

Dalla visibilità alla mobilitazione e ritorno: l'influ-attivismo nell'ecosistema dei media digitali. Introduzione alla Special Issue

Maria Francesca Murru*
University of Bergamo

Marco Pedroni**
University of Ferrara

Simone Tosoni***
Università Cattolica of Milan

Negli ultimi anni, il fenomeno dell'influ-attivismo si è affermato come un'area di convergenza tra pratiche di partecipazione e dinamiche di influenza proprie della platform society, dando vita a uno spazio ibrido e innovativo. L'influ-attivismo rappresenta l'intersezione tra strategie di marketing e linguaggi estetici tipici degli influencer e le finalità di mobilitazione e sensibilizzazione proprie dell'attivismo. Questo intreccio sta trasformando il modo in cui le cause sociali ottengono visibilità, raggiungono il pubblico e creano forme di coinvolgimento nella sfera digitale.

Da un lato, l'influ-attivismo permette agli attivisti di sfruttare i meccanismi delle piattaforme digitali per ampliare la propria audience e ottenere maggiore attenzione mediatica. Dall'altro, evidenzia contraddizioni e rischi insiti nell'interazione tra logiche di mercato e dinamiche di partecipazione politica. La personalizzazione della comunicazione e la dipendenza dagli algoritmi delle piattaforme sollevano interrogativi circa la volatilità dell'attenzione pubblica e il potenziale appiattimento delle cause sociali in semplici strumenti di intrattenimento. La questione dell'autenticità, in particolare, emerge come un nodo cruciale: se da un lato gli attivisti rischiano di apparire opportunisti nell'adozione di strategie commerciali, dall'altro gli influencer impegnati in cause sociali sono stigmatizzati per un uso opportunistico del proprio impegno.

* mariafrancesca.murru@unibg.it

** pdrmcl@unife.it

*** simone.tosoni@unicatt.it

Oltre alle implicazioni sul piano della visibilità, l'influ-attivismo rappresenta un terreno di sperimentazione per nuove modalità di aggregazione intorno a temi di interesse collettivo. Attraverso strategie di coinvolgimento emotivo e la creazione di forme di intimità digitale, tipiche della *influence culture*, è possibile facilitare l'attivazione politica dei pubblici. Tuttavia, questa declinazione spesso individualizzata del politico pone interrogativi sui suoi effetti di lungo periodo, in particolare sulla possibilità di costruire movimenti collettivi e comunità stabili.

Questa special issue di *Mediascapes Journal* nasce dall'esigenza di indagare l'influ-attivismo non solo sul piano teorico, ma anche attraverso un'analisi empirica delle sue manifestazioni concrete. Essa si colloca accanto a un numero monografico parallelo di *Quaderni di Teoria Sociale* (2/2024), che approfondisce gli aspetti concettuali e teorici del fenomeno. Le due pubblicazioni, concepite come complementari e idealmente intrecciate, offrono una riflessione corale e articolata, combinando prospettive teoriche e ricerche empiriche. Questa duplice iniziativa non solo arricchisce il dibattito accademico su un tema emergente, ma si propone anche di fornire una definizione e una prima chiave interpretativa del fenomeno.

Il progetto editoriale ha preso forma grazie al lavoro seminariale organizzato da D/Cult (*Critical Observatory on Digital Cultures*) presso l'Università di Ferrara, che nel febbraio 2024 ha promosso una giornata di studi dedicata al tema. Questa *special issue* raccoglie una serie di contributi empirici che analizzano diversi contesti di influ-attivismo, dalle campagne di sensibilizzazione ambientale al femminismo digitale, fino all'autorappresentazione delle identità marginalizzate. I saggi riflettono sulla complessità delle pratiche di influ-attivismo e sulle tensioni che emergono dall'interazione tra valori sociali e logiche di piattaforma.

Il contributo che apre il volume, a firma di Murru, Pedroni e Tosoni, *Influ-activism: Outlining a New Area of Investigation Between Media Studies and Activism Research*, fornisce una cornice concettuale per lo studio dell'influ-attivismo. Tracciando una genealogia del fenomeno, ne delinea le logiche fondamentali e le implicazioni derivanti dall'intreccio tra logiche neoliberiste, *affordances* delle piattaforme digitali e pratiche attivistiche. Il saggio si propone come punto di partenza per una riflessione sistematica sull'influ-attivismo, contribuendo a definirne i contorni in quanto oggetto di studio emergente.

