

La doxasfera digitale e le issue serializzate

Stefano Cristante, Università del Salento

The digital doxasphere and serialized issues. *This article reinterprets the doxasphere by emphasizing how connected digital media reorganize political communication through seriality. Building on Bourdieu's notion of public opinion as a field of forces, the model is updated to account for transformations affecting decision-makers, pressure groups, media systems, and connected multitudes. Digital platforms intensify disintermediated communication and reinforce algorithmic visibility, enabling political actors and influencers to structure public discourse through serialized narrative formats (defined by repetitions and variations). Seriality becomes a strategic device: issues are not only circulated but serialized, unfolding as sequences of episodes that reiterate frames, emotions, and antagonisms. This process sustains attention over time, amplifies polarization, and converts conflicts into recurring media events shaped by platform logics. Hybridized media ecosystems reproduce these serial patterns, while prosumer practices continuously feed new iterations of the same controversies. The article argues that serialized issues now constitute the primary organizational form of political communication in the connected doxasphere, where actors compete to impose meaning within an environment governed by repetition, acceleration, and variations.*

Keywords: doxasphere; decision makers; pressure groups; multitudes; hybrid media; seriality.

La doxasfera novecentesca

La doxasfera è un modello sociocomunicativo elaborato per rendere maggiormente visibili le dinamiche e i conflitti di opinione della contemporaneità e parte da una suggestione presente in un celebre saggio di Pierre Bourdieu che descrive lo stato dell'opinione pubblica come un sistema di forze e di tensioni (Bourdieu 1973, p. 74).

Il modello si può illustrare graficamente come un cerchio con inscritto un quadrato disposto obliquamente, ai cui vertici sono presenti le denominazioni degli ambiti attoriali maggiormente influenti sulle dinamiche di opinione (Fig. 1). L'iscrizione nel cerchio serve a rappresentare la fluidità e la ciclicità delle relazioni tra gli ambiti attoriali. A differenza dei modelli tradizionali sociocomunicativi, che prevedono tre attori (sistema politico, sistema mediatico e cittadini, cfr. Mazzoleni 1998), il modello della doxasfera prevede quattro ambiti attoriali (al cui interno agiscono attori diversi, e spesso contrapposti). I quattro ambiti sono i decisori politici, i gruppi di pressione, le moltitudini e i media (Cristante 2004).

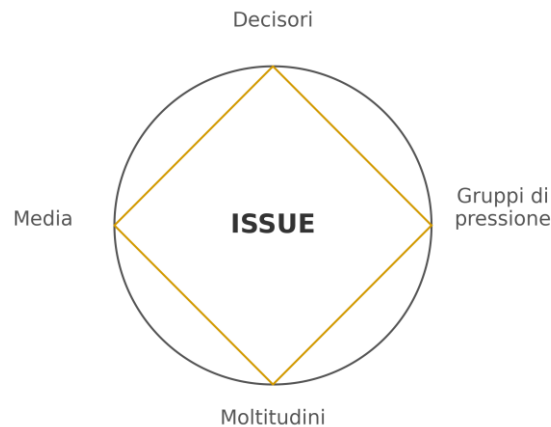


Fig. 1 Doxasfera novecentesca

I decisori politici sono in primo luogo i leader dei governi, ma appartengono a questo ambito tutti coloro che possono legittimamente prendere decisioni, che in politica assumono la forma di leggi, decreti, norme e altri impegni vincolanti per la collettività.

I gruppi di pressione rappresentano porzioni di collettività radunate intorno a un insieme di obiettivi. Possono oscillare da una identità stabile (p.e. un sindacato nazionale) a una identità episodica (p.e. un comitato di quartiere formatosi sulla base di una questione emergente, ma non necessariamente permanente): tuttavia la pur grande differenza tra queste due tipologie di gruppi di pressione non deve far dimenticare che essi cercano, in entrambi i casi, di estendere la propria discrezionalità, ovvero di ottenere risultati a vantaggio dei propri associati, con metodi analoghi (p.e. minaccia di sanzioni di qualsiasi tipo alle controparti).

Le moltitudini rappresentano tutti gli individui che appartengono a una determinata collettività, ma anche le loro reti di comunicazione basate sugli interessi (gruppi di interesse professionali, sportivi, culturali, eccetera). I gruppi di interesse differiscono dai gruppi di pressione per l'assenza della controparte: ai gruppi di interesse preme poter svolgere le proprie attività, e non conquistare postazioni. Qualora venisse loro proibito di organizzarsi, allora potrebbero trasformarsi in un gruppo di pressione e combattere contro la propria controparte.

I media raccontano il mondo, e nel modello della doxasfera hanno la funzione di connettere i diversi ambiti attoriali, selezionando le questioni, e rappresentandone l'ordine di importanza. Tuttavia, i media sono anche altro: campo di battaglia delle argomentazioni degli altri attori e – non di rado – attori a loro volta schierati o comunque orientati, secondo l'inevitabile constatazione che qualunque osservazione provenga dai media è frutto di un punto di vista, vale a dire dalla prospettiva rispetto alla quali si guardano i fatti del e le idee sul mondo.

I quattro ambiti attoriali della doxasfera influiscono sulle dinamiche e sui conflitti di opinione: possiamo immaginare che da essi provenga un'energia differenziata, destinata a esercitarsi all'interno di ciascun ambito e poi sui processi di opinione, sprigionando un campo di forze che può far mutare di direzione ai conflitti di opinione. Ad esempio, il consenso sulla costruzione di una grande opera pubblica dipenderà dalla combinazione energetica delle disposizioni vincenti in ciascun ambito attoriale, e a come si intrecceranno con le posizioni degli altri ambiti. Verrà così a crearsi un campo di forze, all'interno del quale si giocherà la fortuna di una certa questione o di un certo orientamento. Per restare al nostro esempio, l'emersione del consenso – o del dissenso – rispetto a un'opera pubblica sarà dovuta al combattimento tra atteggiamenti, azioni e argomentazioni che, nel loro insieme, consentiranno o meno ai decisori di andare avanti o di arrestare i lavori di quell'opera.

La doxasfera riconfigurata, ovvero la doxasfera digitale

Il modello sopra sintetizzato si riferisce alla doxasfera novecentesca, ed è ora riconfigurabile alla luce delle nuove caratteristiche indotte dal digitale connesso, vale a dire l'abbinamento di informatica e connessione universale via internet. Il digitale connesso ha modificato in gran parte le dinamiche della doxasfera, perché ha cambiato la natura della comunicazione di ciascun ambito attoriale (Cristante 2020).

