COPIA DIGITALE DELL'ORIGINALE CARTACEO

Anno 6 - Nro. 66 | OTTOBRE 2026 ISSN 2785-1230

L'IDEALISTA

Mensile a stampa sottoposto a revisione paritaria *(peer review)* | Reg. Trib. Roma Nro. 74/2021 del 05/05/2021
Rivista scientifica che promuove la pubblicazione di ricerche originali e di contributi critici nei campi del giornalismo, dei media, dei processi di comunicazione, della cultura digitale e dei transmedia. La rivista si propone di favorire il dialogo interdisciplinare tra studiosi, ricercatori e professionisti. Editore e Proprietario: INTERNATIONAL CENTER FOR SOCIAL RESEARCH - Redazione e Sede: Via dell'Orso 73 - 00186 Roma (RM)
Codice Fiscale 97911440580 | Direttore Responsabile: Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte
© International Center for Social Research - Stampato in proprio il 23 ottobre 2026 - Open Access
Opera distribuita con licenza Creative Commons Attribuzione – Non commerciale – Non opere derivate 4.0 Internazionale (CC BY-NC-ND 4.0). Per maggiori informazioni: creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.it

DALL'ECCESSO ALLA CREDIBILITÀ: TRUMP, MILEI E MELONI. ANALISI DELLA LEADERSHIP POPULISTA NELL'ERA DELLE PIATTAFORME

AUTORE:
Dr. Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte
Presidente e Senior Researcher ICSR, International Center for Social Research,
Laureato magistrale in Media, Comunicazione Digitale e Giornalismo, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (CoRiS), Sapienza Università di Roma

RELATORE:
Prof. Christian Ruggiero
Professore Associato in Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (CoRiS), Sapienza Università di Roma

RELATORE AGGIUNTO:
Prof. Enrico Caniglia
Professore Associato in Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi,
Dipartimento di Science Politiche dell'Università di Perugia

CORRELATORE:
Prof. Michele Sorice
Professore Ordinario di Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (CoRiS), Sapienza Università di Roma

ABSTRACT (ITALIANO). *La ricerca analizza il rapporto tra informazione, visibilità e credibilità politica attraverso una comparazione tra Donald Trump, Javier Milei e Giorgia Meloni. Adottando un disegno mixed method, esamina 343.216 articoli pubblicati tra gennaio e giugno 2026 e un campione qualitativo di 36 articoli. I risultati evidenziano tre configurazioni prevalenti della leadership —forza per Trump, rottura per Milei, moderazione e mediazione per Meloni— e mostrano che una maggiore centralità informativa non coincide necessariamente con una maggiore credibilità: la visibilità rende il leader più riconoscibile, ma anche più esposto alla verifica e alla contestazione.* ***Parole chiave:*** *populismo, leadership politica, visibilità, credibilità, informazione, piattaformizzazione..*

ABSTRACT (ENGLISH). *This study examines the relationship between information, visibility, and political credibility through a comparative analysis of Donald Trump, Javier Milei, and Giorgia Meloni. Using a mixed-method design, it analyzes 343,216 news articles published between January and June 2026, together with a qualitative sample of 36 articles. The findings identify three prevailing configurations of leadership —strength for Trump, rupture for Milei, and moderation and mediation for Meloni— and show that greater informational centrality does not necessarily translate into greater credibility: visibility makes leaders more recognizable, but also more exposed to verification and contestation.* ***Keywords:*** *populism, political leadership, visibility, credibility, news media, platformization.*

CAPITOLO I

INTRODUZIONE: DALL'ECCESSO ALLA CREDIBILITÀ

1.1. Il problema di ricerca: informazione, visibilità e leadership populista

La presente ricerca muove dalla trasformazione dell'ambiente informativo contemporaneo e dalle conseguenze che essa produce sulle condizioni attraverso le quali la leadership politica viene **resa pubblicamente visibile**, riconoscibile e interpretabile. Alla relativa scarsità propria di sistemi mediali fondati su un numero limitato di canali si è progressivamente affiancato un ecosistema contraddistinto dalla moltiplicazione delle fonti, dall'accelerazione dei cicli della notizia, dalla disponibilità continua dei contenuti e dalla loro circolazione attraverso infrastrutture digitali. La questione non riguarda soltanto l'aumento quantitativo dell'offerta, ma il modo in cui l'abbondanza modifica le condizioni della visibilità pubblica.

In un ambiente caratterizzato dalla sovrabbondanza, infatti, essere disponibili non significa necessariamente essere visibili, così come essere visibili non equivale a essere credibili. L'aumento delle informazioni intensifica la competizione per l'attenzione e rende analiticamente rilevante osservare quanto e con quale continuità determinati soggetti occupino lo spazio giornalistico, attraverso quali temi e in relazione a quali altri attori.

La leadership politica costituisce un osservatorio particolarmente significativo di questa trasformazione. Dichiarazioni, decisioni, conflitti, reazioni e controversie possono generare successioni rapide di contenuti, mentre la presenza pubblica del leader dipende non solo dalla comunicazione prodotta direttamente dagli attori politici, ma anche dall'attività di selezione e ricostruzione del giornalismo. Titoli, attribuzioni di agency, citazioni, categorizzazioni e contestualizzazioni concorrono a rendere intelligibile una determinata figura del leader.

Nel presente lavoro, il populismo viene assunto in senso operativo per indicare forme di leadership caratterizzate, secondo configurazioni e intensità differenti, dalla personalizzazione della rappresentanza, dalla rivendicazione di una relazione privilegiata con il popolo, dalla costruzione di antagonismi e dalla contestazione di élite o mediazioni percepite come distanti dalla volontà popolare. Tale definizione, coerente con una letteratura che sottolinea la centralità dell'opposizione tra popolo ed élite e, in Müller, la pretesa anti-pluralista di rappresentanza moralmente privilegiata del popolo, non implica l'equivalenza politica o ideologica dei casi considerati (Müller, 2023;

Rovira Kaltwasser et al., 2017). Analogamente, occorre mantenere distinto il populismo dalle più ampie categorie della destra radicale o estrema, evitando sovrapposizioni concettuali automatiche (Mudde, 2020).

La personalizzazione della leadership precede l'attuale ecosistema digitale. Gli studi sulla trasformazione delle campagne elettorali e sul marketing politico avevano già evidenziato la crescente centralità del candidato, della costruzione dell'immagine e della relazione comunicativa con l'elettorato (Kavanagh, 1995; Newman, 1994). Nell'ambiente contemporaneo questi processi incontrano però condizioni differenti di produzione e circolazione dell'informazione, mentre l'uso dei social media amplia ulteriormente le possibilità di costruzione e reiterazione della presenza politica (Massidda, 2019). L'interesse della ricerca non consiste pertanto nello stabilire una relazione causale tra populismo e sovrabbondanza, ma nell'osservare come leadership fortemente personalizzate e antagonistiche vengano rese visibili e intelligibili all'interno di ecosistemi caratterizzati dalla competizione per l'attenzione.

L'**eccesso informativo** assume così un significato specifico. Non viene considerato semplicemente come sinonimo di una quantità elevata di notizie né come condizione patologica definita attraverso i suoi effetti cognitivi. Indica una situazione strutturale di abbondanza, accelerazione, reiterazione e competizione per la visibilità, nella quale la presenza di determinati soggetti può essere riprodotta attraverso eventi differenti. Il passaggio analiticamente decisivo conduce quindi dalla quantità dell'informazione alla distribuzione dell'attenzione e da questa alle forme della costruzione giornalistica della leadership.

La visibilità rappresenta una condizione necessaria ma non sufficiente della rilevanza pubblica. Un leader può occupare una porzione consistente dell'agenda informativa senza che ciò implichi consenso: la copertura può essere favorevole, critica, conflittuale o ambivalente. La centralità informativa deve quindi essere distinta tanto dalla popolarità quanto dalla valutazione positiva.

Analogamente, la **credibilità** non viene considerata un attributo stabile posseduto individualmente dal leader, ma una costruzione sociale e relazionale. Nel campo giornalistico, dichiarazioni e azioni vengono selezionate, attribuite e contestualizzate attraverso relazioni con istituzioni, oppositori, alleati, esperti, gruppi sociali, precedenti e conseguenze. La credibilità può pertanto essere sostenuta, negoziata o contestata all'interno di una rete di mediazioni.

Il giornalismo occupa una posizione centrale in questo processo senza detenere il monopolio della costruzione della realtà politica. La notizia non registra semplicemente ciò che un leader fa o dice: seleziona aspetti dell'evento, stabilisce relazioni tra soggetti, attribuisce rilevanza alle dichiarazioni e organizza l'azione attraverso categorie socialmente intelligibili. Questa funzione si colloca oggi in un ambiente nel quale le notizie possono essere indicizzate, aggregate, raccomandate, condivise, frammentate e ricontestualizzate. Il riferimento alle piattaforme contenuto nel titolo della tesi indica quindi una **condizione infrastrutturale** dell'ecosistema informativo, non che l'oggetto empirico debba coincidere con i social media.

Il problema centrale della ricerca si colloca precisamente nella relazione tra abbondanza, attenzione, mediazione e credibilità. La reiterazione può consolidare riconoscibilità e centralità, ma anche moltiplicare occasioni di verifica, contestazione e interpretazione concorrente. Non viene quindi postulata alcuna relazione lineare tra quantità di informazione e credibilità.

La questione può essere sintetizzata attraverso la sequenza analitica che attraversa il lavoro: *eccesso → attenzione → selezione giornalistica → categorizzazione → costruzione pubblica della leadership → credibilità.*

La sequenza non descrive un meccanismo causale automatico, ma distingue livelli analitici collegati. L'eccesso costituisce la condizione strutturale; l'attenzione la sua distribuzione osservabile; la selezione giornalistica stabilisce quali eventi e attori acquistino rilevanza; la categorizzazione contribuisce alla loro intelligibilità; la costruzione della leadership emerge dalla reiterazione di determinate configurazioni; la credibilità costituisce il terreno sul quale esse possono essere sostenute, negoziate o contestate.

La ricerca mantiene pertanto distinti tre livelli: il primo riguarda la **produzione informativa**, osservata quantitativamente attraverso volume degli articoli, distribuzione temporale dell'attenzione, concentrazione delle fonti e struttura lessicale dei corpora; il secondo la **costruzione giornalistica della leadership**, analizzata qualitativamente attraverso agency, categorizzazioni, antagonismi, distribuzione della voce e relazioni con gli altri attori. Il terzo la **credibilità come problema pubblico**, ossia le condizioni attraverso le quali le definizioni associate al leader vengono sostenute o contestate nella rappresentazione giornalistica.

Questi livelli non autorizzano inferenze dirette sugli effetti prodotti sui pubblici. La ricerca non misura fiducia, ricezione individuale o modificazioni degli atteggiamenti politici. I pubblici vengono considerati come parte dell'ambiente nel quale l'informazione viene resa disponibile, circola e può essere ricontestualizzata, senza attribuire loro reazioni empiricamente non osservate. Tale cautela è coerente con la necessità, evidenziata dalla ricerca sulla comunicazione politica, di evitare spiegazioni deterministiche degli effetti dei media (Norris, 2003).

Donald Trump, Javier Milei e Giorgia Meloni costituiscono tre casi attraverso i quali osservare come differenti ecosistemi giornalistici nazionali organizzino la visibilità di leadership rilevanti nel dibattito sul populismo contemporaneo e inserite in contesti politici, istituzionali e informativi differenti. La comparazione non presuppone la loro equivalenza, ma utilizza precisamente tali differenze per interrogare il rapporto tra intensità dell'attenzione, rappresentazione giornalistica e configurazioni della leadership.

Il passaggio dall'**eccesso** alla **credibilità** designa il problema della ricerca, non la sua conclusione: comprendere se e attraverso quali mediazioni l'elevata disponibilità e reiterazione informativa possano concorrere alla costruzione pubblica della leadership, mantenendo distinta la semplice presenza del soggetto dalle condizioni attraverso le quali la sua credibilità viene costruita, negoziata o contestata.

1.2. Trump, Milei e Meloni come casi comparativi

La scelta di Donald Trump, Javier Milei e Giorgia Meloni come casi di studio risponde all'esigenza di osservare la costruzione informativa della leadership populista attraverso tre contesti nazionali differenti, mantenendo un insieme di dimensioni comuni che renda possibile la comparazione. Stati Uniti, Argentina e Italia presentano sistemi politici, tradizioni istituzionali ed ecosistemi mediali non sovrapponibili; differiscono inoltre le traiettorie personali e politiche dei tre leader e le modalità attraverso le quali hanno raggiunto il governo. Proprio la combinazione di elementi comuni e differenze rende i casi analiticamente produttivi: la comparazione non ricerca equivalenze, ma interroga uno stesso problema attraverso configurazioni empiriche distinte.

Un primo elemento comune è la forte **personalizzazione della leadership**. Trump, Milei e Meloni occupano una posizione centrale nella rappresentazione pubblica delle rispettive esperienze politiche e sono associati a formazioni nelle quali la figura del leader svolge una funzione rilevante

nell'identificazione dell'offerta politica. La personalizzazione, già individuata dagli studi sulle trasformazioni delle campagne e sul marketing politico come componente crescente della competizione contemporanea (Kavanagh, 1995; Newman, 1994), non assume tuttavia necessariamente la stessa forma nei tre casi. Le differenti relazioni tra leader, partito e istituzioni costituiscono una delle dimensioni da preservare nella comparazione.

Un secondo elemento riguarda l'**antagonismo**. La letteratura sul populismo individua nella contrapposizione tra popolo ed élite una componente ricorrente, pur declinata secondo concezioni teoriche e configurazioni politiche differenti (Müller, 2023; Rovira Kaltwasser et al., 2017). Nei casi concreti, tuttavia, il conflitto può organizzarsi attraverso confini diversi: establishment, opposizioni, istituzioni, media, organismi sovranazionali, gruppi sociali o attori internazionali possono occupare posizioni differenti nella rappresentazione politica. La comparazione consente pertanto di osservare non soltanto la presenza dell'antagonismo, ma le forme attraverso le quali esso viene selezionato, attribuito e reso giornalisticamente intelligibile. Ciò permette anche di evitare una sovrapposizione automatica tra populismo e altre categorie politiche, comprese quelle della destra radicale contemporanea (Mudde, 2020).

La scelta dei tre leader presenta inoltre una caratteristica decisiva: nel periodo osservato essi esercitano tutti una funzione istituzionale di primo piano. Trump è presidente degli Stati Uniti d'America, Milei presidente della Repubblica Argentina e Meloni presidente del Consiglio dei ministri della Repubblica Italiana. L'oggetto della ricerca non è quindi la comunicazione di candidati impegnati nella conquista del potere, ma la rappresentazione giornalistica di leadership chiamate a governare, assumere decisioni, confrontarsi con vincoli istituzionali e rispondere alle conseguenze delle proprie azioni. Diventa così osservabile la tensione tra la dimensione antagonistica propria di molte forme del discorso populista e l'esercizio della responsabilità di governo, tema rilevante anche nella letteratura che considera il populismo nelle sue differenti manifestazioni istituzionali e nazionali (Rovira Kaltwasser et al., 2017).

Le differenze tra i casi rimangono sostanziali. **Trump** opera in un sistema presidenziale e in un ambiente informativo dotato di una forte capacità di proiezione internazionale; **Milei** esercita la presidenza argentina dopo un percorso politico fortemente associato alla critica dell'ordine politico ed economico preesistente; **Meloni** guida un governo parlamentare di coalizione, dove la funzione del presidente del Consiglio è inserita in una rete di mediazioni istituzionali e politiche differente da

quella dei sistemi presidenziali. Tali differenze non costituiscono un limite della comparazione, ma una delle sue condizioni di interesse.

Non si tratta, pertanto, di stabilire quale leader sia "più populista" né di costruire una graduatoria fondata sull'intensità di caratteristiche attribuite a priori. Il populismo delimita qui un campo di problemi relativo a personalizzazione, antagonismo, rappresentanza e legittimazione politica, senza cancellare le differenze ideologiche, istituzionali e nazionali. Anche la letteratura comparativa sottolinea la pluralità delle manifestazioni del fenomeno e la necessità di analizzarlo in relazione ai contesti nei quali assume forma (Rovira Kaltwasser et al., 2017). La ricerca si concentra quindi su come tre leadership diversamente collocabili nel dibattito sul populismo contemporaneo vengano selezionate e rese intelligibili nei rispettivi ecosistemi giornalistici.

La stessa attenzione alle differenze riguarda gli **ecosistemi informativi**. Dimensioni dei mercati mediali, numero e caratteristiche delle fonti, lingue e struttura della produzione giornalistica differiscono sensibilmente tra Stati Uniti, Argentina e Italia. I valori assoluti non possono quindi essere confrontati come se derivassero da universi equivalenti: devono essere rapportati alle rispettive strutture informative. Una quantità maggiore di articoli dedicati a un leader non costituisce, isolatamente, prova di una maggiore rilevanza politica o sociale.

La comparazione opera di conseguenza su più dimensioni comuni. La prima riguarda la **centralità informativa**, ossia lo spazio occupato dai leader e la distribuzione temporale dell'attenzione; la seconda la **struttura della produzione**, attraverso fonti e loro concentrazione; la terza **temi e attori** che organizzano la rappresentazione; la quarta le modalità qualitative attraverso le quali vengono costruite **agency, responsabilità, voce e posizione nel conflitto**. L'adozione delle stesse dimensioni analitiche consente di comparare relazioni e configurazioni senza presupporre l'omogeneità dei contesti.

Anche l'**eccesso informativo** può assumere forme differenti. La centralità può derivare da una presenza elevata e continuativa, da momenti di particolare intensificazione oppure da una quantità complessivamente minore ma maggiormente dipendente da specifiche congiunture. L'eccesso non viene pertanto definito attraverso una soglia universale, ma osservato nella relazione tra volume, continuità, concentrazione, reiterazione e capacità degli eventi di riportare il leader al centro della produzione giornalistica.

Analoga cautela riguarda la **credibilità**. La comparazione non presuppone forme equivalenti di credibilità né assume che una maggiore presenza giornalistica costituisca un vantaggio. Osserva invece come le leadership vengano rappresentate come capaci di agire, come le loro pretese siano sostenute o contestate, come vengano poste in relazione con istituzioni e altri attori e come siano ricondotte alle conseguenze delle proprie decisioni. Oggetto della comparazione sono dunque le condizioni giornalistiche di costruzione e negoziazione della credibilità, non la fiducia effettivamente accordata dai cittadini.

La logica comparativa adottata non è quella del controllo sperimentale di variabili isolate. Stati Uniti, Argentina e Italia non costituiscono unità equivalenti dalle quali estrarre un singolo fattore esplicativo. La ricerca osserva sistematicamente le medesime dimensioni in tre ambienti differenti per individuare **configurazioni, ricorrenze e scarti** nel rapporto tra visibilità, agency, antagonismo, mediazione giornalistica e credibilità. Trump, Milei e Meloni assumono quindi valore comparativo non perché condividano necessariamente le stesse strategie o producano gli stessi effetti, ma perché consentono di sottoporre a variazione il rapporto tra leadership e ambiente informativo.

Ciascun caso viene pertanto ricostruito preservandone la specificità e successivamente posto in relazione con gli altri attraverso categorie e procedure comuni. La differenza non rappresenta un elemento da neutralizzare, ma una componente dell'analisi: consente di verificare quali configurazioni ricorrano in ecosistemi diversi e quali risultino invece strettamente connesse alle caratteristiche politiche, istituzionali e informative di ciascun caso.

1.3. Domande di ricerca, obiettivi e ipotesi di lavoro

A partire dal problema delineato, la ricerca indaga il rapporto tra sovrabbondanza informativa, visibilità giornalistica e costruzione pubblica della leadership politica. L'interesse non riguarda soltanto la quantità di informazione prodotta intorno a Donald Trump, Javier Milei e Giorgia Meloni, ma le modalità attraverso le quali la produzione giornalistica seleziona eventi, attribuisce rilevanza agli attori e rende intelligibili differenti forme di leadership. La dimensione quantitativa costituisce pertanto il punto di accesso a un problema più ampio: comprendere come la centralità acquisita nello spazio informativo venga tradotta in rappresentazioni nelle quali agency, antagonismo, responsabilità, legittimazione e contestazione concorrono alla negoziazione della credibilità.

La **domanda principale di ricerca** è formulata nei seguenti termini: ***«in che modo gli ecosistemi dell'informazione costruiscono, selezionano e rendono intelligibili le leadership populiste di Donald Trump, Javier Milei e Giorgia Meloni e attraverso quali configurazioni informative, narrative e semiotiche l'eccesso di visibilità può concorrere alla produzione, negoziazione o contestazione della credibilità politica?».***

La domanda comprende due livelli analitici strettamente collegati. Il primo riguarda gli ecosistemi dell'informazione e le condizioni nelle quali i leader acquistano visibilità: quantità e distribuzione delle notizie, continuità e variazioni dell'attenzione, distribuzione e concentrazione delle fonti, ricorrenze lessicali e configurazioni tematiche. Il secondo riguarda la costruzione della leadership nei testi giornalistici: quali azioni vengono attribuite al leader, quali soggetti sono posti in relazione con lui, quali opposizioni organizzano il racconto e attraverso quali procedure dichiarazioni, decisioni e conseguenze vengono confermate, contestualizzate o contestate. La relazione tra i due livelli evita sia una lettura puramente quantitativa della visibilità sia un'analisi qualitativa separata dalle condizioni strutturali della produzione informativa.

Dalla domanda principale derivano **cinque domande operative**:

D1) Distribuzione dell'attenzione: *«quale spazio occupano Trump, Milei e Meloni nei rispettivi ecosistemi giornalistici e con quali variazioni nel corso del semestre osservato?»;*

D2) Struttura della produzione informativa: *«attraverso quali fonti e con quale grado di concentrazione viene prodotta tale attenzione?»;*

D3) Temi e attori: *«quali nuclei tematici ricorrono nei corpora e quali soggetti vengono più frequentemente associati ai tre leader?»;*

D4) Costruzione giornalistica della leadership: *«attraverso quali forme di agency, antagonismo, attribuzione della responsabilità, distribuzione della voce e contestualizzazione vengono rappresentati Trump, Milei e Meloni nei testi selezionati per l'analisi qualitativa?»;*

D5) Comparazione: *«quali continuità e differenze emergono tra i tre casi nel passaggio dalla centralità informativa alla costruzione e negoziazione della credibilità?».*

A questi interrogativi corrispondono un obiettivo generale e cinque obiettivi specifici. L'**obiettivo generale** consiste nel ricostruire il processo attraverso il quale l'abbondanza informativa può

configurarsi come centralità giornalistica e nell'individuare quali configurazioni della leadership emergano quando tale centralità viene osservata attraverso la mediazione giornalistica.

Il **primo obiettivo specifico** consiste nel misurare la centralità informativa dei tre leader nei rispettivi ambienti nazionali. Il numero degli articoli viene considerato insieme al peso relativo della query sulla produzione complessiva delle collezioni, alla distribuzione giornaliera e mensile e alla variabilità temporale, distinguendo così una presenza continuativa da una copertura maggiormente concentrata intorno a particolari eventi.

Il **secondo obiettivo specifico** riguarda la geografia della produzione informativa. L'attenzione viene osservata attraverso la distribuzione e la concentrazione delle fonti, verificando se la copertura del leader sia prodotta da un insieme relativamente diffuso di testate oppure risulti maggiormente concentrata. Tale dimensione descrive l'organizzazione interna dei corpora costruiti attraverso le query e non viene estesa alla struttura complessiva dei mercati mediali nazionali.

Il **terzo obiettivo specifico** consiste nell'identificare i principali nuclei tematici e attoriali. L'analisi lessicale dei titoli consente di individuare ricorrenze, associazioni e contesti nei quali i leader vengono resi notiziabili e svolge una funzione di raccordo tra analisi quantitativa e qualitativa, contribuendo sia alla ricostruzione generale dei corpora sia all'individuazione delle configurazioni informative rilevanti per la selezione dei testi da sottoporre ad analisi approfondita.

Il **quarto obiettivo specifico** consiste nell'esaminare la costruzione giornalistica della leadership nel sotto-corpus qualitativo, spostando l'attenzione dalla frequenza delle occorrenze alle relazioni costruite nei testi: chi viene rappresentato come soggetto dell'azione, quali forme di agency gli vengono attribuite, quali attori reagiscono, quali conflitti vengono resi pertinenti, come vengono distribuite responsabilità e voce e attraverso quali risorse determinate definizioni della realtà vengono sostenute, circoscritte o contestate. L'analisi semiotica interviene come strumento complementare per osservare significati, opposizioni e configurazioni narrative, senza sostituire l'analisi sociologica dell'informazione.

Il **quinto obiettivo specifico** è comparativo. L'applicazione delle medesime dimensioni analitiche ai tre casi consente di individuare configurazioni ricorrenti e specificità dei differenti contesti, verificando come diversi regimi di attenzione e differenti modalità di costruzione giornalistica si

associno a forme distinte di centralità e negoziazione della credibilità. La comparazione non presuppone né l'equivalenza dei tre leader né l'omogeneità dei rispettivi ecosistemi informativi.

Su questa base vengono formulate **cinque ipotesi di lavoro**, individuando per ciascuna la relazione tra una variabile indipendente (VI) e una variabile dipendente (VD):

H1) *«la distribuzione temporale dell'attenzione informativa (VI) è associata a differenti configurazioni della centralità giornalistica del leader (VD), distinguibili in particolare tra presenza continuativa e intensificazione episodica»;*

H2) *«la struttura della produzione informativa, osservata attraverso la distribuzione e la concentrazione delle fonti (VI), è associata a differenti configurazioni della centralità giornalistica del leader (VD)»;*

H3) *«la reiterazione della presenza del leader attraverso differenti temi, attori e contesti informativi (VI) è associata alla ricorrenza di categorie, opposizioni e schemi narrativi attraverso i quali la leadership viene resa giornalisticamente riconoscibile e intelligibile (VD)»;*

H4) *«le forme della costruzione giornalistica della leadership, osservate attraverso agency, antagonismo, attribuzione della responsabilità, distribuzione della voce e contestualizzazione (VI), concorrono alle modalità attraverso le quali la credibilità del leader viene costruita, negoziata o contestata nella rappresentazione giornalistica (VD)»;*

H5) *«le differenti configurazioni informative e politico-istituzionali osservate nei tre casi (VI) sono associate a differenti modalità di costruzione giornalistica della leadership, rilevabili nelle forme della centralità, dell'agency, dell'antagonismo, della mediazione e della negoziazione della credibilità (VD)».*

L'individuazione di VI e VD **non implica un rapporto causale deterministico**. Il disegno della ricerca è osservazionale e comparativo e le ipotesi hanno funzione euristica, non predittiva: le relazioni vengono formulate in termini di associazione, variazione e concorso alla costruzione dei fenomeni osservati, senza pretendere di isolare sperimentalmente l'effetto di singole variabili.

In questa prospettiva, **H1** considera l'eccesso informativo come suscettibile di differenti configurazioni temporali: una presenza continuativa e un'intensificazione episodica possono entrambe produrre elevata centralità, ma secondo modalità diverse. **H2** verifica se tale centralità si

associ a differenti geografie della produzione, distinguendo una copertura distribuita tra numerose fonti da una maggiormente concentrata, senza inferirne caratteristiche dell'intero mercato mediale. **H3** mette in relazione la reiterazione del leader attraverso temi, attori e contesti differenti con la ricorrenza di repertori interpretativi che possono rendere nuove informazioni riconoscibili attraverso categorie, opposizioni e schemi narrativi già disponibili, senza presupporne stabilità o condivisione tra le fonti.

H4 mantiene distinta la visibilità dalla credibilità: le modalità con cui il giornalismo attribuisce agency, organizza antagonismi, distribuisce responsabilità e voce e contestualizza dichiarazioni e azioni concorrono alle condizioni nelle quali la credibilità può essere sostenuta, circoscritta o contestata; una maggiore centralità non implica quindi un maggiore accreditamento. **H5**, infine, sottopone a comparazione le configurazioni emergenti dai tre casi: differenti condizioni informative e politico-istituzionali possono associarsi a differenti forme di centralità, agency, antagonismo, mediazione e negoziazione della credibilità. Nessun modello specifico viene attribuito preventivamente a Trump, Milei o Meloni: le configurazioni devono emergere dall'analisi empirica e soltanto successivamente essere poste a confronto.

1.4. Campo empirico e struttura della tesi

Il campo empirico della ricerca è costituito dalla produzione giornalistica digitale relativa a Donald Trump, Javier Milei e Giorgia Meloni nel periodo compreso tra il **1° gennaio e il 30 giugno 2026**. La scelta di una finestra temporale comune consente di osservare simultaneamente i tre leader nell'esercizio di responsabilità istituzionali di governo e di confrontarne la presenza informativa secondo criteri omogenei. Il semestre è sufficientemente esteso per distinguere la continuità della copertura dalle oscillazioni associate a specifici eventi, senza includere fasi politiche e informative eccessivamente eterogenee.

L'unità di riferimento è l'articolo giornalistico individuato attraverso **Media Cloud 2.0**, archivio aperto di notizie provenienti dal web che consente di interrogare collezioni di fonti e analizzare la distribuzione dell'attenzione informativa. La ricerca utilizza le ***National Collection*** relative a Stati Uniti, Argentina e Italia e adotta rispettivamente le query esatte "Donald Trump", "Javier Milei" e "Giorgia Meloni". Per ciascun leader vengono quindi osservati, nel medesimo intervallo temporale, i contenuti che ne riportano il nome all'interno della corrispondente collezione nazionale.

Tale delimitazione definisce anche ciò che il corpus non rappresenta. Esso non coincide con l'intera comunicazione politica prodotta nei tre Paesi né con la totalità dei contenuti digitali riguardanti i leader e non comprende sistematicamente post sui social media, conversazioni tra utenti, messaggistica privata o altri ambienti online estranei all'archivio giornalistico interrogato. I risultati descrivono pertanto la produzione resa osservabile attraverso le collezioni e le procedure di Media Cloud e devono essere interpretati entro questi confini.

Ciò non implica considerare il giornalismo isolatamente dalle trasformazioni introdotte dalle piattaforme. Gli articoli sono prodotti editoriali, ma appartengono a un ambiente nel quale le notizie vengono indicizzate, aggregate, ricercate, condivise e potenzialmente ricontestualizzate attraverso infrastrutture digitali. La piattaformizzazione costituisce dunque una condizione strutturale della circolazione contemporanea dell'informazione, mentre il corpus giornalistico rappresenta il punto empirico dal quale viene osservata la costruzione pubblica della leadership.

Il disegno combina **analisi quantitativa e qualitativa** secondo una logica sequenziale e integrata. La prima ricostruisce dimensione e struttura dei corpora attraverso numero degli articoli, attenzione relativa, distribuzione temporale, picchi informativi, distribuzione e concentrazione delle fonti e analisi lessicale dei titoli. Tali misure descrivono differenti configurazioni della visibilità senza presupporre la diretta comparabilità dei valori assoluti prodotti da ecosistemi nazionali differenti per dimensione e composizione.

L'analisi quantitativa svolge inoltre una funzione preparatoria rispetto alla fase qualitativa, contribuendo a individuare nuclei tematici, distribuzioni temporali e condizioni informative entro le quali selezionare un sotto-corpus ristretto. Per ciascun leader vengono scelti **dodici articoli, due per ciascun mese del semestre, per un totale di trentasei testi**. Il bilanciamento temporale impedisce che la selezione sia dominata dai periodi di maggiore intensità informativa e garantisce una copertura uniforme dell'intero periodo.

Il sotto-corpus qualitativo non persegue una rappresentatività statistica, ma viene costruito secondo criteri empiricamente espliciti e applicati uniformemente ai tre casi. La selezione considera: **i) intensità dell'attenzione; ii) consistenza tematica; iii) pluralità delle fonti; iv) rilevanza comparativa; v) bilanciamento temporale**, prevedendo due articoli per ciascun mese. Quest'ultimo criterio disciplina la distribuzione temporale dei testi, mentre i precedenti ne orientano

la selezione all'interno di ciascun segmento mensile. Il controllo delle duplicazioni evita inoltre che la ripubblicazione dello stesso contenuto attribuisca un peso sproporzionato a una singola configurazione informativa.

L'analisi dei corpora e la selezione dei sotto-corpora qualitativi sono state supportate da ChatGPT (OpenAI), utilizzato per l'elaborazione dei dati e l'applicazione dei criteri definiti dall'autore e descritti nella metodologia; i risultati e gli articoli selezionati sono stati sottoposti a verifica manuale finale.

Sul sotto-corpus viene condotta l'**analisi qualitativa**, concentrata sulle modalità attraverso le quali il leader viene collocato nel racconto giornalistico: attribuzione dell'agency, definizione degli altri attori, costruzione dell'antagonismo, attribuzione della responsabilità, distribuzione della voce, contestualizzazione delle dichiarazioni, presenza di vincoli e conseguenze e procedure attraverso le quali determinate definizioni vengono sostenute, circoscritte o problematizzate. L'analisi semiotica integra quella sociologica permettendo di individuare opposizioni, configurazioni narrative e forme di significazione rilevanti per la costruzione della leadership.

L'integrazione dei due livelli risponde direttamente al problema di ricerca. L'analisi quantitativa consente di stabilire **quanto, quando e attraverso quali strutture informative** i leader vengano resi disponibili; quella qualitativa permette di osservare **come** tale presenza venga organizzata e quale configurazione della leadership emerga dai testi. Considerate separatamente, la prima rischierebbe di identificare la rilevanza con la frequenza, mentre la seconda perderebbe le condizioni strutturali entro le quali i testi acquistano significato.

Anche il concetto di **pubblico** viene delimitato in relazione al materiale empirico disponibile. La ricerca non dispone di dati individuali sull'esposizione agli articoli né di misure della loro ricezione e non attribuisce quindi ai lettori atteggiamenti, interpretazioni o modificazioni del comportamento non osservati. L'analisi riguarda la disponibilità pubblica di risorse informative e interpretative attraverso le quali i leader vengono resi riconoscibili e categorizzabili. La distinzione tra produzione, circolazione e ricezione consente di discutere il rapporto tra informazione e pubblici senza trasformare la visibilità giornalistica in una misura indiretta del consenso. Entro questi confini si articola la struttura della tesi.

Dopo il *Capitolo I - Introduzione: dall'eccesso alla credibilità, il Capitolo II - La costruzione pubblica della leadership* definisce il quadro relativo a populismo, personalizzazione, costruzione sociale della realtà, produzione giornalistica, categorizzazione e rappresentazione dell'alterità. Il *Capitolo III - L'eccesso informativo* affronta sovrabbondanza e competizione per l'attenzione, mediatizzazione e piattaformizzazione, circolazione e reiterazione dell'informazione, algoritmi e trasformazioni dei pubblici. Il *Capitolo IV - Visibilità e credibilità* approfondisce la costruzione sociale della credibilità e il rapporto con fattualità, autenticità, ethos, emozione, riconoscibilità, narrazione, semiotica e post-verità.

Il *Capitolo V - Disegno della ricerca* esplicita strategia comparativa, integrazione dei metodi, utilizzo di Media Cloud e delle *National Collection,* costruzione dei corpora, procedure quantitative e qualitative, selezione del sotto-corpus e limiti del disegno. Il *Capitolo VI - La geografia dell'attenzione* presenta i risultati quantitativi comparativi relativi a dimensione dei corpora, distribuzione temporale e picchi, fonti e concentrazione della produzione, temi, attori e struttura lessicale, fino alla selezione del materiale qualitativo.

I *Capitoli VII, VIII e IX* sono dedicati, nell'ordine, a **Trump, Milei e Meloni**. Ciascun caso viene analizzato autonomamente prima della comparazione, preservandone le specificità ed evitando di trasferire automaticamente agli altri le categorie emerse da un singolo leader. L'analisi ricostruisce le forme di agency, antagonismo, mediazione e negoziazione della credibilità e le pone in relazione con le rispettive configurazioni della centralità informativa. Il *Capitolo X - Tre leadership a confronto* ricompone quindi i risultati attraverso dimensioni comuni: intensità, continuità e concentrazione dell'attenzione, temi e attori, antagonismo, regimi emozionali e forme di credibilità.

Il *Capitolo XI - Informazione, pubblici e piattaforme* riporta i risultati sul terreno più generale dell'analisi sociologica dell'informazione e dei pubblici, discutendo produzione giornalistica, categorizzazione, disponibilità pubblica, circolazione, ricontestualizzazione e piattaformizzazione. Il *Capitolo XII - Conclusioni* risponde infine alle domande di ricerca alla luce dei risultati quantitativi e qualitativi, ne ricostruisce il contributo comparativo e distingue quanto l'analisi consente di sostenere dai limiti derivanti dal corpus e dal disegno adottato.

CAPITOLO II

LA COSTRUZIONE PUBBLICA DELLA LEADERSHIP

2.1. Populismo, personalizzazione e centralità del leader

Il populismo costituisce una categoria ampiamente discussa nelle scienze sociali e politiche, applicata a fenomeni differenti per origine storica, collocazione ideologica, organizzazione e rapporto con le istituzioni. Questa eterogeneità rende problematica una definizione univoca. Più che identificare un insieme stabile di contenuti programmatici, una parte rilevante della letteratura individua alcuni elementi ricorrenti nella contrapposizione tra popolo ed élite, nella rivendicazione di una rappresentanza autentica della volontà popolare, nella costruzione di antagonismi e nella centralità assunta dal leader. Nella prospettiva di questa ricerca, il populismo interessa soprattutto per il modo in cui tali dimensioni si intrecciano con la produzione dell'informazione e con la costruzione pubblica della leadership.

Müller (2023) individua un tratto qualificante del populismo nella pretesa di una rappresentanza morale esclusiva del popolo. La critica delle élite non è quindi condizione sufficiente: alla componente anti-elitista si associa una concezione anti-pluralista secondo la quale soltanto alcuni attori sarebbero legittimati a rappresentare il popolo autentico.

Quest'ultimo non coincide con la totalità empirica dei cittadini, ma viene costruito politicamente attraverso processi di inclusione ed esclusione. La leadership populista può così fondare la propria legittimazione sulla rivendicazione di una relazione privilegiata con una comunità rappresentata come autentica, contrapponendola a élite, istituzioni, gruppi o mediazioni definiti come distanti o contrari alla sua volontà. La pluralità delle forme assunte dal populismo nei diversi contesti impone tuttavia di considerare queste dimensioni senza trasformarle in un modello uniforme (Rovira Kaltwasser et al., 2017).

La relazione tra leader e popolo assume pertanto una funzione non soltanto organizzativa, ma anche rappresentativa e simbolica. Il leader può diventare il punto nel quale vengono condensate domande, appartenenze e opposizioni. La **personalizzazione** non coincide però con la semplice notorietà individuale né con la frequenza della presenza informativa: indica il processo attraverso il quale competizione politica, responsabilità delle decisioni e rappresentazione dei conflitti vengono organizzate in misura crescente intorno alla persona del leader. La centralità informativa deve

quindi essere interrogata non soltanto in termini di quantità della presenza, ma considerando in quale misura il leader divenga il riferimento attraverso il quale eventi, decisioni, controversie e reazioni acquistano intelligibilità.

La prospettiva sul *national populism* di Eatwell e Goodwin (2018) permette di collocare questa centralità entro trasformazioni sociali più ampie. Gli autori riconducono l'affermazione delle forze nazional-populiste a processi che coinvolgono identità, fiducia, disuguaglianze e percezione della propria voce politica. Il populismo non può quindi essere spiegato come fenomeno esclusivamente comunicativo né come semplice risultato dell'efficacia retorica di leader particolarmente visibili: la personalizzazione opera all'interno di condizioni sociali, politiche e istituzionali che precedono la singola performance comunicativa e ne definiscono le possibilità di riconoscimento.

Analoga cautela riguarda il rapporto tra leadership e trasformazioni mediali. La crescente centralità del leader non nasce con le piattaforme digitali. Gli studi sulle campagne elettorali e sul marketing politico avevano già evidenziato lo spostamento dell'attenzione verso candidati, immagini personali, strategie di posizionamento e costruzione della relazione con l'elettorato. Kavanagh (1995) colloca questi processi nella trasformazione delle forme della competizione politica; Newman (1994), attraverso lo studio del marketing presidenziale, evidenzia la crescente importanza della costruzione strategica della figura del candidato. Non si tratta di teorie del populismo, ma di contributi che consentono di distinguere fenomeni capaci di intersecarsi senza coincidere: **personalizzazione della politica e leadership populista**.

La distinzione è essenziale. La personalizzazione può riguardare attori non populisti, mentre una leadership populista può avvalersi di processi di personalizzazione già radicati nei sistemi politici e mediali. Il problema emerge quando la centralità personale si combina con una rappresentazione antagonistica dello spazio politico e con la rivendicazione di una relazione privilegiata con il popolo. In questa configurazione, decisioni collettive, conflitti istituzionali, trasformazioni economiche o controversie internazionali possono essere organizzati intorno a un soggetto individuale al quale vengono attribuite intenzioni, responsabilità, capacità di iniziativa e conseguenze.

Ciò non comporta la cancellazione delle istituzioni o degli attori collettivi. Al contrario, la centralità del leader può rendere particolarmente visibili le relazioni che questi intrattiene con governi,

parlamenti, magistrature, partiti, opposizioni, movimenti e gruppi sociali. La personalizzazione opera quindi anche come principio di **organizzazione relazionale** della rappresentazione politica: le azioni degli altri soggetti possono essere rese intelligibili come sostegno, opposizione, limite, risposta o conseguenza rispetto all'iniziativa del leader.