Ciammella e Ciofalo, in *Influ-activism, Content Creation, Transmedialità: il caso "#luchallacittà"*, applicano la prospettiva della media ecology per analizzare come gli influencer si inseriscano nei network comunicativi dei movimenti sociali. Attraverso il caso studio del progetto "#luchallacittà", il contributo esplora il ruolo strategico degli influencer nella costruzione di narrazioni transmediali e nell'amplificazione delle istanze collettive.

In *#travelforall: Influencer Culture, Digital Activism and Marginalized Identities*, Farinosi e Trevisan spostano il focus sulle identità marginalizzate, analizzando il contributo di influencer con disabilità nel campo del *travel activism*. Il loro studio dimostra come tali figure riescano a conciliare *advocacy* e *storytelling* personale, pur evidenziando i limiti di una mobilitazione prevalentemente individualistica.

Banfi e Bonazzi, con *A Study in Pink: Le narrazioni digitali dell'influ-attivismo femminista*, approfondiscono il legame tra influ-attivismo e femminismo digitale, analizzando come le pratiche discorsive degli influ-attivisti riflettano e rinegozino le tensioni tra logiche di visibilità e finalità politiche. L'articolo rappresenta un ponte verso gli studi successivi, che esplorano in dettaglio il rapporto tra genere, piattaforme digitali e attivismo.

Il contributo di Polesana e Risi, *Che genere di influencer, tra femminismo e retorica*, analizza le implicazioni della retorica femminista adottata da influencer italiani, mettendo in evidenza le tensioni tra self-promotion e impegno sociale. Le autrici discutono criticamente il ruolo del capitalismo di piattaforma nella costruzione e commercializzazione delle narrazioni di genere.

In continuità con i saggi precedenti, Gius, Capelli e Fiorentino, in *Fare femminismo online: le creator femministe su Instagram tra posizionamenti individuali, istanze di cambiamento e strategie di resistenza*, approfondiscono il posizionamento delle creator femministe italiane rispetto alle tensioni tra piattaforme digitali e politiche femministe, mostrando come le dinamiche di visibilità influenzino le loro pratiche.

Con *Lifestyle Politics Narratives Without Full Political Self-identification*, Baratin e Setiffi spostano l'attenzione sul tema delle narrazioni politiche legate allo stile di vita. Lo studio mostra come gli eco-influattivisti bilancino scelte individuali e messaggi politici, ampliando la comprensione delle sfumature che caratterizzano l'influ-attivismo.

Baffi e Binotto, in *Superguerrieri: L'influ-attivismo dei genitori caregivers tra rappresentazioni della disabilità e individualismo politico*, presentano un caso studio che evidenzia l'impatto dell'influ-attivismo su narrazioni personali e processi di auto-rappresentazione. Lo studio analizza come i caregiver utilizzino Instagram per promuovere una rappresentazione alternativa della disabilità.

La *special issue* si conclude con *Insta-Awareness: Reconciling Neoliberalism and Activism on and off the Platforms* di Taddeo, un contributo critico che esplora le tensioni tra etica e logiche di mercato nell'influ-attivismo italiano. Il saggio rappresenta un momento di riflessione finale sulle contraddizioni intrinseche al fenomeno, offrendo spunti per ulteriori sviluppi teorici.

Nel loro insieme, i saggi raccolti in questo numero tematico tentano di fornire una mappatura articolata dell'influ-attivismo, benché preliminare, offrendo strumenti analitici e critici per comprendere il ruolo che tale fenomeno svolge nel ridefinire le dinamiche della sfera pubblica digitale e i confini tra dimensione politica e collettiva nell'ecosistema delle piattaforme. I contributi convergono nell'esplorare una tensione centrale nell'influ-attivismo: quella tra l'autenticità, intesa come valore fondamentale (benché talvolta retorico) delle narrazioni attivistiche, e le logiche commerciali che permeano le piattaforme digitali. Le dinamiche algoritmiche, che incentivano visibilità ed engagement, rischiano di ridurre l'impegno sociale a un esercizio performativo, trasformando le cause politiche in strumenti di consumo. Questa tensione non rappresenta semplicemente un vincolo, ma si configura come il terreno di negoziazione entro cui si giocano la legittimità e la rilevanza dell'influ-attivismo.