L'onda della riconfigurazione nasce nell'ambito dei media, perché internet è un super-medium che spinge l'ambito mediatico a mutare enormemente e – di conseguenza – induce trasformazioni radicali anche negli altri ambiti attoriali (Fig. 2).

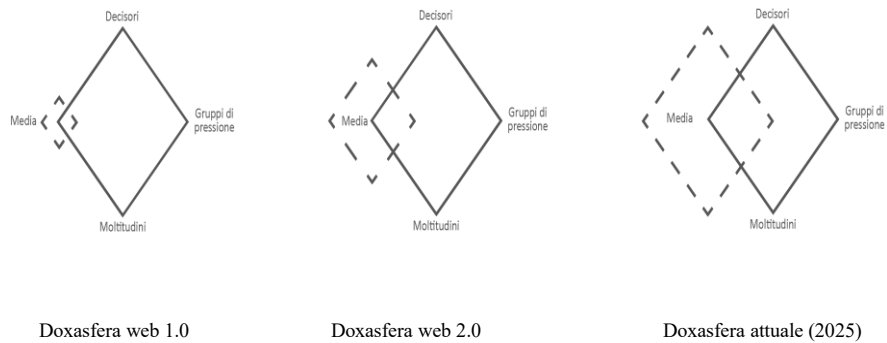


Fig. 2 Evoluzione del digitale connesso nella doxasfera

Il digitale connesso si manifesta sotto forma di piattaforme che insistono sulla dimensione comunicativa. Siti, blog, social network, applicazioni e Intelligenza Artificiale generativa sono forme mediali che prendono vita nello schermo del computer, oppure in quello degli smartphone, che altro non sono se non computer con funzioni d'esordio telefoniche. Nella fase di avvio di questi media si sono ripetute le tradizionali polemiche tra tecno-fobici e tecno-entusiasti, mentre risulta ormai del tutto visibile la straordinaria rapidità del processo di digitalizzazione e di connessione telematica di massa, che interessa la società nel suo complesso e in modo particolare le dinamiche di opinione, perché sta coinvolgendo il mondo della comunicazione in una gigantesca operazione di ri-mediazione tecnologica e comportamentale (Bolter & Grusin 1999; Manovich 2001).

Limitandoci ai social network, sappiamo che il numero degli utenti iscritti a Facebook è passato da 6 milioni del 2005 ai 3,065 miliardi di utenti attivi mensili del 2025. Nello stesso anno Whatsapp, YouTube e Instagram superano i 2 miliardi di utenti (rispettivamente 2,15 miliardi; 2,49 miliardi; 2,09 miliardi) mentre TikTok è poco al di sotto (1,92 miliardi, fonte Tekrevol 2025).

Cifre astronomiche, esemplificative di una crescita elevatissima delle complessive dinamiche digitali interconnesse, che si possono a questo punto mettere a loro volta in connessione con le dinamiche di opinione della doxasfera.

In che modo si modificano gli ambiti attoriali della doxasfera digitale rispetto a quella novecentesca?

Per quanto riguarda l'ambito dei decisori vi sono due modifiche sostanziali: la prima investe il modo di agire dei decisori politici, la seconda interviene sull'identità dei decisori-proprietari dei colossi del digitale connesso.

I decisori politici, dopo aver sottovalutato per anni le trasformazioni indotte dal digitale connesso, hanno iniziato un'inversione di rotta, diventata mainstream nel decennio 2010-2020 e anticipata dalla vittoria di Barack Obama alla Presidenza degli Stati Uniti nel 2008, e, prima ancora dalla strategia di comunicazione del candidato democratico Howard Dean alle primarie americane del 2003 (cfr. Cornfield 2005; Castells 2009; De Rosa 2014).

Uno dei cambiamenti più consistenti riguarda l'uso diretto dei social network (in particolare di Twitter e Facebook) da parte dei leader politici nazionali che, attraverso propri specifici staff, hanno occupato uno spazio di comunicazione diretta con i cittadini connessi. Tale fenomeno, che ha preso il nome di disintermediazione (Stringa 2017), non implica una dismissione della comunicazione con i media mainstream, quanto l'adozione di una strategia che rende questi ultimi non indispensabili ai fini comunicativi dei decisori. Non è raro infatti che i media mainstream siano costretti a ricavare le notizie sui decisori dalle comunicazioni che questi stessi diffondono prioritariamente attraverso i propri social, e che questa situazione comporti una rarefazione delle conferenze stampa e delle interviste agli esponenti politici, con conseguente diminuzione di influenza da parte dei media mainstream.

In un mondo sempre più digitalizzato, connesso a internet, organizzato per piattaforme e urbanizzato massivamente dai social network cresce l'importanza dei proprietari delle aziende che di questo si occupano. Ciò significa che coloro che posseggono Big Tech come Google (Alfabeth), Apple, Facebook (Meta), Amazon e Microsoft (ne risulta il diffuso acronimo GAFAM) hanno la possibilità di prendere decisioni che possono influire sulla vita di miliardi di persone, e quindi anche sulle dinamiche e sui conflitti di opinione.

Fondamentale è la questione della profilazione degli utenti grazie agli algoritmi (Morozov 2011, Zuboff 2019), che rende ogni comportamento on line

registrabile e documentabile, consentendo a motori di ricerca, siti e social network di disporre di una mole di dati utilizzabili per la commercializzazione di prodotti e per la comunicazione politica, strategie di cui gli user sono spesso ignari (Formenti 2015).

Le Big Tech producono i media del nostro secolo, i supporti per il loro uso (Apple) e i software (Microsoft), consentono di accedere ai circuiti delle relazioni social e alle ricerche su ogni genere di informazioni (Meta, Google), di vedere una sterminata serie di prodotti audiovisivi e di acquistare una gamma infinita di prodotti (Amazon). Tutti sono inoltre impegnati nella produzione di AI.

La posizione di chi prende le decisioni sulla strategia di queste aziende nate nel quadrante dei media del ventunesimo secolo è inedita: considerato il numero stratosferico di utenti coinvolti nell'accesso alle piattaforme e nell'uso e consumo dei prodotti ad esse correlati, ogni scelta generalmente fatta implica una ripercussione sulla vita delle moltitudini.