In questo quadro assume rilievo il concetto di **agency**, inteso come attribuzione a un soggetto della capacità di agire, decidere, provocare trasformazioni o produrre conseguenze. Nell'informazione politica, stabilire chi agisce, chi reagisce, chi subisce una decisione e chi viene chiamato a risponderne contribuisce a organizzare l'intelligibilità dell'evento. Un leader fortemente personalizzato può essere rappresentato come origine dell'azione oppure come destinatario delle iniziative e delle reazioni altrui; in entrambi i casi può mantenere una posizione centrale nella sequenza informativa.

La **centralità deve essere distinta dalla valutazione**. Occupare il centro della rappresentazione giornalistica non significa essere rappresentati favorevolmente: controversie, proteste, conflitti istituzionali e verifiche critiche possono aumentare la presenza di un leader senza accrescerne la legittimazione. La centralità può derivare tanto dall'iniziativa del soggetto quanto dalle reazioni che essa suscita ed essere accompagnata da sostegno, critica, contestazione o attribuzione di responsabilità. Di conseguenza, visibilità, consenso e credibilità non possono essere trattati come fenomeni equivalenti.

Anche il rapporto tra politica, media e pubblici richiede di evitare spiegazioni deterministiche. Norris (2003) considera la comunicazione politica all'interno di relazioni tra attori politici, sistemi mediali e cittadini che non possono essere ridotte a effetti unidirezionali dei media. Per questa ricerca, la centralità giornalistica costituisce un dato osservabile della produzione informativa, ma non consente di inferire direttamente come i contenuti siano ricevuti, interpretati o valutati. La visibilità rappresenta una condizione della disponibilità pubblica della leadership, non una misura del consenso.

Il giornalismo, d'altra parte, non costituisce semplicemente un canale attraverso il quale una leadership già formata raggiunge i pubblici. Selezionando eventi, attribuendo agency, riportando dichiarazioni, identificando oppositori, ricostruendo precedenti e collegando decisioni a conseguenze, la produzione giornalistica partecipa alla costruzione della forma pubblicamente disponibile della leadership. Ciò non attribuisce ai media il potere di creare autonomamente il

fenomeno politico né nega la capacità strategica degli attori, ma riconosce che tra azione politica e disponibilità pubblica intervengono procedure di selezione, categorizzazione e contestualizzazione.

La leadership populista non viene pertanto assunta come proprietà immutabile della persona. L'analisi osserva come personalizzazione, costruzione del popolo, antagonismo e contestazione delle mediazioni vengano rese pertinenti nella rappresentazione giornalistica. È altresì necessario distinguere il populismo dalle categorie ideologiche con le quali può combinarsi storicamente. Esso non coincide, per esempio, con la destra radicale o con l'estrema destra, sebbene alcune esperienze possano presentare entrambe le dimensioni. La letteratura di Mudde (2020) sulla *far right* permette di mantenere analiticamente distinti tali fenomeni, esigenza particolarmente importante in una comparazione che non considera Trump, Milei e Meloni espressioni equivalenti di un'unica ideologia.

La categoria di **leadership populista** opera quindi come strumento comparativo: personalizzazione, antagonismo e rivendicazione di rappresentanza delimitano dimensioni comuni senza presupporre che i tre leader costruiscano nello stesso modo il rapporto con popolo, élite, istituzioni e avversari, né che possano essere assimilati i loro orientamenti ideologici, le strutture partitiche o i contesti costituzionali. Le specifiche configurazioni devono emergere dall'analisi empirica.

La centralità del leader costituisce, in definitiva, il raccordo tra la discussione sul populismo e il problema dell'informazione. Se una leadership personalizzata concentra sulla persona attribuzioni di azione, responsabilità e conflitto, il giornalismo rappresenta uno degli ambienti nei quali tale centralità diviene osservabile. Essa può essere alimentata dalle iniziative del leader, ma anche dalle risposte degli avversari, dalle decisioni delle istituzioni, dalle contestazioni dei gruppi sociali e dalle conseguenze delle politiche adottate.

Ne deriva una concezione **relazionale della leadership pubblica**: il leader può occupare il centro dello spazio informativo non soltanto perché parla o agisce, ma perché una pluralità di soggetti orienta verso di lui azioni, dichiarazioni, opposizioni e attribuzioni di responsabilità. Il conflitto può così contestarne la leadership e, contemporaneamente, contribuire alla persistenza della sua visibilità, senza che da tale centralità possa essere dedotta automaticamente la sua credibilità.

2.2. Informazione e costruzione sociale della realtà

Se la leadership politica acquista rilevanza pubblica attraverso processi di selezione, rappresentazione e attribuzione di significato, l'informazione non può essere considerata come una semplice superficie sulla quale viene riprodotta una realtà già compiuta. Gli eventi esistono indipendentemente dalla loro trasformazione in notizia, ma la loro disponibilità pubblica dipende anche dalle operazioni attraverso le quali alcuni aspetti vengono selezionati, collegati ad altri fatti, attribuiti a determinati soggetti e inseriti entro categorie che ne consentono il riconoscimento. Il problema della costruzione sociale della realtà permette quindi di interrogare non soltanto la corrispondenza tra informazione e accadimenti, ma le procedure attraverso le quali questi ultimi diventano osservabili, descrivibili e intelligibili come realtà politica.

La formulazione di Berger e Luckmann (1991) costituisce il riferimento fondamentale di questa prospettiva. La realtà della vita quotidiana non si presenta come un insieme indifferenziato di fenomeni, ma come un mondo organizzato attraverso conoscenze, linguaggi, classificazioni e tipizzazioni socialmente disponibili. Gli individui agiscono entro universi di significato prodotti nell'interazione, sedimentati attraverso processi di istituzionalizzazione e successivamente sperimentati come componenti oggettive del mondo sociale. Ciò che appare come realtà oggettiva incorpora quindi processi attraverso i quali significati, ruoli e classificazioni sono stati costruiti, stabilizzati e trasmessi.

Costruzione sociale non significa invenzione arbitraria. Una decisione governativa, una sentenza, una protesta o una crisi internazionale producono conseguenze indipendenti dalla loro rappresentazione giornalistica; ciò che viene socialmente organizzato riguarda anche le modalità attraverso le quali tali accadimenti vengono identificati, nominati, classificati e messi in relazione. Definire un evento come crisi, successo, fallimento, protesta o negoziato, oppure un soggetto come presidente, oppositore, alleato, vittima o responsabile, significa rendere pertinenti alcuni aspetti della situazione e collegarli a conoscenze e aspettative già disponibili. Il linguaggio partecipa pertanto alla costruzione dell'intelligibilità sociale.

Il contributo di Schütz (1967) permette di precisare questo rapporto tra conoscenza ed esperienza. La vita quotidiana si fonda su patrimoni di conoscenze date per scontate, tipizzazioni, aspettative e schemi di rilevanza che consentono agli individui di orientarsi senza ridefinire continuamente ogni situazione. La conoscenza sociale è inoltre distribuita: nessun soggetto possiede esperienza diretta

di tutto ciò che costituisce il proprio mondo. L'informazione giornalistica assume perciò particolare rilievo nella disponibilità pubblica di eventi che, per la maggior parte dei soggetti, rimangono estranei all'esperienza diretta.

Il concetto di **rilevanza** è particolarmente importante in una condizione di abbondanza informativa. Non tutto può ricevere contemporaneamente la stessa attenzione: rendere qualcosa rilevante significa distinguerlo da uno sfondo di possibilità alternative. L'operazione riguarda tanto gli eventi quanto i soggetti. Ricondurre una decisione, una controversia o una trasformazione all'azione di un leader contribuisce a collocarlo in una determinata posizione nella rappresentazione dell'accaduto. La centralità non dipende quindi soltanto dal numero delle menzioni, ma anche dalle relazioni attraverso le quali un soggetto viene reso pertinente rispetto a eventi differenti.

La costruzione della realtà non deve inoltre essere interpretata come un processo necessariamente intenzionale. Routine professionali, categorie linguistiche, convenzioni narrative, disponibilità delle fonti e conoscenze date per scontate possono concorrere alla formazione di configurazioni relativamente stabili senza presupporre un soggetto che ne abbia progettato complessivamente il significato. Parlare di **costruzione giornalistica della leadership** non significa dunque attribuire ai media una volontà coordinata di produrre una determinata immagine, ma osservare come operazioni situate di selezione, classificazione e contestualizzazione possano generare regolarità nella rappresentazione pubblica.

In questa prospettiva, l'informazione giornalistica costituisce una forma socialmente organizzata di conoscenza. La produzione della notizia seleziona eventi dalla molteplicità degli accadimenti, ne identifica i protagonisti, ricostruisce relazioni e sequenze e colloca dichiarazioni e comportamenti entro contesti riconoscibili. Ciò non implica né concepire il giornalismo come specchio neutrale della realtà né ridurlo a manipolazione: significa considerare insieme il rapporto con gli accadimenti e le procedure attraverso le quali essi vengono trasformati in oggetti di conoscenza pubblica.

Gli studi sulla produzione giornalistica rendono concretamente osservabile questo passaggio. Tuchman (1980) mostra come la trasformazione degli avvenimenti in notizie sia inseparabile dalle pratiche attraverso le quali le organizzazioni giornalistiche ordinano tempo, spazio e imprevedibilità. La notiziabilità non costituisce semplicemente una proprietà intrinseca dell'accadimento, ma viene riconosciuta attraverso procedure professionali, classificazioni e forme organizzative che rendono il mondo trattabile giornalisticamente. Anche le fonti partecipano a tale

processo: la loro posizione, disponibilità e autorevolezza attribuita incidono su quali versioni possano essere presentate, verificate, confermate o contestate. Questi meccanismi saranno considerati più specificamente nell'analisi della produzione e della categorizzazione giornalistica.

La prospettiva etnometodologica aggiunge un ulteriore livello. Garfinkel (1984) mostra come l'ordine sociale venga continuamente realizzato attraverso pratiche mediante le quali i membri rendono le proprie attività riconoscibili e descrivibili. Il concetto di **accountability** richiama precisamente questa proprietà: le azioni vengono organizzate in modo da poter essere osservate e riferite come azioni di un certo tipo. Applicata all'informazione, tale prospettiva sposta l'attenzione sulle procedure attraverso le quali una descrizione viene resa sensata, pertinente e riconoscibile.

L'informazione politica presuppone continuamente questo patrimonio di conoscenze condivise. Il nome di un leader può richiamare precedenti, appartenenze, controversie e aspettative senza che debbano essere ogni volta esplicitati; una nuova dichiarazione può essere resa intelligibile come prosecuzione, rottura o conferma di una sequenza precedente. La reiterazione produce quindi non soltanto frequenza, ma anche una **memoria informativa** disponibile per successive interpretazioni. Le rappresentazioni della leadership rimangono tuttavia modificabili: nuovi eventi possono confermare categorie precedenti, indebolirle o renderne pertinenti altre.

La costruzione sociale della realtà non coincide, infatti, con l'imposizione di un'unica definizione. Nello spazio giornalistico possono competere descrizioni differenti dello stesso evento: dichiarazioni ufficiali possono essere affiancate da contestazioni, dati, precedenti, testimonianze e interpretazioni alternative. La realtà pubblicamente disponibile emerge quindi anche dalla relazione tra definizioni concorrenti, alcune delle quali acquistano maggiore visibilità mentre altre vengono circoscritte o marginalizzate.

È entro questa dinamica che la **credibilità** assume rilevanza. Una definizione può acquistare consistenza attraverso reiterazione, fonti riconosciute e categorie già disponibili, oppure essere problematizzata da versioni concorrenti, verifiche e conseguenze incompatibili con essa. Il giornalismo rende osservabili queste relazioni senza determinare necessariamente ciò che i pubblici crederanno. La costruzione pubblica della leadership indica pertanto il processo attraverso il quale azioni, dichiarazioni, ruoli, opposizioni, precedenti e conseguenze vengono selezionati e messi in relazione entro forme informative socialmente intelligibili: non la produzione artificiale di

un'immagine da parte dei media, ma la continua organizzazione pubblica delle relazioni attraverso le quali il leader viene reso osservabile, interpretabile e contestabile.

2.3. Produzione giornalistica, categorizzazione e intelligibilità

La produzione dell'informazione non consiste nella semplice registrazione di eventi già dotati di un significato univoco. Tra ciò che accade e ciò che diventa notizia intervengono operazioni di selezione, classificazione, gerarchizzazione e contestualizzazione mediante le quali gli eventi vengono trasformati in oggetti giornalisticamente riconoscibili. Per l'analisi della leadership politica il problema riguarda quindi, prima ancora della valutazione positiva o negativa di un leader, le procedure attraverso le quali questi viene reso intelligibile come attore di una determinata situazione.

La sociologia del giornalismo ha mostrato come la notizia costituisca il risultato di un processo organizzato. Tuchman (1980) analizza il lavoro giornalistico evidenziando il ruolo delle routine attraverso le quali le organizzazioni informative affrontano l'imprevedibilità degli avvenimenti. Tempi di produzione, distribuzione delle competenze, disponibilità delle fonti e classificazione degli eventi concorrono a stabilire quali accadimenti entrino nel circuito informativo e secondo quali modalità vengano trattati. La notizia non è pertanto l'equivalente testuale dell'evento, ma il prodotto di procedure professionali che organizzano una realtà potenzialmente indeterminata in forme comunicabili.

Una dimensione fondamentale di questo processo riguarda le **categorie** utilizzate per descrivere persone, gruppi e situazioni. Il contributo di Harvey Sacks consente di considerare la categorizzazione non come una semplice operazione terminologica, ma come una pratica attraverso la quale viene organizzata la comprensione del mondo sociale. Le categorie di appartenenza rendono riconoscibili persone, attività e relazioni e possono rendere disponibili inferenze ulteriori rispetto a ciò che viene esplicitamente affermato (Sacks, 1995).

La **Membership Categorization Analysis** sviluppata a partire da Sacks permette di approfondire questo meccanismo. Identificare qualcuno come presidente, oppositore, alleato, manifestante o immigrato non significa soltanto denominarlo, ma renderlo comprensibile attraverso conoscenze socialmente disponibili relative ad azioni, responsabilità, competenze, diritti e relazioni. Le categorie acquistano significato nel rapporto con altre categorie e con attributi e attività

riconoscibili come categorialmente pertinenti (Jantus Lordi de Sobremonte, 2025b; 2025h). La relazione tra categoria e attività non è deterministica: appartenere a una categoria non implica necessariamente compiere una determinata azione, ma le associazioni socialmente disponibili possono essere utilizzate per interpretare ciò che accade e produrre inferenze.

Questa proprietà è particolarmente rilevante nel giornalismo, che deve rendere rapidamente riconoscibili attori, azioni e circostanze. Nei titoli, dove lo spazio disponibile è particolarmente limitato, la categorizzazione svolge una funzione di economia informativa, mobilitando conoscenze che non devono essere integralmente esplicitate (Jantus Lordi de Sobremonte, 2025f). Espressioni come “il presidente”, “l’opposizione”, “i manifestanti” o “gli alleati” identificano contemporaneamente soggetti e relazioni, rendendo disponibili posizioni istituzionali, politiche e sociali attraverso le quali l’evento può essere interpretato.

Il rapporto tra categorie e attività conduce direttamente al problema dell’**agency**. Il racconto giornalistico distribuisce differenti posizioni di azione: qualcuno decide, propone, dichiara, accusa, reagisce, impedisce, sostiene o subisce. Attraverso l’organizzazione linguistica e narrativa dell’evento vengono così individuati origine dell’azione, destinatari, interlocutori e soggetti delle conseguenze. Per la leadership politica ciò significa che un leader può occupare una posizione centrale perché agisce direttamente, ma anche perché istituzioni, oppositori o gruppi sociali reagiscono alle sue iniziative. La centralità può quindi persistere attraverso relazioni di segno differente e non coincide con una valutazione favorevole.

L’attribuzione dell’agency si intreccia con quella della **responsabilità**. Rappresentare un soggetto come autore di un’azione lo rende potenzialmente disponibile anche per l’attribuzione delle sue conseguenze, dei risultati e delle richieste di giustificazione. Il concetto garfinkeliano di **accountability** non coincide tuttavia con la responsabilità morale o politica: indica più generalmente il carattere osservabile, descrivibile e intelligibile delle attività sociali (Garfinkel, 1984; Jantus Lordi de Sobremonte, 2025a). Proprio perché un’azione viene resa riconoscibile come azione di qualcuno, essa può successivamente diventare oggetto di spiegazione, attribuzione e contestazione.

Un’ulteriore dimensione riguarda la **distribuzione della voce**. Gli articoli organizzano una pluralità di soggetti che agiscono e parlano: dichiarazioni dirette e indirette, comunicati, repliche degli oppositori, valutazioni di esperti e ricostruzioni giornalistiche concorrono a definire l’evento.

Stabilire chi possa proporne una definizione, chi possa contestarla e quali affermazioni siano accompagnate da verifiche o precisazioni significa distribuire differenti possibilità di partecipazione alla sua costruzione pubblica. La presenza della voce del leader non equivale quindi all'adesione del giornalismo alla sua interpretazione: una dichiarazione può essere riportata e contemporaneamente confrontata con repliche, dati, precedenti o conseguenze.

Alla distribuzione della voce si collega la **contestualizzazione**. Una dichiarazione o un'azione può essere presentata isolatamente oppure posta in relazione con precedenti, dati, decisioni istituzionali, controversie e conseguenze. Antecedente, risposta, conferma, contraddizione e conseguenza costituiscono relazioni attraverso le quali l'informazione organizza temporalmente e socialmente il significato dell'evento. Nella copertura continuativa della politica, inoltre, ogni nuovo episodio può richiamare conoscenze sedimentate: la reiterazione di nomi, categorie, dichiarazioni e conflitti produce una memoria giornalistica che rende alcune associazioni disponibili senza che debbano essere ogni volta ricostruite integralmente.

Questa sedimentazione non determina una rappresentazione stabile o univoca. La pluralità delle fonti e il succedersi degli eventi possono confermare, modificare o mettere in tensione le categorie precedentemente disponibili. Lo stesso leader può essere rappresentato come decisore, negoziatore, destinatario di una protesta o soggetto sottoposto a un vincolo istituzionale. Per questo una classificazione degli articoli come semplicemente favorevoli o contrari risulterebbe insufficiente: testi valutativamente simili possono attribuire gradi differenti di agency, distribuire diversamente la voce e costruire relazioni diverse tra leader, istituzioni e altri attori.

L'**intelligibilità**, in questa ricerca, non indica dunque la semplice comprensibilità linguistica di un articolo, ma il processo attraverso il quale persone, azioni e relazioni vengono organizzate in configurazioni socialmente riconoscibili (Jantus Lordi de Sobremonte, 2025j). Rendere un evento intelligibile significa rendere riconoscibile chi agisce, nei confronti di chi, entro quale situazione, con quali attribuzioni di responsabilità e attraverso quali definizioni concorrenti. Categorizzazione, agency, accountability, distribuzione della voce e contestualizzazione costituiscono, in questo senso, dimensioni complementari della produzione giornalistica.

Applicata alla leadership populista, questa prospettiva sposta l'attenzione dalle sole caratteristiche comunicative del leader alle relazioni attraverso le quali esso viene collocato nella notizia. La questione non riguarda soltanto ciò che Trump, Milei o Meloni dicono, ma come la produzione

giornalistica organizzi i rapporti tra il leader, le istituzioni, gli oppositori, gli alleati e gli altri attori sociali, quali azioni gli attribuisca, quali voci gli contrapponga e attraverso quali categorie renda tali relazioni riconoscibili. La leadership emerge così non come un'immagine isolata attribuita a un individuo, ma come una **posizione relazionale** costruita tra azione e reazione, attribuzione e responsabilità, affermazione e contestazione.

2.4. Antagonismo, alterità e rappresentazione giornalistica del leader

La categorizzazione giornalistica non rende soltanto riconoscibili attori e azioni, ma organizza anche le relazioni che li avvicinano o li contrappongono. Nella rappresentazione politica queste possono assumere la forma di opposizioni tra governo e opposizione, maggioranza e minoranza, cittadini e istituzioni, popolo ed élite, appartenenza e alterità, ordine e minaccia. L'**antagonismo** non costituisce quindi soltanto un contenuto del conflitto politico, ma una possibile forma attraverso la quale esso viene reso giornalisticamente intelligibile.

Questa dimensione assume particolare rilievo nello studio del populismo. Müller (2023) individua, oltre all'anti-elitismo, una componente anti-pluralista fondata sulla pretesa di rappresentare moralmente il "vero popolo". La costruzione del popolo implica così anche la delimitazione di un confine rispetto a soggetti rappresentati come esterni, distanti o contrari alla sua volontà. "Popolo" ed "élite" non costituiscono tuttavia categorie dal contenuto immutabile: acquistano significato nelle situazioni concrete e attraverso gli attori ai quali vengono associate. L'alterità può essere ricondotta, a seconda dei contesti, all'establishment politico, alle istituzioni, ai media, alla magistratura, agli avversari, a gruppi sociali o a soggetti esterni, senza che tali categorie siano necessariamente presenti o svolgano la medesima funzione in ogni configurazione populista.

L'antagonismo può pertanto essere osservato come un processo di **organizzazione delle differenze**. L'alterità non deriva dalla semplice esistenza di soggetti differenti, ma dalle operazioni attraverso le quali alcune differenze vengono selezionate e rese pertinenti nella delimitazione di appartenenze e non appartenenze (Jantus Lordi de Sobremonte, 2025g). L'interesse analitico riguarda dunque non soltanto chi venga indicato come antagonista, ma come la relazione antagonistica venga costruita e quale posizione attribuisca ai soggetti coinvolti.

È necessario, soprattutto, distinguere **l'antagonismo formulato dall'attore politico dalla sua rappresentazione giornalistica**. Se un leader definisce un'istituzione come nemica del popolo e un

articolo ne riporta la dichiarazione, non ne consegue che la testata assuma quella categorizzazione come propria. Attribuzioni, virgolette, repliche, verifiche, precedenti e contestualizzazioni possono modificarne profondamente lo statuto. Confondere la parola del leader con quella del giornalismo significherebbe attribuire alla testata definizioni che essa potrebbe semplicemente rendere disponibili come oggetto di informazione.

Al tempo stesso, l'antagonismo giornalisticamente osservabile non dipende esclusivamente dalle dichiarazioni esplicite del leader. Selezione degli attori, distribuzione della voce, attribuzione delle azioni e delle reazioni, precedenti richiamati e categorie impiegate possono rendere alcune opposizioni particolarmente salienti. L'analisi deve quindi considerare insieme **categorizzazione, attribuzione e struttura relazionale della notizia**.

Il concetto di **alterità** permette di evitare un'equivalenza impropria tra differenza e antagonismo. L'altro non è necessariamente un nemico e ogni opposizione non costituisce automaticamente una manifestazione di populismo o polarizzazione. L'alterità indica più generalmente una relazione di differenziazione; questa assume carattere antagonista quando viene organizzata attraverso incompatibilità, minaccia, esclusione o attribuzione di responsabilità. Anche il confine che ne deriva può essere politico, istituzionale, morale, culturale o simbolico, e non soltanto territoriale.

Queste relazioni coinvolgono direttamente la distribuzione dell'**agency**. Un leader può essere rappresentato come colui che definisce il conflitto, individua l'antagonista e induce altri soggetti a reagire; in altri casi può essere costruito come soggetto che risponde a una protesta, a un'iniziativa istituzionale, a una decisione giudiziaria o all'azione di un altro governo. L'antagonismo assume pertanto configurazioni differenti a seconda di chi venga rappresentato come origine dell'azione, chi sia posto nella posizione di reagire e chi disponga della possibilità di definire la situazione. Una precedente analisi della rappresentazione mediale dei confini ha evidenziato precisamente l'utilità di considerare congiuntamente categorizzazione e distribuzione dell'agency (Jantus Lordi de Sobremonte, 2025c).

Da ciò deriva un rapporto importante tra antagonismo e **centralità**. Un leader può rimanere al centro della rappresentazione non soltanto quando assume l'iniziativa o prevale nel conflitto, ma anche quando viene contestato. Critiche degli oppositori, decisioni delle istituzioni, proteste e reazioni internazionali possono mantenerlo come riferimento rispetto al quale vengono

narrativamente posizionati altri soggetti. La contestazione può quindi contribuire alla persistenza della centralità pur modificandone il significato.

Centralità e dominio interpretativo devono, di conseguenza, rimanere distinti. Essere il principale riferimento di una sequenza informativa non significa controllarne la definizione: l'aumento degli attori che reagiscono alle azioni o alle dichiarazioni del leader può accrescerne contemporaneamente visibilità e **contestabilità**. La reiterazione di determinate opposizioni può inoltre contribuire alla riconoscibilità pubblica della leadership, rendendo disponibili configurazioni ricorrenti di alleati, avversari, istituzioni e conflitti (Jantus Lordi de Sobremonte, 2025i), senza per questo produrre un'identità stabile o univoca.

L'antagonismo assume inoltre significati differenti a seconda della **posizione istituzionale** del leader. La contrapposizione formulata da un candidato o da un soggetto di opposizione non presenta le stesse implicazioni di quella articolata da chi esercita responsabilità di governo. In quest'ultimo caso, la costruzione di un "noi" e di un "loro" si intreccia con procedure, rapporti tra poteri, vincoli costituzionali, responsabilità amministrative e relazioni internazionali. L'istituzionalizzazione non elimina quindi l'antagonismo, ma lo colloca entro una rete di mediazioni e vincoli che possono sostenere, limitare o contestare l'azione del leader.

Questa dimensione è particolarmente rilevante nella comparazione tra Donald Trump, Javier Milei e Giorgia Meloni. Il confronto non presuppone che i tre leader individuino gli stessi antagonisti né che appartenenza e alterità assumano forme equivalenti. Consente invece di osservare quali soggetti vengano resi pertinenti nei rispettivi ecosistemi informativi e attraverso quali relazioni la centralità del leader venga prodotta, sostenuta, limitata o contestata.

L'antagonismo costituisce, infine, una dimensione della costruzione giornalistica della leadership, ma **non produce automaticamente credibilità**. Il conflitto può rafforzare la coerenza pubblica di una posizione oppure esporne contraddizioni e limiti; può permettere al leader di presentarsi come interprete di un'appartenenza collettiva oppure sottoporre quella stessa pretesa a contestazione. Il giornalismo rende disponibili entrambe le dimensioni, affiancando potenzialmente dichiarazione e verifica, accusa e replica, decisione e vincolo, promessa e conseguenze. La leadership emerge così come una configurazione relazionale costruita attraverso appartenenze, opposizioni, azioni, mediazioni e contestazioni, mentre la credibilità rimane un esito possibile e negoziato, non una conseguenza necessaria dell'intensità antagonistica.

CAPITOLO III

L'ECCESSO INFORMATIVO

3.1. Dalla scarsità all'abbondanza: sovrabbondanza e competizione

Una delle principali trasformazioni dell'ambiente informativo contemporaneo riguarda il passaggio da una condizione nella quale produzione e distribuzione erano fortemente vincolate dalle capacità materiali dei media a una situazione caratterizzata dalla moltiplicazione delle possibilità di pubblicazione, accesso e circolazione dei contenuti. Ciò non determina la scomparsa della selezione né un'uguale possibilità di ottenere visibilità. Ne modifica piuttosto le condizioni: quando l'offerta informativa cresce più rapidamente della capacità di prestarle attenzione, il problema non consiste soltanto nel rendere disponibile un contenuto, ma nel farlo emergere rispetto a una quantità crescente di contenuti concorrenti.

L'**abbondanza informativa** deve quindi essere distinta dalla semplice crescita quantitativa della produzione. La sovrabbondanza indica una relazione tra quantità di informazione disponibile e capacità necessariamente limitate di selezionarla, ordinarla e utilizzarla. L'informazione può moltiplicarsi, mentre tempo e attenzione rimangono risorse finite. In questo senso conserva particolare rilevanza l'intuizione di Herbert A. Simon (Simon, 1971): in un ambiente ricco di informazione, l'abbondanza di quest'ultima determina una scarsità di ciò che essa consuma, cioè l'attenzione. L'aumento della disponibilità non elimina pertanto la scarsità, ma ne sposta almeno in parte l'oggetto.

Questa prospettiva permette di evitare un'interpretazione lineare della trasformazione digitale. Una maggiore quantità di informazione disponibile non determina automaticamente una maggiore pluralità di ciò che acquisisce visibilità. Accessibilità e centralità non coincidono: contenuti simultaneamente disponibili possono ricevere livelli molto differenti di selezione, ripresa e reiterazione. La sovrabbondanza rende quindi ancora più rilevanti le procedure attraverso le quali alcune informazioni vengono distinte, ordinate e mantenute visibili rispetto ad altre.

Il cambiamento riguarda direttamente il giornalismo. Nei media tradizionali, la limitatezza dello spazio editoriale e del tempo di trasmissione rendeva immediatamente evidente la funzione selettiva delle organizzazioni informative. La digitalizzazione riduce alcuni di questi vincoli

materiali e consente di pubblicare, aggiornare, archiviare e rendere nuovamente disponibili quantità di contenuti molto maggiori. La **selezione**, tuttavia, non scompare: alla decisione su ciò che diventa notizia si affiancano ulteriori forme di gerarchizzazione, aggiornamento e distribuzione. La scarsità tende così a ricollocarsi dallo spazio materiale disponibile verso la competizione per la visibilità e l'attenzione.

Non si tratta di contrapporre rigidamente due epoche, una della scarsità e una dell'abbondanza. Forme di sovraccarico informativo precedono il digitale e gli ambienti contemporanei continuano a essere attraversati da vincoli economici, organizzativi e materiali. Ciò che cambia è soprattutto la **scala e la continuità della disponibilità**, amplificate dalla possibilità di produrre, conservare, aggiornare e ricircolare contenuti.

Nel significato adottato in questa ricerca, l'**eccesso informativo** non costituisce quindi un giudizio sulla qualità dell'informazione e non equivale a informazione falsa, inutile o irrilevante. Indica una condizione relazionale nella quale quantità, continuità e reiterabilità dei contenuti eccedono la possibilità che tutti ricevano un'attenzione equivalente. Il problema sociologicamente rilevante diventa pertanto la **distribuzione differenziale della visibilità**.

In tale ambiente, l'attenzione non viene considerata principalmente come stato psicologico individuale, ma come dimensione dell'organizzazione informativa: alcuni attori e temi vengono prodotti, ripresi e mantenuti nel flusso delle notizie con intensità maggiore di altri. Titoli, aggiornamenti, citazioni, rilanci e reiterazioni possono contribuire alla persistenza della loro disponibilità pubblica. Questa prospettiva non consente di inferire quanta attenzione cognitiva i singoli pubblici dedichino effettivamente ai contenuti, ma permette di osservare la diversa centralità attribuita a soggetti e temi dalla produzione giornalistica.

L'**eccesso può manifestarsi attraverso forme temporali differenti**. Un attore può acquisire centralità mediante una presenza relativamente continuativa oppure attraverso forti concentrazioni associate a particolari eventi. Può inoltre ricorrere in notizie appartenenti ad ambiti tematici differenti e in posizioni diverse: come autore di una decisione, fonte di una dichiarazione, oggetto di critica, destinatario di un vincolo o riferimento rispetto al quale altri soggetti prendono posizione. La reiterazione non implica quindi la ripetizione identica della medesima rappresentazione: consiste anche nella continuità della presenza attraverso successive ricontestualizzazioni.

Questa dinamica è particolarmente significativa per la leadership politica. La personalizzazione può rendere il leader un punto di connessione tra temi differenti, facendo sì che economia, politica estera, immigrazione, istituzioni o controversie vengano ricondotti alle sue azioni, dichiarazioni o alle reazioni che esse provocano. L'accumulazione di episodi diversi può così concorrere alla formazione di una centralità informativa senza richiedere uniformità tematica o valutativa.

L'eccesso possiede inoltre una dimensione **cumulativa e temporale**. La produzione quotidiana si aggiunge a contenuti precedenti che possono essere richiamati e riattivati da nuovi eventi. La visibilità può derivare tanto dall'intensità di un picco quanto dalla continuità della presenza e dalla reiterazione del medesimo soggetto attraverso contesti differenti. **Intensità, continuità e reiterazione** costituiscono pertanto dimensioni distinte attraverso le quali la sovrabbondanza può tradursi in differenti configurazioni della centralità informativa.

Il passaggio dalla scarsità all'abbondanza non conduce dunque alla fine della selezione, ma ne accresce la rilevanza. Quanto maggiore è la quantità di informazione disponibile, tanto più diventano decisive le operazioni attraverso le quali essa viene ordinata, gerarchizzata e resa visibile. La scarsità si ricolloca nell'attenzione e nella possibilità di mantenere una posizione riconoscibile entro flussi informativi continuamente rinnovati.

L'**eccesso informativo** può essere pertanto definito, ai fini di questa ricerca, come una condizione strutturale caratterizzata da **sovrabbondanza, accelerazione, reiterazione e competizione per la visibilità**, nella quale l'aumento della disponibilità dei contenuti accresce la rilevanza dei processi di selezione e distribuzione dell'attenzione. Tale condizione non produce automaticamente centralità, così come la centralità non produce automaticamente credibilità: definisce l'ambiente nel quale alcuni attori possono acquisire una presenza più intensa, continuativa o trasversale rispetto ad altri.

3.2. Mediatizzazione della politica e piattaformizzazione dell'informazione

La sovrabbondanza informativa si sviluppa in un sistema nel quale la politica è da tempo profondamente intrecciata con i media e nel quale, più recentemente, produzione, distribuzione e circolazione dei contenuti dipendono in misura crescente da infrastrutture digitali. Per comprendere questa trasformazione è utile distinguere due processi connessi ma non coincidenti:

la **mediatizzazione della politica**, relativa alla crescente rilevanza delle condizioni mediali nelle pratiche e nelle forme dell'azione politica, e la **piattaformizzazione dell'informazione**, relativa alla penetrazione di infrastrutture, modelli economici e procedure proprie delle piattaforme nell'ecosistema informativo.

La relazione tra politica e media precede l'avvento delle piattaforme digitali. Norris (2003) considera congiuntamente sistema politico, sistema dei media e cittadini, evitando di attribuire alla comunicazione effetti unidirezionali e automatici. Gli attori politici operano entro condizioni di visibilità e rappresentazione mediale, mentre le organizzazioni giornalistiche selezionano e organizzano l'offerta politica secondo criteri professionali e organizzativi propri. La **mediatizzazione** non coincide pertanto con la semplice presenza della politica nei media, ma riguarda la crescente rilevanza delle condizioni mediali per il modo in cui la politica viene rappresentata e praticata.

Anche la personalizzazione della leadership precede l'attuale ecosistema digitale. Gli studi sul marketing politico avevano già evidenziato l'importanza dell'immagine del candidato, della segmentazione dell'elettorato e della costruzione comunicativa della leadership (Kavanagh, 1995; Newman, 1994). Analogamente, l'analisi di Berlusconi, Perot e Collor ha mostrato come media, marketing e sondaggi potessero concorrere alla costruzione pubblica di leadership capaci di presentarsi in rapporto problematico con gli assetti politici consolidati (Caniglia, 2000). Le piattaforme intervengono quindi su processi precedenti, modificandone condizioni, velocità e possibilità di circolazione, ma non possono esserne considerate l'origine.

Questa continuità storica consente di evitare interpretazioni tecnologicamente deterministiche. Le piattaforme non "creano" la personalizzazione politica, così come le tecnologie digitali non producono autonomamente populismo, polarizzazione o conflitto. Esse operano entro relazioni politiche, economiche, giornalistiche e sociali preesistenti, trasformando le condizioni nelle quali informazioni e attori possono acquisire visibilità.

La **piattaformizzazione**, d'altra parte, non coincide semplicemente con l'uso crescente dei social media. Il concetto descrive un processo più ampio attraverso il quale infrastrutture digitali, modelli economici e procedure di raccolta e trattamento dei dati penetrano in settori precedentemente organizzati attraverso forme relativamente autonome. Nel campo dell'informazione, ciò significa che il rapporto tra produzione giornalistica e accesso alle notizie

non passa più esclusivamente attraverso i canali controllati dagli editori: motori di ricerca, social network, aggregatori e altri intermediari digitali partecipano ai percorsi attraverso i quali i contenuti vengono resi disponibili. La letteratura sulla *platform society* e sulla piattaformizzazione permette così di considerare le piattaforme come infrastrutture che organizzano connessioni, scambi e condizioni di visibilità.

La trasformazione non determina una semplice **disintermediazione**. Alla possibilità per attori politici, istituzioni e cittadini di comunicare senza passare necessariamente attraverso le organizzazioni giornalistiche si sono affiancate nuove forme di intermediazione. Le piattaforme organizzano accesso, ordinamento e circolazione attraverso proprie architetture e regole operative. Un articolo può essere selezionato e prodotto da una redazione e successivamente indicizzato da un motore di ricerca, condiviso attraverso una piattaforma o inserito in differenti circuiti distributivi.

Mediazione giornalistica e mediazione delle piattaforme non sono tuttavia equivalenti. La prima si fonda su pratiche professionali di selezione, verifica, attribuzione delle fonti, gerarchizzazione e contestualizzazione; la seconda comprende infrastrutture e procedure di ordinamento nelle quali intervengono dati, metriche, criteri di rilevanza e modelli economici. Le due forme possono sovrapporsi e condizionarsi reciprocamente senza fondersi in un'unica "logica". Allo stesso modo, le piattaforme non costituiscono un sistema omogeneo: motori di ricerca, social network e aggregatori presentano funzioni e architetture differenti. La piattaformizzazione va quindi intesa come un processo di **interdipendenza e riorganizzazione della mediazione**, non come sostituzione integrale del giornalismo con una logica algoritmica.

Questa distinzione è particolarmente importante per il significato attribuito, nella presente ricerca, all'espressione ***«nell'era delle piattaforme»***. Essa non indica che l'oggetto empirico sia costituito esclusivamente da contenuti pubblicati sui social network. Indica piuttosto che la produzione giornalistica contemporanea opera in un ambiente nel quale pubblicazione, indicizzazione, distribuzione, accesso, misurazione e ricircolazione sono profondamente connessi a infrastrutture digitali. La piattaformizzazione costituisce quindi una **condizione strutturale dell'ecosistema informativo**, non una variabile causale dalla quale inferire automaticamente la visibilità di uno specifico contenuto o leader.

La distinzione è anche metodologicamente necessaria. Osservare la presenza giornalistica di Trump, Milei e Meloni non consente di stabilire se essa sia stata prodotta da specifici algoritmi di raccomandazione, né di ricostruire l'esposizione effettiva dei pubblici. Consente invece di analizzare una produzione informativa che nasce e circola entro un ecosistema ormai piattaformizzato. In questo senso, il livello teorico riguarda le condizioni infrastrutturali della comunicazione contemporanea, mentre quello empirico riguarda le configurazioni osservabili della produzione giornalistica.

Mediatizzazione della politica e piattaformizzazione dell'informazione descrivono dunque due livelli distinti ma interdipendenti della trasformazione contemporanea: il primo riguarda la crescente rilevanza delle condizioni mediali nella costruzione pubblica della politica e della leadership; il secondo la riorganizzazione dell'ambiente informativo attraverso infrastrutture digitali che intervengono nell'accesso e nella circolazione dei contenuti. La loro intersezione contribuisce a configurare uno spazio nel quale la visibilità politica è sottoposta a una pluralità di mediazioni e nel quale la sovrabbondanza rende ancora più rilevanti i processi di selezione e distribuzione dell'attenzione.

3.3. Circolazione, reiterazione, algoritmi e selezione dell'informazione

La sovrabbondanza informativa non dipende soltanto dalla quantità dei contenuti prodotti, ma anche dalla possibilità che essi vengano continuamente selezionati, ripresi e ricollocati in nuovi contesti. Nell'ambiente digitale, pubblicazione e circolazione costituiscono infatti momenti distinti: una notizia può essere resa disponibile da una testata e successivamente acquisire ulteriore visibilità attraverso motori di ricerca, aggregatori, piattaforme sociali, collegamenti, ripubblicazioni o richiami prodotti da nuovi eventi. La circolazione diventa così parte delle condizioni attraverso le quali l'informazione permane nello spazio pubblico.

Questo processo modifica anche la temporalità delle notizie. La pubblicazione non esaurisce necessariamente la vita informativa di un evento: dichiarazioni, decisioni e controversie possono generare aggiornamenti, reazioni e nuovi articoli, mentre contenuti precedenti possono essere richiamati per interpretare sviluppi successivi. La circolazione assume quindi una dimensione cumulativa, nella quale informazioni diverse vengono collegate attraverso successioni di eventi. In politica, tale dinamica è particolarmente evidente perché decisioni, dichiarazioni, conflitti e

risposte istituzionali possono produrre sequenze informative nelle quali il medesimo leader rimane presente pur cambiando il tema o il ruolo che gli viene attribuito.

La **reiterazione** va perciò distinta dalla semplice ripetizione. Non richiede che uno stesso contenuto venga riprodotto identicamente, ma può consistere nella ricorrenza di un attore attraverso episodi differenti. Un leader può comparire come autore di una decisione, fonte di una dichiarazione, oggetto di critica, interlocutore di un'istituzione o riferimento rispetto al quale altri soggetti prendono posizione. La continuità riguarda in questo caso il soggetto della copertura, non necessariamente il significato attribuitogli. La reiterazione può quindi contribuire alla centralità informativa senza presupporre uniformità narrativa o valutativa.

