchiamo di condividere è proprio il contrario» dichiara l'autrice di "The Blonde Salad. «Siamo persone che sanno scherzare e prendersi in giro, ma siamo anche persone di valore. Cerchiamo ogni giorno di condividere un messaggio positivo e di incoraggiare chi ci segue a rischiare per inseguire i propri sogni. Mi spiace e mi scuso se in questo contesto alcuni di voi abbiano visto un messaggio diverso».

**Tuttavia il citato "messaggio diverso"** - arrivato forte e chiaro agli occhi e alle orecchie della loro fanbase e non solo - è evidentemente una mancanza elementare di buon senso. I dati ISTAT sulla povertà in Italia sono paurosi. Nel 2017 si sono stimati in povertà assoluta 1 milione e 778 mila famiglie residenti, in cui vivono 5 milioni e 58 mila individui. Dall'altra parte, sono 145 i chili di cibo pro capite che gli italiani gettano ogni anno nella spazzatura. Ora, personaggi del calibro di Chiara Ferragni e Fedez, che in due contano più di 22 milioni di followers su Instagram, forse, potevano pensarci due volte prima di mostrare con orgoglio gesti del genere.

**Insomma, se sei un personaggio con un'influenza così grande** (non a caso si fanno chiamare "influencer") su tante persone che scelgono di seguirti, qual è il messaggio che vuoi comunicare? Siamo sicuri che state incoraggiando chi vi segue a "rischiare per inseguire i propri sogni"? Qui non si tratta di mostrare con soddisfazione la propria immensa e scintillante cabina armadio. O l'ultima costosissima auto di lusso acquistata. Liberi di spendere i soldi che guadagnate nel modo che ritenete più corretto. E di divertirvi nel modo che più vi piace, fosse anche con feste di dubbio gusto. Ma giocare con tanto cibo per puro divertimento, e farlo pure con orgoglio, questo va contro il più

elementare buon senso. Quello dello spreco di cibo, oggi, è una vera emergenza.

**Ma soprassedendo anche sull'infelice scelta** di comunicazione dei Ferragnez, c'è un altro punto di vista da valutare: quello della potenza persuasiva. Questi nuovi personaggi sono infatti potenti perché la loro celebrità è, da un certo punto di vista, "democratica". Quando hanno iniziato la loro attività, i social network - i canali di condivisioni che li hanno spinti verso l'alto - non erano ancora così vincolati all'afflusso di denaro delle sponsorizzazioni. In breve: se eri bravo, e sapevi venderti un minimo, potevi arrivare al successo. Non era facile, ma era la folla a premiare. Quella che è stata la loro arma, oggi li schianta. Dalla proposta di fidanzamento sul palco di un concerto, **fino alla nascita del figlio Leone** e il loro matrimonio in quel di Noto: Il loro essere "pubblici" è ormai oggi dato per scontato. Devono condividere tutto, perché la loro fanbase vuole conoscere tutto delle loro vite.

**L'arma a doppio taglio dei social network oggi li ingabbia.** E i secondini paiono essere proprio le persone che gli stanno attorno: la madre/suocera manager, la sorella/cognata influencer. Tutto è artificioso, artificiale, costruito sugli umori di un pubblico capace di adorare e di deprecare a giorni alterni, ondivago come l'andamento dei mercati finanziari su cui i Ferragnez fondano il loro profitto. È tutto pianificato per seguire quell'onda che sono loro stessi a costruire, per surfare sulla cresta di uno tsunami che prima ti alza e dopo pochi secondi ti annega. Ed è in queste immagini di falsità, che nascondono una feroce instabilità, che si annida l'ipocrisia del diabolico.