Non si tratta dell'incidenza tipica dei decisori politici, che operano attraverso l'approvazione di norme e leggi che hanno carattere applicativo cogente riguardo alla giurisdizione (Stato, Regione, Comune e anche entità sovranazionali come l'Unione Europea). Quelle delle Big Tech sono decisioni di carattere aziendale, tuttavia hanno un riverbero evidente sulle esistenze individuali e collettive.

Persino scelte apparentemente piccole come, ad esempio, la messa a disposizione degli emoji al termine dei post sui social network – per dare modo agli utenti di rappresentare in modo ultra-sintetico una gamma di reazioni a quanto visualizzato – modificano il comportamento degli individui e istituzionalizzano nuovi costumi e abitudini: nel caso citato il range delle reazioni psicologiche di miliardi di utenti si svolge all'interno di un set preorganizzato (Lovink 2011, 2016).

La neutralità aziendale si riverbera formalmente nella neutralità delle piattaforme, per cui l'insieme delle Big Tech si rappresenta come estranea alla produzione di contenuti informativi e cognitivi specifici, ma l'invasione delle nuove forme di AI generativa è destinata a sfatare le rappresentazioni “neutrali” precedenti.

D'altronde l'atteggiamento delle Big Tech rispetto ai decisori politici è sotto gli occhi di tutti: negli Stati Uniti si è passati nel giro di un decennio da una disponibilità ad operare tra gli stakeholder democratici (candidature e presidenze Obama) a una completa inversione di tendenza: nel mese di settembre del 2025 il presidente Donald Trump ha organizzato un incontro alla Casa Bianca con i vertici delle Big Tech¹ (non solo GAFAM, ma anche OpenAI, Oracle e IBM) incentrato sull'intelligenza artificiale, e ha riscosso il plauso degli invitati. Ciò è tanto più notevole considerato che Facebook aveva sospeso per due anni l'account di Trump (dal 2021 al 2023) in seguito ai fatti che portarono all'assalto del Campidoglio del 6 gennaio 2021², e una decisione analoga era stata presa da Twitter³, che però ripristinò l'account (novembre 2022) dopo che Musk ebbe acquistato il social network cambiandogli nome in X (acquisto completato il 27 ottobre 2022). Come è noto, Trump aveva nel frattempo varato (maggio 2022) il proprio social Truth⁴.

Il secondo ambito attoriale è rappresentato dai gruppi di pressione. Ho accennato poco sopra all'opportunità fornita dalle piattaforme digitali a sindacati, movimenti e associazioni. Il passaggio dal cartaceo al digitale della comunicazione interna ed esterna ha rappresentato una forma di risparmio economico, una diffusione potenzialmente più ampia dei messaggi e relazioni più continuative tra i gruppi di pressione e gli altri ambiti attoriali. Anche in questo caso vi è dunque una trasformazione dei comportamenti degli attori indotta dal digitale connesso. Nello stesso tempo compare anche un'altra declinazione della caratteristica precipua dei gruppi di pressione, vale a dire l'esercizio dell'influenza, indispensabile per estendere la discrezionalità dei gruppi: mi riferisco a vari tipi di figure che, attraverso la comunicazione on line, dimostrano di esercitare un peso sulle opinioni collettive. La connessione digitale sancisce perciò la possibilità di esercitare non solo pressione (sui decisori), ma anche

¹ https://www.corriere.it/esteri/25_settembre_05/trump-pichai-zuckerberg-big-tech-36972a24-e504-4fe5-91c6-e1fb3f03axlk.shtml Consultato il 13/12/2025.

² <https://www.ilsole24ore.com/art/meta-trump-riammesso-due-anni-facebook-e-instagram-AEv8AhaC> Consultato il 13/12/2025.

³ https://www.corriere.it/tecnologia/23_agosto_25/donald-trump-twitter-x-f3f02f25-b632-4dc1-84c8-a1f4c97fdxk.shtml Consultato il 13/12/2025.

⁴ <https://www.wired.it/article/donald-trump-truth-social-network/> Consultato il 13/12/2025.

influenza (sulle moltitudini). Si tratta di una rivisitazione dell'antico opinion-leader novecentesco (Lazarsfeld, Berelson, Gaudet 1944), che si è affrancato dall'indispensabilità del ricorso ai media mainstream per veicolare i propri messaggi, prima attraverso i blog e poi attraverso i profili e le pagine dei social network. Da queste nuove postazioni gli opinion leader digitali (che possono sbocciare da inattesi exploit di pagine social o dal più consolidato ambiente giornalistico) tendono a rappresentare posizioni autonome che assumono un valore anche per i media tradizionali, che da qualche anno ospitano direttamente – soprattutto sotto forma di blog nelle proprie edizioni on line – le espressioni di questi attori comunicativi.

L'ambito delle moltitudini, nell'era del digitale connesso, si trasforma in ambito delle moltitudini connesse. Ne deriva una costante presenza comunicativa grassroot, costituita da miliardi di messaggi individuali (post, immagini e commenti) presenti nei social, associata alla definitiva metamorfosi del consumatore novecentesco in prosumer o produser (Toffler 1980; Bruns 2008). Nelle dinamiche di opinione questo fenomeno ha un riverbero significativo, in quanto i singoli individui possono uscire dalla metafora novecentesca delle “maggioranze silenziose” inaugurando quella di “maggioranze rumorose”, ovvero dotate di un atteggiamento attivo nei social. Il fenomeno delle moltitudini connesse ha riflessi evidenti anche nella diffusione comunicativa di idee settarie, complottiste e contrarie alle acquisizioni scientifiche dominanti, rese possibili dalla inedita possibilità di circolazione dei messaggi delle minoranze attive, organizzate per nicchie e secondo modalità tipiche anche dei gruppi di pressione.

L'ambito dei media mainstream è potentemente modificato dal digitale connesso. La stampa ha da tempo dovuto accettare una costante diminuzione del venduto cartaceo cui fa da parziale controcanto l'aumento degli abbonamenti alle edizioni on line. Radio e televisione da tempo hanno accettato di trasportare nelle scalette dei propri programmi informazioni ed eventi ricavati da ciò che avviene on line, dando spazio a materiali e commenti nati sul web e in particolare sui social network.

Va considerato anche il fenomeno opposto, cioè il trasferimento di contenuti generati dai media broadcast nel web e soprattutto nei social, riadattati e ripresentati nello spazio della conversazione delle moltitudini connesse. In generale, l'ibridazione del digitale connesso con i media broadcast (Chadwick 2013) sottolinea l'ampliamento e il rafforzamento di una grande operazione di permanente rielaborazione dei contenuti info-comunicativi (content providing).