La circolazione non avviene tuttavia in uno spazio privo di organizzazione. In condizioni di sovrabbondanza, la quantità dei contenuti disponibili rende necessarie procedure capaci di ordinarli, classificarli e renderli recuperabili. Ai processi di selezione propri del giornalismo si affiancano così procedure automatizzate che intervengono nell'indicizzazione, nella ricerca, nella raccomandazione e nella disposizione dei contenuti. Gli algoritmi costituiscono una componente importante di questa organizzazione, ma il loro ruolo deve essere considerato evitando interpretazioni deterministiche.

Come osserva Bucher (2018), il potere algoritmico non riguarda soltanto il funzionamento tecnico degli algoritmi, ma le condizioni di visibilità che le architetture digitali contribuiscono a organizzare. Un sistema di ordinamento o raccomandazione opera infatti una differenziazione tra elementi disponibili: alcuni vengono collocati in posizioni di maggiore accessibilità, altri risultano meno immediatamente raggiungibili. In un ambiente caratterizzato dall'abbondanza, **ordinare significa anche selezionare**, poiché nessuna interfaccia può presentare simultaneamente e con la stessa evidenza tutti i contenuti disponibili.

Ciò non significa attribuire agli algoritmi un'autonomia sociale. Le procedure automatizzate sono progettate e utilizzate entro organizzazioni dotate di specifici obiettivi, modelli economici e regole operative; interagiscono inoltre con comportamenti degli utenti, strategie degli editori e caratteristiche dei contenuti. Non esiste pertanto una singola "logica algoritmica" capace di spiegare da sola la visibilità dell'informazione. Motori di ricerca, social network, aggregatori e sistemi di raccomandazione utilizzano criteri differenti e continuamente modificabili. L'algoritmo va considerato come una componente di un sistema più ampio di mediazioni.

La selezione contemporanea assume, in questo senso, una struttura **stratificata**. Una notizia è anzitutto il risultato delle operazioni giornalistiche attraverso le quali un evento viene riconosciuto come notiziabile, verificato, costruito e gerarchizzato. Una volta pubblicata, può essere sottoposta ad altre selezioni relative alla sua indicizzazione, distribuzione e circolazione. Questi livelli non sono equivalenti: la selezione giornalistica riguarda la costruzione professionale della notizia, mentre quella operata dalle infrastrutture digitali interviene prevalentemente sulle condizioni della sua accessibilità e distribuzione. La piattaformizzazione non sostituisce quindi il *gatekeeping* giornalistico, ma lo inserisce in una catena più articolata di mediazioni.

La distinzione è importante anche per comprendere la reiterazione. La presenza ripetuta di un attore nell'ambiente informativo può derivare da processi differenti: produzione di nuovi eventi, decisioni editoriali, riprese tra testate, reazioni di altri soggetti, aggiornamenti o ricircolazione di contenuti precedenti. Non è pertanto possibile dedurre dalla sola frequenza delle notizie quale meccanismo abbia prodotto la loro visibilità. Analogamente, una forte presenza giornalistica non dimostra che uno specifico algoritmo abbia favorito un leader, né consente di stabilire quante persone siano state effettivamente esposte ai contenuti.

Per questa ricerca, il punto decisivo riguarda piuttosto la relazione tra **circolazione, reiterazione e centralità**. In un ambiente sovrabbondante, un attore può mantenere una posizione informativamente centrale non soltanto attraverso un singolo evento di grande rilevanza, ma attraverso la successione di episodi che ne rinnovano continuamente la disponibilità pubblica. La centralità può assumere quindi almeno due configurazioni temporali: una presenza relativamente continuativa oppure un andamento caratterizzato da intensificazioni episodiche. In entrambi i casi, ciò che diventa osservabile è la persistenza del leader nel flusso informativo, non l'effetto che tale presenza produce sui pubblici.

La reiterazione può inoltre collegare ambiti tematici differenti. Quando il medesimo attore ricorre in notizie relative, per esempio, a economia, politica estera, immigrazione o conflitti istituzionali, la sua centralità non dipende necessariamente dalla permanenza di un unico tema, ma dalla capacità della produzione informativa di ricondurre eventi eterogenei alla sua azione, alle sue dichiarazioni o alle reazioni che provoca. L'eccesso assume allora una forma trasversale: la continuità del soggetto attraversa la discontinuità degli eventi.

Questa dinamica non implica che la reiterazione produca automaticamente una rappresentazione coerente o favorevole. La moltiplicazione delle occasioni informative può consolidare associazioni già disponibili, ma anche introdurre contraddizioni, contestazioni e ridefinizioni. Un leader può essere simultaneamente reso centrale e sottoposto a verifica, critica o limitazione istituzionale. **Centralità e controllo della rappresentazione rimangono quindi dimensioni distinte**, così come la frequenza della presenza non costituisce una misura della credibilità.

Circolazione, reiterazione e selezione descrivono, in definitiva, processi attraverso i quali la sovrabbondanza viene organizzata. Il giornalismo seleziona e costruisce le notizie; le infrastrutture digitali contribuiscono a ordinarne e distribuirne la disponibilità; la successione degli eventi può riattivare continuamente attori, temi e contenuti. In questo ambiente la visibilità non deriva dalla sola esistenza dell'informazione, ma dalla sua capacità di permanere, ricorrere e riemergere entro flussi continuamente rinnovati. L'eccesso informativo non elimina pertanto la selezione: **la moltiplica e la distribuisce lungo differenti livelli di mediazione**.

3.4. Pubblici distribuiti, frammentati e dataficati

La trasformazione dell'ambiente informativo riguarda anche le forme attraverso le quali i pubblici vengono raggiunti, rappresentati e conosciuti. Alla moltiplicazione dei contenuti e dei canali corrisponde infatti una crescente dispersione delle occasioni di accesso all'informazione. Parlare di pubblici **distribuiti, frammentati e dataficati** consente di distinguere tre dimensioni connesse ma non equivalenti: la distribuzione riguarda la presenza dei pubblici in ambienti e momenti differenti; la frammentazione indica la differenziazione dei percorsi e dei repertori informativi; la dataficazione riguarda la traduzione delle attività degli utenti in dati utilizzabili per descriverli, classificarli e segmentarli.

La nozione di *audience diffusa* proposta da Abercrombie e Longhurst (1998) aveva già messo in discussione l'idea di un pubblico circoscritto al momento della fruizione di uno specifico prodotto mediale. La progressiva integrazione dei media nella vita quotidiana rende infatti meno netta la separazione tra momenti nei quali si è membri di un'audience e momenti nei quali non lo si è. Nell'ambiente digitale questa condizione assume una forma ulteriore: l'informazione può essere incontrata attraverso siti giornalistici, motori di ricerca, piattaforme sociali, aggregatori, notifiche o contenuti condivisi da altri utenti. Il pubblico di una notizia non coincide pertanto necessariamente con quello della testata che l'ha originariamente prodotta.

Questa distribuzione favorisce la **frammentazione**. La crescita dell'offerta e la moltiplicazione dei percorsi di accesso rendono meno plausibile immaginare un pubblico esposto in modo uniforme al medesimo insieme di contenuti. Gruppi differenti possono incontrare fonti, temi e rappresentazioni diverse, mentre uno stesso contenuto può raggiungere pubblici differenti attraverso percorsi altrettanto differenti. Frammentazione non significa tuttavia isolamento assoluto: eventi, attori e temi possono mantenere una forte centralità trasversale anche quando vengono osservati da prospettive e attraverso canali diversi.

La distinzione è particolarmente importante per la politica. Un leader può essere altamente visibile in un ecosistema informativo senza che tutti i pubblici ricevano le stesse informazioni, ne condividano l'interpretazione o gli attribuiscano il medesimo significato. La frammentazione della fruizione può quindi coesistere con la centralità di alcuni attori. Ciò che circola trasversalmente può essere il nome del leader o il riferimento alla sua azione, mentre temi, valutazioni, categorie e contesti attraverso i quali quella presenza viene resa intelligibile possono variare considerevolmente.

Accanto alla distribuzione e alla frammentazione si sviluppa la **dataficazione**. Le attività svolte negli ambienti digitali producono tracce che possono essere raccolte, aggregate e trasformate in rappresentazioni operative dei pubblici. Visualizzazioni, accessi, tempi di permanenza, provenienza del traffico, interazioni e altre attività misurabili permettono a editori e piattaforme di costruire segmentazioni continuamente aggiornabili. La conoscenza dei pubblici non dipende quindi più soltanto da categorie socio-demografiche, ricerche campionarie o rappresentazioni professionali sedimentate, ma viene affiancata da forme di osservazione basate sui dati comportamentali.

Questo passaggio modifica anche il rapporto tra produzione informativa e rappresentazione dell'audience. Le metriche possono entrare nelle pratiche organizzative delle redazioni, rendendo visibili alcune forme di comportamento dei destinatari e contribuendo alle decisioni relative alla produzione e distribuzione dei contenuti. La dataficazione non sostituisce però integralmente le precedenti forme di conoscenza del pubblico: dati, categorie professionali, ricerche e aspettative editoriali possono coesistere e concorrere alla costruzione di differenti immagini dell'audience. In questo senso, il passaggio da forme prevalentemente campionarie a forme algoritmiche di conoscenza dei pubblici va interpretato come una trasformazione delle possibilità di osservazione

e classificazione, non come la comparsa di una rappresentazione perfetta dell'audience (Jantus Lordi de Sobremonte, 2025k).

I dati comportamentali, infatti, non coincidono con i significati attribuiti dagli individui ai contenuti. Un accesso non dimostra adesione, una visualizzazione non equivale a credibilità e una condivisione non implica necessariamente approvazione. Le metriche registrano determinate attività entro specifiche infrastrutture, ma non consentono, da sole, di ricostruire motivazioni, interpretazioni o valutazioni. La **dataficazione del pubblico non coincide quindi con la conoscenza del pubblico nella sua interezza**.

La stessa cautela vale per la frammentazione. La disponibilità di percorsi informativi differenziati non permette di dedurre automaticamente polarizzazione, chiusura in gruppi omogenei o perdita di riferimenti comuni. Distribuzione, frammentazione e polarizzazione designano fenomeni differenti. Un ambiente frammentato può continuare a produrre oggetti di attenzione condivisi, soprattutto quando eventi o figure politiche attraversano fonti e circuiti informativi diversi. La centralità di un leader può dunque coesistere con una pluralità di pubblici e di interpretazioni.

Per questa ricerca, tale distinzione delimita anche ciò che può essere empiricamente osservato. L'analisi della produzione giornalistica permette di ricostruire la disponibilità pubblica di determinate rappresentazioni e la diversa centralità informativa dei leader, ma non consente di stabilire quali contenuti siano stati effettivamente incontrati dai singoli individui né quali effetti abbiano prodotto. I pubblici costituiscono quindi il termine relazionale della circolazione dell'informazione, non una variabile della quale il corpus possa misurare direttamente atteggiamenti o comportamenti.

L'ambiente informativo contemporaneo può essere descritto, in definitiva, attraverso la compresenza di tre processi: **distribuzione**, perché i contenuti possono raggiungere pubblici attraverso ambienti e percorsi molteplici; **frammentazione**, perché tali percorsi non producono necessariamente repertori informativi comuni; **dataficazione**, perché una parte crescente delle attività degli utenti viene trasformata in dati attraverso i quali i pubblici vengono rappresentati e segmentati. Questi processi non eliminano la possibilità di una centralità informativa condivisa, ma rendono meno sostenibile dedurre dalla visibilità di un attore l'esistenza di un pubblico unitario o di una risposta uniforme.

CAPITOLO IV

VISIBILITÀ E CREDIBILITÀ

4.1. La credibilità come costruzione sociale e relazionale

La visibilità non coincide con la credibilità. Un attore politico può occupare una posizione centrale nell'informazione ed essere, nello stesso tempo, contestato, contraddetto o sottoposto a verifica.

La frequenza della presenza giornalistica indica quindi una forma di disponibilità pubblica, non il riconoscimento della veridicità delle affermazioni del leader, l'approvazione della sua azione o la fiducia accordatagli dai pubblici. Questa distinzione è essenziale per comprendere il rapporto tra eccesso informativo e leadership senza postulare una relazione automatica tra quantità della copertura e credibilità.

In questa ricerca la credibilità viene considerata come una **costruzione sociale e relazionale**. Non costituisce una proprietà intrinseca e immutabile dell'attore, ma prende forma nelle relazioni attraverso le quali persone, affermazioni e azioni vengono rese intelligibili e valutabili.

La prospettiva della costruzione sociale della realtà consente di ricondurre tale processo alle conoscenze, classificazioni e tipizzazioni attraverso le quali l'esperienza viene organizzata e condivisa (Berger e Luckmann, 1991).

Applicata all'informazione politica, questa impostazione permette di osservare come la credibilità venga continuamente negoziata attraverso attribuzioni, categorie e relazioni socialmente disponibili.

Definire la credibilità come costruzione non significa considerarla arbitraria né separarla dalla questione della fattualità. Dichiarazioni e azioni possono essere confrontate con documenti, dati, precedenti e conseguenze osservabili.

Il giornalismo interviene precisamente in questa relazione attraverso pratiche di verifica, attribuzione delle fonti e contestualizzazione.

La costruzione sociale riguarda quindi il modo in cui elementi fattuali e interpretativi vengono organizzati entro configurazioni che rendono un soggetto più o meno credibile rispetto a specifiche affermazioni, competenze o responsabilità.

La credibilità è inoltre **relazionale** perché presuppone sempre una relazione tra chi formula una pretesa, ciò rispetto a cui pretende di essere credibile e i soggetti chiamati a valutarla. Non è quindi utile trattarla come una qualità generale posseduta una volta per tutte.

Un leader può essere rappresentato come autorevole in un determinato ambito e contestato in un altro; può ottenere riconoscimento da alcuni interlocutori ed essere delegittimato da altri; può presentarsi come fonte credibile e vedere tale pretesa sottoposta a verifica dalla rappresentazione giornalistica. Credibilità, consenso, popolarità e legittimità politica rimangono pertanto concetti distinti.

In questo processo assume rilievo la sedimentazione delle conoscenze disponibili. Come suggerisce la prospettiva fenomenologica di Schütz (1967), l'interpretazione dell'esperienza si fonda su repertori di conoscenza e tipizzazioni già disponibili. Nell'informazione politica, ogni nuova rappresentazione può quindi entrare in relazione con precedenti dichiarazioni, decisioni, controversie e categorie associate al leader.

La credibilità possiede, in questo senso, anche una dimensione temporale: viene negoziata nel presente attraverso una memoria informativa che rende confrontabili comportamenti e affermazioni differenti.

Un'altra dimensione rilevante riguarda l'**attribuzione della responsabilità**. L'accountability, intesa nel senso etnometodologico della possibilità di rendere le azioni osservabili, descrivibili e intelligibili (Garfinkel, 1984), permette di considerare come il giornalismo attribuisca agency e responsabilità agli attori politici.

Presentare un leader come autore di una decisione, chiedergli conto delle conseguenze, confrontarne le dichiarazioni con quelle precedenti o rappresentare i vincoli posti da altre istituzioni significa collocarlo entro relazioni nelle quali le sue pretese di credibilità possono essere sostenute, problematizzate o contestate.

Il giornalismo non produce tuttavia autonomamente la credibilità dei leader. Mette a disposizione rappresentazioni nelle quali dichiarazioni, azioni, fonti, opposizioni e conseguenze vengono poste in relazione.

La distribuzione della voce è particolarmente significativa: una dichiarazione può essere riportata direttamente, affiancata da una replica, verificata attraverso dati o ricontestualizzata mediante precedenti e vincoli istituzionali. La presenza della voce del leader non equivale quindi all'adesione della testata alle sue affermazioni, così come la contestazione giornalistica non permette di inferire automaticamente la risposta dei pubblici.

Questa impostazione consente di precisare il rapporto tra **visibilità e credibilità**. L'eccesso informativo può moltiplicare le occasioni nelle quali un leader viene reso disponibile, riconoscibile e valutabile, ma proprio l'aumento della visibilità può accrescere contemporaneamente le occasioni di contestazione.

Una presenza reiterata può consolidare determinate associazioni, ma può anche rendere più osservabili contraddizioni, fallimenti, vincoli e conseguenze. La centralità costituisce pertanto una condizione nella quale la credibilità viene negoziata, non una prova della sua acquisizione.

Per questa ragione, l'analisi empirica non cercherà di misurare la fiducia effettivamente accordata dai cittadini a Donald Trump, Javier Milei e Giorgia Meloni. Il corpus giornalistico permette invece di osservare le **risorse informative** attraverso le quali la credibilità viene costruita, sostenuta, negoziata o contestata: attribuzione dell'agency e della responsabilità, distribuzione della voce, ricorso a fonti e verifiche, contestualizzazione, rappresentazione delle conseguenze e intervento di altri attori o istituzioni. Si tratta della credibilità come oggetto della rappresentazione giornalistica, non come effetto direttamente misurato sui pubblici.

La relazione tra eccesso, visibilità e credibilità può quindi essere ricostruita senza assumere una sequenza causale necessaria. La sovrabbondanza aumenta le occasioni di presenza; la reiterazione può favorire riconoscibilità; la rappresentazione giornalistica attribuisce azioni, responsabilità e relazioni; entro queste configurazioni le pretese di credibilità possono essere sostenute o contestate.

Più visibilità non significa necessariamente più credibilità: significa soprattutto più occasioni nelle quali essa può essere pubblicamente negoziata.

4.2. Fattualità, autenticità, ethos e persona politica

La credibilità politica non dipende da un'unica qualità. Nella rappresentazione giornalistica possono concorrervi almeno tre dimensioni distinte: la **fattualità** delle affermazioni, la **pretesa di autenticità** del leader e l'**ethos** attraverso il quale ne viene costruita l'immagine pubblica. Distinguerle evita di identificare la credibilità con la sola veridicità delle dichiarazioni o, all'opposto, con la capacità comunicativa dell'attore.

La fattualità riguarda anzitutto il rapporto tra affermazioni ed elementi presentati come verificabili. Il giornalismo contribuisce alla costruzione pubblica dei fatti attraverso pratiche di selezione, attribuzione delle fonti, verifica e contestualizzazione (Tuchman, 1980). Ciò non significa che produca arbitrariamente la realtà: significa che eventi e dichiarazioni diventano informazione attraverso procedure che ne stabiliscono pertinenza, relazioni e condizioni di verificabilità. La credibilità di un leader può quindi essere negoziata confrontando ciò che afferma con dati, documenti, precedenti, testimonianze o conseguenze osservabili.

La fattualità non esaurisce tuttavia la credibilità politica. Un leader può presentarsi come credibile anche attraverso una pretesa di **autenticità**, costruendo una corrispondenza tra ciò che dice, ciò che mostra di essere e il ruolo politico che rivendica.

L'autenticità non coincide con l'accuratezza fattuale: riguarda piuttosto la percepibile coerenza tra identità dichiarata, stile comunicativo e condotta pubblica. Espressioni dirette, trasgressioni delle convenzioni o rivendicazioni di estraneità alle élite possono essere utilizzate per rappresentarsi come soggetti che parlano senza mediazioni, ma tali pretese rimangono esposte alla conferma, alla reinterpretazione e alla contestazione.

Questa dimensione assume particolare rilievo nel populismo, nel quale la rivendicazione di un rapporto privilegiato con il "vero popolo" può sostenere la rappresentazione del leader come interprete autentico della volontà collettiva (Müller, 2023).

L'autenticità populista non deve però essere considerata una proprietà intrinseca del leader: è una pretesa politica che acquista significato attraverso il confronto con élite, istituzioni, avversari e altri soggetti ai quali viene attribuita una posizione di distanza dal popolo.

A tale processo è collegata la nozione di **ethos**, intesa come immagine di sé costruita nel discorso e nelle relazioni comunicative. Come mostra Amossy (2015), tale immagine non dipende soltanto da ciò che il soggetto dichiara esplicitamente di essere, ma si costruisce discorsivamente attraverso il modo in cui si presenta e prende posizione rispetto agli interlocutori. Nel caso della leadership politica, l'immagine pubblica emerge inoltre dall'interazione tra autorappresentazione ed eterorappresentazione: il leader propone una definizione di sé, mentre giornalisti, alleati, avversari e istituzioni possono confermarla, modificarla o contestarla.

La reiterazione di queste rappresentazioni contribuisce alla formazione di una **persona politica**, cioè di una configurazione pubblicamente riconoscibile che collega nel tempo discorsi, comportamenti, categorie e aspettative. Non si tratta di postulare un'identità stabile o di ricostruire la personalità psicologica del leader. La persona politica è qui una costruzione comunicativa e relazionale: permette di collegare episodi differenti a una figura riconoscibile, ma rimane continuamente esposta a trasformazioni e contraddizioni.

Il passaggio da outsider a leader di governo rende particolarmente evidente questa dinamica. Tratti comunicativi che possono sostenere una rappresentazione di rottura durante l'ascesa politica vengono successivamente confrontati con decisioni, responsabilità e vincoli istituzionali. La persona politica non viene quindi semplicemente riprodotta: viene sottoposta alla tensione tra continuità dell'immagine e mutamento della posizione occupata. È in questa relazione che fattualità, autenticità ed ethos possono convergere oppure entrare in conflitto.

L'eccesso informativo amplifica le occasioni nelle quali tale configurazione viene riproposta e verificata. La presenza reiterata può rafforzare la riconoscibilità di determinati tratti, ma può anche rendere più evidenti discrepanze tra dichiarazioni e comportamenti, autorappresentazione e rappresentazione giornalistica, promesse e conseguenze. Anche in questo caso, dunque, maggiore visibilità non implica maggiore credibilità: moltiplica le occasioni nelle quali essa può essere sostenuta, negoziata o contestata.

Ai fini della ricerca, **fattualità, autenticità, ethos e persona politica** costituiscono pertanto dimensioni analiticamente distinte ma connesse. La fattualità riguarda le condizioni attraverso le quali affermazioni e azioni vengono presentate come verificabili; l'autenticità la costruzione di una corrispondenza tra identità rivendicata e condotta pubblica; l'ethos l'immagine del leader prodotta nel discorso e nelle relazioni con altri attori; la persona politica la configurazione riconoscibile che emerge dalla loro sedimentazione nel tempo. Nessuna di queste dimensioni determina da sola la credibilità, ma il loro intreccio contribuisce a definire le condizioni nelle quali essa viene pubblicamente negoziata.

4.3. Emozione, ripetizione e riconoscibilità della leadership

La costruzione pubblica della leadership non riguarda soltanto fatti, argomenti e attribuzioni di responsabilità. L'informazione politica organizza anche **configurazioni emozionali** attraverso le quali eventi e attori vengono resi intelligibili: paura, indignazione, speranza, orgoglio o risentimento possono essere nominati, attribuiti agli attori o evocati dalla rappresentazione di minacce, conflitti e aspettative. Ciò non significa assumere le emozioni come stati interiori direttamente osservabili. Nel corpus giornalistico è possibile analizzare il modo in cui esse vengono rappresentate e messe in relazione con persone ed eventi, non stabilire ciò che i lettori effettivamente provano.

La semiotica delle passioni consente di considerare l'emozione come componente della produzione del significato e non semplicemente come elemento irrazionale contrapposto alla ragione (Pezzini, 1991).

Nell'informazione politica, le configurazioni emozionali possono contribuire a organizzare relazioni: la paura può presupporre una minaccia, l'indignazione una violazione, l'orgoglio un'appartenenza, il risentimento un torto o una perdita, la speranza una possibilità di trasformazione.

Le emozioni acquistano quindi rilevanza analitica per le relazioni che rendono riconoscibili, non come presunte proprietà psicologiche dei leader o dei pubblici.

Questa distinzione è particolarmente importante nello studio del populismo. Appartenenza, minaccia, perdita e promessa di recupero possono concorrere alla costruzione del rapporto

tra leader, popolo ed élite senza che ciò autorizzi a ridurre il populismo a una politica puramente emozionale.

Eatwell e Goodwin (2018), ad esempio, riconducono il successo del *national populism* a trasformazioni più ampie riguardanti identità, fiducia, disuguaglianza e rappresentanza. L'emozione va dunque collocata entro configurazioni politiche e sociali, non utilizzata come spiegazione autosufficiente.

Ai fini dell'analisi è inoltre necessario distinguere **chi attribuisce l'emozione e a chi**. Un giornalista può descrivere una reazione come rabbiosa; un leader può dichiarare di interpretare la paura dei cittadini; un avversario può attribuirgli aggressività. Riportare tali espressioni non significa che la testata le assuma come proprie. Come per l'agency e l'antagonismo, attribuzione, distribuzione della voce e contestualizzazione determinano lo statuto che l'emozione assume nella rappresentazione giornalistica.

La dimensione emozionale si collega alla **ripetizione**. La leadership diventa riconoscibile anche attraverso la ricorrenza di modalità espressive, categorie e relazioni che collegano episodi differenti. Ripetizione non significa riproduzione identica: ciò che può reiterarsi è una struttura di significato. Eventi diversi possono, per esempio, essere organizzati ricorrentemente intorno a opposizioni tra ordine e disordine, appartenenza ed esclusione, minaccia e protezione, continuità e rottura. In termini semiotici, sono le relazioni e le opposizioni a contribuire alla produzione del significato (Greimas e Courtés, 1993).

La reiterazione favorisce così la **riconoscibilità** della leadership. In un ambiente sovrabbondante, categorie e configurazioni già disponibili permettono di collegare rapidamente nuovi episodi a una figura politica conosciuta. La riconoscibilità non coincide però con uno stereotipo immutabile: il medesimo leader può essere rappresentato attraverso configurazioni differenti e persino contraddittorie. Ciò che persiste è la possibilità di mettere in relazione eventi nuovi con un repertorio di significati precedentemente sedimentato.

Questa dinamica è ambivalente. La ripetizione può consolidare associazioni tra un leader e determinate qualità, temi o registri emozionali, ma può anche rendere più visibili incoerenze e trasformazioni.

La familiarità prodotta dalla reiterazione non equivale quindi alla credibilità. Un attore può diventare altamente riconoscibile proprio perché continuamente controverso, contestato o associato a conflitti. **Riconoscibilità e valutazione rimangono dimensioni distinte.**

Il rapporto tra emozione, ripetizione e leadership deve pertanto essere interpretato in termini relazionali. Le configurazioni emozionali contribuiscono a organizzare rapporti tra attori e situazioni; la loro reiterazione può renderle riconoscibili attraverso eventi differenti; tale riconoscibilità può concorrere alla formazione di una persona politica relativamente persistente.

Nessuno di questi passaggi produce automaticamente credibilità: amplia piuttosto il repertorio attraverso il quale il leader viene identificato, interpretato e valutato nello spazio informativo.

In questa prospettiva, l'analisi qualitativa potrà osservare **quali emozioni vengano nominate o attribuite, da chi, attraverso quali opposizioni e con quali ricorrenze**, senza inferire stati psicologici dei pubblici.

L'obiettivo non è stabilire se Donald Trump, Javier Milei o Giorgia Meloni "producano" determinate emozioni nei destinatari, ma verificare se e come specifiche configurazioni emozionali concorrano alla riconoscibilità delle rispettive leadership nella rappresentazione giornalistica.

4.4. Narrazione, semiotica e post-verità

La costruzione pubblica della leadership avviene anche attraverso forme narrative e semiotiche che collegano eventi, attori e valori entro configurazioni riconoscibili. Una notizia non presenta soltanto persone e fatti isolati: li dispone in relazioni temporali e causali, attribuisce azioni e responsabilità, individua opposizioni e richiama conoscenze precedenti. La **narrazione** costituisce, in questo senso, una modalità attraverso la quale la complessità degli eventi politici viene organizzata e resa intelligibile.

La prospettiva semiotica permette di analizzare questa organizzazione senza assumere che ogni testo possieda un significato unico o interamente determinato dall'autore. Il significato

emerge dalle relazioni tra soggetti, azioni, valori e opposizioni presenti nel testo e dalle conoscenze attraverso le quali tali relazioni possono essere interpretate.

Come mostrano Greimas e Courtés (1993), le strutture di significazione possono essere osservate attraverso le differenze e le relazioni che organizzano il discorso. Nell'informazione politica, opposizioni quali popolo/élite, ordine/disordine, continuità/rottura o appartenenza/esclusione possono quindi concorrere alla costruzione narrativa della leadership quando risultino effettivamente osservabili nei testi.

Questa prospettiva è compatibile con l'analisi dell'informazione sviluppata nei capitoli precedenti. Agency, antagonismo, attribuzione della responsabilità e distribuzione della voce non costituiscono soltanto caratteristiche formali della notizia: organizzano posizioni e relazioni attraverso le quali il leader acquista un ruolo narrativo. Può essere rappresentato come soggetto che agisce, reagisce, affronta un antagonista, subisce un vincolo o rivendica un risultato.

La narrazione giornalistica non coincide tuttavia con la narrazione proposta dal leader: dichiarazioni e autorappresentazioni possono essere riportate, ma anche contestualizzate, verificate o contrapposte a quelle di altri attori.

La semiotica consente inoltre di considerare la relazione tra rappresentazione e realtà senza confonderle. Il testo giornalistico costruisce una rappresentazione degli eventi, ma tale costruzione non implica che i fatti siano arbitrari o equivalenti alle interpretazioni che ne vengono offerte.

La distinzione è particolarmente importante quando si affronta il tema della **post-verità**, spesso utilizzato per descrivere ambienti comunicativi nei quali fatti, opinioni, emozioni e identità entrano in competizione nella definizione pubblica della realtà.

La post-verità non viene qui intesa come scomparsa della verità né come condizione nella quale ogni affermazione possiede lo stesso valore. È più utile considerarla come una configurazione nella quale la disponibilità di verifiche fattuali non esaurisce necessariamente la competizione tra definizioni della realtà.

Affermazioni contestate possono continuare a circolare, essere reiterate e inserirsi in narrazioni coerenti con identità, appartenenze o antagonismi già disponibili. La questione riguarda quindi il rapporto tra **fattualità e costruzione del significato**, non la loro sostituzione reciproca.

Nell'ambiente caratterizzato dall'eccesso informativo, questo rapporto assume particolare rilevanza. La moltiplicazione di dichiarazioni, smentite, verifiche, interpretazioni e reazioni rende disponibili contemporaneamente versioni concorrenti del medesimo evento. La reiterazione può mantenere visibile un'affermazione anche quando essa viene contestata, mentre la contestazione stessa può generare nuova produzione informativa. Ne deriva che la visibilità di una definizione della realtà non costituisce prova né della sua veridicità né della sua accettazione.

Per la leadership politica, narrazione e post-verità si incontrano precisamente su questo terreno. Il leader può proporre una lettura degli eventi nella quale azioni, antagonisti, problemi e soluzioni vengono collegati entro una configurazione riconoscibile; il giornalismo può riprodurla, attribuirla esplicitamente alla fonte, confrontarla con elementi fattuali o inserirla in una rappresentazione alternativa.

La credibilità non dipende quindi dalla sola capacità del leader di imporre una narrazione, ma viene negoziata nelle relazioni tra **affermazione, attribuzione, verifica, contestualizzazione e contestazione**.

La semiotica costituisce pertanto, in questa ricerca, uno strumento per osservare come tali relazioni vengano organizzate nei testi. Non serve a stabilire intenzioni nascoste degli autori né effetti sui destinatari, ma a ricostruire configurazioni di significato: quali soggetti vengono posti al centro dell'azione, quali opposizioni strutturano il conflitto, quali valori vengono associati alle diverse posizioni e come eventi differenti vengono collegati alla figura del leader. L'analisi semiotica integra così quella dell'informazione senza sostituirla.

Narrazione, semiotica e post-verità convergono quindi su un problema comune: **come differenti definizioni della realtà acquistino forma, riconoscibilità e disponibilità pubblica**.

Nell'ecosistema informativo contemporaneo, l'eccesso può moltiplicare tanto le occasioni di affermazione quanto quelle di verifica e contestazione. La credibilità emerge da questa tensione e non dalla semplice prevalenza quantitativa di una versione.

Analizzare la leadership significa pertanto osservare non soltanto quanto un leader sia visibile, ma **come venga narrativamente costruito, quali relazioni di significato ne organizzino la rappresentazione e attraverso quali procedure le sue pretese di credibilità vengano sostenute o messe in discussione**.

CAPITOLO V

METODOLOGIA E DISEGNO DELLA RICERCA

5.1. Strategia comparativa, mixed method e selezione dei casi

La ricerca adotta un **disegno comparativo a metodi misti**, articolato in una fase quantitativa e una qualitativa integrate sequenzialmente. L'obiettivo non è stabilire quale tra Trump, Milei e Meloni sia maggiormente populista, né misurare gli effetti della loro comunicazione sui pubblici, ma confrontare le forme attraverso le quali le rispettive leadership vengono rese visibili e intelligibili nella produzione giornalistica. Il disegno metodologico traduce così la domanda di ricerca in due livelli complementari: il primo ricostruisce la distribuzione dell'attenzione informativa; il secondo analizza le configurazioni narrative e semiotiche attraverso le quali la leadership e le relative pretese di credibilità vengono rappresentate.

La scelta di **Donald Trump, Javier Milei e Giorgia Meloni** risponde a una logica comparativa fondata sulla presenza di caratteristiche comuni e, contemporaneamente, di differenze rilevanti. I tre casi appartengono a contesti nazionali, istituzionali e mediali differenti, ma consentono di osservare leadership caratterizzate da forte personalizzazione e da modalità di costruzione del conflitto riconducibili, con intensità e forme diverse, al campo del populismo. La categoria non viene utilizzata per postulare un'equivalenza tra i tre leader, ma per delimitare uno spazio comparativo entro il quale osservare dimensioni comuni quali centralità, agency, antagonismo, attribuzione della responsabilità e negoziazione della credibilità.

Un ulteriore elemento di comparabilità deriva dalla posizione istituzionale occupata nel periodo considerato. Tra il **1° gennaio e il 30 giugno 2026**, Trump è presidente degli Stati Uniti d'America, Milei presidente della Repubblica Argentina e Meloni presidente del Consiglio dei ministri italiano. La scelta di osservare tre leader nell'esercizio di responsabilità di governo permette di analizzare la leadership non soltanto come promessa elettorale o costruzione oppositiva, ma nel confronto con decisioni, conseguenze, vincoli istituzionali e reazioni di altri attori. Rimangono tuttavia differenti le forme di governo, i sistemi politici e gli ecosistemi informativi nei quali ciascuna leadership opera; tali differenze costituiscono parte dell'analisi e non elementi da neutralizzare.

Il periodo di osservazione comprende **181 giorni consecutivi** e viene applicato identicamente ai tre casi. La delimitazione temporale consente di confrontare la produzione giornalistica entro una finestra comune

sufficientemente estesa per distinguere presenza continuativa e intensificazioni episodiche, evitando al tempo stesso di selezionare soltanto eventi particolarmente favorevoli a una determinata interpretazione. L'unità temporale comune rende inoltre confrontabili gli andamenti quotidiani e mensili della copertura, pur senza assumere che i tre ecosistemi producano quantità equivalenti di informazione.

La strategia comparativa tiene infatti distinta la **comparabilità delle dimensioni analitiche** dall'equivalenza dei valori assoluti. Stati Uniti, Argentina e Italia presentano differenti dimensioni e strutture dei sistemi informativi; il semplice numero di articoli dedicati a ciascun leader non può quindi essere interpretato isolatamente come misura della sua centralità comparativa. Per questa ragione, accanto ai volumi assoluti vengono considerate misure relative alla produzione complessiva delle rispettive collezioni e le distribuzioni interne a ciascun corpus. Il confronto riguarda pertanto soprattutto configurazioni e relazioni: intensità e continuità dell'attenzione, concentrazione delle fonti, ricorrenze tematiche e lessicali e, nella fase qualitativa, modalità di costruzione della leadership.

L'integrazione tra metodi quantitativi e qualitativi risponde alla natura della domanda di ricerca. La sola analisi quantitativa permette di stabilire **quanto, quando e attraverso quali fonti** un leader ricorra nella produzione informativa, ma non è sufficiente a spiegare come venga rappresentato. Viceversa, l'analisi ravvicinata di pochi testi consente di ricostruire agency, antagonismi, attribuzioni di responsabilità, distribuzione della voce e configurazioni narrative, ma non permette da sola di collocare tali rappresentazioni nella struttura complessiva della copertura.

Le due fasi vengono quindi integrate attraverso un procedimento sequenziale. L'analisi quantitativa ricostruisce innanzitutto la struttura dei tre corpora e contribuisce alla selezione del **sotto-corpus qualitativo di 36 articoli, 12 per ciascun leader e due per ogni mese**. La fase qualitativa approfondisce successivamente i testi selezionati attraverso categorie comuni ai tre casi. Il sotto-corpus non è statisticamente rappresentativo dell'intera produzione giornalistica: costituisce un insieme **temporalmente bilanciato e selezionato secondo criteri empiricamente espliciti**, finalizzato all'analisi comparativa delle configurazioni informative e semiotiche.

Il disegno può essere definito *mixed method* proprio perché le due componenti non procedono indipendentemente. I risultati quantitativi orientano la costruzione del sotto-corpus, mentre l'analisi qualitativa permette di interpretare configurazioni che frequenze e distribuzioni non possono descrivere autonomamente. L'integrazione non serve a trasformare associazioni osservate in

relazioni causali, ma a mettere in relazione differenti livelli dello stesso fenomeno: struttura della visibilità informativa e **costruzione giornalistica della leadership**.

La ricerca mantiene infine distinti produzione informativa e ricezione. Il corpus consente di osservare ciò che viene reso disponibile nell'ecosistema giornalistico considerato, non ciò che ogni individuo ha effettivamente letto, ricordato o creduto. Di conseguenza, i risultati non vengono utilizzati per inferire effetti sui pubblici, intenzioni di voto o livelli di fiducia nei leader. La credibilità viene studiata nelle forme attraverso le quali può essere **costruita, negoziata o contestata nella rappresentazione giornalistica**, coerentemente con il livello empirico effettivamente osservabile.

5.2. Media Cloud, National Collection e costruzione del corpus

Il corpus della ricerca è stato costruito attraverso **Media Cloud 2.0 (**www.mediacloud.org**)**, infrastruttura open source destinata alla raccolta e all'analisi su larga scala dell'informazione pubblicata sul Web. La piattaforma consente di interrogare collezioni di fonti giornalistiche e di osservare la presenza di termini e soggetti nella produzione informativa. La versione 2.0 comprende un archivio di oltre **1,8 miliardi di articoli** e mette a disposizione strumenti per lo studio comparativo dell'attenzione mediale e degli ecosistemi informativi (Bermejo et al., 2026).

Per garantire coerenza tra oggetto politico e contesto informativo, sono state utilizzate le ***National Collection*** corrispondenti ai tre paesi nei quali i leader esercitano le rispettive funzioni di governo: «United States National» per Donald Trump; «Argentina National» per Javier Milei; e «Italy National» per Giorgia Meloni. La scelta permette di osservare ciascun leader all'interno del proprio ecosistema giornalistico nazionale, evitando di costruire un unico corpus globale nel quale le differenze nelle dimensioni e nella composizione dei sistemi informativi risulterebbero difficilmente controllabili.

Le tre collezioni non sono equivalenti per numero e composizione delle fonti. Al momento dell'estrazione, la collezione statunitense identificata da Media Cloud con **ID 34412234** comprendeva 247 record di fonti nel relativo *collection universe*; quella argentina (**ID 34412043**) 1.895; quella italiana (**ID 34412372**) 144. Tali valori delimitano l'universo delle fonti considerate dalla piattaforma e rendono evidente perché i volumi assoluti prodotti nei tre paesi non possano essere confrontati come se derivassero da sistemi informativi di identica struttura.

La finestra temporale è stata fissata tra il **1° gennaio e il 30 giugno 2026**, per un totale di **181 giorni consecutivi**, identica per tutti i casi. Le interrogazioni sono state effettuate utilizzando esclusivamente il

nome e cognome di ciascun leader: **“Donald Trump”**, **“Javier Milei”** e **“Giorgia Meloni”**. La scelta di query semplici e simmetriche riduce l’introduzione di criteri tematici stabiliti a priori e permette di raccogliere la copertura nella quale ciascun leader compare indipendentemente dall’argomento della notizia.

Il corpus è quindi costituito dagli articoli restituiti da Media Cloud per ciascuna query entro la relativa National Collection e nel periodo stabilito. Il criterio di inclusione riguarda la presenza del nome ricercato secondo le modalità di indicizzazione della piattaforma e non implica che il leader costituisca necessariamente il soggetto principale dell’articolo. Questa caratteristica è coerente con l’obiettivo della ricerca: osservare non soltanto le notizie esclusivamente dedicate al leader, ma la sua presenza nell’insieme della produzione informativa nella quale viene reso disponibile come attore, fonte o riferimento.

La costruzione di tre corpora nazionali separati consente inoltre di distinguere **volume assoluto e attenzione relativa**. Il numero di articoli corrispondenti alla query viene infatti rapportato alla produzione complessiva registrata nella medesima collezione e nello stesso intervallo temporale attraverso il *Total Attention* fornito da Media Cloud. Tale misura viene utilizzata nella ricerca come **indicatore di attenzione relativa**: permette di collocare la presenza del leader rispetto all’insieme della produzione osservata nel proprio ecosistema informativo, senza trasformare le differenze nei volumi assoluti in una graduatoria immediata di centralità tra paesi.

Media Cloud costituisce dunque il dispositivo di delimitazione e raccolta del corpus, ma non una rappresentazione esaustiva dell’intero sistema giornalistico nazionale. Le collezioni dipendono dalle fonti incluse e dalla capacità della piattaforma di acquisirne i contenuti; eventuali differenze di copertura devono pertanto essere considerate nella lettura comparativa. Il corpus rappresenta la **produzione giornalistica accessibile attraverso le collezioni selezionate**, non la totalità delle notizie effettivamente pubblicate negli Stati Uniti, in Argentina e in Italia.