Il ruolo delle piattaforme emerge come una componente cruciale e, al tempo stesso, problematica. Esse definiscono il contesto operativo dell'influ-attivismo, modellandone i

linguaggi, le pratiche e i ritmi. Attraverso *affordances* tecnologiche che premiano la personalizzazione e la spettacolarizzazione, le piattaforme non solo amplificano i messaggi, ma li riconfigurano, orientandoli verso un'estetica dell'effimero che può compromettere la coerenza e la profondità delle istanze politiche.

Un altro filo conduttore dei saggi è rappresentato dalla centralità dell'individuo nelle narrazioni attivistiche. Pur mobilitandosi intorno a cause collettive, l'influ-attivismo tende a privilegiare storie personali, che si prestano meglio alle logiche di visibilità e coinvolgimento delle piattaforme. Questo approccio, se da un lato consente di umanizzare temi complessi e di creare connessioni emotive con il pubblico, dall'altro riduce il potenziale per costruire movimenti collettivi stabili e capaci di generare un cambiamento strutturale.

Le pratiche di intimità mediata e di coinvolgimento emotivo emergono come strumenti potenti per catturare l'attenzione e mobilitare il pubblico. Tuttavia, queste modalità di comunicazione, ancorché efficaci nel sensibilizzare su temi sociali, rischiano di accentuare un approccio individualistico che ridimensiona le aspirazioni di trasformazione collettiva. L'influ-attivismo appare così oscillare tra una dimensione emotiva e immediata e l'incapacità di tradurre l'attenzione in azioni politiche durature.

Infine, l'influ-attivismo si rivela un fenomeno intrinsecamente ambiguo, capace di amplificare voci marginalizzate e, al contempo, vulnerabile alle logiche neoliberiste che ne minano il potenziale trasformativo. Questa ambivalenza costituisce un'opportunità per interrogarsi su come le pratiche di visibilità e partecipazione possano essere riorientate per rispondere alle istanze del cambiamento sociale nell'era delle piattaforme.

I saggi raccolti, pur nella diversità delle prospettive, delineano una mappa preliminare ma promettente delle implicazioni sociologiche dell'influ-attivismo, offrendo uno spunto per approfondire un fenomeno emergente e complesso. Questo lavoro, frutto di un dialogo inedito e fruttuoso tra *Mediascapes Journal* e *Quaderni di Teoria Sociale*, rappresenta un invito a fare dell'influ-attivismo un tema centrale della riflessione sociologica contemporanea, interrogandoci su come le logiche dell'influ-attivismo possano trasformare non solo le modalità di partecipazione politica e culturale, ma anche il concetto stesso di impegno collettivo nell'era delle piattaforme. È un primo passo, speriamo, verso una comprensione più ampia delle tensioni, delle possibilità e dei limiti che emergono quando la cultura della visibilità incontra le trasformazioni sociali connaturate ai processi di piattaformaizzazione.

From Visibility to Mobilisation and Back: Understanding Influ-activism in the Digital Media Ecosystem. Introduction to the Special Issue

In recent years, the phenomenon of influ-activism has emerged as a convergence point between participatory practices and the dynamics of influence characteristic of the platform society, giving rise to a hybrid and innovative space. Influ-activism represents the intersection of marketing strategies and the aesthetic languages typical of influencers with the goals of mobilisation and awareness-raising central to activism. This interplay is reshaping how social causes gain visibility, engage audiences, and foster new forms of participation within the digital sphere.

On the one hand, influ-activism allows activists to exploit the mechanisms of digital platforms to broaden their audience and gain greater media attention. On the other hand, it reveals contradictions and risks inherent in the interplay between market logics and dynamics of political participation. The personalisation of communication and reliance on platform algorithms raise critical questions about the volatility of public attention and the risk of reducing social causes to mere tools of entertainment. Authenticity emerges as a particularly contentious issue: activists risk being perceived as instrumental in their adoption of commercial strategies, while influencers engaged with social causes are often accused of opportunistically exploiting their advocacy.

In addition to its impact on visibility, influ-activism represents a fertile ground for experimenting with new forms of aggregation around issues of collective concern. By employing strategies of emotional engagement and cultivating forms of digital intimacy, typical of influence culture, it has the potential to foster political activation among audiences. Yet, this often individualised framing of the political raises concerns about its long-term implications, particularly regarding its ability to sustain collective movements and stable communities.