Il mondo on line e il mondo off line rappresentano due modalità non isolate l'una dall'altra, non recintate. La virtualità è una declinazione della realtà, e il digitale connesso non è altro se non una componente sempre più decisiva della nostra vita (Boccia Artieri 2012). Ciò significa che la doxasfera digitale si sovrappone alla doxasfera novecentesca, inscrivendo il nuovo modello in una infosfera il cui contesto è ormai comunemente considerato "onlife", cioè contestualmente on line e in presenza fisica (Floridi 2015).

Le note che seguono tentano di definire alcune tendenze generali che attraversano i quattro ambiti attoriali riconfigurati dal digitale connesso, alla luce di una significativa trasformazione della comunicazione politica da tematica a seriale. Con la mutazione dei temi (issues) in temi serializzati (issues serializzate o series) si modificano anche le dinamiche e i conflitti di opinione, e quindi si stabilisce un'arena preventiva per i conflitti che va considerata prioritariamente. Non entrerà quindi nel merito di specifici conflitti di opinione, ma del clima di opinione generale che mi sembra derivare dalle tendenze comunicative generali che mi accingo a illustrare.

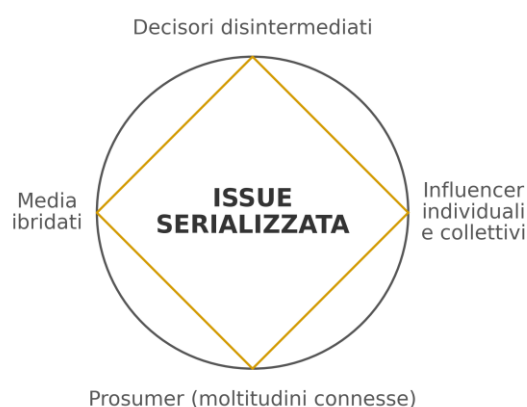


Fig. 3 Doxasfera digitale

Serialità e tendenze della doxasfera digitale

Come interviene in questa nuova doxasfera riconfigurata la serialità? La base di partenza della proposta che mi accingo ad argomentare è che il linguaggio comunicativo attraverso cui si impostano i conflitti di opinione (e, più in generale, l'insieme dei conflitti politici) ha una natura peculiarmente seriale. Con questa espressione si intende che la forma assunta dai temi che compaiono nella doxasfera risente di ripetizioni e di variazioni, metaforicamente trattabili come episodi narrativi di una serie⁵.

Detto altrimenti, le stesse “tematiche” (issues) attorno alle quali era organizzata la comunicazione politica sono ora sostituite dagli episodi di numerose serie dedicate, ovvero unità narrative caratterizzate da ripetizioni e variazioni.

Dalle questioni ai temi. Dai temi alle storie. Dalle storie alle serie.

Le “tematiche” oggetto di conflitti di opinione tardo-novecentesche a loro volta provenivano dalle “questioni” della modernità, e su di esse si esercitava un'egemonia programmatica derivata da una visione progressista (a caratterizzazione utopica): la questione giovanile, la questione femminile, quella operaia, quella meridionale rappresentano – solo per fare alcuni esempi – zone problematiche che la politica dei partiti progressisti proponeva sotto forma di nodi da sciogliere e da avviare a risoluzione nel quadro di una ideologia riformista.

Fino a che ha retto una divisione ideologica generale maturata nel corso del '900 ha retto l'allusione alle questioni da affrontare con logica risolutiva. La dicotomia ha retto simbolicamente fino al crollo del Muro di Berlino. Poi, è iniziata un'altra fase storica. Mentre il pensiero progressista veniva risucchiato nella logica occidentale (allora vincente), le “questioni” si trasformavano in “temi” da maneggiare pragmaticamente e si diffondevano le retoriche sulla ineluttabilità della globalizzazione. In realtà la complessità delle variabili socioeconomiche e geopolitiche poteva implicare solo in modo surrettizio un'attualità spiegata in termini di globalizzazione stabilizzata. Le fratture del

⁵ Per un'ampia articolazione del concetto di serialità in ambito mediologico rimando a Ragone G., *Serialità e media. Tracce per una teoria*, in Ragone G. e Tarzia F., *Storia e teoria della serialità*, Vol. I, Meltemi, Milano, 2023, pp. 9-53.

modello neo-liberale (cui anche il pensiero progressista ha contribuito in modo sostanziale) hanno rivelato l'emergere di disuguaglianze e sperequazioni occultate durante la breve stagione delle retoriche sulla globalizzazione (Piketty 2014; Bauman 2001; Bauman 2014).

Eventi traumatici come l'11 settembre 2001 hanno rappresentato un brusco risveglio dal mondo dei "temi" celebrato da un mercato in perenne espansione, cui ha fatto seguito – altrettanto traumaticamente – il racconto pressante di "storie" impregnate degli antichi richiami del bene (occidentale) contro il male (avversari a geometria variabile).

Un'operazione epocale ha poi riguardato la dimensione tecnologica del mondo, di cui internet è stato l'evento fondativo, ma il cui seguito è stato l'oligopolio delle super-aziende digitali, pronte a ridisegnare la mappa dei poteri tecno-economici (Codeluppi 2024; Balbi 2024). Quando le conseguenze di questi macro-eventi hanno cominciato a ridisegnare e in molti casi a mordere la vita delle moltitudini, i decisori si sono trovati di fronte una catastrofe potenziale, ovvero la mancanza di un collante generale per tenere insieme il mondo generato dalla vittoria dell'Occidente, che nel frattempo si era rivelata solo apparente e transitoria.

Il riverbero della crisi neo-liberale ha interessato tutti i sistemi di decisione planetari, ristrutturando le macerie dei nazionalismi in autocrazie, le incertezze delle democrazie in populismi, le accelerazioni tecnologiche in oligopoli cognitivi.

Uno dei risultati di questo clima generale è che i conflitti si complicano ma che la comunicazione deve semplificarsi, per non perdere completamente l'ancoraggio alle moltitudini, squassate dai cambiamenti e quindi disorientate al massimo grado.

Ecco perché l'ambito attoriale abilitato alla presa di decisioni ha sposato un comportamento disintermediato e quindi in grado di travasare direttamente "storie" sulle moltitudini. Ed ecco perché le moltitudini, ma anche i gruppi di pressione, sono fatti di prosumer, ricettori e replicatori di storie costruite per condividere un destino collettivo in un momento di cambio radicale di paradigma, talmente profondo da somigliare a una catastrofe. Ma il destino collettivo non è di

tutti e non è univoco. È quantomeno duplice. È fatto di “noi e loro”, di amici e nemici. La polarizzazione è la soglia che riavvicina la preistorica “opinione pubblica” alla doxasfera digitale del XXI secolo.