Un’ulteriore distinzione riguarda la relazione tra produzione e circolazione. La presenza di un articolo nel corpus documenta la sua disponibilità nell’ecosistema informativo osservato, ma non consente di ricostruirne automaticamente la distribuzione attraverso motori di ricerca o piattaforme sociali, né il numero di persone che vi siano state esposte. Per la stessa ragione, il *Total Attention* non misura l’attenzione cognitiva dei pubblici: descrive il peso relativo assunto dalla query nella produzione raccolta da Media Cloud.

Queste delimitazioni definiscono il corpus sul quale vengono applicate le successive procedure quantitative e qualitative. Media Cloud fornisce quindi una base comune e replicabile per osservare

la presenza giornalistica dei tre leader entro lo stesso intervallo temporale e secondo query costruite simmetricamente, mantenendo al contempo ciascun caso all'interno del proprio ecosistema nazionale. Le modalità attraverso le quali i corpora vengono analizzati e utilizzati per costruire il sotto-corpus qualitativo sono illustrate nel paragrafo successivo.

5.3. Analisi quantitativa e selezione del sotto-corpus qualitativo

L'analisi quantitativa è finalizzata a ricostruire la struttura della visibilità giornalistica dei tre leader e a fornire una base empirica per la successiva selezione qualitativa. Non viene utilizzata per misurare consenso, fiducia o effetti sui pubblici, ma per osservare **volume, intensità, distribuzione temporale, concentrazione delle fonti e struttura lessicale** della produzione informativa raccolta.

Un primo livello riguarda la **dimensione dei corpora**. Per ciascun leader viene rilevato il numero complessivo di articoli corrispondenti alla query e il relativo *Total Attention*, utilizzato come indicatore di attenzione relativa rispetto alla produzione complessiva della corrispondente National Collection. I valori assoluti vengono quindi interpretati insieme a quelli relativi, poiché le differenti dimensioni e composizioni delle tre collezioni non consentono di assumere il semplice numero di articoli come misura direttamente comparabile della centralità informativa.

Il secondo livello riguarda la **distribuzione temporale**. La produzione viene osservata su base giornaliera e mensile per distinguere continuità della presenza e intensificazione episodica. Per ciascun corpus vengono considerate misure descrittive quali media, mediana, deviazione standard, valori minimi e massimi e coefficiente di variazione. L'individuazione dei principali picchi giornalieri consente inoltre di riconoscere i momenti nei quali l'attenzione aumenta rispetto all'andamento ordinario e di ricondurli, attraverso l'esame delle notizie, agli eventi che caratterizzano la copertura. I picchi vengono pertanto interpretati come **concentrazioni temporali della produzione**, non come indicatori di maggiore interesse o coinvolgimento dei pubblici.

Un terzo livello considera la **distribuzione delle fonti**. Per ciascun corpus viene osservato il peso delle testate che contribuiscono maggiormente alla produzione e vengono calcolati indici di concentrazione riferiti al corpus della specifica query. In particolare, CR5, CR10 e CR20 esprimono la quota riconducibile rispettivamente alle prime cinque, dieci e venti fonti, mentre l'indice di Herfindahl-Hirschman (HHI) permette di sintetizzare la distribuzione della produzione tra le fonti

rilevate. Tali misure descrivono la concentrazione della copertura relativa al leader all'interno del corpus e **non la concentrazione del mercato giornalistico nazionale**.

Il quarto livello riguarda la **struttura lessicale dei titoli**. L'analisi considera frequenze e associazioni tra termini dopo la rimozione delle parole funzionali e dei nomi utilizzati nelle query, così da far emergere temi, attori e contesti ricorrenti senza assumere categorie tematiche predeterminate. I risultati vengono controllati anche su titoli deduplicati, per verificare quanto le principali ricorrenze dipendano dalla ripubblicazione o dalla presenza di formulazioni identiche. L'analisi lessicale ha funzione esplorativa: la frequenza di un termine segnala la sua ricorrenza nel corpus, ma non ne determina autonomamente il significato, che richiede l'esame del contesto.

Le quattro dimensioni —**volume e attenzione relativa, temporalità, fonti e lessico**— vengono successivamente integrate per orientare il passaggio all'analisi qualitativa. Quest'ultima non deriva da un campionamento casuale né pretende rappresentatività statistica. La selezione mira invece a costruire un sotto-corpus comparabile, sufficientemente distribuito nel tempo e capace di rendere osservabili le principali configurazioni emerse dalla fase quantitativa.

Per ciascun leader vengono selezionati **12 articoli, due per ciascun mese**, per un totale di **36 testi**. La selezione viene effettuata sulla base di: **i)** l'intensità dell'attenzione, che consente di individuare i momenti nei quali la copertura raggiunge livelli particolarmente elevati rispetto all'andamento complessivo del rispettivo corpus; **ii)** la consistenza tematica, attraverso la quale vengono riconosciuti i principali nuclei informativi a partire dalle ricorrenze lessicali, dalle associazioni tra termini e dall'esame dei titoli; **iii)** la pluralità delle fonti, volta a evitare che una determinata configurazione informativa sia ricostruita prevalentemente attraverso la produzione di una singola testata o risulti condizionata dalla ripubblicazione dello stesso contenuto; **iv)** la rilevanza comparativa, che privilegia testi nei quali siano osservabili dimensioni analitiche comuni ai tre casi, preservando al contempo le specificità dei rispettivi contesti nazionali e informativi; **v)** il bilanciamento temporale, che prevede la selezione di due articoli per ciascun mese del semestre, garantendo una copertura uniforme dell'intero periodo di osservazione ed evitando che l'analisi qualitativa risulti eccessivamente condizionata dai mesi caratterizzati dai maggiori picchi di produzione informativa. Quest'ultimo criterio interviene sulla distribuzione temporale dei testi, mentre i precedenti ne orientano la selezione all'interno di ciascun segmento mensile.

Quando possibile, vengono privilegiate fonti appartenenti all'ecosistema nazionale corrispondente al leader analizzato e testi giornalistici che consentano un esame completo delle dimensioni qualitative previste. Sono inoltre evitate duplicazioni sostanziali dello stesso contenuto. Queste scelte non costituiscono ulteriori criteri analitici, ma accorgimenti volti a preservare varietà e leggibilità del sotto-corpus.

Il risultato è un **sotto-corpus qualitativo temporalmente bilanciato e selezionato secondo criteri empiricamente espliciti**. La fase quantitativa non determina quindi meccanicamente quali articoli debbano essere analizzati, ma delimita e documenta il procedimento di selezione, riducendo l'arbitrarietà della scelta. La successiva analisi qualitativa può così concentrarsi sulle forme attraverso le quali centralità, agency, antagonismo, responsabilità, voce e credibilità vengono costruite nei testi, mantenendo esplicito il rapporto tra osservazione ravvicinata e struttura complessiva della produzione informativa.

5.4. Analisi qualitativa e semiotica, replicabilità e limiti

L'analisi qualitativa approfondisce i **36 articoli** selezionati nella fase precedente con l'obiettivo di ricostruire le modalità attraverso le quali la leadership di Donald Trump, Javier Milei e Giorgia Meloni viene resa giornalisticamente intelligibile. L'unità di analisi è il singolo articolo, considerato nella relazione tra titolo, sviluppo testuale, soggetti rappresentati, dichiarazioni attribuite e contesto informativo. L'attenzione non è rivolta alla valutazione positiva o negativa del leader in quanto tale, ma alle relazioni attraverso le quali ne vengono costruiti ruolo, capacità di azione, conflitti e pretese di credibilità.

Per rendere comparabili i tre casi, l'esame dei testi utilizza un insieme comune di **dimensioni analitiche**: centralità del leader, agency, antagonismo, attribuzione della responsabilità, distribuzione della voce, contestualizzazione e negoziazione della credibilità. La centralità riguarda la posizione assunta dal leader nell'organizzazione della notizia; l'agency osserva in quale misura egli venga rappresentato come soggetto che agisce, decide, reagisce o subisce l'iniziativa altrui; l'antagonismo identifica gli attori e le opposizioni attraverso cui viene organizzato il conflitto. L'attribuzione della responsabilità considera a chi vengano ricondotte decisioni, risultati e conseguenze, mentre la distribuzione della voce distingue tra dichiarazioni del leader, interventi di alleati e avversari, fonti istituzionali e mediazione giornalistica. La contestualizzazione rileva infine

gli elementi attraverso i quali affermazioni e azioni vengono collegate a precedenti, dati, vincoli o interpretazioni concorrenti.

La **credibilità** non viene codificata come proprietà binaria del leader né dedotta dal tono favorevole o sfavorevole dell'articolo. L'analisi considera piuttosto le procedure testuali attraverso le quali essa può essere costruita, negoziata o contestata. Una dichiarazione può essere presentata senza contraddittorio, attribuita esplicitamente al soggetto, confrontata con dati o precedenti, problematizzata da altre fonti oppure inserita in una sequenza che ne evidenzi coerenza o contraddizione. Ciò consente di osservare le risorse informative disponibili per la costruzione pubblica della credibilità senza inferire se i lettori abbiano effettivamente ritenuto credibile il leader.

A questo livello si integra la **prospettiva semiotica**. Essa viene impiegata in modo circoscritto per individuare relazioni, opposizioni, ruoli e valori che organizzano la rappresentazione: ad esempio ordine/disordine, continuità/rottura, appartenenza/esclusione, minaccia/protezione. L'analisi considera inoltre le configurazioni narrative attraverso le quali il leader viene rappresentato come promotore di un'azione, soggetto sottoposto a vincoli, protagonista di un conflitto o riferimento rispetto al quale altri attori prendono posizione. Le categorie semiotiche non vengono applicate come schema rigido: sono utilizzate quando risultano effettivamente pertinenti al testo e contribuiscono a chiarirne l'organizzazione del significato.

Particolare attenzione viene riservata alla **distinzione tra voce dell'attore e voce giornalistica**. La presenza di una categoria, di un giudizio o di una contrapposizione all'interno di una citazione non implica che la testata li assuma come propri. Per questo l'interpretazione tiene conto dell'attribuzione, della posizione della dichiarazione nel testo, delle eventuali repliche e degli elementi di contestualizzazione. Analogamente, la presenza ricorrente di un leader non viene considerata prova della sua capacità di controllare la rappresentazione: elevata centralità e forte contestazione possono coesistere.

La comparazione viene condotta dapprima **all'interno di ciascun caso** e successivamente tra i tre casi. L'analisi intracasuale permette di individuare ricorrenze e variazioni nei dodici articoli relativi allo stesso leader, evitando di ricondurre l'intero corpus a un singolo episodio. La comparazione tra Donald Trump, Javier Milei e Giorgia Meloni utilizza invece le dimensioni comuni per individuare convergenze e differenze nelle forme della centralità, dell'agency, dell'antagonismo, della

mediazione e della credibilità. La comparabilità riguarda dunque le domande rivolte ai testi, non l'obbligo di individuare configurazioni equivalenti nei tre contesti.

La **replicabilità** viene perseguita rendendo espliciti i principali passaggi della ricerca: intervallo temporale, *National Collection* e relative identificazioni, query, criteri di costruzione dei corpora, misure quantitative, procedura di selezione e dimensioni dell'analisi qualitativa. Per il sotto-corpus vengono inoltre registrati, per ciascun articolo, data, fonte, titolo e tema principale. Questa documentazione permette di ricostruire il percorso che conduce dal corpus complessivo ai testi analizzati. La replicabilità non implica tuttavia che una ricerca qualitativa debba produrre interpretazioni perfettamente identiche: richiede che il procedimento e le evidenze sulle quali l'interpretazione si fonda siano sufficientemente trasparenti da poter essere controllati e discussi.

Il disegno presenta alcuni **limiti**. In primo luogo, i corpora dipendono dalla composizione e dalla copertura delle *National Collection* di Media Cloud e non coincidono con la totalità della produzione giornalistica dei tre paesi. In secondo luogo, la presenza del nome del leader individua la sua disponibilità nel corpus, ma non garantisce che egli costituisca sempre il soggetto principale della notizia. In terzo luogo, il sotto-corpus di 36 articoli è intenzionalmente selezionato e temporalmente bilanciato: consente un'analisi approfondita e comparativa, ma non autorizza a generalizzare statisticamente le configurazioni qualitative all'intera produzione informativa.

Un ulteriore limite riguarda i **pubblici**. La ricerca osserva produzione e disponibilità dell'informazione, non l'esposizione individuale ai contenuti, la loro ricezione o gli effetti sulle opinioni. I dati non consentono quindi di stabilire se una maggiore presenza giornalistica produca consenso, fiducia o credibilità presso i cittadini. Analogamente, pur collocandosi nell'era delle piattaforme, lo studio non ricostruisce il funzionamento di specifici algoritmi di raccomandazione né attribuisce a essi causalmente le configurazioni osservate.

Entro questi limiti, l'integrazione tra analisi quantitativa, qualitativa e semiotica permette di collegare **struttura della visibilità e costruzione del significato** senza confondere i due livelli. La prima individua distribuzioni, concentrazioni e ricorrenze della produzione informativa; la seconda ricostruisce le relazioni attraverso le quali la leadership viene rappresentata; la terza approfondisce opposizioni, ruoli e configurazioni narrative. Il confronto tra questi livelli costituisce la base empirica per esaminare come l'eccesso di informazione possa concorrere alla costruzione, negoziazione o contestazione della credibilità politica.

CAPITOLO VI

LA GEOGRAFIA DELL'ATTENZIONE

6.1. Dimensione dei corpora e distribuzione dell'attenzione

La prima fase dell'analisi empirica è dedicata alla ricostruzione della distribuzione quantitativa dell'attenzione giornalistica riservata a Donald Trump, Javier Milei e Giorgia Meloni nei rispettivi ecosistemi informativi nazionali. L'obiettivo non consiste nel semplice conteggio degli articoli nei quali compare ciascun leader, ma nell'osservazione della posizione relativa che le loro figure occupano all'interno del flusso complessivo delle notizie. La quantità di contenuti costituisce, in questa prospettiva, il punto di partenza per indagare una dimensione più propriamente relazionale della visibilità: quanto spazio informativo viene occupato da ciascun leader rispetto alla produzione complessiva rilevata nello stesso ambiente mediale e nello stesso intervallo temporale.

I tre corpora sono stati costruiti attraverso le query nominali esatte "Donald Trump", "Javier Milei" e "Giorgia Meloni" nelle rispettive *National Collection* di Media Cloud relative a Stati Uniti, Argentina e Italia (Bermejo et al. 2026). La finestra temporale, identica per tutti i casi, è compresa tra il 1° gennaio e il 30 giugno 2026 e comprende 181 giorni consecutivi. L'applicazione di questo criterio ha restituito complessivamente **343.216 record giornalistici**: 181.766 relativi a Donald Trump, 135.633 a Javier Milei e 25.817 a Giorgia Meloni.

La differenza tra i valori assoluti è considerevole. Nel semestre considerato il corpus Trump presenta una dimensione pari a circa sette volte quella del corpus Meloni, mentre il corpus Milei supera quest'ultimo di oltre cinque volte. Tali rapporti, tuttavia, non possono essere assunti direttamente come misura comparativa della centralità mediatica dei tre leader. Le *National Collection* appartengono infatti a ecosistemi informativi differenti per numero e composizione delle fonti. Confrontare esclusivamente i conteggi assoluti significherebbe pertanto attribuire ai leader differenze che possono dipendere, almeno in parte, dalla diversa dimensione degli universi nei quali le occorrenze vengono rilevate.

Per questa ragione, il principale indicatore comparativo è rappresentato dalla *Total Attention*, ossia dal rapporto tra il numero dei contenuti corrispondenti alla query e il volume complessivo dei contenuti indicizzati nella medesima collection durante il periodo analizzato. Nel primo semestre del 2026, la collection statunitense comprende complessivamente 2.010.086 articoli, quella

argentina 2.235.604 e quella italiana 984.959. Il calcolo effettuato direttamente sui dataset restituisce pertanto un valore di *Total Attention* pari al 9,043% per Donald Trump, pari al 6,067% per Javier Milei e pari al 2,621% per Giorgia Meloni.

Tabella 1. Dimensione dei corpora e attenzione relativa, 1° gennaio-30 giugno 2026

Leader	Articoli	Produzione complessiva della collection	Total Attention
Donald Trump	181.766	2.010.086	9,043%
Javier Milei	135.633	2.235.604	6,067%
Giorgia Meloni	25.817	984.959	2,621%

Fonte: elaborazione dell'autore su dati Media Cloud

La graduatoria che emerge dall'indicatore di attenzione relativa è netta. Nel semestre analizzato Donald Trump presenta la maggiore centralità relativa all'interno della collection nazionale considerata, seguito da Javier Milei e Giorgia Meloni. La distanza rimane significativa anche dopo avere rapportato la dimensione di ciascun corpus alla diversa produzione complessiva delle rispettive collection: poco più di nove contenuti ogni cento indicizzati nella collection statunitense corrispondono alla query "Donald Trump", contro poco più di sei ogni cento nel caso argentino di Milei e circa 2,6 ogni cento nel caso italiano di Meloni.

La comparazione richiede comunque una precisa cautela interpretativa. Le percentuali non appartengono a un unico universo internazionale e non consentono di sostenere che, in termini assoluti, i media statunitensi parlino di Trump 3,45 volte più di quanto i media italiani parlino di Meloni. L'indicatore misura invece la quota dell'offerta informativa rilevata in ciascuna collection che corrisponde alla query relativa al rispettivo leader.

Questa distinzione permette di precisare empiricamente anche uno dei concetti che attraversano la ricerca. L'***«eccesso»*** richiamato nel titolo della tesi non viene inteso come semplice sovrapproduzione numerica di contenuti, ma come intensificazione della presenza del leader in un ambiente caratterizzato da abbondanza informativa e competizione permanente per la visibilità. In questa accezione, l'eccesso possiede una dimensione relazionale: non dipende soltanto dal numero degli articoli prodotti, ma dalla quota dello spazio informativo disponibile che un soggetto politico riesce a occupare e dalla continuità con cui tale presenza viene riprodotta nel tempo.

La dimensione aggregata deve essere pertanto integrata con l'osservazione della distribuzione temporale. Nel semestre considerato Trump registra una media di 1.004,2 articoli al giorno, Milei di 749,4 e Meloni di 142,6. Le mediane sono rispettivamente pari a 1.128, 713 e 120 articoli. La dispersione dei valori giornalieri rispetto alla rispettiva media, misurata attraverso la deviazione standard, è pari a 356,6 per Trump, 298,9 per Milei e 76,4 per Meloni. Tali valori non sono tuttavia direttamente confrontabili, poiché le medie giornaliere dei tre corpora sono molto differenti.

Il coefficiente di variazione, ottenuto rapportando la deviazione standard alla media, consente una lettura più appropriata della variabilità relativa ed è pari a circa 0,355 per Trump, 0,399 per Milei e 0,535 per Meloni. La relazione tra i tre casi si modifica così rispetto a quella osservata attraverso i volumi assoluti: il corpus Trump, pur presentando il maggiore numero medio di articoli giornalieri, è quello caratterizzato dalla minore variabilità relativa; Milei presenta una variabilità superiore; il corpus Meloni, quantitativamente più contenuto, mostra invece le oscillazioni proporzionalmente più marcate.

Tabella 2. Distribuzione giornaliera degli articoli

Indicatore	Trump	Milei	Meloni
Media giornaliera	1.004,2	749,4	142,6
Mediana	1.128	713	120
Deviazione standard	356,6	298,9	76,4
Coefficiente di variazione	0,355	0,399	0,535
Minimo giornaliero	348	220	30
Massimo giornaliero	1.611	2.260	459

Fonte: elaborazione dell'autore su dati Media Cloud

I risultati introducono così una distinzione tra intensità e continuità della visibilità. La presenza di Trump non è soltanto quantitativamente superiore, ma si mantiene relativamente elevata lungo l'intero periodo. Milei combina un'elevata quantità di attenzione con una variabilità relativa superiore a quella osservata per Trump. La copertura di Meloni, al contrario, occupa una porzione complessivamente inferiore dello spazio informativo e risulta maggiormente soggetta, rispetto al proprio livello medio, alle oscillazioni temporali.

La serie di Trump presenta un volume mensile pari a **33.187 articoli a gennaio**, 25.796 a febbraio, 32.184 a marzo, 32.264 ad aprile, 30.304 a maggio e 28.031 a giugno. L'attenzione relativa raggiunge il valore più elevato già a gennaio, quando la query corrisponde al 10,067% dell'intera produzione della collection statunitense. Dopo la diminuzione all'8,653% di febbraio, la quota risale al 9,473% a marzo, per poi attestarsi all'8,972% ad aprile, all'8,546% a maggio e all'8,537% a giugno.

Nel caso di Milei il cambiamento più evidente si verifica tra febbraio e marzo. Dai 13.830 articoli di gennaio e 15.909 di febbraio si passa a **27.710 a marzo**; i livelli rimangono successivamente elevati, con 26.443 articoli ad aprile, 27.125 a maggio e 24.616 a giugno. Il forte aumento dei valori assoluti deve però essere letto insieme alla crescita della produzione complessiva indicizzata nella collection argentina. L'attenzione relativa è pari al 6,406% in gennaio, al 6,604% in febbraio e raggiunge il massimo del 6,616% in marzo, per attestarsi al 5,937% in aprile, al 6,017% in maggio e al 5,307% in giugno. L'aumento del numero assoluto di articoli a partire da marzo non si traduce quindi in un incremento proporzionale dell'attenzione relativa.

Per Meloni si registrano 3.412 articoli a gennaio e 3.443 a febbraio; il volume sale a 4.854 a marzo e raggiunge il massimo mensile di **5.157 ad aprile**, per scendere a 4.037 a maggio e risalire a 4.914 a giugno. Anche l'attenzione relativa segue, con alcune differenze, questa dinamica: dal 2,593% di gennaio passa al 2,451% di febbraio, al 2,894% di marzo e al massimo semestrale del 2,959% in aprile; maggio registra il minimo del 2,144%, seguito dal 2,691% di giugno.

L'osservazione congiunta dei valori aggregati, giornalieri e mensili restituisce pertanto tre configurazioni differenti. Trump associa la maggiore intensità dell'attenzione alla minore variabilità relativa nel tempo; Milei presenta livelli elevati accompagnati da oscillazioni più accentuate; Meloni registra una presenza complessivamente inferiore ma relativamente più variabile. Si tratta, a questo stadio, di differenze descrittive e non ancora di tipologie sostantive della leadership. La loro interpretazione richiede di individuare in quali momenti la copertura si intensifichi e, soprattutto, quali eventi, attori e temi risultino associati a tali variazioni.

Tabella 3. Distribuzione mensile degli articoli

Mese	Trump	Milei	Meloni
Gennaio	33.187	13.830	3.412
Febbraio	25.796	15.909	3.443
Marzo	32.184	27.710	4.854
Aprile	32.264	26.443	5.157
Maggio	30.304	27.125	4.037
Giugno	28.031	24.616	4.914
Totale	**181.766**	**135.633**	**25.817**

Fonte: elaborazione dell'autore su dati Media Cloud

6.2. Picchi informativi, temporalità e regimi della visibilità

L'analisi della distribuzione temporale può essere ulteriormente affinata osservando i giorni nei quali la copertura raggiunge i valori più elevati. Il picco non viene considerato soltanto in relazione alla distanza dal livello medio della serie, ma come un possibile momento di densificazione dell'attenzione informativa: una fase nella quale eventi, dichiarazioni, decisioni o conflitti possono associarsi a un'accelerazione della produzione giornalistica e a una temporanea concentrazione dell'agenda intorno alla figura del leader.

Nel corpus Trump il massimo assoluto del semestre viene raggiunto il 2 aprile, con 1.611 articoli; seguono il 21 gennaio con 1.570, il 1° aprile con 1.516, il 30 gennaio con 1.504 e il 19 maggio con 1.492. Nel corpus Milei emerge un massimo particolarmente pronunciato: il 27 giugno vengono rilevati 2.260 articoli; seguono il 2 marzo con 1.474 articoli, il 29 aprile con 1.386, il 12 maggio con 1.384 e il 27 marzo con 1.286. Nel corpus Meloni il massimo viene invece registrato il 9 aprile, con 459 articoli; seguono il 19 giugno con 395, il 14 aprile con 377, l'11 giugno con 372 e il 9 gennaio con 369.

I massimi assoluti assumono un significato differente quando vengono rapportati ai livelli medi delle rispettive serie. Il massimo di Trump è pari a circa 1,60 volte la sua media giornaliera, quello di Milei a circa 3,02 volte e quello di Meloni a circa 3,22 volte. La distanza è rilevante: nel caso statunitense anche la giornata di massima produzione si colloca relativamente più vicino a un livello medio già molto elevato, mentre nei casi argentino e italiano i massimi rappresentano incrementi proporzionalmente più marcati rispetto alle rispettive medie giornaliere.

Tabella 4. Principali picchi giornalieri per numero di articoli

Articoli Trump	Data	Articoli Milei	Data	Articoli Meloni	Data
1.611	2 aprile	2.260	27 giugno	459	9 aprile
1.570	21 gennaio	1.474	2 marzo	395	19 giugno
1.516	1° aprile	1.386	29 aprile	377	14 aprile
1.504	30 gennaio	1.384	12 maggio	372	11 giugno
1.492	19 maggio	1.286	27 marzo	369	9 gennaio

Fonte: elaborazione dell'autore su dati Media Cloud

L'individuazione dei picchi costituisce, in questa fase, una descrizione della struttura temporale dell'attenzione e non ancora un'interpretazione delle circostanze informative alle quali essi risultano associati. Il fatto che il massimo semestrale ricada il 2 aprile per Trump, il 27 giugno per Milei e il 9 aprile per Meloni segnala una particolare intensificazione della copertura in quelle giornate, ma non permette, da solo, di individuarne le ragioni. La ricostruzione dei nuclei informativi associati a tali incrementi richiede pertanto un passaggio ulteriore, fondato sull'esame dei titoli, degli attori e dei temi ricorrenti.

6.3. Fonti e concentrazione della produzione informativa

Per misurare la dimensione della distribuzione editoriale, sono stati calcolati tre rapporti di concentrazione (*Concentration Ratio*): **CR5, CR10 e CR20**, che indicano la quota percentuale dell'intero corpus prodotta, rispettivamente, dalle cinque, dieci e venti fonti con il maggior numero di articoli. Gli indicatori sono stati elaborati dall'autore a partire dai conteggi delle fonti presenti nei dati Media Cloud, rapportando il numero di articoli attribuibile alle principali fonti al totale dei record di ciascun corpus. Il calcolo è stato effettuato sui conteggi assoluti delle fonti presenti nei dataset, così da applicare ai tre corpora un criterio omogeneo e direttamente confrontabile.

Tabella 5. Concentrazione della produzione nelle principali fonti

Indicatore	Trump	Milei	Meloni
CR5	21,93%	14,44%	32,52%
CR10	33,38%	25,20%	50,69%
CR20	51,87%	36,88%	74,99%

Fonte: elaborazione dell'autore su dati Media Cloud

Nel corpus Trump le prime cinque fonti producono il 21,93% dei record, le prime dieci il 33,38% e le prime venti il 51,87%. Nel corpus Milei le quote corrispondenti sono rispettivamente del 14,44%, del 25,20% e del 36,88%, con la distribuzione meno concentrata tra i tre casi. Nel corpus Meloni, al contrario, le prime cinque fonti producono il 32,52% dei record, le prime dieci il 50,69% e le prime venti il 74,99%, mostrando la maggiore concentrazione della produzione nelle fonti principali.

Questi indicatori devono essere interpretati entro i limiti del disegno di ricerca. Essi non misurano la concentrazione dei sistemi mediali statunitense, argentino e italiano nel loro complesso e non autorizzano quindi a dedurre, sulla loro sola base, una maggiore o minore concentrazione strutturale dei mercati nazionali dell'informazione.

Entro questi limiti, il confronto mostra che la produzione relativa a Trump presenta un livello intermedio di concentrazione, quella relativa a Milei è maggiormente distribuita tra le fonti, mentre quella relativa a Meloni presenta il grado più elevato di concentrazione nelle fonti principali.

L'analisi congiunta delle dimensioni temporale ed editoriale permette così di scomporre la nozione generale di visibilità in almeno tre proprietà: **intensità**, intesa come quota dello spazio informativo occupata dal leader; **continuità**, osservata attraverso la maggiore o minore variabilità di tale presenza nel tempo; **concentrazione**, riferita alla distribuzione della produzione informativa tra le diverse fonti.

La quantità di attenzione dedicata a un leader non dipende soltanto dal numero complessivo degli articoli pubblicati, ma anche dal modo in cui tale produzione si distribuisce tra le diverse fonti. Uno stesso volume di contenuti può infatti derivare dalla partecipazione diffusa di numerose testate oppure essere prodotto in misura rilevante da un gruppo relativamente ristretto di soggetti editoriali. Accanto alla dimensione temporale, è quindi necessario osservare la struttura editoriale dei tre corpora.

La comparazione richiede anche in questo caso una cautela preliminare. Le fonti presenti nelle collection di Media Cloud non costituiscono una riproduzione completa e perfettamente omogenea dei sistemi informativi nazionali. La collection statunitense comprende 247 record di fonte, quella argentina 1.895 e quella italiana 144. Tali valori descrivono l'universo delle fonti censite nelle rispettive collection utilizzate per la ricerca e non possono essere assunti come misura della consistenza o della pluralità dei mercati giornalistici dei tre Paesi. L'analisi riguarda pertanto esclusivamente la distribuzione della produzione relativa alle tre query all'interno dei materiali effettivamente rilevati.

Nel corpus **Donald Trump** sono presenti 189 fonti distinte. La prima per numero di record è *Reuters*, con 14.881 articoli, seguita da *The Philadelphia Inquirer* con 9.156, *Raw Story* con 5.431, *The Guardian* con 5.244 e *The Daily Beast* con 5.147. Seguono *Fox News* con

4.417 articoli, *The Seattle Times* con 4.303, *Newsweek* con 4.259, *Newsday* con 3.983 e *U.S. News & World Report* con 3.848. La presenza di testate con profili editoriali differenti mostra che la copertura di Trump attraversa una pluralità relativamente ampia di soggetti informativi, pur con un contributo particolarmente consistente delle fonti collocate ai primi posti.

Nel corpus **Javier Milei** le fonti distinte sono 635. *Página/12* registra 4.417 articoli, *La Nación* 4.216, *Perfil* 4.083, *El Intransigente* 3.432 e *Infobae* 3.432. Seguono *Urgente24* con 3.355 record, *El Destape* con 3.332, *Clarín* con 3.107, *Ámbito* con 2.623 e *Sitios Argentina* con 2.184. Rispetto al corpus Trump, il numero di fonti che contribuisce alla produzione relativa alla query è sensibilmente maggiore e i volumi delle testate principali risultano meno distanti tra loro.

Nel corpus **Giorgia Meloni** sono rilevate 78 fonti distinte. *ANSA* occupa la prima posizione con 2.290 articoli, seguita da *Il Tempo* con 1.761, *Il Giornale* con 1.607, *Il Messaggero* con 1.370 e *Libero* con 1.368. Seguono *Adnkronos* con 1.159 record, *Il Fatto Quotidiano* con 1.020, *Askanews* con 934, *la Repubblica* con 809 e *La Verità* con 769. In questo caso una quota consistente della produzione risulta concentrata nelle testate collocate ai vertici della distribuzione.

Per rendere sistematico il confronto è stato inoltre calcolato l'indice di Herfindahl-Hirschman, ottenuto sommando i quadrati delle quote attribuibili a ciascuna fonte all'interno del rispettivo corpus. Il valore è risultato pari a 211,30 punti su una scala da 0 a 10.000 per Trump, 111,51 per Milei e 308,11 per Meloni. Anche questa misura conferma l'ordinamento già evidenziato dai rapporti di concentrazione: il corpus Milei presenta la distribuzione più diffusa, quello Trump una posizione intermedia e quello Meloni la maggiore concentrazione relativa.

La differenza tra i tre casi è comunque netta. La produzione relativa a **Donald Trump** combina un numero elevato di articoli con un livello intermedio di concentrazione tra le fonti. Quella relativa a **Javier Milei** si distribuisce su un insieme più ampio di soggetti editoriali e presenta i valori di concentrazione più bassi. La produzione relativa a **Giorgia Meloni**, pur essendo quantitativamente inferiore, risulta invece maggiormente concentrata nelle fonti collocate ai primi posti della distribuzione.

L’informazione ottenuta completa quella relativa all’intensità e alla continuità della presenza osservata nei paragrafi precedenti. La visibilità non dipende infatti soltanto da quanto frequentemente un leader compare o dalla stabilità con cui tale presenza si mantiene nel tempo, ma anche dalla pluralità dei soggetti che concorrono a produrla. Volume, andamento temporale e distribuzione editoriale descrivono così dimensioni differenti della medesima geografia dell’attenzione.

Rimane tuttavia ancora da stabilire **di che cosa parlino** questi articoli e attraverso quali associazioni la figura dei tre leader venga inserita nell’agenda giornalistica. Per affrontare questa dimensione è necessario spostare l’osservazione dalle quantità e dalle fonti ai contenuti testuali. Il paragrafo successivo prende quindi in esame la struttura lessicale e tematica dei titoli dei tre corpora.

6.4. Temi, attori e struttura lessicale

Per comprendere come la visibilità venga organizzata sul piano informativo è necessario passare dall’analisi della quantità dei contenuti a quella della struttura semantica attraverso la quale Donald Trump, Javier Milei e Giorgia Meloni vengono resi giornalisticamente intelligibili. A questo scopo, l’analisi prende in esame i titoli associati ai 343.216 record che compongono i tre corpora.

Il titolo costituisce un’unità di osservazione particolarmente significativa perché non rappresenta una semplice abbreviazione del contenuto dell’articolo, ma seleziona attori e azioni, stabilisce relazioni, gerarchizza gli elementi dell’evento e propone una prima cornice attraverso la quale la notizia viene presentata. Nell’ambiente informativo piattaformizzato assume inoltre una relativa autonomia rispetto al testo integrale: è frequentemente la porzione dell’articolo visualizzata nei motori di ricerca, negli aggregatori e nelle diverse forme di indicizzazione, circolazione e condivisione delle notizie. L’analisi dei titoli consente pertanto di osservare non soltanto di che cosa si parla in relazione ai tre leader, ma anche quali soggetti, oggetti e questioni vengono sistematicamente associati alla loro presenza nello spazio informativo.

Prima della rilevazione delle ricorrenze lessicali è stata verificata la qualità dei dati. Il controllo ha evidenziato una quota non trascurabile di titoli duplicati, ma si è potuto osservare che tali duplicazioni derivano da syndication, ripubblicazione o altre forme di circolazione del medesimo contenuto e costituiscono, in quanto tali, componenti dell’effettiva presenza informativa. Per la misurazione dell’attenzione, della distribuzione temporale e della produzione delle fonti sono stati

quindi mantenuti tutti i record; nelle elaborazioni specificamente lessicali, al contrario, si è proceduto alla deduplicazione al fine di evitare che la reiterazione di formulazioni identiche che avrebbero attribuito un peso sproporzionato a un numero limitato di contenuti.

L'analisi è stata inoltre circoscritta alla componente linguisticamente dominante di ciascun corpus. Nel caso Trump l'inglese rappresenta l'89,92% dei record; nel corpus Milei lo spagnolo raggiunge il 99,97%; in quello Meloni l'italiano costituisce il 97,36%. Questa scelta ha consentito di evitare che differenze lessicali e grammaticali tra lingue differenti interferissero con il conteggio e con l'associazione dei termini.

Dopo la selezione linguistica e la normalizzazione dei titoli, ai 163.438 record in inglese del corpus Trump corrispondono **125.379 titoli distinti**; ai 135.586 record in spagnolo del corpus Milei corrispondono **113.953 titoli distinti**; ai 25.136 record in italiano del corpus Meloni corrispondono **20.675 titoli distinti**. La quota di record che ripete un titolo già presente risulta pertanto pari al 23,28% per Trump, al 15,44% per Milei e al 17,39% per Meloni.

La presenza di duplicazioni assume particolare rilievo nel corpus Milei. Il controllo dei dati ha infatti individuato casi di reiterazione eccezionalmente elevata: un titolo generico riconducibile a *El Día de La Plata* compare 1.399 volte, mentre due titoli attribuiti a *La Voz de Corrientes* ricorrono rispettivamente 705 e 685 volte.

Questi casi mostrano perché la distribuzione lessicale del corpus integrale non possa essere assunta automaticamente come rappresentazione della varietà tematica della copertura. La reiterazione rimane un dato significativo per misurare la circolazione e l'attenzione, ma deve essere controllata quando l'obiettivo diventa ricostruire la struttura del lessico.

La robustezza dell'analisi è stata verificata confrontando le distribuzioni lessicali ottenute prima e dopo la deduplicazione. Considerando le trenta parole più frequenti, una volta escluse le comuni parole grammaticali e i nomi utilizzati nelle rispettive query, ventotto termini coincidono nel corpus Trump, ventinove nel corpus Milei e ventisette nel corpus Meloni, corrispondenti rispettivamente al 93,3%, al 96,7% e al 90%.

La deduplicazione modifica quindi il peso relativo di alcune occorrenze, ma non altera sostanzialmente l'insieme delle principali ricorrenze. I nuclei lessicali più evidenti non risultano, in altri termini, prodotti esclusivamente dalla reiterazione di un numero ristretto di titoli.

I nomi corrispondenti alle query sono stati esclusi dalle elaborazioni finalizzate all'individuazione del lessico distintivo, in modo da evitare che la loro presenza necessaria nei record dominasse artificialmente le graduatorie.

La comparazione non è stata invece condotta attraverso una corrispondenza diretta tra parole inglesi, spagnole e italiane: le differenti strutture linguistiche renderebbero metodologicamente debole un confronto fondato sulle sole frequenze grezze. L'unità comparativa è costituita pertanto dai nuclei tematici e dalle relazioni empiricamente ricostruite all'interno di ciascun corpus.

Nel corpus Trump, una volta esclusi i termini *Donald* e *Trump*, tra le parole maggiormente ricorrenti figurano *Iran*, *war*, *House*, *ICE*, *White*, *oil*, *president*, *GOP*, *deal*, *Epstein*, *Democrats* e *court*. Le singole frequenze acquistano però maggiore significato quando vengono osservate attraverso le loro associazioni. Tra le combinazioni ricorrenti emergono *Iran war*, *White House*, *Supreme Court*, *Strait of Hormuz*, *oil prices*, *Iran deal*, *Epstein files* e *Middle East*.

Intorno all'Iran si forma un nucleo particolarmente consistente, nel quale convergono guerra, negoziazione, petrolio, Stretto di Hormuz e Israele. A questa dimensione internazionale si affianca quella della politica interna statunitense, caratterizzata dalla presenza delle istituzioni federali, della competizione partitica, dell'immigrazione e di specifiche controversie dell'agenda nazionale.

Nel corpus Milei emergono invece *gobierno*, *Adorni*, *Argentina*, *reforma*, *laboral*, *Kicillof* (una delle principali figure del peronismo/kirchnerismo, tra i più importanti avversari politici di Milei), *Congreso*, *ley*, *Caputo*, *inflación* e *justicia*. Le combinazioni precisano ulteriormente questa configurazione: *reforma laboral* costituisce una delle associazioni più evidenti, insieme a *Manuel Adorni*, *Casa Rosada*, *gobierno nacional*, *Patricia Bullrich*, *jefe de gabinete*, *Luis Caputo*, *Victoria Villarruel*, *Libertad Avanza* e *caso Libra*.

Le co-occorrenze collegano inoltre la riforma del lavoro al governo, al Congresso, al Senato e alla CGT. La copertura risulta così fortemente organizzata intorno all'azione dell'esecutivo, alle riforme e al conflitto politico-istituzionale che le accompagna. La frequente presenza dei nomi dei principali esponenti governativi segnala, parallelamente, una marcata personalizzazione della rappresentazione dell'attività dell'esecutivo.

Nel corpus Meloni la struttura appare meno polarizzata intorno a un unico nucleo tematico. Tra i termini maggiormente ricorrenti figurano *Italia*, *Trump*, *UE*, *referendum*, *Iran*, *USA*, *premier*, *Schlein*, *Mattarella*, *sicurezza*, *Europa*, *Vannacci* e *FdI*. Le associazioni comprendono *legge elettorale*, *referendum giustizia*, *Palazzo Chigi*, *guerra Iran*, *Italia-USA*, *campo largo*, *Milano-Cortina* e *taglio accise*.

Sul piano internazionale ricorrono relazioni tra Italia, Stati Uniti, Unione europea, Trump e Iran; sul piano interno acquistano rilievo il referendum, la giustizia, la legge elettorale e la competizione politica. La presenza di Schlein, Mattarella, Vannacci e FdI colloca inoltre Meloni all'interno di una rete relativamente articolata di attori politici e istituzionali.

Il confronto tra i tre corpora permette già di individuare configurazioni differenti: nel caso Trump assume particolare rilievo l'intreccio tra politica internazionale, conflitto politico interno e attività delle istituzioni federali; nel caso Milei prevalgono l'azione di governo, le riforme e il confronto politico-istituzionale; nel caso Meloni la copertura appare maggiormente distribuita tra politica interna, dimensione europea e relazioni internazionali.

Si tratta ancora di configurazioni aggregate: la loro presenza nell'intero semestre non consente di stabilire se i diversi nuclei siano distribuiti continuativamente nel tempo oppure concentrati in specifiche fasi di intensificazione della copertura.