This special issue of *Mediascapes Journal* was conceived to explore influ-activism not only theoretically but also through empirical analyses of its concrete manifestations. It complements a parallel monographic issue of *Quaderni di Teoria Sociale* (2/2024), which investigates the conceptual and theoretical dimensions of the phenomenon. Designed as complementary and interconnected, the two publications offer a rich and multifaceted reflection, combining theoretical perspectives with empirical research. This dual initiative aims not only to enrich the academic debate on an emerging topic but also to provide a definition and preliminary interpretative framework for the phenomenon.

The editorial project took shape through a seminar organised by D/Cult (*Critical Observatory on Digital Cultures*) at the University of Ferrara, which in February 2024 hosted a study day dedicated to the theme. This special issue gathers a series of empirical contributions analysing different contexts of influ-activism, ranging from environmental

awareness campaigns to digital feminism and the self-representation of marginalised identities. The essays reflect on the complexity of influ-activist practices and the tensions arising from the interaction between social values and platform logics.

The opening contribution by Murru, Pedroni and Tosoni, *Influ-activism: Outlining a New Area of Investigation Between Media Studies and Activism Research*, provides a conceptual framework for the study of influ-activism. By tracing the genealogy of the phenomenon, it outlines its core logics and the implications arising from the interplay of neoliberal logics, the affordances of digital platforms, and activist practices. The essay serves as a starting point for a systematic reflection on influ-activism, contributing to the definition of its contours as an emerging object of study.

Ciammella and Ciofalo, in *Influ-activism, Content Creation, Transmedialità: il caso "#luchallacittà"* (*Influ-activism, Content Creation, Transmediality: The Case of "#luchallacittà"*), adopt a media ecology perspective to analyse how influencers integrate into the communicative networks of social movements. Through the case study of the "#luchallacittà" project, their contribution explores the strategic role of influencers in constructing transmedia narratives and amplifying collective issues.

In *#travelforall: Influencer Culture, Digital Activism and Marginalised Identities*, Farinosi and Trevisan shift the focus to marginalised identities, examining the role of influencers with disabilities in travel activism. Their study highlights how these figures balance advocacy with personal storytelling while underscoring the limits of predominantly individualised mobilisation.

Banfi and Bonazzi, with *A Study in Pink: Le narrazioni digitali dell'influ-attivismo femminista* (*A Study in Pink: The Digital Narratives of Feminist Influ-activism*), explore the relationship between influ-activism and digital feminism, analysing how the discursive practices of influ-activists reflect and renegotiate tensions between visibility logics and political objectives. Their article serves as a bridge to subsequent studies, which explore the intersections of gender, digital platforms, and activism.

Polesana and Risi, in *Che genere di influencers, tra femminismo e retorica* (*What Kind of Influencers? Between Feminism and Rhetoric*), examine the implications of feminist rhetoric adopted by Italian influencers, highlighting the tensions between self-promotion and social commitment. The authors critically discuss the role of platform capitalism in constructing and commercialising gender narratives.

Continuing this line of inquiry, Gius, Capelli, and Fiorentino, in *Fare femminismo online: le creator femministe su Instagram tra posizionamenti individuali, istanze di cambiamento e strategie di resistenza* (*Doing Feminism Online: Italian Feminist Creators on Instagram Between Individual Positions, Calls for Change, and Resistance Strategies*), examine the tensions between digital platforms and feminist politics faced by Italian feminist creators, showing how visibility dynamics shape their practices.

In *Lifestyle Politics Narratives Without Full Political Self-identification*, Baratin and Setiffi turn their attention to the political narratives embedded in lifestyle activism. Their study illustrates how eco-influ-activists balance individual choices with political messages, broadening the understanding of the nuances characterising influ-activism.

Baffi and Binotto, in *Superguerrieri: L'influ-attivismo dei genitori caregivers tra rappresentazioni della disabilità e individualismo politico* (*Superwarriors: The Influ-activism of Caregiver Parents Between Disability Representation and Political Individualism*), present a case study on the impact of influ-activism on personal narratives and self-representation processes. Their analysis investigates how caregivers use Instagram to promote alternative representations of disability.