Ci si può chiedere quanto sia responsabile di questo stato di cose la concentrazione emotiva della comunicazione planetaria (Fox 2019; Wahl-Jorgensen 2019). Le emozioni fanno saltare il banco dell’organizzazione razionale del pensiero o invece più plausibilmente lo rendono più “umano”? E ancora: si sono dati nel passato conflitti di opinione in cui la dimensione emotiva fosse marginale? Sono domande probabilmente insolubili.

Nel frattempo però le “storie” da sole non bastano: la fragilità degli equilibri nella doxasfera (tra decisori disintermediati e moltitudini di prosumer, tra gruppi di pressione-lobby-influencer e media-content provider e via complessificando) impone ambiti comunicativi regolati dalla serialità, ossia dashboard in grado di manovrare le storie con le leve della ripetizione e della variazione.

Se l’accelerazione tecnologica esige una rottura delle unità discrete della vita individuale e collettiva in virtù di un continuum H24 (Crary 2015) trapiantato nella mente dei Sapiens (si apprende sempre, ci si forma sempre, si lavora sempre, eccetera), la serialità propone un modello comunicativo dove la radicalità delle “storie” del XXI secolo possa rendersi digeribile al massimo grado possibile.

Alcune serie dedicate di cui si compongono i conflitti di opinione, promosse dai decisori

La traduzione in serie delle storie è, grazie alla disintermediazione offerta dai nuovi ambienti tecnologico-informativi del digitale connesso, il compito che i decisori politici populistici si sono assunti direttamente in questa fase.

Il lavoro di designazione degli asset narrativi principali ha riguardato due super-storie in grado di produrre una serialità permanente: mi riferisco alle scelte di politica etnica (Ambrosini 2024) e alle scelte di politica securitaria (Zuboff 2019).

I decisori populistici hanno costruito la propria escalation di politica etnica sulle ripetizioni comunicative dei regimi conservatori del neo-liberismo (dagli anni ‘80 ai primi anni del XXI secolo: focus sull’individualismo sfrenato della

tarda modernità) e sulle variazioni offerte dalla possanza dei fenomeni migratori (De Haas 2024), interpretata come destino da interrompere. Le serie che sono scaturite da questo script sono innumerevoli, e si sono articolate in episodi dove la figura del migrante (portatrice di instabilità e pericolo) coincide con quella dell'immigrato, spogliata dall'aura dell'integrato e reimmessa nel circuito dell'irriducibilità (quindi del pericolo rinnovabile).

Sulla politica securitaria lo script d'esordio è la definizione della situazione come contraddistinta dall'aumento del disordine sociale e quindi del crimine (Galantino 2016). Il cittadino è inerme di fronte alle situazioni di violenza urbana, allarmanti in misura crescente. Urge perciò mettere in atto politiche reattive, improntate alla repressione radicale del crimine. Anche in questo caso la serialità è un carburante potente: non mi riferisco tanto alla notiziabilità del crimine (che esiste da sempre e che si potenzia con l'avvento dei social) quanto alla sua ripetibilità info-grafica nelle comunicazioni dei decisori populistici. Numeri, statistiche, comparazioni, indici, rappresentazioni: gli episodi della serialità securitaria prevedono ripetizioni e variazioni costanti. La più eclatante – quella che ha maggiormente segnato la comunicazione politica negli ultimi anni – è la saldatura della serialità securitaria con quella etnica, insieme potenziando la narrazione unitaria e diversificandola grazie a nuovi episodi (si pensi ad esempio agli arresti di immigrati stabilmente residenti negli Stati Uniti operati dagli agenti dell'ICE, Immigration and Customs Enforcement, dall'inizio del secondo mandato presidenziale di Trump)⁶.

Dall'incrocio delle due serialità prende poi forma un numero sempre maggiore di nuovi episodi, che si riconnettono alla sedimentazione ideologica sul comportamento e sulla natura malsana di migranti/devianti. Ricordiamo, per fare un solo esempio, la dichiarazione dello stesso Trump nel corso di un dibattito elettorale con Kamala Harris il 10 settembre 2024 a Philadelphia e trasmesso da ABC news: secondo l'allora futuro Presidente degli Stati Uniti nella città di Springfield gli immigrati haitiani “mangiano cani e gatti”⁷.

⁶ Si veda questa sintesi giornalistica sul discorso tenuto dal Presidente degli Stati Uniti all'ONU il 23/9/2025 <https://www.geopolitica.info/discorso-trump-immigrazione-onu/>. Consultato il 13/12/2025.

⁷ https://www.abc.net.au/news/2024-09-14/trump-harris-debate-immigration-week-in-us-politics-macmillan/104351230?utm_source=chatgpt.com consultato il 9/12/2025

La proliferazione seriale si arricchisce costantemente di nuovi episodi non appena aumenta la capacità dei decisori di riconnettersi ad antiche narrazioni ritenute “politicamente indicibili” e invece sdoganabili grazie al mitridatismo indotto dalla forzatura proposta dai singoli episodi delle serie. La serialità non è solo ripetizione e differenza: è anche ripescaggio continuo di elementi archetipici e mitici. Il successo della narrazione politica serializzata dipende dalla presenza e dall’efficacia di archetipi e miti a cui collegare le trame dei singoli episodi. Per questo è possibile ascoltare influenti personaggi dell’establishment trumpiano proporre idee tratte dal repertorio del suprematismo bianco, oppure ascoltare il podcast di un celebre giornalista che intervista (senza contraddittorio) un esponente della destra antisemita, razzista e misogena⁸.

La saldatura delle due colonne della comunicazione populista – politica etnica e politica securitaria – con l’architrave degli archetipi e dei miti suprematisti novecenteschi espone la doxasfera a fibrillazioni imponenti di aggressività. La costruzione di serialità si propaga in maniera transmediale: può generarsi da una serie di post sui social, prendere la direzione di una produzione di podcast oppure diventare una news da telegiornale, oppure ancora un video su un quotidiano on line. La caratteristica centrale è che siano presenti nelle singole unità (episodi) elementi ripetuti e distinguibili, accompagnati però da una variazione che garantisce digeribilità narrativa e proseguimento seriale.