Per questa ragione, la struttura lessicale è stata messa in relazione con i picchi quantitativi individuati nel paragrafo precedente. Sono stati esaminati i titoli pubblicati nelle cinque giornate caratterizzate dal maggiore numero di record per ciascun leader. L'obiettivo non è attribuire automaticamente ogni incremento della copertura a un singolo avvenimento, ma verificare se nei momenti di maggiore intensità emergano concentrazioni lessicali sufficientemente definite da individuare i nuclei informativi associati all'aumento dell'attenzione.

Nel corpus Trump, il massimo del 2 aprile, pari a 1.611 articoli, presenta una marcata concentrazione intorno all'Iran e alla guerra: *Iran* ricorre 326 volte e *war* 180. Nella stessa giornata emerge tuttavia un secondo nucleo riconducibile alla procuratrice generale Pam Bondi, il cui cognome compare 179 volte.

Il giorno precedente, 1° aprile, quando vengono rilevati 1.516 articoli, la centralità del conflitto iraniano è ancora più evidente: *Iran* compare 356 volte e *war* 210, accanto a un distinto insieme di titoli riferibili alla Corte Suprema e alla cittadinanza per nascita. I due picchi consecutivi mostrano pertanto come una fase di elevata attenzione possa essere alimentata simultaneamente da questioni internazionali e interne, senza che l'incremento complessivo possa essere ricondotto a un solo tema.

Anche gli altri massimi del corpus Trump presentano una pluralità di nuclei informativi. Il 21 gennaio, con 1.570 articoli, acquistano particolare rilievo *Greenland* e *Davos*, che ricorrono rispettivamente 238 e 177 volte. Il 30 gennaio, con 1.504 articoli, emergono la Federal Reserve e Kevin Warsh, insieme alla vicenda Epstein e all'immigrazione. Il 19 maggio, con 1.492 articoli, Iran e guerra convivono con riferimenti alle primarie repubblicane, alla Camera, al Senato e alla competizione interna al Partito repubblicano. I picchi confermano una caratteristica già osservabile nella struttura semantica complessiva: l'elevata centralità informativa di Trump si alimenta attraverso la sovrapposizione di politica internazionale, conflitto politico interno e attività delle istituzioni federali.

Il corpus Milei presenta una dinamica differente e richiede una cautela specifica. Il massimo del 27 giugno, con 2.260 articoli, sembrerebbe indicare un'eccezionale concentrazione dell'attenzione intorno a Manuel Adorni, il cui cognome compare in 2.006 record della giornata. L'esame dei titoli mostra però che una parte consistente del picco deriva dalla reiterazione di due titoli attribuiti a *La Voz de Corrientes*, presenti rispettivamente 705 e 685 volte e riferiti entrambi ad Adorni e alla sua uscita dal governo. Il tema risulta quindi effettivamente molto presente, ma l'ampiezza quantitativa del massimo è sensibilmente accresciuta dalla duplicazione. Il caso mostra concretamente perché l'intensità di un picco non possa essere interpretata senza verificare la struttura dei contenuti che lo compongono.

Gli altri massimi del corpus Milei risultano meno condizionati da fenomeni di questa entità. Il 2 marzo, con 1.474 articoli, emergono soprattutto l'apertura delle sessioni parlamentari, il discorso al

Congresso e le riforme; il 29 aprile, con 1.386, Manuel Adorni torna al centro della copertura in relazione al Congresso, alla Camera dei deputati e alle questioni riguardanti il suo patrimonio; il 12 maggio, con 1.384, prevale la mobilitazione universitaria, con una forte ricorrenza di termini riferiti alla marcia, alle università, al finanziamento e all'istruzione pubblica. Il 27 marzo, infine, con 1.286 articoli, il nucleo prevalente riguarda YPF e il relativo contenzioso giudiziario, associato nei titoli alla giustizia, al governo e ad Axel Kicillof, governatore della Provincia di Buenos Aires e tra i principali esponenti dell'opposizione peronista a Milei. La distribuzione temporale conferma pertanto la centralità dell'azione governativa e del conflitto politico-istituzionale, mostrando al tempo stesso come questa configurazione generale venga attivata da questioni differenti nel corso del semestre.

Nel corpus Meloni, caratterizzato da volumi inferiori e da una maggiore variabilità relativa, i principali picchi presentano una struttura generalmente più composita. Il massimo del 9 aprile, con 459 articoli, non mostra un unico argomento capace di assorbire la maggioranza della copertura. Ricorrono invece Schlein, governo, Iran, Camera, rimpasto, Conte, dimissioni e referendum. L'esame dei titoli evidenzia quindi la compresenza di politica interna, rapporti tra maggioranza e opposizione e questioni internazionali: il massimo giornaliero del semestre deriva dalla sovrapposizione di più nuclei informativi anziché dalla prevalenza assoluta di un solo tema.

Negli altri principali picchi del corpus Meloni la composizione rimane prevalentemente pluritematica, sebbene in alcune giornate emerga una concentrazione più definita. Il 19 giugno, con 395 articoli, il termine *Trump* compare 263 volte e una parte rilevante dei titoli si concentra sulle dichiarazioni del presidente statunitense riguardanti Meloni e sulle relative reazioni. Il 14 aprile, con 377 articoli, Trump rimane fortemente presente, insieme a Israele, Iran, difesa e questioni di politica interna; l'11 giugno, con 372, la distribuzione comprende Ucraina, guerra e conflitto parlamentare; il 9 gennaio, con 369, compaiono invece governo, sicurezza, Mercosur, Groenlandia, Venezuela, Russia e Trump. Nei massimi italiani la crescita dell'attenzione tende dunque più frequentemente a derivare dalla compresenza di questioni differenti che dalla concentrazione della giornata intorno a un unico nucleo.

L'incrocio tra andamento temporale e struttura lessicale consente a questo punto di precisare la differenza tra i tre corpora. Nel caso Trump, l'elevata continuità della copertura si accompagna a picchi nei quali temi internazionali e interni possono raggiungere simultaneamente una forte salienza. Nel caso Milei, le accelerazioni risultano più frequentemente associate a specifiche

questioni dell'agenda politico-istituzionale —governo, riforme, Congresso, università, YPF— sebbene il massimo del 27 giugno mostri quanto sia necessario controllare l'incidenza delle duplicazioni prima di attribuire significato all'ampiezza quantitativa di un picco. Nel caso Meloni, infine, i massimi giornalieri presentano più spesso una configurazione pluritematica, nella quale politica interna, relazioni internazionali e confronto con altri attori politici tendono a sovrapporsi.

I risultati mostrano pertanto che l'eccesso informativo non assume una forma uniforme nei tre casi. Nel corpus Trump esso si manifesta soprattutto attraverso una presenza elevata e relativamente continua, capace di attraversare simultaneamente più aree dell'agenda; nel corpus Milei combina un livello elevato di attenzione con accelerazioni più pronunciate e spesso associate a specifiche questioni politico-istituzionali; nel corpus Meloni corrisponde invece a una presenza quantitativamente più contenuta e relativamente più variabile, nella quale diversi nuclei informativi tendono più frequentemente a convergere nelle stesse fasi di intensificazione. Si tratta di configurazioni della **visibilità giornalistica**, non ancora di differenti forme di credibilità: i dati consentono di descrivere come l'attenzione venga prodotta e organizzata, ma non autorizzano, da soli, a inferire gli effetti che tale visibilità produce sulla rappresentazione del leader o sui pubblici.

6.5. Dall'analisi quantitativa alla selezione qualitativa

La dimensione dei corpora e il peso relativo assunto dai tre leader nelle rispettive collection hanno fornito una prima misura della visibilità; l'andamento giornaliero e mensile ne ha evidenziato continuità e variazioni; l'analisi dei picchi ha individuato i momenti di maggiore intensificazione; la distribuzione tra le fonti ha permesso di valutarne il grado di concentrazione editoriale; infine, l'esame lessicale dei titoli ha fatto emergere gli attori, le associazioni e i nuclei tematici attraverso i quali la copertura si organizza. Il passaggio all'analisi qualitativa muove da questi risultati e risponde alla necessità di osservare più da vicino le forme concrete della rappresentazione giornalistica.

La selezione dei testi non può essere effettuata sulla base di un solo indicatore. Il numero di articoli pubblicati in una giornata non costituisce, da solo, un criterio sufficiente: un picco può corrispondere alla forte concentrazione della copertura intorno a una questione, alla convergenza simultanea di più temi oppure essere amplificato dalla reiterazione dello stesso contenuto. Allo stesso modo, la frequenza di una parola o di un'associazione lessicale non è sufficiente a determinare la rilevanza qualitativa di un articolo. Le misure quantitative consentono di individuare

zone di particolare densità informativa, ma la costruzione del sotto-corpus qualitativo richiede che tali indicazioni vengano considerate congiuntamente.

La selezione viene pertanto effettuata sulla base di: **i) l'intensità dell'attenzione**, che consente di individuare i momenti nei quali la copertura raggiunge livelli particolarmente elevati rispetto all'andamento complessivo del rispettivo corpus; **ii) la consistenza tematica**, attraverso la quale vengono riconosciuti i principali nuclei informativi a partire dalle ricorrenze lessicali, dalle associazioni tra termini e dall'esame dei titoli; **iii) la pluralità delle fonti**, volta a evitare che una determinata configurazione informativa sia ricostruita prevalentemente attraverso la produzione di una singola testata o risulti condizionata dalla ripubblicazione dello stesso contenuto; **iv) la rilevanza comparativa**, che privilegia testi nei quali siano osservabili dimensioni analitiche comuni ai tre casi, preservando al contempo le specificità dei rispettivi contesti nazionali e informativi; **v) il bilanciamento temporale**, che prevede la selezione di due articoli per ciascun mese del semestre, garantendo una copertura uniforme dell'intero periodo di osservazione ed evitando che l'analisi qualitativa risulti eccessivamente condizionata dai mesi caratterizzati dai maggiori picchi di produzione informativa. Quest'ultimo criterio interviene sulla distribuzione temporale dei testi, mentre i precedenti ne orientano la selezione all'interno di ciascun segmento mensile.

L'applicazione di questi criteri non comporta una selezione meccanica dei primi articoli presenti nelle giornate di maggiore intensità, né l'inclusione automatica dei contenuti nei quali ricorrono più frequentemente determinate parole. I risultati quantitativi svolgono piuttosto una funzione di orientamento e delimitazione: individuano le aree del corpus nelle quali la successiva osservazione qualitativa può essere condotta sulla base di evidenze emerse dai dati anziché di una scelta preliminare del ricercatore. In questo modo, il percorso procede dalla struttura generale della copertura verso i singoli testi, riducendo il rischio di selezionare esclusivamente articoli funzionali a interpretazioni formulate in anticipo.

Particolare attenzione viene riservata alla presenza di duplicazioni. Come emerso dall'analisi lessicale, la reiterazione dello stesso titolo può accrescere sensibilmente il peso quantitativo di un contenuto senza corrispondere a un'analoga pluralità della produzione giornalistica. Ai fini della selezione qualitativa, titoli identici o sostanzialmente coincidenti non vengono quindi considerati come altrettante unità analiticamente autonome quando rinviano alla medesima formulazione informativa. La loro reiterazione rimane significativa come dato relativo alla circolazione e alla

visibilità, ma non determina automaticamente una moltiplicazione dei testi sottoposti all'analisi approfondita.

La pluralità delle fonti assume una funzione analoga. I rapporti di concentrazione già osservati mostrano che la produzione dei tre corpora è distribuita in maniera differente tra le testate. La selezione qualitativa deve tenerne conto senza trasformare tale distribuzione in una quota rigida da riprodurre nel sotto-corpus. L'obiettivo non consiste nel costruire un campione statisticamente rappresentativo, ma nell'evitare che le configurazioni analizzate riflettano in maniera sproporzionata le pratiche o le scelte editoriali di un unico soggetto. A parità di rilevanza tematica, la presenza di fonti differenti permette inoltre di osservare se uno stesso leader o uno stesso nucleo informativo venga costruito attraverso formulazioni convergenti oppure attraverso modalità differenti di categorizzazione e attribuzione.

Anche la comparabilità tra Donald Trump, Javier Milei e Giorgia Meloni non viene ricercata attraverso una perfetta simmetria numerica o tematica. I tre corpora presentano dimensioni, distribuzioni temporali, concentrazioni editoriali e strutture lessicali differenti; imporre loro una corrispondenza artificiale significherebbe cancellare proprio una parte delle differenze che la ricerca intende osservare. La comparazione viene invece costruita attraverso l'applicazione degli stessi principi di selezione e l'individuazione di dimensioni analitiche che possano essere interrogate in tutti e tre i casi. L'equilibrio comparativo deriva quindi dall'omogeneità del procedimento, non dalla necessaria identità dei materiali selezionati.

Il sotto-corpus qualitativo non persegue, di conseguenza, una rappresentatività statistica dei 343.216 record originari. La sua funzione è differente: individuare un insieme circoscritto di testi empiricamente motivato e sufficientemente articolato da consentire l'osservazione delle operazioni attraverso le quali la presenza del leader viene trasformata in una rappresentazione giornalistica. L'unità di analisi non è più soltanto l'occorrenza nominale o il titolo, ma l'articolo nella sua organizzazione testuale e, quando presenti e analiticamente rilevanti, nelle componenti visuali e paratestuali che concorrono alla costruzione del significato.

Il passaggio al testo integrale consente così di interrogare aspetti che la rilevazione quantitativa non può cogliere autonomamente. Diventano osservabili le categorie attraverso le quali il leader viene definito, le azioni e le responsabilità che gli vengono attribuite, gli attori ai quali viene contrapposto o associato, le citazioni selezionate, le relazioni tra titolo e sviluppo dell'articolo e le forme

attraverso le quali eventi e conflitti vengono organizzati narrativamente. L'analisi può inoltre considerare, quando pertinente, gli elementi semiotici che partecipano alla costruzione della figura pubblica del leader, mantenendo tuttavia distinta l'osservazione delle risorse presenti nei testi dalle eventuali conseguenze della loro ricezione.

Quest'ultima distinzione è particolarmente importante per affrontare il rapporto tra visibilità e credibilità. La quantità di attenzione rilevata nei corpora non può essere interpretata come una misura della credibilità del leader, né la presenza di determinate configurazioni giornalistiche consente di inferire direttamente il modo in cui esse vengono recepite dai pubblici. La credibilità viene invece osservata sul piano delle risorse informative attraverso le quali può essere prodotta, negoziata o contestata: attribuzioni di competenza o incompetenza, responsabilità e agency, legittimazione e delegittimazione, conferma o messa in discussione delle dichiarazioni, relazioni con istituzioni, alleati e oppositori. L'oggetto dell'analisi rimane quindi la costruzione giornalistica delle condizioni di intelligibilità della leadership, non la misurazione degli effetti cognitivi o valutativi sui destinatari.

La procedura adottata stabilisce così una continuità metodologica tra le due fasi della ricerca. L'analisi quantitativa individua la struttura della visibilità e le sue principali configurazioni; l'analisi qualitativa ne esamina le forme testuali e semiotiche. La seconda non viene utilizzata per illustrare selettivamente risultati già stabiliti dalla prima, ma per interrogare a un diverso livello materiali individuati attraverso criteri espliciti. In questo senso, la relazione tra le due fasi non è semplicemente sequenziale: la mappatura quantitativa delimita il campo dell'osservazione qualitativa, mentre quest'ultima permette di comprendere processi di costruzione del significato che i conteggi, le distribuzioni e le ricorrenze lessicali possono segnalare, ma non spiegare autonomamente.

Su queste basi vengono sviluppati i tre studi di caso. L'analisi procede separatamente, mantenendo la specificità dei rispettivi contesti informativi e applicando la medesima logica di selezione e osservazione. Il primo caso è dedicato a **Donald Trump**, il secondo a **Javier Milei** e il terzo a **Giorgia Meloni**. Solo successivamente i risultati vengono ricondotti a un livello comparativo, allo scopo di verificare quali configurazioni risultino specifiche di ciascun caso e quali, invece, permettano di individuare elementi comuni nella costruzione giornalistica della leadership nell'ambiente informativo contemporaneo.

CAPITOLO VII

DONALD TRUMP

7.1. Dalla centralità informativa alla costruzione della leadership

Il corpus relativo a Donald Trump presenta la maggiore intensità di attenzione tra i tre casi esaminati e, al tempo stesso, la minore variabilità relativa nel corso del semestre. Questa combinazione costituisce il punto di partenza dell'analisi qualitativa.

La presenza del leader nell'informazione non appare infatti limitata a singole fasi di eccezionale esposizione, ma attraversa con continuità l'intero periodo osservato. Il problema analitico non consiste più, pertanto, nello stabilire quanto Trump sia presente nei flussi giornalistici, ma nel comprendere attraverso quali operazioni questa presenza venga trasformata in una rappresentazione riconoscibile della sua leadership.

I risultati del capitolo precedente hanno mostrato che tale presenza si distribuisce tra ambiti differenti. Politica internazionale, istituzioni federali, immigrazione, competizione partitica, controversie giudiziarie e conflitti politici concorrono alla composizione del corpus.

La figura di Trump tende così a comparire in relazione a questioni che non appartengono a un unico settore dell'agenda. Questa estensione tematica rende particolarmente rilevante verificare se, passando dai titoli agli articoli, la pluralità degli argomenti corrisponda anche a differenti modalità di rappresentazione del leader oppure se, al contrario, emergano forme ricorrenti attraverso le quali eventi diversi vengono ricondotti alla sua azione.

La questione riguarda innanzitutto l'attribuzione dell'*agency*. Un leader può essere rappresentato come soggetto che decide, annuncia, ordina, negozia, minaccia o reagisce o può invece comparire come destinatario dell'azione altrui, oggetto di contestazioni, vincoli istituzionali o valutazioni formulate da altri attori.

Questa distinzione non coincide necessariamente con una rappresentazione positiva o negativa. Ciò che interessa è la posizione assegnata al leader nella costruzione giornalistica dell'evento e il grado in cui la sua figura viene utilizzata per organizzare narrativamente azioni e relazioni che coinvolgono una pluralità di soggetti.

L’analisi considera quindi, in primo luogo, **chi agisce** all’interno del testo e quale ruolo viene attribuito a Trump. Particolare attenzione viene riservata ai verbi associati al leader, alle decisioni che gli vengono ricondotte, alle dichiarazioni riportate direttamente o indirettamente e alle conseguenze che il racconto giornalistico collega alle sue iniziative.

Non si tratta di ricavare automaticamente dai singoli elementi grammaticali un giudizio sulla leadership, ma di osservare come la ripetizione di determinate forme di attribuzione contribuisca a rendere intelligibile la posizione del soggetto politico rispetto agli eventi narrati.

Un secondo livello riguarda le **categorie** attraverso le quali Trump viene reso riconoscibile. La categorizzazione non coincide con la semplice indicazione della carica istituzionale. Espressioni, qualificazioni, riferimenti biografici e associazioni con specifici campi d’azione possono attivare differenti aspettative rispetto al soggetto descritto.

Definire un attore come presidente, leader politico, negoziatore, alleato, avversario o protagonista di una controversia significa collocarlo entro insiemi differenti di relazioni e rendere pertinenti specifiche caratteristiche della sua condotta. L’interesse riguarda pertanto il lavoro compiuto dal testo nel selezionare, tra le molte possibili, le identità rilevanti per la comprensione della notizia.

A questo livello si collega la presenza degli **altri attori**. La leadership giornalisticamente rappresentata non viene costruita in isolamento: assume significato attraverso rapporti con istituzioni, governi stranieri, membri dell’amministrazione, esponenti del Congresso, avversari politici, autorità giudiziarie e soggetti collettivi.

Individuare chi viene collocato accanto o in opposizione a Trump consente di osservare le relazioni entro le quali la sua capacità di azione viene confermata, limitata, negoziata o contestata. La configurazione della leadership emerge quindi anche dalla struttura relazionale del racconto.

Un ulteriore elemento è costituito dalla **voce**. La presenza quantitativa di Trump nei titoli non permette di stabilire quanto spazio venga attribuito alle sue stesse definizioni degli eventi all’interno degli articoli. Le citazioni dirette, il discorso indiretto, i riferimenti alle dichiarazioni pubbliche e le successive contestualizzazioni giornalistiche assumono perciò particolare rilievo.

Una dichiarazione può essere riportata senza ulteriori qualificazioni, accompagnata da elementi di verifica, contrapposta alle affermazioni di altri soggetti oppure inserita in una sequenza che ne modifica la rilevanza interpretativa. Il punto non è stabilire astrattamente se la fonte venga accolta o respinta, ma ricostruire le procedure attraverso le quali la sua versione degli eventi entra nel testo giornalistico.

È in questa relazione che la credibilità diventa empiricamente osservabile senza essere trasformata in una caratteristica psicologica del leader. Essa non viene misurata attraverso la frequenza delle valutazioni positive o negative, né identificata con la quantità di spazio ricevuto.

Viene invece ricercata nelle modalità attraverso le quali le affermazioni vengono presentate come attendibili, controverse, verificabili, smentite o bisognose di contestualizzazione; nelle attribuzioni di competenza e responsabilità; nel ricorso a fonti che confermano o contestano determinate ricostruzioni; nella possibilità concessa al leader di definire la situazione entro cui gli altri attori vengono successivamente collocati.

Questa impostazione permette inoltre di evitare una sovrapposizione tra **visibilità** e **centralità narrativa**. Un articolo può menzionare ripetutamente Trump senza attribuirgli il controllo dell'evento, così come può costruire l'intera vicenda intorno a una sua decisione pur ricorrendo relativamente poche volte al suo nome. Il passaggio dal conteggio all'analisi del testo consente precisamente di distinguere questi due livelli. La domanda diventa quindi non soltanto quanto il leader sia presente, ma quale funzione assuma la sua presenza nell'organizzazione della notizia.

Il caso Trump offre da questo punto di vista un terreno particolarmente significativo. La continuità dell'attenzione osservata nel semestre implica che la sua figura attraversi sequenze informative molto differenti: crisi internazionali, decisioni dell'esecutivo, rapporti con il Congresso, controversie giudiziarie, immigrazione e competizione politica.

La comparsa dello stesso soggetto in contesti tanto diversi rende possibile verificare se esistano modalità relativamente stabili di costruzione della leadership oppure se la rappresentazione cambi sensibilmente in funzione dell'arena nella quale il leader viene collocato.

L’analisi qualitativa non assume in anticipo l’esistenza di un unico modello. Le categorie interpretative vengono ricostruite attraverso il confronto tra i testi selezionati secondo i criteri definiti nel paragrafo 6.5. L’obiettivo è individuare ricorrenze e differenze nelle modalità di attribuzione dell’azione, nella categorizzazione del leader, nella configurazione degli altri attori, nell’uso delle dichiarazioni e nelle procedure attraverso le quali determinate affermazioni acquistano o perdono forza all’interno del racconto giornalistico.

Il punto di partenza sarà costituito dalle aree informative emerse con maggiore evidenza nella mappatura del corpus, mantenendo distinto ciò che deriva dalla frequenza aggregata da ciò che può essere sostenuto attraverso l’esame dei singoli articoli. Questa distinzione è essenziale: i dati quantitativi hanno individuato le zone nelle quali osservare, ma è soltanto l’analisi testuale a consentire di stabilire **come Trump venga costruito al loro interno**.

7.2. Agency, conflitto e negoziazione della credibilità

Il sotto-corpus qualitativo consente di spostare l’analisi dalla quantità della presenza informativa alle forme attraverso le quali la leadership di Donald Trump viene costruita nel discorso giornalistico. I dodici articoli selezionati, due per ciascun mese del semestre e provenienti da altrettante fonti nazionali differenti, non costituiscono una riproduzione in scala del corpus complessivo, ma un insieme analitico temporalmente bilanciato attraverso il quale osservare configurazioni diverse della leadership.

La varietà delle testate e dei temi permette inoltre di verificare se, al mutare degli eventi e delle condizioni narrative, emergano regolarità nella posizione attribuita al leader, nelle modalità con cui ne viene rappresentata l’azione e nelle procedure attraverso le quali le sue affermazioni vengono riportate, contestualizzate o contestate.

Un primo elemento emerge già dai due casi di gennaio. L’articolo della ***CNBC*** del 3 gennaio colloca Trump al centro di un evento internazionale di eccezionale rilevanza: la cattura di Nicolás Maduro e la prospettiva di un coinvolgimento diretto degli Stati Uniti nella transizione venezuelana. La formulazione attribuita al presidente, secondo cui gli Stati Uniti avrebbero temporaneamente gestito il Venezuela fino a una transizione ritenuta sicura e appropriata, costruisce una forma

particolarmente estesa di agency. Non si tratta soltanto della capacità di prendere una decisione interna o di orientare un settore dell'amministrazione, ma della rivendicazione di una capacità statunitense, personificata dalla voce presidenziale, di determinare le condizioni politiche successive a un intervento militare. La leadership viene così resa visibile attraverso un rapporto diretto tra parola del presidente e definizione del corso degli eventi.

Il secondo articolo di gennaio, pubblicato da ***USA Today*** il 30 gennaio, trasferisce questa capacità d'intervento all'interno del sistema istituzionale statunitense attraverso la scelta di Kevin Warsh per la presidenza della Federal Reserve. Il caso è significativo perché la nomina non viene presentata nel vuoto, ma si colloca sullo sfondo delle pressioni esercitate da Trump sulla politica monetaria e del problema dell'indipendenza della banca centrale. La stessa ricostruzione giornalistica ricorda il conflitto relativo alla governatrice Lisa Cook e il suo approdo alla Corte Suprema. La capacità di nomina presidenziale convive pertanto con l'esistenza di istituzioni dotate di proprie procedure e margini di autonomia. Ne deriva una prima distinzione: l'elevata agency attribuita al leader non implica necessariamente la possibilità di determinarne unilateralmente gli esiti.

Febbraio introduce una configurazione diversa, nella quale la leadership diventa osservabile soprattutto attraverso le conseguenze delle politiche presidenziali e la loro relazione con gruppi sociali specifici. Il servizio di ***PBS News*** del 3 febbraio sulla comunità haitiana di Springfield, in Ohio, parte dal tentativo dell'amministrazione di porre fine al *Temporary Protected Status* e dal suo temporaneo blocco giudiziario. Il racconto sposta però progressivamente l'attenzione dalla decisione amministrativa alle persone che ne subiscono l'incertezza: residenti haitiani, esponenti religiosi, attivisti, amministratori locali e cittadini diventano fonti attraverso le quali vengono rappresentate le possibili conseguenze dell'azione governativa.

PBS ricorda inoltre esplicitamente la precedente trasformazione di Springfield in un caso politico nazionale durante la campagna del 2024 e ripropone la dichiarazione di Trump secondo cui gli immigrati haitiani avrebbero mangiato cani e gatti, qualificando quella vicenda come un focolaio di disinformazione. Il caso assume perciò una rilevanza che supera la singola controversia migratoria. Una categorizzazione prodotta durante la competizione elettorale precedente viene riattivata all'interno di una nuova situazione politica e istituzionale.

La persistenza informativa non dipende dalla semplice ripetizione della dichiarazione originaria, ma dalla possibilità di collegarla retrospettivamente alle persone e al territorio che ne erano stati oggetto. Il giornalismo ricostruisce così una continuità tra discorso politico, categorizzazione di un gruppo, memoria informativa e conseguenze di una politica pubblica. È un esempio particolarmente chiaro di come la visibilità accumulata nel tempo possa sedimentare risorse interpretative che rimangono disponibili anche quando cambia l'evento che riporta il soggetto nell'agenda delle notizie.

Il secondo caso di febbraio osserva invece il movimento opposto: non le conseguenze di una politica sui soggetti interessati, ma il tentativo dell'amministrazione di prolungare e amplificare la definizione presidenziale della propria azione. Dopo lo *State of the Union Address,* l'articolo distribuito da Associated Press e presente nel corpus attraverso ***Newsday*** del 25 febbraio descrive l'avvio di una strategia volta a promuovere i temi del discorso in vista delle elezioni di metà mandato. La comunicazione presidenziale non si esaurisce quindi nell'evento istituzionale: viene estesa attraverso viaggi, interventi dei membri dell'amministrazione e ulteriori occasioni di esposizione mediatica. La leadership appare in questo caso come centro di una produzione comunicativa organizzata che tenta di trasformare il discorso presidenziale in una cornice interpretativa più durevole.

Marzo modifica nuovamente la posizione dalla quale Trump viene osservato. L'analisi di ***Newsweek*** del 28 marzo introduce un elemento ancora differente: la costruzione della leadership attraverso la sua **contestazione pubblica**. *Newsweek* concentra l'attenzione su una mobilitazione *No Kings* particolarmente significativa perché verificatasi in un territorio caratterizzato da un forte precedente sostegno elettorale a Trump.

La notiziabilità deriva quindi non soltanto dalle dimensioni della protesta, ma dalla relazione tra protesta e geografia politica: l'opposizione acquista un significato ulteriore quando emerge all'interno di uno spazio categorizzato come roccaforte del presidente.

La mobilitazione *No Kings* faceva parte di proteste nazionali rivolte contro Trump e le politiche della sua amministrazione. La leadership viene così costruita anche attraverso coloro che la rifiutano. Questo aspetto è rilevante perché mostra come la centralità informativa non dipenda esclusivamente dalla capacità del leader di produrre messaggi o azioni. Anche oppositori, manifestanti e contropubblici contribuiscono alla riproduzione

della sua presenza. La contestazione non sottrae necessariamente Trump dal centro del racconto: può, al contrario, confermarne la posizione come referente rispetto al quale vengono definite identità politiche contrapposte.

Nel secondo articolo di marzo, quello della ***CNN*** del 30 marzo, la guerra con l'Iran viene rappresentata come giunta a un passaggio critico. Il conflitto, iniziato da un mese, viene associato alla possibilità di un'ulteriore escalation e all'eventuale impiego di forze terrestri, mentre le affermazioni presidenziali sull'esistenza di contatti produttivi con Teheran vengono confrontate con l'assenza di segnali evidenti di una soluzione imminente. In questa configurazione Trump rimane il riferimento principale attraverso il quale la guerra viene narrata, ma la sua definizione della situazione non coincide con quella proposta dall'articolo. La centralità della voce presidenziale convive con la possibilità giornalistica di sottoporla a contestualizzazione e problematizzazione.

Aprile consente di osservare con particolare precisione il rapporto tra personalizzazione della leadership e istituzioni. Nell'articolo di ***Fox News*** del 1° aprile, la presenza personale di Trump alle argomentazioni della Corte Suprema sulla cittadinanza per nascita viene qualificata come storica, poiché nessun presidente in carica aveva precedentemente assistito a un'udienza della Corte. La scelta viene interpretata come indicativa dell'importanza attribuita dal presidente alla questione. L'articolo concede inoltre ampio spazio alla sua interpretazione del XIV emendamento e alla giustificazione dell'ordine esecutivo con cui intende restringere l'automatismo della cittadinanza.

La presenza fisica del leader assume in questo caso una funzione comunicativa autonoma. Trump non esercita alcun potere decisionale sulla Corte durante l'udienza, ma occupa simbolicamente lo spazio nel quale viene valutata la legittimità di una sua iniziativa. **Agency e visibilità si separano**: l'esito appartiene all'istituzione giudiziaria, mentre la presenza presidenziale accresce la personalizzazione del conflitto. Il caso mostra quindi come la leadership possa essere costruita non soltanto attraverso ciò che il leader decide, ma anche attraverso la capacità di rendersi fisicamente e simbolicamente presente nei luoghi nei quali la propria azione viene sottoposta a controllo.

Il secondo articolo di aprile propone invece una narrazione contraria. Il ***Los Angeles Times*** del 2 aprile osserva infatti una configurazione quasi opposta. A un anno dal cosiddetto *Liberation*

Day, l'articolo sottopone a verifica retrospettiva le promesse associate alla politica tariffaria. La narrazione presidenziale di una rinascita economica e industriale viene confrontata con entrate fiscali, andamento del debito, effetti sui consumatori, occupazione manifatturiera, instabilità delle catene di approvvigionamento, decisioni della Corte Suprema e valutazioni di economisti ed esperti. L'articolo sottolinea inoltre che l'amministrazione ha cercato nuove basi giuridiche per continuare a utilizzare i dazi dopo che la Corte aveva limitato uno degli strumenti precedentemente impiegati.

Questo caso è particolarmente importante per distinguere **visibilità e credibilità**. La promessa politica costituisce il punto di partenza della verifica giornalistica, non il suo risultato. Il testo mette in relazione quanto era stato annunciato con indicatori, conseguenze e fonti indipendenti, trasformando la distanza tra promessa e risultato in oggetto della notizia. La credibilità appare così come una relazione sottoposta a controllo attraverso il tempo: una dichiarazione acquista una storia e può essere successivamente confrontata con gli esiti osservabili.

Maggio permette di spostare l'attenzione direttamente sui pubblici. L'articolo pubblicato dal ***New York Times*** il 25 maggio sposta lo sguardo all'interno dell'esecutivo. L'analisi quantitativa delle riunioni del gabinetto individua una presenza ricorrente di formule di elogio rivolte al presidente e di attacchi ai suoi oppositori, descrivendo una trasformazione della funzione comunicativa delle riunioni stesse. Il dato è rilevante perché la centralità di Trump non viene qui costruita principalmente dalla sua parola, ma dalle modalità attraverso le quali **gli altri parlano a lui e di lui**.

La personalizzazione assume pertanto una dimensione relazionale. Il leader occupa il centro simbolico del gruppo anche quando non è il soggetto di ogni enunciato: sono le pratiche comunicative degli altri attori a riprodurne la centralità. L'elogio, la deferenza e la categorizzazione negativa degli avversari concorrono a organizzare un ambiente discorsivo nel quale la posizione del presidente viene continuamente riaffermata. Rispetto alla rappresentazione del leader come semplice decisore, emerge così una dimensione ulteriore: la leadership come **ordine relazionale**, riconoscibile nelle modalità con cui gli attori che circondano il presidente organizzano pubblicamente il proprio discorso.

Il secondo articolo di maggio, quello della ***CBS News*** del 27 maggio, esamina l'evoluzione dell'elettorato latino sulla base di un sondaggio nazionale condotto su 3.000 elettori registrati. La

rappresentazione è significativamente più complessa di una semplice perdita di consenso: una parte degli elettori latini che aveva sostenuto Trump nel 2024 dichiara di non voler ripetere quella scelta, ma ciò non determina automaticamente uno spostamento equivalente verso i democratici. Il costo della vita, l'inflazione, l'immigrazione, l'occupazione e la guerra con l'Iran compaiono come dimensioni attraverso le quali vengono articolati giudizi e priorità.

Il "pubblico latino" non emerge quindi come aggregato omogeneo né come destinatario passivo della comunicazione politica. Viene costruito giornalisticamente attraverso segmentazioni, orientamenti, motivazioni e trasformazioni temporali. È significativo che il rapporto con Trump sia ricondotto contemporaneamente a questioni economiche, politiche migratorie e decisioni internazionali. La leadership diventa qui osservabile dal lato della relazione con i pubblici: non soltanto ciò che il leader fa o afferma, ma il modo in cui categorie di elettori vengono rappresentate mentre rivalutano il rapporto precedentemente stabilito con lui.

I due casi di giugno chiudono il semestre mostrando due configurazioni quasi speculari. ***Forbes*** nell'articolo pubblicato il 23 giugno ricostruisce il voto con cui il Congresso tenta di impedire la prosecuzione della guerra con l'Iran senza autorizzazione parlamentare. La misura ottiene anche sostegno repubblicano e viene presentata come una significativa reazione bipartisan al conflitto, pur lasciando aperto il problema della sua effettiva capacità di vincolare il presidente. La leadership rimane dunque elevata in termini di agency, ma viene collocata all'interno di una competizione esplicita sulla legittimità e sui confini costituzionali dell'azione presidenziale.

L'articolo ***NBC News*** del 26 giugno ribalta la prospettiva istituzionale. La decisione della Corte Suprema apre la strada alla cessazione delle protezioni temporanee per haitiani e siriani, e il racconto si concentra sulle conseguenze vissute dai destinatari della decisione. I titolari di TPS descrivono paura della deportazione, perdita del lavoro e incertezza sul futuro; tra le fonti compare anche Viles Dorsainvil, esponente della comunità haitiana di Springfield, la stessa città osservata nel testo PBS di febbraio. La ricostruzione richiama inoltre le accuse prive di fondamento rivolte nel 2024 da Trump alla comunità haitiana locale.

La coppia febbraio-giugno produce così una sequenza particolarmente significativa. A febbraio una decisione dell'amministrazione viene temporaneamente bloccata e la comunità vive nell'incertezza; a giugno l'intervento della Corte modifica le condizioni istituzionali e rende più concreta la

possibilità di perdere la protezione. Nel frattempo, la precedente categorizzazione degli haitiani di Springfield continua a costituire un riferimento attraverso il quale la loro posizione viene resa giornalisticamente intelligibile. La leadership viene pertanto osservata anche attraverso gli effetti che le decisioni attribuite all'amministrazione producono sui soggetti categorizzati come destinatari delle politiche.

Considerati congiuntamente, i dodici casi mostrano una regolarità che non coincide con una semplice rappresentazione positiva o negativa di Trump. Il presidente occupa posizioni differenti: decisore, comandante, negoziatore, fonte di dichiarazioni, promotore di politiche, oggetto di protesta, destinatario di deferenza, soggetto sottoposto al controllo delle corti e del Congresso, riferimento rispetto al quale gruppi elettorali ridefiniscono il proprio orientamento.

Ciò che permane al mutare di queste configurazioni è soprattutto la **centralità relazionale** della leadership: Trump continua a costituire il punto rispetto al quale vengono organizzate azioni, reazioni, adesioni, opposizioni, aspettative e conseguenze.

Questa centralità non deve essere confusa con il dominio. I testi contengono infatti numerosi limiti all'azione presidenziale: decisioni giudiziarie, prerogative del Congresso, resistenze sociali, risultati economici sottoposti a verifica, perdita di consenso e opposizione pubblica. Tuttavia, proprio la necessità degli altri attori di reagire, delimitare, contestare o valutare l'azione presidenziale può contribuire a mantenerne elevata la centralità informativa. Il limite non rappresenta necessariamente l'opposto della visibilità: può diventarne uno dei meccanismi di riproduzione.

Da questa prospettiva emerge una prima configurazione interpretativa: *centralità → agency → reazione → conflitto/vincolo → persistenza della centralità.*

La sequenza non deve essere intesa come un processo rigidamente lineare né come uno schema presente integralmente in ogni articolo. Rappresenta piuttosto una regolarità trasversale: l'azione attribuita a Trump genera risposte istituzionali, sociali o giornalistiche che, anche quando ne limitano il potere o ne contestano le affermazioni, continuano a organizzare l'informazione in relazione alla sua figura. È in questo punto che il rapporto tra eccesso e credibilità assume una forma empiricamente più precisa.

L'**eccesso** non consiste soltanto nell'elevato volume di articoli rilevato quantitativamente, ma nella capacità della leadership di attraversare domini informativi differenti e di continuare a funzionare come principio di organizzazione della notizia. Venezuela, Federal Reserve, immigrazione, Springfield, Iran, proteste, cittadinanza, dazi, elettorato latino e rapporti interni al gabinetto sono eventi eterogenei; la loro convergenza nel medesimo spazio di attenzione contribuisce tuttavia a produrre una presenza politica continuamente rinnovata.

La **credibilità** opera su un piano diverso. I dodici testi mostrano che l'elevata visibilità non comporta automaticamente la convalida delle definizioni proposte dal leader. Le testate possono attribuire esplicitamente le dichiarazioni a Trump, confrontarle con dati, richiamare precedenti, introdurre fonti concorrenti, osservare le reazioni dei pubblici o mostrare gli effetti delle decisioni sui soggetti interessati. La mediazione giornalistica può dunque amplificare la presenza del leader e, nello stesso momento, sottoporne le affermazioni a verifica, contestualizzazione o contestazione.

La costruzione giornalistica della leadership di Trump appare pertanto fondata su una tensione: **l'eccesso di centralità accresce le occasioni nelle quali il leader può definire gli eventi, ma accresce contemporaneamente le occasioni nelle quali quelle definizioni vengono confrontate con istituzioni, dati, conseguenze e pubblici**.

Visibilità e credibilità risultano così correlate senza essere sovrapponibili. La prima rende la leadership continuamente disponibile nello spazio informativo; la seconda viene prodotta, negoziata o contestata nelle procedure attraverso le quali il giornalismo attribuisce, verifica e mette in relazione le sue affermazioni. Il risultato amplia, senza assumerle come punto di partenza, le conclusioni raggiunte dal precedente studio sulla costruzione visuale della leadership (Jantus Lordi de Sobremonte, 2026d).

La forza e la centralità individuate in quel contesto restano evidenti come evidenziato anche nell'ulteriore studio sulle estetiche della post-verità nel populismo digitale, pubblicato sull'Idealista ad agosto 2026, ma nel corpus giornalistico vengono sottoposte a una rete più articolata di mediazioni (Jantus Lordi de Sobremonte, 2026c).

Il leader non è soltanto colui che costruisce performativamente la propria immagine: è anche il soggetto sul quale altri producono informazione, formulano giudizi, esercitano controlli, manifestano opposizione e misurano conseguenze.

La leadership passa così dall'autorappresentazione alla **costruzione pubblica relazionale**, nella quale la centralità può persistere anche attraverso il conflitto e la contestazione.

