



Primo Piano - Arcadia Mood: La Rete boccia la strategia del silenzio di Chiara Ferragni

Roma - 14 mar 2024 (Prima Notizia 24) A tre mesi dal Pandorogate, i follower del suo account Instagram sono tornati ai livelli del gennaio 2023. Infatti la conta attuale supera di poco i 29 milioni. Dal 13 dicembre ad oggi 517 mila utenti hanno smesso di seguire l'influencer più famosa d'Italia.

Chiara Ferragni sempre meno presente sui social network. Il numero di contenuti mensili pubblicati dal suo account Instagram è precipitato da 72, picco massimo ottenuto a maggio del 2023, agli 8 post dello scorso mese di gennaio. "La strategia del silenzio - sottolinea Arcadia - non può durare a lungo. La domanda di fondo è una: quanto tempo una celebrity influencer può restare nel limbo del silenzio social senza postare o limitarsi al minimo indispensabile dando segnali saltuari di esistenza, ma di fatto continuando a prosciugare il liquido amniotico della placenta digitale che accoglie i propri follower? L'interrogativo può anche essere riformulato chiedendoci, al contempo, quanto il lockdown degli account social, decretato in tutta fretta per mettere al riparo la reputazione di Chiara Ferragni dal tornado che ne stava triturando la reputazione, può durare senza produrre danni superiori agli effettivi benefici?". La percentuale di engagement dell'account Instagram è il termometro della passione dei follower. Nel caso dell'account della Ferragni questa è precipitata dal 5,8%, di febbraio 2023, allo 0,54% di gennaio 2024. "Se Chiara Ferragni - si legge nell'abstract Arcadia Mood - pensa che il suo percorso professionale di celebrity influencer sia ancora solido e punta a tutelare i suoi interessi economici e la sua reputazione, è costretta a riprendere in tempi stretti quella narrazione condivisa, pur adattandola ai nuovi cambiamenti". La total reaction dell'account Instagram, misura che certifica anche il successo di un canale ancor di più rispetto a tutte le altre classifiche, rivela quanto sia sanguinosa la strategia del silenzio adottata da Chiara Ferragni per cercare di superare la crisi reputazionale. Il passaggio è traumatico: a febbraio 2023, complice il Festival di Sanremo, le interazioni erano 46.792.572, mentre dopo un anno, a gennaio 2024, il totale si ferma a 4.921.024."Qualcuno dirà - continua Arcadia - che la perdita dei follower finora patita è minima, siamo a più di 515 mila su un totale di 29 milioni che seguono solo l'account Instagram, eppure bisogna rammentare che questo defollowing ha già prodotto comunque due conseguenze immediate: la prima è percettiva, perché ha instillato nel pubblico digitale la convinzione che l'abbandono è più che altro una scelta punitiva nei confronti di chi ha tradito, per interesse personale, quei valori morali che il fandom considera come un vincolo sacro. La seconda è invece molto più sostanziale, intanto perché i follower si contano, ma soprattutto si pesano e in questa differenza non è dato conoscere il profilo di chi ha abbandonato l'account della Ferragni. Non sappiamo cioè, se erano follower che interagivano attivamente con i post, quanto fosse estesa la loro rete e soprattutto quale fosse la loro credibilità nelle rispettive comunità

digitali". Anche gli analytics dell'account TikTok di Chiara Ferragni soffrono della strategia del silenzio imposta alla celebrity influencer per superare la crisi reputazionale, infatti la conta delle reaction passa da 5.939323, incassate a settembre del 2023, ad appena 88.856 raccolte a gennaio 2024. "La riduzione drastica e prolungata di contenuti da pubblicare - spiega l'agenzia di comunicazione dello spin doctor Domenico Giordano - produce una distorsione delle abitudini dei follower che di fatto, si riverbera in modo diretto e negativo sulla dinamica funzionale dell'algoritmo. Il minor successo di account, decretato dalla quantità delle interazioni raccolte, spinge l'algoritmo a penalizzare la portata dei contenuti rispetto al fandom, in quanto interpreta questa riduzione di interazioni come un evidente segnale della scarsa attrattività del contenuto. Ecco perché Chiara Ferragni è quasi obbligata, se pensa ancora di investire con il suo brand nella content economy, ad accantonare in tempi brevi la strategia del silenzio". La dieta mensile TikTok racconta alla perfezione il "fermo macchina" imposto alla celebrity influencer: dai 63 video postati a settembre del 2023, siamo passati agli 11 di gennaio 2024. La percentuale di engagement dell'account TikTok evidenzia, se ancora ce ne fosse la necessità, l'emorragia del coinvolgimento di quest'ultimo trimestre. Nel caso dell'account della Ferragni, infatti, è precipitata dal 3,1% di settembre 2023, allo 0,045% dello scorso gennaio. (Fonte Arcadia Mood, "Le performance social di Chiara Ferragni", Tool Fanpage Karma, Periodo marzo 2023 - marzo 2024. Quest'analisi è parte di un progetto in collaborazione tra arcadiacom.it e Talkwalker. Arcadia Mood è un progetto di Domenico Giordano).

di Antonio Panei Giovedì 14 Marzo 2024