Il decisore populista raccoglie gli episodi di cui ha bisogno grazie a una rete di segnalazioni sempre più organizzate su base social e li riorganizza e li riattualizza su base globale: questo è il motivo per cui il decisore ha il compito di rappresentare simbolicamente la propria comunità attraverso il racconto, e la sua riconoscibilità universale si riversa nel racconto stesso.

Il passaggio da un medium a un altro garantisce una variazione stilistica dei singoli episodi, che si differenziano nella forma estetica e che proseguono implacabili nelle stesse ripetizioni. Il “tormentone” che ne consegue è però continuamente variato dalle sue componenti evenemenziali, le quali possono

⁸ Mi riferisco all’intervista del notissimo giornalista Tucker Carlson che, il 28 ottobre 2025, ha intervistato il leader groyper Nick Fuentes, tra le altre cose negatore dell’Olocausto. La trascrizione dell’intervista è reperibile all’url <https://podcasts.happyscribe.com/the-tucker-carlson-show/tucker-carlson-interviews-nick-fuentes>

portare a un riassetto delle opinioni espresse precedentemente, mai anticipabile programmaticamente (è questo il nucleo della cosiddetta “imprevedibilità di Trump”).

Tutti questi percorsi non sono semplicemente narrativi, ma prospettano uno stato di infiammazione retorica perché tendono a forzare i limiti del dicibile politico: non c'è barriera morale o ideologica che impedisca gli scontri frontali con l'avversario. L'articolazione e il confronto di idee tende a sparire (Bentivegna e Rega 2022; Rega e Corolini 2024): assumono valore il dileggio e la derisione, prende quota l'insulto – sdoganato come avvicinamento al linguaggio della vita quotidiana –, mentre lo slogan furoreggia e diventa brand (cioè slogan stabilizzato ed esibito come oggetto – anche fisico – permanente).

La direzione verso cui stanno andando questi passaggi comunicativi è da tempo intuibile: la politica diventa la prosecuzione della guerra con altri mezzi, in un'inversione dell'aforisma di Von Clausewitz che non impedisce i conflitti armati, ma che anzi li anticipa discorsivamente e li titilla senza forme di ritegno visibili.

Questa è la base – il sottofondo – dell'attuale doxasfera dal punto di vista dei decisori populistici. A questo plafond si accompagnano fenomeni di ultra-focalizzazione comunicativa puntata sul decisore principale, ossia sul capo dell'esecutivo. Per reggere l'accumulazione delle serie politiche messe in scena occorre un iper-attivismo il cui fronte è sempre composito e vario, e assomiglia alla pluralità dei fronti di guerra in cui il leader compare in rapida successione, fornendo nuove variazioni alle serie in corso.

Gli altri ambiti attoriali nel flusso della serialità

I media mainstream dipendono fortemente dalla comunicazione dei decisori. Quando la comunicazione politica assume la forma seriale i media dipendono dalla serialità, e devono cercare di riprodurla. Questa caratteristica vale sia per le news tradizionali, sia per quelle prodotte grazie alla comunicazione via social dei decisori, citando post e tweet e relative immagini.

Per quanto riguarda i talk show politici, assistiamo da qualche tempo a una nuova prassi che acquisisce la componente ripetitiva della serialità e ristruttura le

variazioni dei programmi. Mi riferisco all'utilizzo persistente di spezzoni (in genere molto brevi, intorno ai 10"-15") montati ad arte per isolare una dichiarazione politica. Nella maggior parte dei casi l'affermazione presentata è seguita da cartelli infografici contenenti numeri e/o succinte valutazioni che smentiscono le dichiarazioni del decisore con evidenza fattuale (effetto debunking). Il montaggio televisivo del frammento discorsivo del leader e della successione dei cartelli infografici rappresentano una tipologia unitaria stabile (una sorta di micro-format) nei talk show politici italiani⁹. I micro-format di questo genere sono riprogrammati più volte nel corso di una singola puntata del talk, mandando in onda la ripetizione della dichiarazione del leader e dell'immediato debunking info-grafico. La variazione è invece costituita dall'ospite con cui dialoga il conduttore della trasmissione, e che garantisce un flusso interpretativo proprio e quindi unico.

Anche in questo caso, come in quello dei passaggi "questioni-temi-storie-serie", si può riprendere una scaletta genealogica, che comincia con i "cartelli" – vale a dire affermazioni scritte sintetiche o indicazioni espresse attraverso numeri o percentuali, riprese ampiamente dalle telecamere – usati come riduttori di complessità televisivi dagli anni '90. Più di recente è stata adottata la tecnica di registrare e poi montare singole affermazioni di personaggi politici in forma di brevi clip, per poi farle commentare in studio da avversari o da opinionisti. I "cartelli" sono stati poi trasformati in segnalatori di operazioni di debunking, facendoli seguire alle clip dei leader. Infine, si sono compattate le azioni in un micro-format e lo si è ripetuto più volte (fino a quattro volte per trasmissione) chiedendo agli ospiti in studio di commentarlo.

D'altronde i media mainstream non dipendono solo dalla logica comunicativa dei decisori, ma anche da quella dei social, dei cui materiali sempre più di frequente sono alla caccia. L'ibridazione che ne deriva è quella dei filmati verticali provenienti dai social, trasmessi in modo sempre più copioso mentre – parallelamente – tendono a diminuire le riprese realizzate direttamente dai programmi delle reti televisive. I politici – e in particolare i decisori – tendono ormai a privilegiare le produzioni che possono controllare in prima persona (i loro

⁹ Osservazione diretta da parte dell'autore delle trasmissioni *Di martedì* e *Piazza pulita* (entrambe della rete La7) nell'autunno del 2025, e condotte rispettivamente dai giornalisti Giovanni Floris e Corrado Formigli.

account social), scegliendo le zone di comfort – che comportano scelte personali di tono e di atteggiamento – rispetto ai rischi dell'improvvisazione audiovisiva (conferenze stampa e interviste volanti), dove le scelte sono in mano a operatori mediatici altrui.

I media generalisti quindi si ibridano con i social e inseguono le logiche seriali dei decisori. Un discorso simile può essere fatto sui giornali cartacei e su quelli on line, anch'essi costretti a una registrazione sempre più costante dei post sui social e a una negoziazione sempre più complessa per poter effettuare interviste ai vertici della decisione politica.