In questo senso, il sotto-corpus suggerisce che la caratteristica più stabile della rappresentazione giornalistica di Trump non sia la vittoria, né il dominio incontrastato, ma la difficoltà di sottrarsi alla sua centralità. È questa capacità di rimanere il riferimento rispetto al quale vengono organizzati tanto l'azione quanto il suo contrario —consenso e protesta, decisione e limite, promessa e verifica, categorizzazione e conseguenze— a collegare più direttamente la dimensione quantitativa dell'eccesso informativo alla costruzione qualitativa della leadership.

7.3. L'eccesso come risorsa di centralità

Nel caso di Donald Trump, l'eccesso informativo non coincide soltanto con un'elevata quantità di notizie. I risultati quantitativi e qualitativi mostrano una configurazione più specifica: la figura del leader mantiene la capacità di attraversare ambiti differenti dell'agenda senza perdere la propria posizione di riferimento.

L'elemento rilevante non è quindi soltanto la frequenza della presenza, già ricostruita nel capitolo precedente, ma la sua **trasversalità**. Eventi appartenenti alla politica estera, all'economia, all'immigrazione, alla giustizia e al conflitto istituzionale possono essere organizzati giornalisticamente attraverso il medesimo soggetto politico.

L'eccesso assume in questo senso una dimensione strutturale. Quando la presenza di un leader si distribuisce su una pluralità di questioni, la sua rilevanza informativa non dipende più necessariamente dalla persistenza di un singolo tema. Un argomento può perdere salienza ed essere sostituito da un altro senza che venga meno la centralità del soggetto al quale entrambi vengono ricondotti. La continuità osservata nel corpus Trump può essere interpretata proprio attraverso questo meccanismo: non come permanenza della stessa notizia, ma come successione di notizie differenti che mantengono relativamente stabile uno dei loro principali riferimenti.

Questa proprietà permette di precisare il significato attribuito al termine **risorsa**. Non si tratta di una risorsa posseduta o controllata direttamente dal leader, né di un capitale politico che possa essere automaticamente convertito in consenso. È una risorsa prodotta relazionalmente all'interno dell'ecosistema informativo. Deriva dalla possibilità che dichiarazioni, decisioni, conflitti e reazioni riguardanti Trump continuino a soddisfare criteri di rilevanza giornalistica in contesti differenti.

La centralità risulta così alimentata tanto dall'iniziativa del presidente quanto dall'attività degli altri soggetti che intervengono rispetto a essa.

La distinzione è importante perché consente di separare la **produzione della centralità** dalla valutazione dei contenuti che la producono. Una notizia favorevole e una notizia critica possono avere significati politici opposti e contribuire, tuttavia, alla medesima condizione di elevata presenza informativa.

Analogamente, una decisione presidenziale e la reazione di un'istituzione che intende limitarla appartengono a posizioni antagonistiche, ma possono entrambe mantenere il leader come riferimento principale dell'evento. L'eccesso si alimenta quindi anche attraverso la moltiplicazione delle relazioni che si organizzano intorno alla leadership.

Il fenomeno può essere descritto come una forma di **centralità relazionale espansiva**. La presenza del leader si estende non soltanto perché egli interviene direttamente su numerose questioni, ma perché aumenta il numero degli attori che vengono giornalisticamente messi in relazione con lui: membri dell'amministrazione, Congresso, corti, governi stranieri, oppositori, manifestanti, gruppi sociali ed elettori. Ogni nuova relazione può generare ulteriori dichiarazioni, risposte, valutazioni e controversie. L'informazione non si limita così a registrare l'azione del leader, ma produce una rete di reazioni nella quale la sua figura continua a funzionare come termine di riferimento.

Questa dinamica aiuta a comprendere perché la contestazione non rappresenti necessariamente una diminuzione della centralità. L'opposizione politica o istituzionale può limitare l'agency del presidente e contestarne le definizioni della realtà, ma deve al tempo stesso renderle nuovamente presenti per poterle confutare, circoscrivere o reinterpretare. La visibilità può quindi essere riprodotta attraverso meccanismi che non dipendono dall'adesione. In termini informativi, consenso e dissenso non costituiscono necessariamente processi simmetricamente opposti: possono concorrere entrambi alla persistenza dello stesso soggetto nell'agenda.

L'eccesso possiede inoltre una dimensione **cumulativa**. Una presenza continuativa rende disponibili precedenti, dichiarazioni, controversie e categorizzazioni che possono essere richiamati quando

nuovi eventi ne riattivano la pertinenza. La notizia presente entra così in relazione con un deposito informativo precedente.

Il leader non viene ogni volta costruito a partire da zero: la sua intelligibilità pubblica può poggiare su una stratificazione di riferimenti che consente al giornalismo di collegare eventi temporalmente distanti e di inscrivere le nuove azioni all'interno di sequenze già riconoscibili.

Si determina quindi una particolare relazione tra **continuità e novità**. L'ecosistema giornalistico necessita continuamente di eventi nuovi, ma la successione delle novità non implica necessariamente la sostituzione dei protagonisti. Nel caso Trump, il cambiamento delle questioni può convivere con la persistenza del leader. È precisamente questa combinazione a rendere l'eccesso qualcosa di diverso dalla semplice ripetizione: la reiterazione riguarda il soggetto e la sua rilevanza, mentre gli eventi, gli antagonisti e i contesti possono mutare.

La centralità che ne deriva non è però semanticamente uniforme. Essere continuamente presenti significa anche essere continuamente sottoposti a operazioni di attribuzione, categorizzazione e valutazione. L'abbondanza informativa moltiplica pertanto non soltanto le occasioni nelle quali Trump può essere rappresentato come soggetto capace di iniziativa, ma anche quelle nelle quali le sue azioni possono essere contestate, verificate o ricondotte alle loro conseguenze. L'eccesso amplia simultaneamente lo spazio della visibilità e quello della disputa sul significato della leadership.

Da questo punto di vista, la relazione tra eccesso e credibilità non può essere descritta attraverso una causalità lineare. Una maggiore presenza non produce necessariamente maggiore fiducia, così come una copertura critica non determina necessariamente una perdita di centralità. I due processi operano su piani differenti: l'eccesso riguarda le condizioni di disponibilità e reiterazione della figura politica nello spazio informativo; la credibilità riguarda le modalità attraverso le quali le definizioni associate a quella figura vengono confermate, negoziate o contestate. L'elevata centralità aumenta soprattutto il numero delle occasioni nelle quali questa negoziazione può avere luogo.

Il caso Trump mostra così una proprietà peculiare dell'eccesso nell'ambiente informativo contemporaneo: **la capacità di trasformare la moltiplicazione degli eventi in persistenza del soggetto**. La centralità non deriva dalla permanenza di un'unica narrazione, ma dalla possibilità che narrazioni diverse continuino a essere organizzate in relazione allo stesso leader. L'eccesso diventa una risorsa precisamente perché consente alla leadership di permanere come riferimento attraverso

il mutamento dell'agenda, degli attori e delle controversie che di volta in volta la rendono nuovamente notiziabile.

7.4. Leadership, forza e restaurazione

L'analisi della costruzione giornalistica di Donald Trump permette di mettere a fuoco una configurazione della leadership nella quale la centralità informativa si associa ricorrentemente alla rappresentazione della forza e alla promessa di restaurazione. Queste due categorie non vengono assunte come proprietà intrinseche del leader né come caratteristiche necessariamente condivise dalle testate analizzate. Sono utilizzate, piuttosto, come categorie interpretative attraverso le quali ricondurre a una configurazione più generale le forme di agency, conflitto e centralità emerse dall'esame del sotto-corpus qualitativo.

Il riferimento alla forza consente inoltre di stabilire un confronto con i risultati di precedenti ricerche semiotiche dedicate alla comunicazione visuale di Trump. In quel contesto, la costruzione della leadership risultava organizzata intorno a una rappresentazione di forza, dominio e ripristino dell'ordine nazionale (Jantus Lordi de Sobremonte, 2026d).

Il corpus utilizzato nella presente ricerca appartiene tuttavia a un diverso livello della comunicazione politica: non riguarda principalmente l'autorappresentazione prodotta dal leader, ma la sua rappresentazione attraverso testi giornalistici provenienti da fonti differenti. La possibile ricorrenza delle medesime categorie deve quindi essere interpretata tenendo conto di questa differenza.

Nel corpus giornalistico, la forza assume innanzitutto la forma di un'**estensione dell'agency**. Trump viene frequentemente collocato nella posizione di chi decide, interviene, nomina, negozia, propone o tenta di modificare condizioni preesistenti. Politica estera, immigrazione, commercio, cittadinanza e rapporti con le istituzioni costituiscono ambiti differenti nei quali l'azione presidenziale viene rappresentata come capace di produrre conseguenze che richiedono risposte da parte di altri soggetti. La forza non coincide quindi soltanto con l'immagine di un leader energico: si manifesta nella capacità attribuita alla sua azione di modificare il campo nel quale gli altri attori devono successivamente collocarsi.

Questa configurazione assume particolare rilevanza quando viene osservata insieme alla ***«restaurazione»***. Il termine non indica necessariamente un ritorno effettivo a una condizione storica

precedente e non presuppone che gli articoli utilizzino esplicitamente tale categoria. Descrive piuttosto una struttura narrativa nella quale l'azione politica acquista significato attraverso l'idea che qualcosa debba essere recuperato, riaffermato o ricondotto a un ordine ritenuto precedente o desiderabile. Confini, sovranità, sicurezza, capacità economica, interesse nazionale e autorità dello Stato diventano, da questo punto di vista, oggetti sui quali può esercitarsi una promessa restaurativa.

Forza e restaurazione risultano così strettamente collegate. Se la seconda presuppone l'esistenza di un ordine da recuperare, la prima rappresenta la capacità attribuita al leader di realizzare tale trasformazione. La leadership acquista una temporalità specifica: mette in relazione una condizione presente rappresentata come problematica con un passato assunto come termine di riferimento e con un futuro nel quale l'ordine dovrebbe essere ristabilito. Il leader occupa il punto di passaggio tra queste temporalità, presentandosi o venendo rappresentato come soggetto capace di trasformare una diagnosi della crisi in una promessa di intervento.

Questa struttura è particolarmente evidente nelle questioni che riguardano i confini della comunità politica. Immigrazione e cittadinanza non vengono costruite soltanto come problemi amministrativi, ma possono diventare luoghi nei quali vengono ridefinite appartenenza, inclusione ed esclusione. La capacità dello Stato di stabilire chi possa entrare, rimanere o acquisire determinati diritti assume così un significato che oltrepassa la singola misura politica. La forza della leadership può essere rappresentata attraverso la capacità di rendere nuovamente operativi confini che vengono descritti, implicitamente o esplicitamente, come indeboliti.

Una dinamica analoga riguarda la dimensione economica e internazionale. La politica commerciale può essere inserita in una narrazione di recupero della capacità produttiva e della protezione degli interessi nazionali; la politica estera può rappresentare il presidente come soggetto chiamato a riaffermare il peso degli Stati Uniti e la loro capacità di determinare o condizionare gli equilibri internazionali. In entrambi i casi, la restaurazione non coincide necessariamente con il risultato delle politiche adottate: costituisce la cornice entro la quale determinate decisioni possono essere presentate e rese intelligibili.

È proprio su questa distinzione che il discorso giornalistico introduce un elemento decisivo. Mentre l'autorappresentazione politica può organizzare forza e restaurazione come componenti coerenti di una stessa promessa, il giornalismo dispone di risorse che consentono di separare **affermazione, azione e risultato**. Le promesse possono essere confrontate con gli effetti successivi; le decisioni

possono incontrare vincoli giuridici; l'estensione dell'agency può essere limitata dalle prerogative di altre istituzioni; le conseguenze delle politiche possono essere raccontate attraverso le esperienze dei soggetti che ne sono interessati. La rappresentazione giornalistica non elimina quindi necessariamente la forza, ma può sottoporla a verifica.

Questa caratteristica modifica profondamente il rapporto tra forza e credibilità. La prima può essere costruita attraverso la visibilità della decisione e dell'azione; la seconda richiede invece che le definizioni della realtà proposte dal leader entrino in relazione con altre fonti di conoscenza e legittimazione. Una decisione può apparire energica senza essere giudicata efficace; un'affermazione può dominare temporaneamente l'agenda ed essere successivamente contestata; una promessa di restaurazione può ottenere grande visibilità e venire poi confrontata con risultati che ne modificano l'interpretazione. La credibilità non costituisce pertanto il risultato automatico della forza rappresentata.

La presenza delle istituzioni rende particolarmente evidente questo scarto. Corti, Congresso e altre autorità non compaiono soltanto come soggetti esterni alla leadership, ma come centri autonomi di decisione e legittimazione. La loro presenza impedisce di identificare l'elevata agency attribuita a Trump con un potere privo di limiti. Il leader può essere costruito come soggetto che tenta di ampliare il campo della propria azione proprio mentre il racconto giornalistico rende visibili i dispositivi istituzionali attraverso i quali quell'azione viene controllata, negoziata o circoscritta.

La forza assume pertanto una natura **relazionale**. Non esiste soltanto nell'azione del leader, ma nelle risposte che quell'azione rende necessarie e nelle relazioni di potere che tali risposte rendono osservabili. Alleati che riaffermano la posizione del presidente, oppositori che la contestano, istituzioni che ne delimitano le prerogative e gruppi sociali che sperimentano le conseguenze delle politiche contribuiscono tutti, da posizioni differenti, alla costruzione pubblica della leadership. La forza non viene semplicemente dichiarata: viene continuamente messa alla prova nelle relazioni attraverso le quali diventa giornalisticamente visibile.

La restaurazione presenta una dinamica analoga. La promessa di ripristinare ordine, sicurezza, sovranità o capacità nazionale non rimane confinata alla formulazione originaria del leader, ma entra in un processo di ricontestualizzazione nel quale il giornalismo può ricostruirne antecedenti e conseguenze. Il passato evocato dalla promessa politica viene così affiancato da un altro passato: quello documentato dalla memoria giornalistica. Dichiarazioni precedenti, controversie, decisioni e

risultati possono essere recuperati e messi in relazione con gli eventi presenti, trasformando la continuità temporale in una risorsa di verifica oltre che di riconoscibilità.

Il confronto con le precedenti analisi semiotiche permette allora di precisare, anziché semplicemente confermare, la configurazione della leadership trumpiana. **Forza e restaurazione rimangono categorie interpretative pertinenti**, ma il loro significato cambia quando si passa dall'autorappresentazione alla costruzione giornalistica. La forza non appare soltanto come dominio, bensì come capacità di iniziativa continuamente confrontata con resistenze e vincoli; la restaurazione non appare soltanto come promessa di ritorno all'ordine, ma come progetto sottoposto al confronto con conseguenze, istituzioni e interpretazioni concorrenti.

La leadership di Trump può essere pertanto descritta attraverso una tensione tra **affermazione e verifica**. Da un lato, la centralità del leader rende continuamente disponibili immagini di decisione, intervento, sovranità e capacità di trasformazione; dall'altro, la mediazione giornalistica inserisce tali immagini in uno spazio nel quale possono essere confrontate con limiti istituzionali, risultati empirici, opposizioni e conseguenze sociali. La forza rimane visibile, ma non autosufficiente; la restaurazione rimane riconoscibile, ma non sottratta alla verifica.

In questa prospettiva, la configurazione emersa nel corpus può essere sintetizzata nella relazione: *centralità → forza → promessa di restaurazione → verifica/contestazione.*

Anche in questo caso non si tratta di una sequenza necessariamente presente in ogni articolo, ma di una struttura interpretativa che rende leggibili ricorrenze distribuite nel sotto-corpus. Rispetto alla configurazione individuata nel paragrafo 7.2, il punto di osservazione è differente: non riguarda più il circuito attraverso il quale l'agency genera reazioni e vincoli, ma il modo in cui una leadership altamente centrale può essere costruita attraverso una promessa di forza e recupero dell'ordine e, contemporaneamente, sottoposta alle procedure di verifica proprie della produzione giornalistica.

La specificità della rappresentazione di Trump risiede quindi nella compresenza di due movimenti. Il primo tende a ricondurre eventi differenti alla capacità d'azione del leader e alla possibilità di ristabilire confini, gerarchie, interessi e forme di sovranità. Il secondo reinserisce quella promessa in un ambiente informativo nel quale nessuna definizione rimane completamente autosufficiente. **Forza** e **restaurazione** diventano così non soltanto forme della leadership, ma oggetti di una continua negoziazione pubblica della sua credibilità.

CAPITOLO VIII

JAVIER MILEI

8.1. Dalla centralità informativa alla costruzione dell'alterità

Il corpus relativo a Javier Milei presenta una configurazione quantitativa distinta sia da quella di Donald Trump sia da quella di Giorgia Meloni. Nel semestre considerato la sua presenza giornalistica è elevata, con 135.633 articoli e una *Total Attention* pari al 6,067%, ma risulta meno continua di quella osservata per Trump e maggiormente soggetta a intensificazioni episodiche. Il coefficiente di variazione giornaliero, pari a circa 0,399, e la presenza di picchi particolarmente pronunciati indicano un regime della visibilità nel quale l'attenzione rimane sostenuta ma tende più frequentemente a concentrarsi intorno a specifiche questioni politico-istituzionali. Il problema qualitativo consiste pertanto nel comprendere come tale centralità venga organizzata nei testi e quali relazioni rendano riconoscibile la leadership di Milei al mutare degli eventi.

L'analisi lessicale del corpus ha già mostrato una forte presenza di termini riconducibili all'azione di governo, alle riforme e al conflitto istituzionale: *gobierno*, *reforma*, *Congreso*, *ley*, *inflación*, insieme ai nomi di esponenti dell'esecutivo e di avversari politici. Le associazioni *reforma laboral*, *gobierno nacional*, *Casa Rosada*, *Libertad Avanza*, *CGT* e i riferimenti ad Axel Kicillof indicano che la figura del presidente viene frequentemente inserita in relazioni tra trasformazione istituzionale, opposizione politica e resistenza sociale. Tali ricorrenze non consentono tuttavia, da sole, di stabilire come queste relazioni vengano costruite narrativamente. È il passaggio agli articoli integrali a permettere di osservare se la centralità del leader dipenda prevalentemente dall'iniziativa governativa, dalla reazione degli antagonisti o dall'interazione tra entrambe.

Il sotto-corpus qualitativo è composto da dodici articoli, due per ciascun mese, provenienti da dodici testate differenti. La pluralità delle fonti consente di ridurre il rischio che una specifica configurazione venga ricondotta allo stile o all'orientamento di un singolo soggetto editoriale. I testi selezionati attraversano questioni differenti —Davos, riforma del lavoro, scioperi, Congresso, YPF, aggiustamento fiscale, università, dati sulla povertà e crisi interne al governo—

ma condividono una caratteristica analiticamente rilevante: Milei compare frequentemente come punto rispetto al quale vengono organizzati soggetti, opposizioni e prese di posizione.

In questo caso assume particolare importanza la **costruzione dell'alterità**. L'alterità non viene intesa come semplice presenza di avversari né come sinonimo di antagonismo populista. Indica più precisamente il modo in cui il testo rende intelligibile la leadership attraverso la relazione con soggetti presentati come differenti, concorrenti, oppositivi o incompatibili con il progetto attribuito al presidente. Governi provinciali, sindacati, opposizioni parlamentari, kirchnerismo, università, esponenti politici e componenti dello stesso esecutivo assumono significati differenti a seconda della relazione nella quale vengono collocati rispetto all'azione presidenziale.

La dimensione dell'agency costituisce il primo livello di questa costruzione. Milei compare ricorrentemente come promotore di trasformazioni: propone riforme, sostiene programmi di aggiustamento, interviene nel dibattito internazionale, definisce priorità e attribuisce significati agli eventi. La capacità di iniziativa non implica però autonomia dagli altri attori. Le riforme devono attraversare il Congresso; i governatori possono condizionare il proprio sostegno; i sindacati organizzano mobilitazioni; le politiche economiche vengono valutate attraverso indicatori e conseguenze; membri del governo possono essere chiamati a rispondere pubblicamente del proprio operato. L'azione attribuita al leader genera quindi relazioni che ne delimitano o ridefiniscono il campo.

Questa configurazione differisce da una rappresentazione della leadership come semplice capacità decisionale. L'iniziativa di Milei diventa giornalisticamente significativa proprio perché incontra soggetti che la sostengono, la negoziano, la ostacolano o la contestano. La riforma del lavoro, ad esempio, non appare soltanto come progetto dell'esecutivo: diventa uno spazio nel quale si dispongono governatori, Congresso, CGT, lavoratori e opposizioni. Il leader occupa così una posizione centrale non perché gli altri attori scompaiano, ma perché la loro presenza viene frequentemente organizzata in relazione alla trasformazione che egli promuove.

La costruzione dell'alterità assume una forma ancora più evidente quando è il leader stesso a definire gli avversari. Nel sotto-corpus sono presenti espressioni che attribuiscono al conflitto una marcata dimensione morale e identitaria. La contrapposizione al kirchnerismo, la critica al collettivismo o la rappresentazione degli oppositori come ostacoli alla libertà non costituiscono

semplici divergenze programmatiche: producono categorie attraverso le quali vengono separati progetti politici, valori e appartenenze. Tuttavia, la presenza di tali definizioni negli articoli non implica che le testate le assumano come proprie. L'analisi deve distinguere sistematicamente tra categorizzazione prodotta dal leader e organizzazione giornalistica del testo che la riporta.

La distribuzione della voce diventa quindi decisiva. Le dichiarazioni di Milei possono occupare una posizione centrale nel racconto, ma vengono spesso affiancate da quelle di governatori, sindacati, oppositori, funzionari, economisti o altri componenti dell'esecutivo. In alcuni casi il conflitto viene costruito attraverso una contrapposizione esplicita tra versioni concorrenti; in altri è la stessa successione delle informazioni a produrre una distanza tra autorappresentazione governativa e dati disponibili. La centralità della voce presidenziale non equivale pertanto al controllo esclusivo della definizione dell'evento.

Questo punto è particolarmente rilevante per la credibilità. Nel corpus Milei la rappresentazione del cambiamento viene frequentemente associata alla necessità di dimostrarne risultati e coerenza. Il programma di trasformazione dello Stato, l'aggiustamento fiscale e le riforme forniscono al leader una forte agency narrativa, ma espongono contemporaneamente le sue affermazioni al confronto con dati, vincoli e conseguenze. La presenza di contraddizioni interne al governo, come nel caso delle differenti cifre sulla povertà attribuite a Milei e Luis Caputo, mostra con particolare chiarezza che la credibilità può diventare oggetto della notizia senza essere ridotta a un giudizio generale favorevole o sfavorevole sul presidente.

L'alterità non riguarda inoltre soltanto l'opposizione esterna. Alcuni testi mostrano tensioni e discontinuità all'interno dello stesso campo governativo. Il caso Adorni, culminato nella sua uscita dal governo, introduce una forma diversa di differenziazione: non quella tra governo e opposizione, ma quella prodotta quando una relazione di sostegno interno viene sottoposta a controversie, controlli e crisi. La leadership si confronta così non soltanto con avversari dichiarati, ma anche con la necessità di gestire fratture e responsabilità entro l'apparato che la sostiene.

Ne emerge una configurazione nella quale la centralità di Milei è strettamente connessa alla presenza di **confini relazionali**. Il presidente viene reso intelligibile attraverso ciò che vuole trasformare, i soggetti che vi si oppongono, quelli che negoziano e quelli che vengono ridefiniti

dal conflitto. L'alterità non costituisce quindi uno sfondo accessorio della leadership, ma uno dei dispositivi attraverso i quali essa acquista riconoscibilità giornalistica.

Questa interpretazione deve tuttavia rimanere distinta da una conclusione già formulata sul carattere "anti-sistema" o "di rottura" della leadership. Tali categorie possono emergere dall'analisi successiva, ma non vengono assunte come chiavi predeterminate. Il dato empiricamente osservabile in questa fase è più circoscritto: la presenza di Milei tende a essere organizzata attraverso relazioni nelle quali iniziativa governativa, opposizione, negoziazione e attribuzione della responsabilità si definiscono reciprocamente.

Il passaggio dalla centralità informativa alla costruzione dell'alterità può quindi essere sintetizzato nella relazione: *centralità → iniziativa → differenziazione degli attori → conflitto/negoziazione → riconoscibilità della leadership.*

Lo schema non descrive ogni singolo articolo, ma individua una configurazione trasversale che orienta l'analisi del sotto-corpus. Il paragrafo successivo approfondisce questa dinamica osservando come agency e antagonismo concorrano alla costruzione giornalistica della rottura.

8.2. Agency, antagonismo e costruzione della rottura

Il sotto-corpus qualitativo consente di approfondire il rapporto tra centralità informativa e costruzione giornalistica della leadership di Milei, osservando come l'agency attribuita al presidente venga messa in relazione con opposizioni politiche, resistenze sociali e vincoli istituzionali. I dodici articoli selezionati, due per ciascun mese del semestre e provenienti da dodici testate differenti, mostrano una notevole varietà tematica, ma anche alcune regolarità: Milei viene frequentemente rappresentato come promotore di una trasformazione che presuppone una discontinuità rispetto all'ordine precedente e che, proprio per questo, produce antagonisti, reazioni e negoziazioni. La rottura non viene tuttavia assunta come categoria predeterminata, ma ricostruita a partire dalle relazioni osservabili nei testi.

I due articoli di gennaio introducono immediatamente questa tensione tra trasformazione e resistenza. Nel primo, pubblicato da ***Radio Nacional*** il 21 gennaio e dedicato all'intervento di Milei al *World Economic Forum* di Davos, l'agency assume una dimensione prevalentemente ideologica. Il presidente presenta il 2026 come l'anno nel quale *«el mundo ha comenzado a despertar»* e interpreta i cambiamenti politici in corso nelle Americhe come un *«renacer de las*

ideas de la libertad». La metafora dell'America destinata a diventare il *«faro de luz»* capace di riaccendere l'Occidente colloca l'esperienza politica argentina entro una narrazione più ampia di rigenerazione. L'opposizione fondamentale non riguarda quindi soltanto governo e opposizione nazionale, ma libertà e socialismo, risveglio e decadenza, ritorno alle radici occidentali e loro abbandono. La leadership viene costruita come parte e interprete di un processo storico che oltrepassa il contesto argentino.

Nel secondo articolo di gennaio, pubblicato da **Clarín** il 25, l'azione presidenziale viene ricondotta invece alla concretezza della negoziazione politica. I governatori di Córdoba e Santa Fe, Martín Llaryora e Maximiliano Pullaro, condizionano il proprio sostegno alla riforma del lavoro, condividendo alcuni obiettivi di modernizzazione ma opponendosi alle disposizioni considerate dannose per le province o per i diritti esistenti. La distanza rispetto a Davos è significativa. Alla costruzione di una frattura ideologica tra modelli di società subentra un sistema nel quale il cambiamento deve ottenere sostegni, attraversare procedure e confrontarsi con interessi territoriali. L'agency trasformativa attribuita a Milei incontra così un primo limite: la rottura può essere proposta dal centro dell'esecutivo, ma la sua istituzionalizzazione richiede mediazione.

Febbraio rende ancora più evidente il carattere relazionale dell'antagonismo. Il primo articolo del mese, pubblicato da ***Infobae*** il 19 febbraio, riguarda lo sciopero generale contro la riforma del lavoro, il quarto dall'inizio del governo Milei. La sospensione delle attività, l'adesione di numerosi sindacati e le conseguenze sui trasporti e sui servizi trasformano una controversia legislativa in conflitto sociale visibile. La riforma non appare più soltanto come iniziativa dell'esecutivo sottoposta alla negoziazione parlamentare: produce una risposta collettiva organizzata. Il leader rimane centrale anche quando non costituisce la principale fonte del racconto, perché è rispetto alla politica del suo governo che vengono definite mobilitazione, opposizione e conseguenze dello sciopero.

La seconda occorrenza di febbraio, pubblicata da ***Página/12*** il 27, amplia questa configurazione descrivendo cortes e mobilitazioni contro la riforma del lavoro e la convergenza di differenti organizzazioni verso il Congresso. Anche in questo caso il conflitto assume una dimensione spaziale e istituzionale: la protesta si sviluppa nelle strade mentre la trasformazione normativa passa attraverso le sedi rappresentative. Considerati insieme, i due articoli mostrano che l'antagonismo non è prodotto esclusivamente dal linguaggio presidenziale. Esso viene costruito

anche dalle reazioni degli attori che identificano nelle politiche governative l'oggetto della propria opposizione. La centralità di Milei può pertanto riprodursi attraverso una dinamica apparentemente paradossale: gli attori che contestano il suo progetto contribuiscono, nello stesso tempo, a mantenerlo come riferimento rispetto al quale il conflitto viene organizzato.

Nel primo articolo di marzo, pubblicato da ***El Cronista*** il 1° marzo, la centralità torna direttamente sulla figura presidenziale. Nell'apertura dell'anno legislativo Milei annuncia dieci pacchetti di riforme strutturali e il giornale descrive il suo intervento come un discorso *«a puro choque»,* caratterizzato dalla confrontazione con l'opposizione. L'agency assume qui una forma programmatica: il presidente non viene rappresentato soltanto come autore di singole decisioni, ma come promotore di una sequenza organizzata di trasformazioni destinate a proseguire nel tempo. Il Congresso costituisce contemporaneamente il luogo nel quale tale capacità viene proclamata e l'istituzione attraverso la quale essa deve necessariamente transitare. La rottura viene quindi inserita entro le procedure dell'ordinamento che intende modificare.

Il secondo articolo di marzo, pubblicato da ***Perfil*** il 27, mostra una forma più esplicita di costruzione dell'antagonista. Commentando il caso YPF, Milei torna ad attaccare Cristina Fernández de Kirchner e Axel Kicillof e riconduce l'espropriazione a una categoria morale: *«expropiar está mal porque robar está mal».* La formulazione trasforma una controversia politica, economica e giudiziaria in un'opposizione di principio. Gli avversari non sono definiti soltanto come portatori di una politica differente, ma vengono associati a una decisione qualificata attraverso il lessico morale del furto. È in passaggi come questo che l'alterità individuata nel paragrafo precedente può trasformarsi in antagonismo: la distanza politica viene organizzata attraverso categorie che separano non soltanto programmi concorrenti, ma comportamenti ritenuti legittimi e illegittimi.

Aprile introduce una configurazione diversa perché consente di confrontare la promessa di trasformazione con i suoi risultati e con i meccanismi di accountability. Il primo articolo, pubblicato da ***La Nación*** il 6 aprile, quantifica in circa 67 miliardi di dollari la riduzione della spesa pubblica nei primi ventisei mesi della gestione Milei, equivalente a circa dieci punti di PIL. Il giornale ricostruisce la distribuzione dei tagli tra trasferimenti, programmi sociali, opere pubbliche e sussidi e colloca l'intervento entro una discontinuità rispetto alla precedente espansione della spesa. La «motosierra», elemento fortemente riconoscibile dell'autorappresentazione politica di Milei, viene così confrontata con indicatori e

trasformazioni osservabili. La rottura smette temporaneamente di essere soltanto promessa o linguaggio e diventa oggetto di quantificazione giornalistica.

Questo passaggio è importante anche per la credibilità. L'articolo non richiede di stabilire se il programma sia desiderabile, ma permette di confrontare una componente centrale della promessa politica —la riduzione dello Stato e della spesa— con dati relativi alla sua realizzazione. La credibilità viene quindi negoziata sul terreno della corrispondenza tra rappresentazione del cambiamento e trasformazioni documentabili. La fattualità non elimina il conflitto interpretativo sugli effetti dell'aggiustamento, ma modifica il terreno sul quale esso può svilupparsi.

Il secondo articolo di aprile, pubblicato da ***Diario Popular*** il 29, sposta l'attenzione dall'efficacia del programma alla responsabilità di governo. Manuel Adorni compare davanti al Congresso, dove respinge le contestazioni relative al proprio patrimonio e ai viaggi familiari, afferma che non vi sia stato alcun reato e dichiara di non avere intenzione di dimettersi. Il testo registra contemporaneamente la sua difesa e i conflitti con i deputati dell'opposizione. Adorni attribuisce inoltre alcune accuse a un'operazione politica promossa dal kirchnerismo, da imprenditori e da settori dei media. L'antagonismo assume pertanto una funzione difensiva: le contestazioni vengono ricategorizzate come parte di un'azione degli avversari, mentre la presenza davanti al Parlamento viene presentata come disponibilità a rispondere.

La leadership di Milei rimane sullo sfondo di questa controversia, ma il caso è rilevante proprio perché mostra come la costruzione pubblica di un governo non dipenda soltanto dalla figura del presidente. La credibilità dell'apparato che realizza il progetto di trasformazione viene sottoposta a procedure di controllo, richieste di spiegazione e controversie che possono riverberarsi sulla leadership complessiva. La rottura anti-establishment incontra qui una tensione specifica: una volta occupate le istituzioni, coloro che si erano presentati come alternativa all'ordine precedente diventano a loro volta soggetti ai dispositivi di accountability di quell'ordine.

Il primo articolo di maggio, pubblicato da ***Ámbito*** il 12, riporta nuovamente il conflitto sul terreno sociale e istituzionale attraverso la Marcha Federal Universitaria. Studenti, docenti, personale e autorità accademiche reclamano maggiori risorse, recupero salariale e applicazione della legge sul finanziamento universitario. La controversia coinvolge inoltre Congresso, esecutivo e potere giudiziario: la legge era stata approvata, il veto presidenziale superato dal Parlamento e la sua applicazione successivamente sospesa dalla giustizia. L'opposizione tra

governo e università non può quindi essere ridotta a una contrapposizione discorsiva tra Milei e un gruppo sociale. È una relazione nella quale entrano norme, risorse, istituzioni e soggetti collettivi.

Il caso mostra ancora una volta che la centralità del leader può essere prodotta da attori che ne contestano le decisioni. Milei non deve necessariamente parlare perché la sua leadership rimanga il riferimento della notizia: il progetto politico attribuito al governo costituisce il termine rispetto al quale gli altri soggetti formulano rivendicazioni, denunciano conseguenze e chiedono l'intervento di ulteriori istituzioni. La contestazione contribuisce pertanto a rendere riconoscibile la linea di divisione tra il cambiamento perseguito dall'esecutivo e coloro che ne denunciano i costi o ne rifiutano le priorità.

Nel secondo articolo di maggio, pubblicato da ***Los Andes*** il 30, la negoziazione della credibilità si sposta invece all'interno dello stesso governo. Milei e il ministro dell'Economia Luis Caputo forniscono durante un forum economico cifre non coincidenti sulla riduzione della povertà. Il valore analitico del caso risiede proprio nella provenienza della discrepanza: non si tratta della tradizionale contrapposizione tra governo e opposizione, ma di due rappresentazioni quantitative attribuite a figure centrali del medesimo esecutivo. La fattualità diventa così un terreno sul quale la coerenza della narrazione governativa può essere problematizzata giornalisticamente.

La centralità presidenziale non protegge quindi la leadership dalla verifica. Al contrario, quanto più il leader associa il proprio progetto a risultati misurabili, tanto più le affermazioni possono essere confrontate tra loro e con indicatori esterni. Il caso consente di distinguere nettamente agency e credibilità: la capacità di rivendicare una trasformazione non determina automaticamente la stabilità della sua rappresentazione pubblica. Il giornalismo può mantenere Milei al centro della notizia proprio attraverso l'esposizione di una contraddizione interna alla comunicazione dell'esecutivo.

I due articoli di giugno portano questa dinamica verso due esiti differenti. Nel primo, pubblicato da ***TN*** il 2 giugno, Milei costruisce direttamente il kirchnerismo attraverso una metafora antagonistica, paragonandolo a un mostro di *Monsters, Inc.* e affermando *«no nos asustan más»*. La contrapposizione viene associata alla previsione di una futura vittoria elettorale e alla prosecuzione delle *«ideas de la libertad»*. L'avversario viene quindi inserito in

una narrazione nella quale paura e liberazione si oppongono: il kirchnerismo rappresenta ciò che intimidisce, mentre il progetto libertario viene presentato come capacità di sottrarsi definitivamente a quella minaccia.

Il passaggio è particolarmente significativo perché riunisce in forma condensata elementi già osservati a gennaio. La libertà continua a funzionare come valore positivo di riferimento, ma l'opposizione acquista ora un soggetto nazionale esplicitamente identificato. La metafora rende l'antagonista immediatamente riconoscibile e traduce il conflitto politico in una struttura narrativa elementare: qualcuno produce paura, qualcuno smette di averne. La rottura viene così rappresentata non soltanto come cambiamento delle politiche pubbliche, ma come superamento di una relazione precedente di subordinazione simbolica.

Il secondo articolo di giugno, pubblicato da ***Crónica*** il 27, introduce però una configurazione quasi opposta. Manuel Adorni presenta le dimissioni dalla Jefatura de Gabinete dopo mesi di esposizione pubblica e controversie giudiziarie. Il giornale ricostruisce le denunce e le cause che ne avevano progressivamente logorato la posizione, tra cui un'indagine per presunto arricchimento illecito. Il caso assume particolare rilevanza se messo in relazione con l'articolo del 29 aprile: allora Adorni aveva escluso le dimissioni, sostenuto l'assenza di reati e rivendicato la propria disponibilità a rispondere davanti al Congresso; due mesi dopo lascia l'incarico.

La relazione aprile-giugno introduce quindi una temporalità della credibilità. Dichiarazioni, difese e attribuzioni di responsabilità non rimangono isolate nell'evento nel quale vengono formulate, ma possono essere riattivate alla luce degli sviluppi successivi. La continuità informativa permette al giornalismo di collegare momenti differenti e di trasformare la distanza tra una posizione precedente e un esito successivo in elemento interpretativo. Anche in questo caso la crisi interna non espelle Milei dal centro della rappresentazione: Adorni era uno degli uomini più identificati con il governo e la sua uscita investe inevitabilmente la capacità della leadership di organizzare e stabilizzare il proprio apparato.

Considerati congiuntamente, i dodici articoli mostrano dunque una regolarità più complessa della semplice opposizione tra Milei e i suoi avversari. Il presidente compare come promotore di un progetto di trasformazione che attraversa politica economica, lavoro, organizzazione dello Stato, relazioni istituzionali e rappresentazione ideologica della società. Questa agency

produce tuttavia reazioni differenti: negoziazione dei governatori, scioperi, mobilitazioni, opposizione parlamentare, richieste delle università, verifiche giornalistiche e controlli istituzionali. Parallelamente, lo stesso leader contribuisce a organizzare tali relazioni attraverso categorizzazioni che distinguono libertà e socialismo, cambiamento e ordine precedente, progetto libertario e kirchnerismo.

La rottura emerge pertanto da due movimenti complementari. Il primo è programmatico: modificare norme, spesa pubblica, rapporti economici e assetti istituzionali. Il secondo è categoriale: attribuire al cambiamento un significato attraverso la definizione di ciò rispetto a cui esso rappresenterebbe una discontinuità. L'antagonista svolge in questo senso una funzione relazionale. Rende riconoscibile il progetto perché permette di definire, per contrasto, ciò che il leader afferma di voler superare.

I testi mostrano però anche il limite di questa costruzione. Governare significa trasformare la rottura in decisioni, norme, bilanci, maggioranze e apparati amministrativi. Milei deve quindi operare all'interno delle istituzioni che il suo discorso può rappresentare come parte di un ordine da modificare: negoziare con governatori, ottenere passaggi parlamentari, rispondere alle decisioni giudiziarie e sostenere funzionari sottoposti a controllo. La leadership anti-establishment entra così in una tensione strutturale tra la promessa di discontinuità e l'istituzionalizzazione necessaria per realizzarla.

Da questa prospettiva emerge una configurazione interpretativa sintetizzabile come: *centralità → agency trasformativa → costruzione dell'alterità → antagonismo/resistenza → istituzionalizzazione della rottura.*

La sequenza non costituisce un modello causale né compare integralmente in ogni articolo. Rappresenta una regolarità trasversale attraverso la quale eventi eterogenei acquistano una struttura comparabile. Milei propone o incarna una trasformazione; tale trasformazione definisce o incontra soggetti rispetto ai quali viene costruita una differenza; la differenza può intensificarsi in antagonismo; il conflitto, infine, deve essere tradotto nelle procedure e nei vincoli dell'azione di governo. È precisamente questo passaggio a distinguere la rottura come retorica dalla rottura come problema istituzionale.

Anche il rapporto con la credibilità assume una configurazione specifica. La capacità di definire antagonisti e rappresentare il cambiamento attraverso opposizioni nette rende la leadership riconoscibile, ma non ne garantisce la credibilità. Gli articoli possono confrontare promesse con risultati, dichiarazioni con dati, posizioni precedenti con sviluppi successivi e rivendicazioni dell'esecutivo con le versioni di soggetti concorrenti. La medesima esposizione che rende Milei identificabile come agente della trasformazione rende quindi il progetto più disponibile alla verifica e alla contestazione.

L'eccesso informativo contribuisce a questo processo non perché produca automaticamente consenso, ma perché moltiplica le occasioni nelle quali la stessa opposizione fondamentale può essere ricontestualizzata. Davos, riforma del lavoro, YPF, aggiustamento fiscale, università, povertà e crisi dell'esecutivo appartengono a domini differenti; la presenza ricorrente del leader consente tuttavia di collegarli a una più generale rappresentazione del cambiamento politico. La reiterazione non consiste nella ripetizione dello stesso messaggio, ma nella capacità di una configurazione della leadership di riapparire attraverso eventi differenti.

Il risultato amplia, senza assumerle come criterio di selezione, le conclusioni della precedente ricerca sulla costruzione semiotica della leadership di Trump e Milei (Jantus Lordi de Sobremonte, 2026d). In quel contesto la figura di Milei era risultata associata a una semantica della rottura, della destabilizzazione e dell'antagonismo. Il corpus giornalistico rende osservabili elementi compatibili con quella configurazione, ma ne mostra anche la negoziazione e i limiti: la rottura non dipende soltanto dall'autorappresentazione del leader, perché viene ricostruita, contestata e ricontestualizzata da giornalisti, istituzioni, oppositori, soggetti collettivi e componenti dello stesso governo.

