

Dopo 236 giorni artisti e influencer si sono accorti che a Gaza è in corso un genocidio

È da due giorni, ormai, che su Instagram circola senza soluzione di continuità un'immagine che intende rivolgere l'attenzione sul massacro in corso a Gaza. *"All Eyes on Rafah"*, questa la scritta che appare nell'immagine e che ha anche dato il nome al fenomeno, ha rapidamente catturato milioni di consensi, tanto che a stamattina solo nelle precedenti 24 ore si contavano **poco meno di 50 milioni di condivisioni**. Tra tutte queste persone non potevano certamente non rispondere all'appello i vari artisti, influencer e celebrità che ogni giorno monopolizzano gli schermi dei nostri telefoni, primi della fila proprio quelli che, **alle porte dell'ottavo mese di massacro**, non avevano ancora alzato una parola di denuncia nei confronti del genocidio che Israele perpetra sul popolo palestinese. Sebbene gli scopi dell'immagine paiano essere nobili, infatti, il sempre più crescente numero di persone che ha deciso di diffonderla suggerisce più che delle centinaia di milioni di persone che l'hanno condivisa, parecchi, specialmente quegli stessi influencer, lo abbiano fatto per seguire quello che è andato definendosi come **un vero e proprio trend**. A riprova di ciò arriverebbe anche la controtendenza ormai in auge dal 6 maggio di *#blockout2024*, nata proprio per **boicottare quelle celebrità** che dal 7 ottobre a oggi non hanno alzato un dito per la causa palestinese.

*All Eyes on Rafah* è stato condiviso a partire da un paio di giorni fa, in risposta al bombardamento del campo profughi di Tal Al-Sultan, che ha portato al [massacro di oltre 40 civili](#), **molti dei quali arsi vivi**. L'immagine è stata generata con una Intelligenza Artificiale e a capo del progetto pare essere un fotografo indipendente. In pochi giorni le condivisioni del post hanno toccato quote senza precedenti, e il fenomeno pare essersi trasformato in un'autentica tendenza da social, riflettendo dunque **le stesse logiche e i medesimi meccanismi degli analoghi "balletti"** su *TikTok*. Proprio per tale motivo, la diffusione dell'immagine da parte dei vari artisti e influencer che mai hanno speso una parola di condanna del genocidio - e nemmeno per rivendicare una pace - sembra più un tentativo di **salire sul carro della tendenza**, in modo tale da lavarsi via la coscienza. La stessa locuzione "tutti gli occhi su Rafah" è dopo tutto dotata di una carica relativamente neutra, e mira a rivolgere l'attenzione su quello che sta succedendo in Palestina senza tuttavia lanciare in maniera davvero esplicita giudizi di valore.

Ed ecco che, magicamente, artisti e influencer in voga, molti dei quali non avevano mai espresso un pensiero in merito al massacro in corso in Palestina, hanno condiviso l'immagine virale. Nel migliore dei casi un modo facile per dimostrare che si occupano della questione, senza dirlo troppo forte. Oppure, a voler pensar male, un modo facile per ripulirsi la coscienza e provare a smarcarsi dai pericoli della campagna di boicottaggio condividendo una semplice "stories". Al fenomeno globale non hanno fatto difetto artisti e influencer italiani: da **Fedez** a **Guè Pequeno**, passando per **Mahmood** e **Annalisa**, in tanti tra i "vip"

Dopo 236 giorni artisti e influencer si sono accorti che a Gaza è in corso un genocidio

nostrani della canzone e di Instagram hanno condiviso l'immagine.

All'iniziativa, comunque, andrebbero riconosciuti i suoi meriti: come tutti i fenomeni virali, essa catalizza l'interesse del grande e variegato pubblico dei social network verso una imminente emergenza umanitaria, e può portare più persone a **interessarsi di quanto stia succedendo** nella Striscia di Gaza e a informarsi meglio; la stessa condivisione da parte degli artisti, letta in questo quadro, si potrebbe configurare come un virtuoso esempio di come, quando spesi per determinate cause, i social abbiano un potere mediatico ed ecoico senza rivali. Eppure, a fare dubitare della buona volontà se non di tutte, quanto meno di alcune delle celebrità che hanno ripostato l'immagine arriva l'iniziativa *#blockout2024*.

Blockout è un hashtag di tendenza lanciato il 6 maggio 2024. Esso è nato dopo la netta **discrepanza che sussiste tra il mondo delle celebrità e quello reale** che gli utenti dei social hanno osservato plasticamente in occasione dell'annuale celebrazione del Met Gala. Durante l'evento - partecipato da numerosissime personalità pubbliche - i vari invitati hanno sfoggio del lusso che caratterizza il mondo delle celebrità, causando l'indignazione del pubblico dei social. La goccia che ha fatto traboccare il vaso è stata nello specifico il video pubblicato dalla modella Haley Kalil, in cui l'influencer, vestita in abiti sfarzosi, pronuncia l'ultima frase della celebre citazione attribuita a Maria Antonietta: "[Il popolo ha fame?] **Dategli le brioche**". Osservato il forte distacco dalla quotidianità esibito dal Met Gala, paragonato alle feste dipinte nel celebre fantasy distopico *Hunger Games*, è stata così lanciata una **campagna di boicottaggio contro tutti quei personaggi e quelle realtà pubblici** che dopo l'[escalation del 7 ottobre](#) non si sono mai espressi su Gaza. Nello specifico, gli utenti sono invitati a smettere di seguire e a bloccare le persone prese di mira. A oggi le celebrità direttamente colpite sono una ventina, ma quelle in piano sono, per ora, almeno un migliaio. Gli effetti di blockout sono stati devastanti, tanto che celebrità come Kim Kardashian sono arrivate a **perdere più di un milione di follower su Instagram** in un solo mese, mentre altre, come Zendaya, hanno quasi raggiunto il mezzo milione di "seguaci" in meno.

[di Dario Lucisano]