Sul piano dei protagonisti del campo dell'informazione, tuttavia, la partita ha un risvolto inaspettato, perché il digitale connesso ha consentito anche agli opinion leader una forma di disintermediazione. Pur mantenendo le abituali postazioni sulla carta stampata, nei tg e nell'infotainment, molti volti noti hanno ora la possibilità di provarsi come influencer grazie agli ambienti del digitale connesso. Che si tratti di pagine per follower di social network o di podcast, gli influencer puntano a un pubblico disposto a seguirli mentre il loro campo d'azione si amplia, cioè si moltiplicano gli oggetti discorsivi di cui si occupano.

La vena discorsiva degli influencer venuti dal giornalismo deve dunque serializzarsi, quantomeno per imporre il proprio ritmo alla comunicazione social: l'esempio forse più eclatante è quello di Andrea Scanzi, firma de *Il Fatto Quotidiano*, che interviene con grande costanza su una vasta gamma di temi, dalla politica allo sport, dalla musica ai fatti di cronaca, dalle vicende internazionali ai fatti di costume. I suoi risultati di audience social (dicembre 2025) sono i seguenti: più di 2 milioni di follower sulla sua pagina Facebook, circa 360 mila follower su Instagram, circa 450 mila su X, circa 140 mila sul suo canale YouTube.

Questa è l'audience complessiva con cui comunica digitalmente Scanzi, a cui vanno aggiunti i dati delle sue apparizioni televisive nei talk e nell'infotainment. Ne possiamo dedurre un principio generale, vale a dire l'autosufficienza del giornalista-influencer rispetto alla testata d'origine, fenomeno che era già presente nel panorama informativo italiano sotto forma di mediatizzazione televisiva della firma (il caso Enzo Biagi su tutti, ma anche

Michele Santoro, Gad Lerner e decine di altri/altre), ma che in epoche pre-digitali non dava origine a comunicazioni giornalieri costanti e alla presenza nella vita quotidiana di milioni di persone. Ai nostri giorni è possibile utilizzare anche per taluni giornalisti l'aggettivo "disintermediati", fatto che suona paradossale, eppure in linea con un sistema che mixa la propensione associativa (dei gruppi di pressione) alla spettacolarizzazione dei media (ibridati), producendo ulteriori figure in grado di esercitare un'influenza sulle opinioni dei prosumer.

Questa osservazione spinge a pensare che non sia poi così lontano nel tempo un mondo dove l'organizzazione giornalistica delle informazioni e, ancora più, delle opinioni, sarà garantita non da ambienti collettivi (testate e programmi) ma da soggettività individuali, certamente assistite da team dedicati ma percepite come voci soliste¹⁰.

È un fenomeno che si può notare anche nel mondo della produzione dei podcast, che ha dato una sterzata significativa alla tecnica del racconto giornalistico e che ha provveduto a fidelizzare il pubblico occidentale in forma seriale, così come suggerisce il medium podcast (Bonini e Perrotta 2023; Perrotta 2025).

Nell'ambito dei gruppi di pressione la narrativa seriale è di casa da sempre, perché essi si muovono, nel loro complesso, su temi persistenti. La dialettica tra ripetizioni e variazioni non è però sempre garantita, perché l'opera di pressione non sempre riesce a produrre risultati vincenti in termini di aumento della discrezionalità. Se per esempio un'organizzazione sindacale si muove criticamente nei confronti di alcune decisioni governative mettendo in atto azioni di contestazione, la logica della ripetizione dovrà essere dominante per un lungo tratto, fornendo materiali ed eventi per "battere" sulle istanze di mobilitazione. La variazione dovrà arrivare grazie agli eventuali risultati ottenuti, rivendicando i quali la narrazione potrà passare ad altri obiettivi con una carica energetica positiva. Qualora ciò non avvenga l'organizzazione si troverà di fronte a una situazione di stallo, portatrice di ripetizioni senza variazione e spesso coincidente

¹⁰ Sulle trasformazioni generali del giornalismo contemporaneo che fanno da sfondo alla tematizzazione di questo parte del testo si rinvia a Sorrentino C., *Il giornalismo ha un futuro. Perché sta cambiando, come va ripensato*, il Mulino, Bologna, 2025.

con un dibattito interno sui motivi del mancato successo, a sua volta portatore di un carico di ripetizione-frustrazione.

Diverso è il caso dei movimenti, forma più fluida e con applicazioni organizzative meno rigide: specie nei movimenti a rapida insorgenza il materiale comunicativo assume il carattere di un profluvio onlife, dove le manifestazioni social si moltiplicano sui profili e sulle pagine di migliaia di persone e si condividono simboli, meme e ogni altro genere di documenti. Il fenomeno assume allora i contorni di un'emergenza, i cui tratti ricordano mini-serie esplosive che saturano – in un tempo più rapido e breve della politica tradizionale – le narrazioni mediatiche e riducono momentaneamente lo spazio tra gruppi di pressione e moltitudini. Un esempio è offerto dalle mobilitazioni a favore della popolazione palestinese svoltesi in Europa, e in particolare in Italia, nell'autunno del 2025 (Montanari 2025, Della Porta 2025)

Anche i sondaggi, tecnologia ritenuta efficace per testare le tendenze delle moltitudini fin dagli anni '30 del XX secolo (Gallup & Rae 1940), sono organizzati in modo seriale, sulla base di serie statistiche che, per consentire un'interpretazione narrativamente significativa, devono tuttavia prevedere variazioni non irrilevanti. A cadenze sempre più strette (settimanali) i risultati dei sondaggi politici sono diramati dai media generalisti, e si aggiungono – ma con un apposito spazio dedicato – ai materiali informativi su cui è richiesto il commento dei personaggi politici e degli opinionisti, che li interpretano dando vita a conferme narrative (ripetizioni) o a scarti ermeneutici (variazioni) a seconda dell'enfasi con cui viene trattato questo o quel dato presente nella serie di sondaggi presi in considerazione.

Una sintesi provvisoria (a suivre)

Negli ultimi trent'anni il digitale connesso ha riconfigurato la doxasfera, un modello che descrive gli attori e le dinamiche dei conflitti di opinione contemporanei. Dalla connessione generalizzata si sono avvantaggiati soprattutto i decisori politici, che hanno scoperto e stanno praticando le forme di una comunicazione diretta con le moltitudini. Ciò è parte di un fenomeno populistico più generale, ma di cui la disintermediazione è una componente decisiva, perché

facilita la saldatura narrativa della comunicazione politica in issue serializzate composte da episodi e scandite dall'alternarsi di ripetizioni e variazioni. Il controllo di queste nuove serialità è nelle mani dei decisori populistici, che in questa fase stanno sperimentando l'unificazione di politiche anti-immigrazione e di politiche securitarie, con un linguaggio contundente che riproduce e asseconda un clima bellico già in atto e descritto come permanente.