La specificità che emerge dal sotto-corpus non è quindi semplicemente che Milei sia un leader conflittuale. È piuttosto la frequenza con cui la sua agency diventa intelligibile attraverso una relazione tra **trasformazione e ciò che deve essere superato**. La leadership acquista riconoscibilità nel confine tra un prima e un dopo, tra libertà e socialismo, tra riduzione ed espansione dello Stato, tra riforma e resistenza, tra governo e kirchnerismo. Nello stesso momento, l'esercizio del potere obbliga questa promessa di discontinuità a confrontarsi con mediazioni, controlli e responsabilità.

È proprio tale tensione a collegare l'agency all'antagonismo e l'antagonismo alla costruzione della rottura. L'elevata centralità informativa rende Milei continuamente disponibile come agente del cambiamento; le reazioni che quel cambiamento suscita ne riproducono la presenza; le procedure istituzionali ne delimitano la capacità di azione; il giornalismo rende pubblicamente osservabili tutti questi passaggi. La rottura emerge così non come proprietà intrinseca del leader, ma come configurazione relazionale continuamente prodotta tra progetto di trasformazione, costruzione dell'alterità, conflitto e necessità di governare.

8.3. L'eccesso come intensificazione del conflitto

L'analisi dei dodici articoli mostra che il conflitto costituisce una componente ricorrente della rappresentazione giornalistica di Javier Milei, ma non ne spiega da solo la centralità. Per comprendere il rapporto tra eccesso informativo e leadership occorre considerare il modo in cui opposizioni differenti vengono reiterate e ricontestualizzate nel tempo. Nel caso argentino, l'eccesso non coincide infatti con la semplice quantità delle notizie, ma con la capacità della figura presidenziale di attraversare domini diversi mantenendo riconoscibili alcune linee di divisione. Politica economica, riforma del lavoro, rapporti con le province, università, Congresso, YPF e conflitti interni al governo appartengono ad ambiti differenti; la loro successione contribuisce tuttavia a riprodurre Milei come riferimento intorno al quale vengono organizzate trasformazione, resistenza e controversia.

I dati quantitativi rendono visibile questa configurazione. Nel semestre Milei compare in 135.633 articoli, pari a una *Total Attention* del 6,067%. La distribuzione temporale è meno continua di quella osservata per Trump: la media giornaliera è di circa 749 articoli, con una deviazione standard di 299 e un coefficiente di variazione pari a 0,399. Soprattutto, alcuni eventi producono accelerazioni considerevoli: il 27 giugno vengono rilevati 2.260 articoli, mentre altri picchi significativi si registrano il 2 marzo, il 27 marzo, il 29 aprile e il 12 maggio. L'attenzione relativa rimane inoltre superiore al 5% in tutti i mesi del semestre. Ne deriva un regime nel quale una presenza già consistente viene periodicamente intensificata da eventi capaci di concentrare la produzione informativa.

L'intensificazione non deve però essere confusa con una misura diretta dell'importanza politica degli eventi. Il picco del 27 giugno mostra con particolare chiarezza questo limite: una parte dell'aumento dipende dalla reiterazione di contenuti e quindi non corrisponde a un numero

equivalente di rappresentazioni giornalistiche autonome. Il controllo delle duplicazioni è perciò essenziale per distinguere la moltiplicazione tecnica dei record dalla pluralità effettiva della produzione informativa. Proprio questa cautela permette di utilizzare l'eccesso come categoria analitica senza trasformare automaticamente il volume in rilevanza sostantiva.

Ciò che assume maggiore interesse è la relazione tra **continuità e picco**. Milei non scompare dall'agenda tra un'intensificazione e l'altra: dispone di una presenza di base elevata sulla quale si innestano accelerazioni connesse a controversie specifiche. Marzo, aprile e maggio superano ciascuno i 26.000 articoli, mentre gennaio e febbraio presentano volumi inferiori ma comunque consistenti. La centralità viene quindi alimentata da una combinazione di persistenza e riattivazione. L'evento eccezionale non costruisce ogni volta da zero la visibilità del leader, ma interviene entro una disponibilità informativa già sedimentata.

Questa sedimentazione rende possibile una seconda forma di eccesso: la reiterazione delle relazioni antagonistiche. Non viene ripetuto necessariamente lo stesso contenuto, né ricorre sempre il medesimo avversario. Cambiano gli attori e cambiano le questioni, ma il leader continua a essere collocato entro rapporti di opposizione. A gennaio sono i governatori a condizionare il sostegno alla riforma; a febbraio sindacati e manifestanti contestano il progetto; a marzo Cristina Fernández de Kirchner e Kicillof vengono direttamente ricondotti alla controversia su YPF; a maggio la mobilitazione universitaria oppone al governo rivendicazioni relative a finanziamento e salari; a giugno il kirchnerismo viene esplicitamente rappresentato da Milei attraverso la metafora del mostro. La ricorrenza non riguarda quindi un antagonista stabile, ma una **forma relazionale** capace di essere occupata da soggetti differenti.

È precisamente questa sostituibilità degli attori a rendere l'eccesso significativo. Se il conflitto dipendesse esclusivamente da un unico avversario o da una sola controversia, la centralità sarebbe maggiormente legata alla durata di quell'evento. Nel corpus, invece, questioni successive consentono di rinnovare la relazione tra iniziativa presidenziale e opposizione. La riforma incontra la protesta; l'aggiustamento produce valutazioni sulle sue conseguenze; il programma governativo incontra il Congresso; la politica universitaria mobilita soggetti collettivi; la costruzione ideologica identifica nel kirchnerismo un antagonista più generale. L'esaurimento di una controversia non comporta necessariamente l'esaurimento della struttura conflittuale.

L’eccesso opera così anche come **accumulazione di riconoscibilità**. Una nuova notizia può essere compresa attraverso distinzioni già rese disponibili da notizie precedenti: cambiamento e continuità, libertà e socialismo, riduzione dello Stato e difesa delle strutture esistenti, governo e kirchnerismo. Non è necessario che ogni articolo riproduca esplicitamente queste opposizioni. La loro reiterazione in contesti differenti contribuisce a costruire un repertorio attraverso il quale eventi eterogenei possono essere collegati alla figura del presidente. L’eccesso informativo non elimina quindi la selezione; moltiplica piuttosto le occasioni nelle quali determinate categorie possono essere selezionate nuovamente.

La dimensione temporale è particolarmente importante. Il caso Adorni mostra che la reiterazione può collegare momenti distanti modificandone retrospettivamente il significato. Il 29 aprile la notizia riguarda la sua comparizione davanti al Congresso, la difesa dalle accuse e l’esclusione delle dimissioni; il 27 giugno la sua uscita dal governo permette di rileggere quella precedente presa di posizione alla luce dell’esito successivo. La disponibilità di una sequenza informativa trasforma così la controversia in storia: affermazioni, contestazioni e conseguenze possono essere messe in relazione attraverso il tempo.

Questo meccanismo riguarda direttamente la credibilità. La ripetizione non produce necessariamente conferma. Può consolidare una rappresentazione quando dichiarazioni e risultati vengono percepiti come coerenti all’interno del racconto giornalistico, ma può anche rendere più visibili contraddizioni e discontinuità. Il caso delle cifre sulla povertà attribuite a Milei e Caputo ne costituisce un esempio: la rivendicazione di risultati economici espone il governo al confronto tra dati dichiarati e alla verifica della loro coerenza. Analogamente, la trasformazione fiscale può essere rappresentata come realizzazione di una promessa, mentre le sue conseguenze rimangono disponibili per valutazioni concorrenti. L’eccesso aumenta dunque le occasioni di riconoscimento e, contemporaneamente, quelle di controllo.

Da questo punto di vista, la costruzione della leadership di Milei presenta una tensione specifica. Il conflitto può funzionare come risorsa di centralità perché produce reazioni e rende il leader il referente di attori che lo sostengono, lo contrastano o chiedono di limitarne l’azione. Ma la stessa moltiplicazione delle controversie impedisce di identificare centralità e dominio. Scioperi, mobilitazioni, negoziazioni parlamentari, interventi giudiziari e contestazioni interne mostrano che essere il centro di una relazione conflittuale non significa determinarne unilateralmente l’esito. La visibilità può persistere proprio mentre l’agency incontra resistenze.

Rispetto al caso Trump emerge quindi una differenza di configurazione, non una gerarchia di intensità politica. Nel corpus statunitense l'eccesso appariva soprattutto connesso alla capacità della figura presidenziale di permanere al centro di domini informativi molto eterogenei, anche attraverso le reazioni e i vincoli prodotti dalla sua azione. Nel caso Milei questa dinamica è presente, ma assume una forma maggiormente scandita dall'alternanza tra progetto trasformativo e risposta antagonistica. I picchi più pronunciati e la maggiore variabilità temporale sono coerenti con una centralità nella quale specifiche controversie possono intensificare rapidamente una presenza già consistente. La comparazione riguarda quindi differenti regimi della visibilità, non una maggiore o minore efficacia delle rispettive leadership.

L'intensificazione del conflitto non può neppure essere attribuita automaticamente alle piattaforme. Il corpus permette di osservare la quantità, la temporalità e la reiterazione della produzione giornalistica, non il funzionamento causale di specifici sistemi di raccomandazione né l'esposizione effettiva dei pubblici. La piattaformizzazione costituisce l'ambiente infrastrutturale entro il quale i contenuti vengono indicizzati, distribuiti e ricircolati, ma dai dati disponibili non sarebbe legittimo concludere che determinati algoritmi abbiano privilegiato Milei o i contenuti conflittuali. Ciò che può essere sostenuto empiricamente è più circoscritto: la produzione informativa rende disponibile una presenza elevata, reiterata e attraversata da accelerazioni, entro la quale il conflitto costituisce una delle configurazioni ricorrenti della leadership.

Anche il rapporto con i pubblici deve essere mantenuto entro questi limiti. La reiterazione delle opposizioni rende disponibili categorie attraverso le quali il leader può essere riconosciuto e interpretato, ma il corpus non consente di stabilire come esse vengano effettivamente recepite, né se producano consenso, rifiuto o polarizzazione. L'intensificazione informativa riguarda anzitutto la **disponibilità pubblica** delle rappresentazioni: ciò che viene prodotto, ripreso e reso accessibile nello spazio giornalistico. L'eventuale trasformazione di tale disponibilità in atteggiamenti o comportamenti richiederebbe dati differenti.

Il rapporto osservato può essere sintetizzato come: *presenza continuativa → controversia → picco → reiterazione dell'antagonismo → rinnovata centralità.*

Anche in questo caso la sequenza non costituisce un processo necessario. Serve piuttosto a descrivere il modo in cui l'eccesso può funzionare nel corpus Milei: una centralità già

disponibile viene intensificata da eventi conflittuali; l'evento introduce o riattiva opposizioni; tali opposizioni mantengono la figura presidenziale come riferimento anche attraverso le reazioni degli altri attori.

L'eccesso non coincide quindi con la semplice sovraesposizione del leader. Consiste nella possibilità che **eventi diversi continuino a riaprire lo stesso spazio relazionale**, sostituendo temi e antagonisti senza eliminare la centralità della figura presidenziale. È in questo senso che il conflitto può intensificare la leadership informativa: non perché ogni controversia rafforzi politicamente Milei, ma perché ciascuna produce nuove occasioni nelle quali il suo progetto, i suoi avversari, i suoi risultati e i suoi limiti vengono nuovamente resi oggetto di informazione.

La configurazione è compatibile con quanto emerso nel precedente studio semiotico sulla leadership di Milei, nel quale la rottura costituiva una componente riconoscibile della sua rappresentazione (Jantus Lordi de Sobremonte, 2026d), ma il corpus giornalistico permette di precisarne il funzionamento. La rottura non si mantiene soltanto attraverso l'autorappresentazione del presidente: viene riprodotta anche dalle resistenze che incontra, dalle istituzioni che ne delimitano l'azione e dalle controversie che ne sottopongono a verifica le promesse. Il conflitto diventa così una relazione alla cui produzione partecipano soggetti diversi, non un attributo esclusivo del leader.

L'eccesso informativo rende questa relazione persistente senza renderne predeterminato l'esito. Può amplificare la riconoscibilità della leadership e contemporaneamente moltiplicare le occasioni della sua contestazione; può collegare eventi differenti entro una medesima opposizione e, nello stesso tempo, accumulare elementi capaci di problematizzarla. Nel caso Milei, la sua funzione più rilevante consiste pertanto nell'**intensificazione e nella continua riattivazione del conflitto**: la rottura acquista presenza pubblica proprio perché deve essere ripetutamente dichiarata, realizzata, contrastata, negoziata e sottoposta a verifica.

8.4. Politica anti-sistema e istituzionalizzazione della rottura

L'analisi sviluppata nei paragrafi precedenti permette di precisare il significato della rottura nella costruzione giornalistica della leadership di Javier Milei. Il termine non indica semplicemente uno stile conflittuale né autorizza a qualificare ogni iniziativa presidenziale come anti-sistema. Nel sotto-corpus la discontinuità emerge dall'intreccio tra un progetto

dichiaratamente trasformativo, la definizione di un ordine rispetto al quale prendere le distanze e la necessità di tradurre tale progetto nelle istituzioni. È proprio quest'ultimo passaggio a produrre la tensione più significativa: una leadership che costruisce parte della propria riconoscibilità attraverso la critica dell'ordine esistente deve, una volta al governo, utilizzare procedure, apparati e mediazioni appartenenti al sistema che intende trasformare.

La nozione di politica anti-sistema deve essere quindi impiegata con cautela. Milei governa attraverso istituzioni democratiche, presenta progetti di legge, interviene davanti al Congresso, negozia con i governatori e opera entro rapporti con il potere giudiziario e le amministrazioni territoriali. L'anti-sistema osservabile nel corpus non coincide pertanto con un'estraneità materiale all'ordinamento. Riguarda soprattutto una modalità di costruzione politica della discontinuità, nella quale istituzioni, pratiche, attori e politiche riconducibili all'ordine precedente possono essere rappresentati come parte del problema che il nuovo governo afferma di dover superare. La distinzione è essenziale per non trasformare una categoria analitica in un'etichetta totalizzante.

La letteratura sul populismo consente di inquadrare questa tensione. La costruzione di una divisione tra un popolo considerato autentico e un'élite ritenuta incapace o illegittima costituisce una componente importante delle configurazioni populiste, ma non determina una forma unica di governo (Rovira Kaltwasser et al., 2017; Müller, 2023). Allo stesso modo, il populismo non deve essere automaticamente identificato con la destra radicale o estrema, categorie che Mudde (2020) invita a mantenere concettualmente distinte. Nel caso Milei, ciò che interessa non è quindi stabilire una generica appartenenza tipologica, già assunta nella selezione del caso, ma osservare come la rappresentazione della rottura venga modificata dall'esercizio concreto del potere.

Il primo movimento è quello della **costruzione di un prima e di un dopo**. Nel sotto-corpus, l'intervento di Davos colloca il cambiamento argentino entro una più ampia rinascita delle «ideas de la libertad»; la riduzione della spesa pubblica viene rappresentata come interruzione di una lunga fase espansiva; la riforma del lavoro assume il significato di una trasformazione strutturale; la contrapposizione al kirchnerismo identifica invece un referente politico rispetto al quale la discontinuità può essere resa immediatamente riconoscibile. Temi differenti vengono così collegati dalla possibilità di interpretarli come passaggi di una trasformazione rispetto a un ordine precedente.

Questa costruzione non richiede che il giornalismo adotti la definizione proposta dal leader. È necessario distinguere tra la narrazione presidenziale della rottura e il modo in cui gli articoli la rendono pubblicamente osservabile. Le testate possono riportare le categorie di Milei attribuendole esplicitamente alla sua voce, affiancarle a dichiarazioni concorrenti, verificarne i risultati o concentrarsi sulle reazioni prodotte dalle politiche governative. La mediazione giornalistica trasforma pertanto l'autorappresentazione anti-sistema in un oggetto sottoposto a contestualizzazione. La rottura dichiarata entra in relazione con ciò che accade quando essa viene tradotta in decisioni.

È qui che emerge il secondo movimento, quello dell'**istituzionalizzazione**. La riforma del lavoro costituisce un caso particolarmente evidente. Presentata come parte di un programma di trasformazione, deve confrontarsi con governatori che condizionano il proprio sostegno, attraversare il Parlamento e affrontare l'opposizione sindacale e le mobilitazioni. L'iniziativa presidenziale rimane centrale, ma la sua realizzazione dipende da attori dotati di risorse autonome. Il passaggio dalla promessa alla norma trasforma quindi l'antagonismo: ciò che nel discorso può essere formulato attraverso opposizioni nette deve essere tradotto in maggioranze, negoziazioni, modifiche e procedure.

Una dinamica analoga emerge nel conflitto sul finanziamento universitario. Il caso osservato a maggio coinvolge simultaneamente governo, Congresso, giustizia, università e soggetti mobilitati. La pluralità degli attori rende difficile rappresentare l'azione politica come rapporto esclusivo tra leader e avversario. L'istituzionalizzazione moltiplica i centri di agency: il presidente può promuovere o contrastare una decisione, ma altri soggetti dispongono della capacità di approvarla, contestarla, sospenderla o chiederne l'applicazione. La rottura viene così ricondotta entro un sistema di interdipendenze che ne condiziona gli esiti senza necessariamente eliminarne la forza simbolica.

L'aggiustamento fiscale mostra il versante complementare dello stesso processo. In questo caso la discontinuità non rimane allo stadio della promessa: l'articolo di *La Nación* la traduce in grandezze economiche, settori interessati e riduzioni della spesa. La metafora politica della «motosierra» incontra così la quantificazione delle sue conseguenze. È un passaggio importante perché l'istituzionalizzazione della rottura produce elementi attraverso i quali la leadership può rivendicare coerenza tra programma e azione, ma genera nello stesso tempo

risultati suscettibili di valutazioni concorrenti. Quanto più il cambiamento diventa concreto, tanto più diventa verificabile.

L'esercizio del governo modifica inoltre la posizione dello stesso campo politico mileista. Una leadership costruita contro la «casta» e contro pratiche attribuite all'ordine precedente deve progressivamente dotarsi di una propria classe dirigente, distribuire responsabilità e rispondere dell'operato dei suoi componenti. Il caso Adorni rende particolarmente evidente questa trasformazione. La comparizione davanti al Congresso del 29 aprile e le successive dimissioni del 27 giugno mostrano come un esponente centrale dell'esecutivo possa diventare oggetto di quelle procedure di controllo, contestazione e attribuzione della responsabilità che caratterizzano l'esercizio istituzionale del potere.

Si produce in questo modo un passaggio sociologicamente rilevante: l'outsider che raggiunge il governo non può continuare a occupare esclusivamente la posizione dell'alterità. Diventa a sua volta produttore di norme, distributore di risorse, titolare di responsabilità e referente delle conseguenze delle politiche adottate. L'opposizione tra sistema e anti-sistema tende pertanto a complicarsi. Il leader può continuare a rappresentare parti dell'ordine politico come esterne o antagonistiche rispetto al proprio progetto, ma agisce ormai da una posizione interna alle istituzioni e viene valutato attraverso le responsabilità associate a quella posizione.

Ciò non significa che l'istituzionalizzazione dissolva necessariamente la rottura. Può verificarsi il movimento contrario: la permanenza dell'antagonismo può consentire al leader di preservare una componente della propria identità di outsider anche mentre governa. La presenza di avversari identificabili —kirchnerismo, sindacati, settori politici, gruppi mobilitati— rende disponibile un confine rispetto al quale il progetto può continuare a essere presentato come trasformativo. La rottura diventa allora meno una condizione originaria destinata a esaurirsi con l'accesso al potere e più una relazione che deve essere continuamente riprodotta.

In questa prospettiva acquista particolare significato la categorizzazione morale osservata nel caso YPF. La formula attribuita a Milei, «Expropiar está mal porque robar está mal», riduce la distanza tra due progetti di politica economica a una contrapposizione che investe la legittimità dell'azione precedente. Analogamente, la metafora del kirchnerismo come «monstruo» traduce il conflitto politico in una relazione tra minaccia e superamento della paura. Queste formulazioni

contribuiscono a preservare una frontiera simbolica anche quando il leader non si trova più all'esterno del sistema decisionale. L'alterità viene ricostruita dall'interno del governo.

Il rapporto tra anti-sistema e istituzionalizzazione non deve pertanto essere interpretato come una successione lineare nella quale il secondo termine sostituisce il primo. I due elementi possono coesistere. Milei può presentarsi come agente di una trasformazione radicale e, contemporaneamente, negoziare con governatori; attaccare l'ordine precedente e utilizzare il Congresso per modificarne le norme; denunciare avversari e dover rispondere alle decisioni giudiziarie; rivendicare risultati economici e vedere tali risultati sottoposti a verifica giornalistica. È questa compresenza, più della semplice conflittualità, a caratterizzare la costruzione osservata nel sotto-corpus.

La tensione riguarda direttamente la credibilità. Nella fase della promessa, la coerenza può essere costruita soprattutto attraverso la riconoscibilità del progetto e la stabilità delle opposizioni che lo definiscono. Nell'esercizio del governo, invece, aumentano gli elementi rispetto ai quali quella promessa può essere verificata: leggi approvate, spesa ridotta, indicatori economici, conseguenze sociali, funzionamento dell'amministrazione e comportamento dei suoi esponenti. L'istituzionalizzazione moltiplica quindi non soltanto i vincoli dell'agency, ma anche le occasioni di negoziazione della credibilità.

Il caso delle cifre sulla povertà è emblematico. La rivendicazione di un miglioramento costituisce una risorsa potenziale per la legittimazione del programma economico, ma la presenza di valori differenti nelle dichiarazioni di Milei e Caputo consente al giornalismo di trasformare la coerenza fattuale della narrazione governativa in oggetto della notizia. La credibilità non dipende in questo caso dalla semplice intensità con cui il risultato viene rivendicato: viene negoziata attraverso la possibilità di confrontare affermazioni provenienti dallo stesso esecutivo. L'istituzionalizzazione produce quindi dati e responsabilità che possono consolidare oppure problematizzare l'autorappresentazione della leadership.

Anche l'eccesso informativo assume, alla luce di questa tensione, un significato più preciso. La reiterazione consente alla semantica della rottura di attraversare eventi differenti e di mantenere riconoscibile il progetto presidenziale, ma accumula contemporaneamente una memoria delle affermazioni, delle promesse e delle controversie. Ogni nuova occorrenza può richiamare quelle precedenti. La presenza ripetuta rende quindi possibile sia la continuità della

narrazione sia il confronto temporale tra ciò che era stato annunciato e ciò che successivamente viene osservato.

È in questo punto che il corpus giornalistico amplia le acquisizioni della precedente analisi semiotica su Milei (Jantus Lordi de Sobremonte, 2026d). La configurazione della rottura individuata nella rappresentazione visuale e discorsiva rimane riconoscibile, ma l'informazione giornalistica ne mostra una dimensione ulteriore: **la necessità di governare la rottura**. L'opposizione simbolica può costruire un confine netto; l'esercizio istituzionale deve invece tradurre quel confine in decisioni, procedure e risultati, sottoponendolo alle reazioni di attori che conservano capacità autonome di intervento.

La configurazione può essere sintetizzata come: *rottura → accesso al governo → istituzionalizzazione → vincoli/accountability → ridefinizione della rottura.*

Non si tratta di un percorso necessario né di una progressiva moderazione del leader. Lo schema indica piuttosto una trasformazione della posizione relazionale: la leadership che definisce se stessa attraverso la discontinuità deve continuamente ricostruire il significato di tale discontinuità quando diventa parte dell'ordine istituzionale sul quale interviene.

Il caso Milei consente quindi di precisare uno dei risultati centrali del capitolo. La costruzione giornalistica della sua leadership non appare fondata soltanto sull'intensità del conflitto, ma sulla tensione persistente tra **essere governo e continuare a rappresentare la rottura**. L'alterità rende riconoscibile il progetto; l'antagonismo ne intensifica la presenza; l'eccesso informativo ne moltiplica le occasioni di riattivazione; l'istituzionalizzazione, infine, sottopone quella promessa a procedure, risultati e responsabilità.

La politica anti-sistema assume così una forma paradossale soltanto in apparenza. Una volta conquistato il governo, la rottura non può più essere costruita esclusivamente come opposizione dall'esterno: deve essere prodotta dall'interno delle istituzioni e confrontata con i loro vincoli. Nel corpus analizzato, Milei rimane riconoscibile come agente della discontinuità proprio mentre governatori, Congresso, giustizia, sindacati, università, oppositori e componenti dello stesso esecutivo rendono visibili i limiti e le condizioni della sua azione. **La rottura cessa quindi di essere soltanto promessa di cambiamento** e diventa un problema di governo: deve essere **istituzionalizzata** senza perdere la differenza simbolica che la rende politicamente riconoscibile.

CAPITOLO IX

GIORGIA MELONI

9.1. Dalla centralità informativa al posizionamento

Il corpus relativo a Giorgia Meloni presenta una configurazione quantitativa distinta da quelle osservate per Donald Trump e Javier Milei. Nel semestre considerato la presidente del Consiglio compare in 25.817 articoli, con una *Total Attention* pari al 2,621%. La presenza è quindi inferiore in termini assoluti e relativi, ma mostra una maggiore variabilità temporale: la media giornaliera è di circa 143 articoli, con una deviazione standard di 76 e un coefficiente di variazione pari a 0,536, il più elevato tra i tre casi. La centralità di Meloni appare pertanto meno continua e maggiormente sensibile a specifiche congiunture informative.

La distribuzione mensile conferma questa caratteristica. Dai 3.412 articoli di gennaio e 3.443 di febbraio si passa ai 4.854 di marzo e ai 5.157 di aprile; maggio scende a 4.037, mentre giugno risale a 4.914. I principali picchi giornalieri —459 articoli il 9 aprile, 395 il 19 giugno, 377 il 14 aprile, 372 l'11 giugno e 369 il 9 gennaio— mostrano inoltre accelerazioni circoscritte rispetto al livello ordinario della copertura. Rispetto alla maggiore continuità osservata per Trump e alla combinazione di presenza sostenuta e forti picchi rilevata per Milei, il caso Meloni configura dunque un regime di visibilità più dipendente dalla riattivazione prodotta dagli eventi.

La minore quantità complessiva non equivale tuttavia a marginalità. Il problema riguarda piuttosto **la forma assunta dalla centralità**. Meloni viene collocata entro una rete di relazioni che comprende governo, opposizioni, Parlamento, Presidenza della Repubblica, Unione europea, Stati Uniti e altri attori internazionali. La sua presenza attraversa politica interna ed estera, sicurezza, economia, rapporti istituzionali e controversie pubbliche. In tale configurazione la leadership diventa particolarmente visibile quando eventi o relazioni richiedono la definizione di una posizione.

Il concetto di **posizionamento** viene qui utilizzato precisamente in questo senso. Non indica moderazione, centrismo o equidistanza, né presuppone una strategia sempre intenzionale. Designa il processo attraverso il quale la posizione pubblica della leader viene resa intelligibile mediante relazioni di prossimità, distanza, convergenza o differenziazione rispetto ad altri attori. La leadership emerge quindi non soltanto da ciò che Meloni propone o decide, ma dal modo in cui

viene collocata —e si colloca— entro uno spazio politico e istituzionale composto da relazioni concorrenti.

Il sotto-corpus qualitativo rende osservabile questa dinamica. I dodici articoli selezionati, due per ciascun mese e provenienti da dodici testate differenti, riguardano Venezuela, rapporti con Trump e Mattarella, sicurezza, Europa, guerra in Iran, Parlamento, diplomazia nel Golfo, lavoro, stabilità del governo, Balcani e controversie internazionali. Temi differenti sono accomunati dalla ricorrenza di una domanda implicita: quale posizione assume la presidente del Consiglio rispetto all'evento e agli attori coinvolti?

Il rapporto con Trump costituisce uno degli esempi più evidenti, ma non esaurisce la configurazione. La prossimità politica tra i due leader rappresenta una risorsa interpretativa disponibile, senza determinare automaticamente le singole rappresentazioni giornalistiche. Nel semestre essa può essere accompagnata da convergenza, differenziazione o aperta replica, come avviene nelle questioni relative al Venezuela, all'Iran e, in giugno, nella controversia direttamente prodotta dalle dichiarazioni del presidente statunitense. La vicinanza a un alleato non esclude quindi la presa di distanza, così come quest'ultima non implica necessariamente la rottura della relazione. La centralità può anzi intensificarsi proprio quando un rapporto considerato relativamente stabile viene sottoposto a tensione e richiede una ridefinizione pubblica.

La stessa logica emerge, con forme differenti, nei rapporti europei e istituzionali. Il confronto con Pedro Sánchez costruisce una differenziazione politica interna a uno spazio europeo condiviso; le controversie sulla politica estera conducono anche al confronto parlamentare; le relazioni con la Presidenza della Repubblica introducono un ulteriore livello istituzionale. Il confine politico non assume quindi necessariamente la forma di un'antitesi stabile: può essere ridefinito in funzione degli interlocutori e delle circostanze.

Ciò non significa che il conflitto sia assente. Sicurezza, opposizioni, proteste e politica estera producono contrapposizioni anche nette. La specificità da verificare riguarda piuttosto **come il conflitto venga incorporato nella costruzione della leadership**. Nel sotto-corpus Meloni può promuovere un'iniziativa, rispondere a una contestazione, differenziarsi da un alleato, ricorrere al Parlamento o ridimensionare pubblicamente una polemica. L'agency non coincide quindi soltanto con la produzione dell'evento, ma comprende la posizione attribuita alla leader nella sua interpretazione e gestione.

Questa configurazione emerge anche quando caratteristiche potenzialmente favorevoli vengono sottoposte a ricontestualizzazione. La durata del governo può essere rappresentata come stabilità oppure reinterpretata criticamente come immobilismo; un rapporto internazionale presentato come privilegiato può diventare problematico quando eventi successivi ne mettono in discussione il significato. La posizione pubblica non costituisce dunque una proprietà definitivamente acquisita, ma viene ricostruita attraverso informazioni che possono confermare, modificare o contestare rappresentazioni precedenti.

Il rapporto con la credibilità si colloca precisamente in questo spazio. La reiterazione rende disponibili nel tempo determinate rappresentazioni della leadership —stabilità, ruolo internazionale, capacità di governo, rapporto con alleati e istituzioni— ma le sottopone anche alla verifica di eventi successivi. La credibilità non deriva quindi dalla semplice frequenza della presenza informativa: viene negoziata nella possibilità di mantenere una posizione riconoscibile quando cambiano questioni, interlocutori e circostanze.

La dimensione istituzionale è, da questo punto di vista, particolarmente rilevante. Meloni non viene rappresentata soltanto come leader politica, ma come presidente del Consiglio. Parlamento, Presidenza della Repubblica, governi stranieri e istituzioni europee partecipano alla definizione della posizione dalla quale può parlare e agire. Persona politica e funzione istituzionale possono così sovrapporsi, come accade quando una contestazione rivolta direttamente alla leader viene ricondotta alla rappresentanza del governo o dell'Italia.

La configurazione osservata può essere sintetizzata come: *evento → presa di posizione → relazione con altri attori → differenziazione/mediazione → riconoscibilità della leadership.*

Lo schema non descrive un processo necessario, ma una regolarità interpretativa da verificare nell'analisi qualitativa: la centralità di Meloni tende a diventare particolarmente significativa quando la copertura giornalistica rende visibile la posizione occupata rispetto ad alleati, oppositori e istituzioni.

Il posizionamento consente infine di evitare una contrapposizione troppo rigida tra i tre casi. Trump, Milei e Meloni non costituiscono tipi puri: tutti esercitano agency, producono o affrontano conflitti, negoziano con istituzioni e vengono sottoposti a contestazione. Ciò che varia è la configurazione prevalente attraverso la quale questi elementi diventano giornalisticamente intelligibili. Nel caso Meloni, il sotto-corpus suggerisce una leadership la cui riconoscibilità passa in misura rilevante

attraverso la definizione e ridefinizione della propria posizione entro sistemi di relazioni politiche e istituzionali differenti.

9.2. Agency, mediazione e gestione del conflitto

Se il paragrafo precedente ha individuato nel posizionamento una configurazione ricorrente della centralità informativa di Giorgia Meloni, l'analisi dei dodici articoli consente di osservare come tale posizione venga costruita nel corso degli eventi. Il punto non è stabilire se la presidente del Consiglio sia, in termini generali, una leader più o meno conflittuale rispetto a Trump o Milei, ma ricostruire le forme attraverso le quali l'agency viene rappresentata quando incontra alleati, opposizioni e vincoli istituzionali. Nel sotto-corpus il conflitto è presente, talvolta in forma esplicita, ma viene frequentemente articolato attraverso prese di posizione, distinzioni, risposte e ricollocazioni che ne modificano il significato.

Il primo articolo di gennaio, pubblicato da *La Stampa* il 3 gennaio, riguarda il Venezuela e colloca immediatamente Meloni entro una relazione complessa con Donald Trump. La premier riconosce la legittimità della difesa dal narcotraffico, ma distingue questa valutazione dal ricorso all'azione militare; la posizione viene inoltre contestata da Elly Schlein. La costruzione giornalistica non restituisce quindi una semplice alternativa tra adesione e opposizione agli Stati Uniti. L'agency consiste nella formulazione di una distinzione che consente di mantenere prossimità politica e, contemporaneamente, uno spazio di differenziazione. La reazione dell'opposizione rende inoltre visibile che tale posizionamento è immediatamente sottoposto a interpretazioni concorrenti.

Il 9 gennaio *la Repubblica* concentra invece l'attenzione sulla conferenza stampa della presidente del Consiglio. Il testo attraversa questioni eterogenee —dal caso Trentini alla sicurezza, dai rapporti con Mattarella a quelli con Trump— e mostra una forma di centralità diversa da quella prodotta da un singolo evento. È la posizione istituzionale stessa a trasformare Meloni nel punto di convergenza di domande relative a campi differenti. L'agency è qui prevalentemente discorsiva: rispondere significa definire pubblicamente la propria collocazione rispetto a questioni e interlocutori diversi. La conferenza stampa rende così osservabile una leadership che deve mantenere riconoscibilità attraversando simultaneamente più controversie.

A febbraio il conflitto assume innanzitutto una dimensione interna. L'articolo del *Sole 24 Ore* del 1° febbraio, dedicato agli scontri connessi ad Askatasuna, associa Meloni alla possibilità di un nuovo

intervento sulla sicurezza. La presidente del Consiglio viene rappresentata come soggetto chiamato a trasformare un episodio di ordine pubblico in risposta governativa. L'agency consiste quindi nella capacità di ricondurre l'evento a una decisione politica e potenzialmente normativa. Il conflitto non rimane circoscritto alla contrapposizione tra manifestanti e forze dell'ordine, ma viene trasferito sul terreno dell'azione dell'esecutivo, dove sicurezza, responsabilità e legittimità della risposta diventano oggetto della competizione politica.

Il secondo articolo di febbraio, pubblicato da *Avvenire* il 12, sposta invece il confronto sul piano europeo attraverso la relazione con Pedro Sánchez. Le «idee opposte di Europa» richiamate nel titolo costruiscono una differenziazione esplicita, ma interna a uno spazio politico e istituzionale condiviso. Meloni e Sánchez non vengono rappresentati come soggetti estranei a un medesimo sistema, bensì come leader che occupano posizioni differenti al suo interno. Il conflitto assume pertanto la forma della competizione tra alternative politiche, senza richiedere la delegittimazione dell'interlocutore. Il posizionamento deriva dalla relazione: la specificità della premier italiana diventa intelligibile attraverso il confronto con una posizione concorrente.

Marzo introduce una tensione particolarmente significativa tra agency internazionale e contestazione interna. Il 1° marzo *Il Fatto Quotidiano* riferisce le critiche di Giuseppe Conte ed Elly Schlein dopo che Guido Crosetto era rimasto bloccato a Dubai in relazione alla crisi iraniana. L'attacco investe direttamente uno degli elementi della rappresentazione internazionale di Meloni: il presunto rapporto privilegiato con Trump. In questo caso la presidente del Consiglio non produce originariamente il conflitto; ne diventa l'oggetto attraverso la categorizzazione proposta dagli oppositori. La prossimità con il presidente statunitense, potenzialmente utilizzabile come risorsa di influenza, viene ricontestualizzata come possibile elemento di debolezza qualora non produca accesso, informazione o capacità di intervento.

La risposta diventa visibile pochi giorni dopo. Il 5 marzo *Askanews* riferisce la dichiarazione secondo cui l'Italia non entrerà nella guerra contro l'Iran e annuncia la presenza di Meloni in Parlamento l'11 marzo, dopo le richieste delle opposizioni. L'agency assume qui una duplice dimensione: sostantiva, attraverso la definizione della posizione italiana, e istituzionale, attraverso il confronto parlamentare. La controversia non viene risolta semplicemente opponendo una dichiarazione governativa a quella degli avversari; viene ricondotta entro una sede nella quale il governo deve spiegare e sostenere pubblicamente la propria linea. La mediazione istituzionale non elimina quindi il conflitto, ma ne organizza una delle forme possibili.

Il primo articolo di aprile, pubblicato da *Il Messaggero* il 1° aprile, rende ancora più evidente la natura dinamica del posizionamento. L'espressione «distacco soft da Trump» associa il cambiamento a una distanza graduata, non a una rottura. La decisione di rivolgersi alle Camere rafforza inoltre la dimensione istituzionale della risposta. La relazione con Washington rimane rilevante, ma viene ridefinita alla luce delle circostanze: l'agency consiste nella possibilità di modificare la distanza dall'alleato senza trasformarlo necessariamente in antagonista. Il caso mostra come vicinanza e autonomia possano essere rappresentate non come categorie incompatibili, ma come dimensioni negoziabili della stessa relazione.

Il 3 aprile *Il Giornale* sposta l'attenzione sulla missione di Meloni nel Golfo, incentrata su energia, sicurezza e diplomazia. Rispetto agli articoli precedenti, la presidente del Consiglio non appare prevalentemente come soggetto che reagisce a una controversia, ma come agente di iniziativa internazionale. Questo passaggio è importante perché impedisce di identificare la gestione del conflitto con una postura esclusivamente reattiva. Il posizionamento può essere costruito anche attraverso l'apertura di relazioni, la definizione di interessi e la ricerca di interlocutori. L'agency comprende dunque sia la risposta a pressioni esterne sia la capacità attribuita alla leader di produrre autonomamente iniziativa politica.

A maggio il sotto-corpus introduce un registro ancora diverso. Il 1° maggio l'AGI racconta la visita di Meloni a PizzAut insieme ai lavoratori «esclusi». L'evento non è organizzato intorno a un antagonista immediatamente riconoscibile e proprio per questo amplia il repertorio attraverso il quale la leadership viene rappresentata. Il lavoro e l'inclusione vengono collegati alla presenza personale della premier e alla dimensione simbolica dell'incontro. L'agency non passa qui attraverso una decisione conflittuale, ma attraverso la partecipazione a una situazione capace di associare la persona politica a determinati valori. La centralità può quindi essere prodotta anche senza polarizzazione.

Il 2 maggio *il manifesto* introduce invece una ricontestualizzazione critica della stabilità governativa. La durata dell'esecutivo, potenzialmente interpretabile come prova di solidità, viene associata nel titolo all'«immobilismo». Il caso è significativo perché mostra come il giornalismo possa modificare il valore attribuito a uno stesso elemento senza negarne il dato di partenza. La longevità rimane tale, ma il suo significato politico viene contestato. La leadership non controlla quindi integralmente le categorie attraverso le quali viene rappresentata: anche caratteristiche utilizzabili come risorse possono essere reinserite in una cornice critica.

La prima osservazione di giugno rende ancora più evidente questa capacità di ricategorizzazione, questa volta esercitata direttamente dalla leader. L'11 giugno ANSA riporta la risposta di Meloni alle critiche relative al vertice sui Balcani: «polemicucce che lasciano il tempo che trovano». Il diminutivo svolge una funzione precisa: la contestazione non viene ignorata, ma viene ridefinita come marginale. L'ironia e il ridimensionamento linguistico diventano così strumenti della gestione del conflitto. L'agency riguarda anche la possibilità di intervenire sullo statuto della critica, tentando di trasformare una contestazione potenzialmente significativa in un episodio privo di conseguenze sostanziali.

Il secondo articolo di giugno, pubblicato da *La Sicilia* il 19, porta questa dinamica su un piano più delicato. Alle dichiarazioni di Trump secondo cui Meloni lo avrebbe implorato per ottenere una fotografia, la premier replica definendole inventate e affermando: «Io e l'Italia non imploriamo mai». La relazione con un alleato che aveva attraversato l'intero semestre diventa improvvisamente terreno di conflitto diretto. La risposta compie però uno spostamento significativo: l'offesa riferita alla persona viene trasformata in una questione di rappresentanza nazionale. Il pronome individuale viene affiancato all'Italia, facendo coincidere temporaneamente difesa della leader e difesa della dignità istituzionale del Paese.

La sequenza gennaio-giugno permette così di distinguere diverse forme di agency. Meloni può prendere posizione rispetto a un'iniziativa altrui, proporre una risposta normativa, differenziarsi da un leader europeo, respingere le critiche delle opposizioni, definire la posizione italiana in una crisi internazionale, rivolgersi al Parlamento, promuovere relazioni diplomatiche, partecipare a eventi simbolici o rispondere direttamente a una contestazione personale. Non emerge quindi un'unica modalità di azione, ma una capacità di occupare ruoli differenti in funzione della struttura dell'evento.