The special issue concludes with Taddeo's *Insta-Awareness: Reconciling Neoliberalism and Activism On and Off the Platforms*, a critical contribution exploring the tensions between ethics and market logics in Italian influ-activism. This essay provides a reflective endpoint on the inherent contradictions of the phenomenon, offering insights for further theoretical development.

Together, the essays in this thematic issue aim to provide a nuanced, albeit preliminary, mapping of influ-activism, offering analytical and critical tools to understand its role in redefining the dynamics of the digital public sphere and the boundaries between political and collective dimensions within the platform ecosystem. The contributions converge in examining a central tension in influ-activism: the interplay between authenticity, as a fundamental (if sometimes rhetorical) value in activist narratives, and the commercial logics pervading digital platforms. Algorithmic dynamics, which incentivise visibility and engagement, risk reducing social engagement to performative acts, transforming political causes into objects of consumption. This tension does not merely constitute a constraint but emerges as the arena in which the legitimacy and relevance of influ-activism are negotiated.

The role of platforms surfaces as both a crucial and problematic component. Platforms define the operational context of influ-activism, shaping its languages, practices, and rhythms. Through technological affordances privileging personalisation and spectacle, platforms not only amplify messages but also reconfigure them, steering them towards an ephemeral aesthetic that may compromise the coherence and depth of political agendas.

Another recurring theme in the essays is the centrality of the individual in activist narratives. While mobilising around collective causes, influ-activism often prioritises personal stories, which better align with the visibility and engagement logics of platforms. This approach, while humanising complex issues and creating emotional connections with audiences, diminishes the potential to build stable collective movements capable of driving structural change.

Practices of mediated intimacy and emotional engagement emerge as powerful tools for capturing attention and mobilising audiences. However, these communication strategies, effective as they may be in raising awareness of social issues, risk reinforcing an individualistic approach that limits aspirations for collective transformation. Thus, influ-activism oscillates between immediate emotional resonance and an inability to translate attention into enduring political action.

Ultimately, influ-activism proves to be an intrinsically ambiguous phenomenon, capable of amplifying marginalised voices while remaining vulnerable to the neoliberal logics that undermine its transformative potential. This ambivalence invites reflection on how practices of visibility and participation can be reoriented to address the demands of social change in the platform era.

The essays gathered here, despite their diverse perspectives, sketch a preliminary but promising map of the sociological implications of influ-activism, offering a starting point for exploring this emerging and complex phenomenon. This endeavour, the result of a novel and productive dialogue between *Mediascapes Journal* and *Quaderni di Teoria Sociale*, represents an invitation to make influ-activism a central theme in contemporary sociological reflection, questioning how its logics can reshape not only modes of political and cultural participation but also the very concept of collective engagement in the platform era. It is a first step, we hope, towards a broader understanding of the tensions, possibilities, and limits that arise when the culture of visibility intersects with the social transformations inherent in platformisation processes.

Biographical Note

Maria Francesca Murru is Associate Professor in Sociology of Culture and Communication at the University of Bergamo. Her research interests are focused on online public spheres, digital activism and mediated civic participation. She is currently engaged in research projects dealing with conspiracy ideation, epistemic pluralism and adoption of Artificial Intelligence in newsmaking processes. Among her latest publications: (with Simone Carlo) *IA e newsmaking: un'indagine esplorativa nelle redazioni nazionali e locali italiane*, *Mediascapes Journal*; *Qanon and conspiracy theories – the Italian case*, in Eslen-Ziya, H, Giorgi, A., *Populism and Science in Europe*, Palgrave McMillan.

Marco Pedroni is an Associate Professor of Sociology of Culture and Communication at the University of Ferrara. He is the founder and director of D/Cult, a critical observatory on digital cultures. He serves as Co-Editor in Chief of the *International Journal of Fashion Studies*, published by Intellect Books. His research and publications have concentrated on cultural industries, including fashion and gambling, as well as social media influencers. Currently, he is engaged in research projects on artificial intelligence and influence culture.

Simone Tosoni is an Associate Professor of Sociology of Cultural Processes at the Faculty of Political and Social Sciences at Università Cattolica di Milano. His research focuses on digital media, science communication and misinformation, and subcultures. Among his recent publications, he has edited and contributed to the volume *Manufacturing Refused Knowledge in the Age of Epistemic Pluralism. Discourses, Imaginaries, and Practices on the Border of Science*, Palgrave 2024 (with Federico Neresini, Maria Carmela Agodi, Stefano Crabu).