I media generalisti si adattano a riprodurre la serialità della comunicazione politica, dimostrando una subordinazione di fatto non solo ai decisori, ma anche ai media scaturiti dal digitale e dalla rimediazione (social e podcast). Tentano varie forme per adottare propri formati seriali, ma sempre più spesso l'ibridazione con ambienti e personaggi digitali è l'unica chance loro concessa.

I gruppi di pressione fanno fatica a adattarsi alle nuove condizioni della narrazione seriale, perché propongono forme organizzative e di comunicazione stabili fondate sulla ripetizione, mentre la pratica delle variazioni dipende dall'esito dei conflitti specifici, quindi è incerta. L'esercizio dell'influenza è perciò sempre più spostato verso gli influencer, singole figure carismatiche che intervengono nell'agone pubblico attraverso una comunicazione continua e transmediale, in sintonia con le porzioni delle moltitudini che li seguono, ovvero con i propri follower. D'altronde, da moltitudini fatte di prosumer non possono che venire comunicazioni frammentate e di difficile interpretazione, eppure talvolta convergenti nella forma dei movimenti a rapida insorgenza, capaci di spazzare provvisoriamente le narrative seriali dominanti attraverso esplosive mobilitazioni onlife. Da questo clima di opinione complessivo si generano le dinamiche, le tensioni e i campi di forza in cui sono avvolti i conflitti della doxasfera contemporanea.

Riferimenti bibliografici

- Ambrosini M., 2024, *L'invasione immaginaria. L'immigrazione oltre i luoghi comuni*, Laterza, Roma.
- Bauman Z., 2001, *Dentro la globalizzazione*, Laterza, Roma.
- Bauman Z., 2014, *La solitudine del cittadino globale*, Feltrinelli, Milano.

- Bentivegna S., Rega R., 2022, *La politica dell'inciviltà*, Laterza, Roma.
- Boccia Artieri, G., 2012, *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*, Franco Angeli, Milano.
- Bolter, J.D.; Grusin, R., (1999) 2005, *Remediation - Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Guerini, Milano.
- Bonini T., Perrotta M., 2023, *Cos'è un podcast*, Carocci Editore, Roma.
- Bourdieu P., (1973) 1976, "L'opinione pubblica non esiste", in "Problemi dell'informazione" n. 1, pp. 71-88.
- Bruns A., 2008, *Blogs, Wikipedia, Second Life and Beyond: From Production to Producersage*, Peter Lang, New York.
- Chadwick A., 2013, *The hybrid media system. Politics and power*, Oxford University Press, Oxford.
- Cornfield M., 2005, *The Internet and campaign 2004*, Pew Internet & American LifeProject.
http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2005/Cornfield_commentary.pdf.
- Crary J., 2015, *24/7. Il capitalismo all'assalto del sonno*, Einaudi, Torino.
- Cristante S., 2004, *Potere e comunicazione*, Liguori, Napoli.
- Cristante S., 2020, "Oltre la rappresentazione novecentesca delle dinamiche di opinione: la riconfigurazione del modello della doxasfera", in "Culture e Studi del Sociale", 5(2), 407-426.
- De Haas H., 2024, *Migrazioni. La verità oltre le ideologie*, Einaudi, Torino.
- De Rosa, R., 2014, *Cittadini digitali. L'agire politico al tempo dei social media*, Maggioli, Milano.
- Della Porta, D., "Quelle proteste dense di eventi che hanno mostrato ciò che Gaza rappresenta nel mondo", in "Altreconomia" <https://altreconomia.it/quelle-proteste-dense-di-eventi-che-hanno-mostrato-cio-che-gaza-rappresenta-nel-mondo/>, 4/11/2025.
- Floridi L., 2015, *The Onlife Manifesto*, Spinger.com, e-book.
- Formenti C., 2011, *Felici e sfruttati: capitalismo digitale ed eclissi del lavoro*, Egea, Milano.
- Fox B., 2019, *Emotions and Loneliness in a Net-worked Society*, Palgrave, London, 2019.
- Galantino M.G., 2016, *La società della sicurezza*, Franco Angeli, Milano.
- Gallup G.H. & Rae S.F., 1940, *The pulse of democracy*, Simon & Schuster, New York.
- Lazarsfeld P.F., Berelson B. & Gaudet H., *The people's choice*, Columbia University Press, NYC, 1944.
- Lovink G., 2011, *Ossessioni collettive. Critica dei social media*, Università Bocconi Editore, Milano.
- Lovink G., 2016, *L'abisso dei social media*, Università Bocconi Editore, Milano.
- Lovink G., 2019, *Nichilismo digitale*, Università Bocconi Editore, Milano.

- Manovich L., 2001, *Il linguaggio dei nuovi media*, Olivares, Milano.
- Mazzoleni G., 1998, *La comunicazione politica*, il Mulino, Bologna.
- Montanari T., 2025, *Per Gaza*, Feltrinelli, Milano.
- Morozov E., 2011, *L'ingenuità della rete. Il lato oscuro della libertà di Internet*, Codice, Milano.
- Perrotta M. (a cura di), 2025, *Podcast in the future of journalism*, Roma Tre Press, Roma.
- Piketty T., 2014, *Il capitale nel XXI secolo*, Bompiani, Milano.
- Ragone G., 2023, *Serialità e media. Tracce per una teoria*, in Ragone G. e Tarzia F., *Storia e teoria della serialità*, Vol. I, Meltemi, Milano, pp. 9-53.
- Rega R., Corolini M.G., 2024, "L'inciviltà politica «nell'occhio» del giornalista: percezioni, attori responsabili e pratiche d'uso", in "H-ermes" n. 27, pp. 7-28.
- Sorrentino C., 2025, *Il giornalismo ha un futuro. Perché sta cambiando, come va ripensato*, il Mulino, Bologna.
- Stringa P., 2017, *Che cos'è la disintermediazione*, Carocci, Roma.
- Toffler A., 1980, *The Third Wave*, William Morrow, New York.
- Wahl-Jorgensen K., 2019, "Questioning the Ideal of the Public Sphere: The Emotional Turn", in "Social Media + Society", July-September 2019: 1-3, Sage, London.
- Zuboff S., (2019) 2023, *Il capitalismo della sorveglianza*, Luiss, Roma.