Anche il conflitto assume forme variabili. Può essere opposizione partitica, protesta sociale, divergenza internazionale, controversia parlamentare, critica giornalistica o scontro diretto con un alleato. Questa variabilità distingue il conflitto dalla costruzione di un antagonista permanente. Nel sotto-corpus non emerge un soggetto che occupi stabilmente il ruolo dell'avversario rispetto al quale tutte le altre relazioni acquistano significato. Persino Trump passa dalla prossimità alla differenziazione e infine alla controversia diretta. Il confine viene quindi ricostruito più frequentemente in relazione alla situazione che attraverso una divisione immutabile.

È precisamente qui che la **mediazione** assume rilevanza analitica. Il termine non deve essere inteso come sinonimo di moderazione o compromesso. Indica piuttosto la presenza di passaggi attraverso i quali il conflitto viene ricondotto entro relazioni, procedure o distinzioni che ne modificano la forma. Il Parlamento può diventare la sede nella quale una controversia internazionale viene resa accountable; l'appartenenza europea contiene una differenziazione politica; l'alleanza con gli Stati Uniti non impedisce la presa di distanza; la funzione di presidente del Consiglio consente di trasformare una replica personale in affermazione nazionale. Mediare significa, in questo senso, **ricollocare il conflitto entro una relazione più ampia**, non necessariamente attenuarlo.

La distribuzione della voce è decisiva. In alcuni articoli la posizione di Meloni struttura direttamente la notizia; in altri sono gli oppositori o la testata a proporre la categorizzazione dominante. Le accuse di Conte e Schlein sul rapporto con Trump, così come la trasformazione della stabilità in «immobilismo», ricordano che la costruzione della leadership è plurivocale. Una dichiarazione attribuita alla premier non coincide con la voce del giornale e, simmetricamente, una categoria critica contenuta nel titolo non può essere trattata come proprietà intrinseca della leader. La rappresentazione emerge dalla relazione tra dichiarazioni, selezione giornalistica, controvoci e contesto.

Questa struttura plurivocale incide sulla credibilità. La capacità di mantenere una posizione riconoscibile può costituire una risorsa, ma gli eventi successivi possono modificare il significato delle relazioni precedenti. Il rapporto con Trump ne offre l'esempio più evidente: la prossimità iniziale diventa oggetto di verifica durante la crisi iraniana, viene successivamente rappresentata attraverso un «distacco soft» e culmina in una controversia diretta. Non è necessario concludere che una delle rappresentazioni annulli le altre. È la loro successione a rendere visibile la natura relazionale e temporale della credibilità.

Da questo punto di vista, il sotto-corpus non sostiene una rappresentazione di Meloni come leader semplicemente «moderata». Una simile categoria cancellerebbe conflitti, decisioni securitarie, opposizioni ideologiche e risposte anche dure presenti negli articoli. Ciò che appare distintivo è piuttosto la possibilità di combinare il conflitto con forme differenti di gestione della distanza: accentuarla, ridurla, istituzionalizzarla, ricategorizzarla o trasformarne il referente. La leadership rimane riconoscibile non perché occupi sempre la stessa posizione, ma perché la posizione può essere ridefinita senza dissolvere la continuità della figura politica.

La sequenza analitica può essere sintetizzata come: *centralità → agency situata → relazione/ conflitto → mediazione o riposizionamento → ridefinizione della posizione.*

Non si tratta di una catena causale né di un comportamento necessariamente intenzionale. Lo schema descrive una regolarità osservabile nei dodici articoli: eventi differenti collocano Meloni entro sistemi di relazioni; l'intervento della leader o degli altri attori rende visibili distanze e prossimità; la copertura giornalistica organizza tali variazioni entro una rappresentazione riconoscibile della leadership.

Rispetto alla configurazione individuata per Milei, la differenza non consiste dunque nella presenza o assenza di antagonismo. Anche nel corpus Meloni esistono opposizioni nette. Cambia soprattutto la stabilità delle frontiere: nel caso argentino la rottura tendeva a riattivare una distinzione tra progetto trasformativo e soggetti che vi si oppongono; nel caso italiano gli stessi rapporti possono attraversare fasi di prossimità, tensione e differenziazione. Il confronto con Trump ne costituisce l'esempio più evidente, ma la stessa logica compare nei rapporti con opposizioni, Parlamento e interlocutori europei. La comparazione segnala una differenza di configurazione, non una maggiore o minore conflittualità dei leader.

L'analisi dei dodici articoli permette pertanto di precisare il significato del posizionamento introdotto nel paragrafo precedente. Non si tratta di occupare un punto intermedio tra alternative contrapposte, ma di **costruire e ricostruire una posizione all'interno di relazioni mutevoli**. L'agency rende possibile l'intervento; il conflitto produce distinzioni; la mediazione le inserisce entro vincoli politici e istituzionali; gli eventi successivi possono infine modificarne il significato. Nel caso Meloni, la centralità informativa appare così strettamente connessa alla capacità della rappresentazione giornalistica di rendere notiziabili queste variazioni di posizione. È precisamente tale possibilità di riutilizzare e trasformare configurazioni precedenti che consente ora di interrogare l'eccesso informativo come occasione di **ricontestualizzazione**.

9.3. L'eccesso come occasione di ricontestualizzazione

L'analisi dei dodici articoli mostra che, nel caso di Giorgia Meloni, l'eccesso informativo assume una configurazione parzialmente diversa da quella osservata per Trump e Milei. La produzione complessiva è inferiore —25.817 articoli e una *Total Attention* del 2,621%— ma presenta una maggiore variabilità temporale, con un coefficiente di variazione pari a 0,536. La centralità si

intensifica quindi soprattutto in corrispondenza di specifiche congiunture, nelle quali eventi nuovi riattivano questioni, relazioni e rappresentazioni già disponibili. In questo quadro, l'eccesso non opera soltanto attraverso l'accumulazione della presenza, ma attraverso la possibilità che informazioni successive **ricollochino quelle precedenti entro contesti differenti**, modificandone il significato.

Per **ricontestualizzazione** si intende qui precisamente questo processo. Una dichiarazione, una relazione politica o una caratteristica attribuita alla leadership non possiedono un significato immutabile una volta entrate nello spazio informativo. Eventi successivi possono riprenderle, collegarle a circostanze nuove o sottoporle a interpretazioni concorrenti. La reiterazione non consiste pertanto nella semplice ripetizione dello stesso contenuto: produce una memoria informativa entro la quale ciò che viene pubblicato in un momento può diventare risorsa interpretativa per comprendere ciò che accade in seguito. L'eccesso moltiplica le occasioni di tali connessioni.

Il rapporto con Donald Trump costituisce l'esempio più evidente. All'inizio del semestre la vicinanza tra i due leader rappresenta una delle coordinate attraverso le quali viene interpretata la politica estera italiana. Nel caso venezuelano Meloni formula una posizione che combina convergenza e differenziazione; durante la crisi iraniana, invece, le opposizioni utilizzano proprio il presunto rapporto privilegiato con il presidente statunitense per contestare la capacità della premier di incidere sulle decisioni dell'alleato. Ad aprile la relazione viene ulteriormente ridefinita attraverso l'espressione giornalistica «distacco soft da Trump». A giugno, infine, le dichiarazioni del presidente statunitense producono un conflitto diretto e la conseguente replica di Meloni.

Non è necessario interpretare questa successione come un progressivo deterioramento della relazione. Il dato più rilevante è che **lo stesso rapporto viene reso informativamente disponibile attraverso significati differenti**. Prossimità, influenza, autonomia, distanza e contestazione possono essere attivati in momenti diversi senza che uno elimini definitivamente gli altri. Ogni nuovo episodio ricontestualizza quelli precedenti e rende la relazione nuovamente notiziabile. L'eccesso consiste anche nella moltiplicazione di queste occasioni di ridefinizione.

La stessa dinamica riguarda categorie apparentemente più stabili. La **stabilità del governo**, per esempio, può essere utilizzata come indicatore della durata dell'esecutivo e quindi come possibile risorsa nella rappresentazione della leadership. L'articolo de *il manifesto* del 2 maggio conserva il

dato della longevità, ma lo associa all'«immobilismo». Non cambia il fatto empirico —la durata del governo— bensì la cornice attraverso la quale esso acquista significato. Un attributo potenzialmente favorevole viene così trasformato in oggetto di critica. La ricontestualizzazione mostra che la visibilità accumulata non garantisce la stabilizzazione del valore associato a una categoria.

Questo passaggio è rilevante anche per la credibilità. Una leadership può diventare riconoscibile attraverso associazioni reiterate —stabilità, capacità internazionale, rapporto con determinati alleati, continuità dell'azione di governo— ma la loro ripetizione non produce necessariamente consolidamento. Quanto più tali associazioni sono disponibili, tanto più possono essere confrontate con eventi successivi. La reiterazione crea quindi una duplice possibilità: rafforzare la coerenza di una rappresentazione oppure fornire materiali attraverso i quali problematizzarla. Anche in questo caso, maggiore presenza non equivale automaticamente a maggiore credibilità.

La ricontestualizzazione può inoltre essere prodotta dalla stessa leader. La risposta dell'11 giugno alle polemiche relative al vertice sui Balcani ne offre un esempio particolarmente chiaro. Definire le critiche «polemicucce che lasciano il tempo che trovano» non significa semplicemente negarle. Significa intervenire sulla categoria attraverso la quale dovrebbero essere interpretate: da possibile controversia politica a episodio marginale. L'agency discorsiva riguarda quindi anche la capacità di proporre una nuova cornice per un evento già costruito come problematico.

Ancora più significativo è il passaggio osservabile il 19 giugno. Le dichiarazioni di Trump riguardano direttamente Meloni e il comportamento che le viene attribuito; la replica «Io e l'Italia non imploriamo mai» modifica però il referente della controversia. Una contestazione personale viene ricollocata entro la rappresentanza istituzionale e nazionale. Il passaggio dall'«io» all'«Italia» non cancella l'origine personale dello scontro, ma ne amplia la cornice: la risposta della leader diventa contemporaneamente difesa della propria posizione e affermazione dell'autonomia del Paese. La ricontestualizzazione opera qui attraverso uno spostamento di scala, dalla persona politica alla funzione istituzionale.

Questo meccanismo aiuta a comprendere anche il rapporto tra **persona e ruolo**. Nel corpus Meloni può essere rappresentata come leader di partito, capo del governo, interlocutrice internazionale o protagonista personale di una controversia. Queste posizioni non coincidono, ma possono essere collegate nella stessa sequenza informativa. Un evento originariamente riferito alla persona può acquisire rilevanza istituzionale; una decisione governativa può essere personalizzata; una relazione

tra leader può diventare questione di politica estera. La reiterazione della presenza consente alla figura di attraversare questi ruoli e rende possibili continui passaggi tra di essi.

La maggiore variabilità temporale del corpus assume, in questa prospettiva, un significato preciso. I picchi non rappresentano soltanto momenti nei quali «si parla di più» di Meloni. Possono costituire punti nei quali configurazioni precedentemente disponibili vengono riaperte e sottoposte a una nuova interpretazione. Il 9 gennaio, il 9 e il 14 aprile, l'11 e il 19 giugno appartengono a congiunture differenti, ma mostrano come l'attenzione possa accelerare quando la posizione della presidente del Consiglio deve essere nuovamente definita. Il picco è quindi rilevante non soltanto per la quantità, ma per la possibilità di concentrare processi di ridefinizione.

Ciò consente di distinguere la ricontestualizzazione dalla semplice volatilità. Se la copertura fosse costituita soltanto da eventi isolati, l'aumento e la diminuzione dell'attenzione descriverebbero una successione di episodi scarsamente collegati. Nel sotto-corpus, invece, alcune relazioni attraversano più momenti del semestre. Il rapporto con Trump ne è l'esempio più evidente, ma anche i rapporti con Parlamento, opposizioni e interlocutori europei contribuiscono a una memoria nella quale nuove notizie possono essere interpretate alla luce delle precedenti. La discontinuità quantitativa convive quindi con una continuità di risorse interpretative.

L'eccesso informativo può essere considerato, sotto questo profilo, una condizione di **disponibilità di precedenti**. L'accumulazione di notizie rende possibile recuperare dichiarazioni, posizioni e categorie già circolate e confrontarle con quelle successive. Il giornalismo può così stabilire continuità o discontinuità, richiamare precedenti, evidenziare cambiamenti e costruire contraddizioni. Non occorre che ogni articolo realizzi esplicitamente tutte queste operazioni: è la sedimentazione complessiva dell'informazione a rendere disponibili i materiali attraverso i quali possono essere effettuate.

La ricontestualizzazione non è però monopolio del giornalismo. Alla sua produzione partecipano leader, opposizioni e altri attori. Conte e Schlein reinterpretano il rapporto Meloni-Trump come criterio attraverso il quale valutarne l'influenza; Meloni ridimensiona le critiche sul vertice balcanico; Trump interviene direttamente sulla rappresentazione della premier; la risposta italiana sposta la controversia sul terreno della dignità nazionale. La costruzione del significato è quindi distribuita tra soggetti che tentano di definire diversamente lo stesso evento o la stessa relazione. Il

giornalismo seleziona e mette in rapporto queste definizioni, rendendone pubblicamente osservabile la competizione.

Per questa ragione, la ricontestualizzazione costituisce anche un punto di incontro tra eccesso e credibilità. La credibilità non viene qui trattata come giudizio posseduto dai pubblici, che il corpus non consente di rilevare, ma come posta in gioco della rappresentazione giornalistica. Una posizione può apparire coerente con quelle precedenti oppure essere presentata come cambiamento; un'alleanza può funzionare come risorsa o diventare vulnerabilità; la stabilità può essere riconosciuta oppure reinterpretata come immobilismo. L'accumulazione informativa aumenta le possibilità di confronto attraverso le quali queste attribuzioni vengono costruite e contestate.

Ne consegue che l'eccesso non favorisce necessariamente il leader. La disponibilità di una maggiore quantità di precedenti può offrire risorse per sostenere la continuità di una leadership, ma anche per evidenziarne mutamenti, tensioni e contraddizioni. Nel caso Meloni questo carattere ambivalente appare particolarmente importante: la centralità episodica riattiva configurazioni precedenti senza garantirne la conservazione. Ogni nuova controversia può rafforzare una posizione già riconoscibile oppure modificarne il significato.

Il processo può essere sintetizzato come: *eccesso → sedimentazione di precedenti → nuovo evento → ricontextualizzazione → ridefinizione della posizione.*

La sequenza non implica un automatismo causale. Indica il meccanismo attraverso il quale la sovrabbondanza e la reiterazione dell'informazione possono diventare sociologicamente rilevanti: non soltanto aumentando la quantità di visibilità, ma rendendo continuamente disponibili materiali attraverso i quali interpretare nuovamente il presente.

Rispetto ai due casi precedenti emerge così una diversa funzione prevalente dell'eccesso. Nel corpus Trump la reiterazione contribuiva soprattutto alla persistenza della centralità attraverso domini informativi eterogenei; in quello Milei l'alternanza tra presenza e accelerazione rendeva particolarmente visibile la continua riattivazione del conflitto. Nel caso Meloni, la maggiore sensibilità agli eventi rende invece evidente la capacità delle nuove congiunture di **riaprire e ridefinire posizioni precedentemente costruite**. Le tre configurazioni non sono esclusive, ma permettono di distinguere differenti modalità attraverso le quali l'abbondanza informativa può concorrere alla costruzione pubblica della leadership.

L'eccesso come ricontestualizzazione consente infine di comprendere perché la variabilità non debba essere letta semplicemente come debolezza della centralità. Una presenza meno continua può acquistare particolare intensità proprio quando un evento rende necessario ridefinire pubblicamente la posizione della leader. La questione decisiva non è allora soltanto quanto Meloni sia visibile, ma **che cosa accade alle rappresentazioni già disponibili quando torna a esserlo**. Nel corpus analizzato, la risposta ricorrente è che esse possono essere riprese, spostate, ridimensionate o trasformate. La centralità informativa diventa così anche capacità del sistema dell'informazione di riaprire continuamente il significato della leadership.

9.4. Ironia, crisi e riconversione della contestazione

L'analisi del caso Meloni può essere completata osservando una modalità specifica di gestione della contestazione che emerge soprattutto nella parte finale del sotto-corpus. Se il posizionamento descrive la costruzione relazionale della leadership e la ricontestualizzazione mostra come eventi successivi possano modificare il significato di rappresentazioni precedenti, resta da comprendere che cosa accade quando è la stessa leader a diventare direttamente oggetto di critica. Nei materiali analizzati la risposta non assume una forma unica: la contestazione può essere respinta, ridimensionata, ricondotta alle procedure istituzionali oppure trasformata modificandone il referente. **Ironia, crisi e riconversione** designano tre momenti analiticamente distinguibili di questo processo, non caratteristiche permanenti dello stile politico di Giorgia Meloni.

L'ironia emerge con particolare chiarezza nella risposta dell'11 giugno alle critiche relative al vertice sui Balcani. La definizione di tali critiche come «polemicucce che lasciano il tempo che trovano» non nega l'esistenza della controversia, ma interviene sulla sua rilevanza. Il diminutivo produce una sproporzione tra l'importanza attribuita alla questione dai critici e quella riconosciuta dalla presidente del Consiglio: la contestazione viene ammessa come fatto comunicativo e contemporaneamente ricategorizzata come marginale. La risposta non consiste quindi soltanto nel proporre una versione alternativa dell'accaduto, ma nel tentativo di ridefinire **che tipo di evento** sia la polemica stessa.

L'ironia, in questo senso, non coincide necessariamente con l'umorismo. Funziona piuttosto come risorsa discorsiva attraverso la quale la leader può modificare la distanza rispetto alla contestazione. Rispondere analiticamente a ogni accusa significherebbe riconoscerle implicitamente uno statuto rilevante; ridimensionarla linguisticamente consente invece di contestarne la stessa importanza.

L’agency si esercita così anche sul piano della categorizzazione: non soltanto «che cosa è successo», ma «quanto conta ciò che è successo» diventa oggetto della competizione interpretativa.

Il meccanismo presenta tuttavia un limite importante. La ricategorizzazione proposta dal soggetto politico non determina automaticamente quella giornalistica né, tanto meno, quella dei pubblici. Il fatto stesso che la dichiarazione venga trasformata in titolo mostra che il tentativo di ridimensionare una controversia può produrre ulteriore informazione. Una polemica definita irrilevante può continuare a circolare precisamente perché la modalità utilizzata per negarne la rilevanza diventa notiziabile. La gestione della contestazione non coincide quindi con il controllo dei suoi effetti: può modificare la cornice disponibile, ma non impedirne necessariamente la riproduzione.

La crisi rappresenta una situazione differente. Nel sotto-corpus non deve essere intesa come categoria generale riferita all’intero governo, ma come momento nel quale una relazione o una rappresentazione precedentemente disponibile viene sottoposta a una tensione capace di renderne incerto il significato. Il rapporto con Trump offre il caso più evidente. Nel corso del semestre la prossimità con il presidente statunitense viene alternativamente rappresentata come affinità politica, possibile risorsa internazionale, oggetto di critica da parte delle opposizioni e relazione rispetto alla quale affermare una maggiore autonomia. Le dichiarazioni del 19 giugno modificano però la struttura della controversia perché l’interlocutore non è più un soggetto esterno che critica il rapporto tra i due leader: è Trump stesso a produrre un’affermazione direttamente lesiva della rappresentazione pubblica della premier.

La crisi nasce dunque anche dalla **collisione tra rappresentazioni precedenti e nuovo evento**. Se la prossimità a Trump aveva contribuito alla costruzione di una determinata posizione internazionale, un’affermazione che presenta Meloni come subordinata introduce un elemento incompatibile con una rappresentazione fondata sull’autonomia e sull’autorevolezza istituzionale. La rilevanza dell’episodio non dipende soltanto dal contenuto dell’offesa, ma dal precedente accumulo informativo che rende la contraddizione riconoscibile. Senza quella memoria della relazione, la stessa dichiarazione avrebbe un significato differente.

La risposta «Io e l’Italia non imploriamo mai» costituisce allora un esempio particolarmente netto di **riconversione della contestazione**. Meloni non si limita a negare la ricostruzione di Trump, ma modifica il livello sul quale la controversia deve essere interpretata. L’affermazione originaria riguarda il comportamento personale della leader; la replica associa invece esplicitamente l’«io»

all'«Italia». Il passaggio dalla persona alla rappresentanza nazionale amplia il referente della contestazione: ciò che potrebbe apparire come un conflitto interpersonale tra due leader viene ricollocato sul terreno dell'autonomia e della dignità del Paese.

La riconversione differisce quindi dalla semplice confutazione. Confutare significa contestare la verità di un'affermazione; riconvertire significa anche **trasformare il quadro nel quale quell'affermazione acquista significato**. Le due operazioni possono naturalmente coesistere. Nel caso del 19 giugno la ricostruzione viene definita falsa, ma la risposta non si arresta alla fattualità dell'episodio: introduce un principio più generale attraverso il quale la premier ridefinisce la propria posizione. La contestazione ricevuta diventa occasione per produrre una diversa autorappresentazione.

Questo passaggio mette in luce la relazione tra persona politica e ruolo istituzionale. La personalizzazione della leadership rende la figura del capo del governo particolarmente esposta a controversie che possono riguardarne comportamenti, relazioni e caratteristiche individuali. La funzione istituzionale offre però risorse per ricollocare tali controversie entro una dimensione collettiva. Nel corpus Meloni non parla soltanto in quanto individuo coinvolto nello scontro, ma può mobilitare il ruolo di presidente del Consiglio e la rappresentanza dell'Italia. Persona e istituzione non coincidono, ma la loro sovrapposizione temporanea può modificare la struttura della risposta.

Proprio per questo sarebbe improprio interpretare la riconversione come prova dell'efficacia comunicativa della strategia. Il corpus permette di osservare l'operazione discorsiva e la sua ripresa giornalistica, non di stabilire se essa abbia convinto i pubblici o neutralizzato la contestazione. La trasformazione riguarda ciò che viene reso disponibile nello spazio informativo: accanto alla rappresentazione proposta da Trump compare una controdefinizione nella quale Meloni associa la propria posizione a quella nazionale. Quale delle due acquisisca maggiore credibilità presso specifici pubblici resta fuori dal campo empirico della ricerca.

La stessa cautela vale per l'ironia. Definire una polemica marginale può concorrere a costruire un'immagine di controllo della situazione, ma può anche essere interpretato come elusione o minimizzazione. La medesima operazione comunicativa rende quindi disponibili valutazioni opposte. È precisamente questo carattere reversibile a collegare ironia e credibilità: la risorsa attraverso la quale la leader tenta di ridurre il peso della contestazione può diventare essa stessa

oggetto di giudizio. Non esiste un passaggio automatico dalla gestione discorsiva del conflitto al suo successo politico.

In questa prospettiva, **gestire il conflitto significa anche competere sulla definizione del conflitto stesso**. Nei dodici articoli la contestazione non riguarda soltanto decisioni sostantive. Può investire la capacità internazionale della premier, la stabilità del governo, il rapporto con un alleato, la gestione di una crisi o la rilevanza attribuita a una polemica. La risposta può allora operare su livelli differenti: spiegare una decisione, istituzionalizzare il confronto, prendere le distanze, ridimensionare l'accusa oppure modificarne il referente. La variabilità delle risposte è coerente con la configurazione di posizionamento individuata nel capitolo.

Il ruolo del giornalismo rimane decisivo. La riconversione proposta dalla leader non sostituisce automaticamente la categorizzazione precedente, ma vi si aggiunge. Titoli, citazioni, attribuzioni e contestualizzazioni rendono simultaneamente disponibili l'accusa e la replica, consentendo che lo stesso evento venga organizzato attraverso cornici concorrenti. La produzione giornalistica non deve quindi essere descritta come semplice veicolo della strategia politica: costituisce lo spazio nel quale definizioni differenti vengono selezionate, accostate e rese pubblicamente confrontabili.

L'eccesso informativo accentua questa possibilità. La reiterazione produce una memoria nella quale le nuove dichiarazioni possono essere confrontate con relazioni e posizioni precedenti. La controversia con Trump del 19 giugno non interviene in uno spazio vuoto: viene interpretata entro mesi di informazioni sul rapporto tra i due leader. Analogamente, la critica alla stabilità del governo acquista significato perché la durata dell'esecutivo è già disponibile come categoria della leadership. L'eccesso fornisce quindi il materiale necessario tanto alla contestazione quanto alla sua riconversione.

Ne emerge una relazione non lineare tra crisi e centralità. Una controversia può problematizzare una rappresentazione consolidata e contemporaneamente aumentare la visibilità del soggetto contestato. Il 19 giugno, con 395 articoli, costituisce il secondo maggiore picco giornaliero del corpus Meloni. Ciò non consente di affermare che la crisi abbia favorito politicamente la premier, ma mostra che contestazione e centralità possono crescere insieme. Essere sottoposti a critica non significa uscire dal centro dell'informazione; in determinate congiunture, è precisamente la critica a riattivare la centralità.

La configurazione può essere sintetizzata come: *contestazione → crisi della posizione → risposta → ricategorizzazione/riconversione → nuova disponibilità della leadership.*

L'ironia rappresenta una delle possibili modalità della ricategorizzazione; il ricorso alla funzione istituzionale un'altra. Lo schema non implica che ogni contestazione attraversi tutte queste fasi né che la riconversione riesca a sostituire la definizione originaria. Indica piuttosto che il soggetto contestato può intervenire sul significato dell'evento e produrre ulteriori materiali che entrano nella successiva circolazione informativa.

Il caso Meloni si distingue così senza dover essere trasformato in un tipo opposto a quelli di Trump e Milei. Anche qui sono presenti personalizzazione, antagonismo, iniziativa e conflitto. La specificità osservata riguarda piuttosto la frequenza con cui la posizione viene ridefinita attraverso relazioni mutevoli e la capacità della contestazione stessa di diventare materia di un nuovo posizionamento. Il conflitto non deve necessariamente essere mantenuto nella sua formulazione originaria: può essere ridimensionato, istituzionalizzato o trasferito su un piano differente.

L'intero percorso del capitolo può essere ricondotto a questa dinamica. La centralità relativamente più episodica individuata nel 9.1 rende particolarmente rilevanti gli eventi che richiedono una presa di posizione; il 9.2 ha mostrato come l'agency si sviluppi attraverso mediazione e gestione di relazioni differenti; il 9.3 ha evidenziato che l'eccesso rende disponibili precedenti suscettibili di essere ricontestualizzati. Ironia, crisi e riconversione mostrano ora che tale processo può riguardare anche la contestazione rivolta direttamente alla leader.

La configurazione che emerge non è quindi quella di una leadership sottratta al conflitto, ma di una leadership la cui rappresentazione giornalistica viene frequentemente costruita attraverso la **ridefinizione della posizione dentro il conflitto**. La critica può diventare occasione di risposta, una relazione privilegiata può trasformarsi in terreno di differenziazione, una polemica può essere ricategorizzata come marginale e un attacco personale può essere riconvertito in questione istituzionale. Nel corpus Meloni, la continuità della leadership non deriva dall'immutabilità della posizione, ma dalla possibilità di renderla nuovamente intelligibile quando le circostanze ne modificano le condizioni. È in questa capacità di **ricollocare la contestazione senza eliminarne necessariamente la tensione** che trova la sua forma più compiuta la configurazione osservata nel caso italiano.

CAPITOLO X

TRE LEADERSHIP A CONFRONTO

10.1. Tre ecosistemi informativi: intensità, continuità e concentrazione

Il confronto quantitativo tra Donald Trump, Javier Milei e Giorgia Meloni evidenzia tre differenti configurazioni della centralità giornalistica. Nel semestre analizzato, Trump compare in 181.766 articoli, Milei in 135.633 e Meloni in 25.817. Poiché le *National Collection* hanno dimensioni differenti, il dato assoluto deve essere letto insieme alla *Total Attention*, pari rispettivamente al **9,043%, 6,067% e 2,621%**. Anche in termini relativi, dunque, Trump presenta la maggiore centralità, seguito da Milei e Meloni. La differenza più significativa, tuttavia, riguarda il modo in cui tale attenzione si distribuisce nel tempo e tra le fonti.

La variabilità giornaliera distingue nettamente i tre casi. Il coefficiente di variazione è pari a **0,355 per Trump, 0,399 per Milei e 0,536 per Meloni**, mentre il rapporto tra massimo giornaliero e media è rispettivamente **1,60, 3,02 e 3,22**. I due indicatori convergono nel delineare una progressione dalla maggiore continuità alla maggiore sensibilità agli eventi. Trump mantiene una presenza elevata e relativamente stabile; Milei associa una centralità consistente ad accelerazioni più marcate; Meloni presenta una visibilità complessivamente inferiore, ma caratterizzata dalla maggiore variabilità relativa.

La distinzione tra **intensità e continuità** è essenziale. La centralità non dipende soltanto dalla quantità complessiva delle occorrenze, ma dalla loro distribuzione temporale. Nel caso Trump gli eventi intensificano una presenza già strutturalmente elevata; nel caso Milei picchi più pronunciati si innestano su una presenza comunque sostenuta; nel caso Meloni specifiche congiunture assumono un peso relativamente maggiore nella riattivazione della visibilità. Ne derivano tre regimi differenti: **centralità continuativa, centralità continuativa con intensificazioni episodiche e centralità maggiormente legata alle congiunture informative**.

Una seconda differenza riguarda la distribuzione della produzione tra le fonti. Le prime cinque testate rappresentano il **21,93%** del corpus Trump, il **14,44%** di quello Milei e il **32,52%** di quello Meloni; considerando le prime dieci, le quote salgono rispettivamente al **33,38%, 25,20% e 50,69%**, mentre le prime venti raggiungono il **51,87%, 36,88% e 74,99%**.

L'HHI calcolato sui tre corpus conferma la stessa disposizione: **211,30 per Trump, 111,51 per Milei e 308,11 per Meloni**. La produzione relativa a Milei risulta quindi maggiormente distribuita tra le fonti considerate, quella relativa a Meloni più concentrata, mentre Trump occupa una posizione intermedia.

Intensità, continuità e concentrazione descrivono dimensioni differenti e non necessariamente correlate. La maggiore *Total Attention* di Trump non coincide con la maggiore concentrazione delle fonti; al contrario, Meloni presenta contemporaneamente la minore attenzione relativa e la concentrazione più elevata. Milei combina invece una centralità intermedia con la distribuzione più ampia della produzione tra le fonti. La struttura della visibilità non può pertanto essere ricondotta a una sola variabile.

Tabella 6. Matrice di confronto tra intensità, continuità e concentrazione nei tre corpora

Leader	Intensità relativa	Continuità temporale	Concentrazione delle fonti
Trump	più elevata	più elevata	intermedia
Milei	intermedia	intermedia, con picchi pronunciati	più bassa
Meloni	più bassa	più sensibile agli eventi	più elevata

Fonte: elaborazione dell'autore su dati Media Cloud

La matrice rende visibile un risultato che i valori assoluti, considerati isolatamente, non consentirebbero di cogliere. I tre leader non differiscono semplicemente per quantità di copertura, ma per la **configurazione della loro presenza nei rispettivi ecosistemi informativi**. Trump combina intensità e continuità; Milei una presenza sostenuta con maggiori accelerazioni; Meloni una centralità più selettiva e concentrata. La concentrazione delle fonti introduce inoltre una dimensione autonoma, mostrando che la visibilità può essere prodotta attraverso strutture distributive differenti.

Queste differenze riguardano i corpus costruiti attraverso le rispettive *National Collection* e non possono essere trasformate in una misura generale della concentrazione dei sistemi mediatici nazionali. Entro tale perimetro, tuttavia, il confronto mostra che la centralità giornalistica assume **forme strutturalmente differenti prima ancora di considerarne temi, attori e contenuti**.

10.2. Temi, attori, antagonismo e centralità del leader

Le differenze quantitative individuate nel paragrafo precedente acquistano maggiore significato quando vengono confrontate con la struttura tematica e relazionale dei tre corpus. L'analisi lessicale dei titoli e quella qualitativa mostrano infatti che la centralità di Donald Trump, Javier Milei e Giorgia Meloni non dipende soltanto dalla frequenza con cui i leader compaiono nell'informazione, ma dal modo in cui la loro figura collega temi e attori differenti. La comparazione consente di distinguere tre configurazioni prevalenti: **centralità trasversale nel caso Trump, centralità antagonistica nel caso Milei e centralità relazionale nel caso Meloni**. Si tratta di tendenze empiriche, non di tipi esclusivi.

Nel corpus Trump, la figura presidenziale attraversa con continuità politica estera, immigrazione, economia, istituzioni e conflitti internazionali. La varietà tematica non produce una corrispondente dispersione della leadership: questioni differenti vengono frequentemente organizzate intorno alle decisioni, dichiarazioni e conseguenze dell'azione presidenziale. Anche quando altri soggetti — Congresso, Corte Suprema, opposizioni, gruppi sociali o attori internazionali— acquistano centralità, Trump rimane il referente rispetto al quale vengono definite azione e reazione. La sua centralità può quindi essere definita **trasversale**, perché persiste attraversando domini informativi eterogenei.

Il corpus Milei presenta una struttura diversa. Economia, riforme, Congresso, lavoro, inflazione e trasformazione dello Stato costituiscono nuclei ricorrenti, ma la centralità del presidente viene frequentemente costruita attraverso la relazione tra progetto trasformativo e soggetti che vi si oppongono o ne condizionano l'attuazione. Governatori, sindacati, manifestanti, opposizioni e istituzioni assumono così rilevanza in rapporto all'agency presidenziale. L'antagonismo non riguarda necessariamente lo stesso avversario, ma tende a riprodurre una distinzione tra il cambiamento rivendicato dalla leadership e gli attori associati alla resistenza, alla contestazione o all'ordine da superare. La centralità risulta perciò maggiormente **antagonistica e trasformativa**.

Nel caso Meloni, infine, i temi comprendono politica interna ed estera, sicurezza, rapporti europei, Parlamento e relazioni internazionali. La specificità emerge soprattutto dalla variabilità delle posizioni occupate rispetto agli altri attori. Alleati, opposizioni, istituzioni nazionali e interlocutori stranieri non vengono organizzati entro una frontiera antagonistica

altrettanto stabile: la stessa relazione può assumere forme di prossimità, differenziazione, tensione o conflitto. Il rapporto con Trump è emblematico, poiché attraversa nel semestre convergenza, presa di distanza e contestazione diretta. La centralità di Meloni appare pertanto più **relazionale e posizionale**, attivandosi quando diventa informativamente rilevante stabilire la sua collocazione rispetto agli altri soggetti.

Il confronto mostra quindi che il rapporto tra **tema e leader** varia nei tre ecosistemi. Trump tende a funzionare come punto di connessione tra questioni molto differenti; Milei come riferimento di un progetto trasformativo che produce opposizioni ricorrenti; Meloni come nodo entro sistemi di relazioni la cui configurazione cambia con il contesto. In nessuno dei tre casi, tuttavia, la centralità implica che il leader controlli la rappresentazione giornalistica. Al contrario, una parte rilevante della sua visibilità viene prodotta dalle reazioni degli altri attori.

Questo elemento emerge con particolare chiarezza osservando l'**agency**. Trump è frequentemente rappresentato come origine di decisioni capaci di generare conseguenze e risposte: dazi, immigrazione, politica estera, nomine e uso del potere presidenziale. Nel caso Milei l'agency assume soprattutto la forma della trasformazione: riformare, ridurre la spesa, modificare assetti istituzionali e contrapporsi a ciò che viene rappresentato come ordine precedente. Per Meloni, invece, l'agency comprende con maggiore frequenza anche la gestione della posizione: prendere le distanze, rispondere, mediare, ricondurre una controversia entro una sede istituzionale o ridefinirne il significato. Le differenze non riguardano quindi la presenza o assenza di agency, ma **le relazioni entro le quali essa diventa giornalisticamente intelligibile**.

Anche l'antagonismo presenta configurazioni differenti. Nel caso Trump il conflitto può contribuire alla centralità senza richiedere un unico antagonista: oppositori politici, istituzioni, gruppi sociali e attori internazionali possono alternativamente occupare la posizione della controparte. Nel caso Milei la divisione tende invece a essere maggiormente integrata nella rappresentazione del progetto politico: la trasformazione acquista significato anche attraverso ciò che deve contrastare o superare. Nel caso Meloni il confine appare più mobile: soggetti politicamente vicini possono diventare interlocutori conflittuali, mentre divergenze significative possono essere mantenute entro rapporti di cooperazione istituzionale.

La comparazione permette quindi di distinguere **antagonismo e conflitto**. Il conflitto indica una relazione di opposizione circoscritta a un evento o a una questione; l'antagonismo implica una differenziazione più persistente, capace di contribuire alla definizione delle identità politiche in relazione. Tutti e tre i corpus presentano conflitti, ma non tutti li organizzano nello stesso modo. Milei mostra più chiaramente la reiterazione di una grammatica della rottura; Trump mantiene la centralità attraverso una pluralità di conflitti che accompagnano l'espansione della sua agency; Meloni presenta una maggiore mobilità delle distanze e delle prossimità.

Ne deriva un risultato comparativo importante: **gli altri attori non riducono necessariamente la centralità del leader**. Possono, al contrario, contribuire a produrla. Un Congresso che limita Trump continua a organizzare la notizia intorno al potere presidenziale; una mobilitazione contro una riforma di Milei mantiene il presidente come referente del conflitto; una critica rivolta a Meloni può richiedere una risposta che ne riattiva la posizione informativa. La centralità è quindi relazionale: può essere alimentata tanto dall'iniziativa del leader quanto dalle reazioni, dai vincoli e dalle contestazioni che essa incontra.

Questo risultato impedisce di identificare la personalizzazione con la semplice occupazione quantitativa dello spazio informativo. La personalizzazione emerge anche dalla capacità della produzione giornalistica di collegare questioni collettive, istituzioni e conflitti alla figura del leader. Quanto più eventi differenti vengono resi intelligibili attraverso ciò che il leader fa, dichiara, rappresenta o provoca negli altri attori, tanto più la sua figura può diventare un principio di organizzazione della narrazione politica. Tale centralità rimane tuttavia contendibile: gli stessi soggetti che contribuiscono a produrla possono contestarne decisioni, categorie e credibilità.

Il confronto può essere sintetizzato in tre relazioni prevalenti:

Trump: *pluralità tematica → agency → reazioni → persistenza della centralità;*

Milei: *progetto trasformativo → alterità → antagonismo → centralità;*

Meloni: *evento → relazione → posizionamento → riattivazione della centralità.*

Queste sequenze non costituiscono modelli causali né esauriscono la complessità dei singoli casi. Servono a isolare il diverso modo in cui temi e attori concorrono a rendere riconoscibile la leadership nei rispettivi corpus.

La differenza fondamentale non riguarda dunque la presenza del conflitto, comune ai tre casi, ma **la funzione che esso assume nella costruzione giornalistica della centralità**. Per Trump il conflitto accompagna e rinnova una presenza già fortemente trasversale; per Milei contribuisce a rendere intelligibile la trasformazione come rottura rispetto ad attori e assetti concorrenti; per Meloni diventa frequentemente una situazione nella quale ridefinire distanze, prossimità e ruolo istituzionale. La centralità del leader emerge, nei tre casi, come prodotto di relazioni differenti tra temi, agency e altri attori, preparando il confronto tra le forme attraverso le quali tale riconoscibilità viene associata alla credibilità.

10.3. Regimi emozionali e forme di credibilità

Il confronto qualitativo consente di individuare una seconda differenza tra le tre leadership: gli eventi vengono organizzati attraverso **configurazioni emozionali differenti**, che concorrono alla loro intelligibilità senza permettere di inferire gli stati emotivi o le reazioni dei pubblici. Come chiarito nel Capitolo IV, l'emozione viene considerata qui come componente della costruzione del significato: paura, indignazione, orgoglio, risentimento o speranza contribuiscono a qualificare attori, eventi e relazioni (Pezzini, 1991). Nei tre corpus tali configurazioni si combinano diversamente con agency, antagonismo e credibilità.

Nel caso Trump prevale una configurazione riconducibile alla **forza e alla restaurazione**. Guerra, immigrazione, dazi, sicurezza e potere presidenziale rendono ricorrenti opposizioni tra forza e debolezza, controllo e perdita di controllo, protezione e minaccia. Anche quando l'azione presidenziale viene contestata, la figura di Trump rimane frequentemente il referente rispetto al quale vengono valutate capacità di decisione, imposizione e resistenza ai vincoli.

La dimensione emozionale non dipende quindi da un sentimento univoco: sostegno e contestazione possono attribuire valori opposti alla stessa rappresentazione di forza. Ciò che persiste è la riconoscibilità di una leadership associata alla capacità di intervenire e alla promessa di ripristinare un ordine considerato compromesso.

La credibilità viene così negoziata soprattutto intorno alla relazione tra **forza dichiarata e capacità effettiva di azione**. Decisioni, risultati e limiti istituzionali possono rendere coerente oppure problematizzare tale configurazione. Un Congresso che limita i poteri di guerra o una Corte

chiamata a pronunciarsi sulle politiche presidenziali non eliminano la centralità di Trump, ma introducono criteri attraverso i quali l'agency può essere verificata.

La credibilità non coincide quindi con l'immagine della forza: emerge dalla continua relazione tra tale immagine, l'azione attribuita al presidente e i vincoli che la produzione giornalistica rende visibili.

Nel caso Milei la configurazione prevalente è invece quella della **rottura e dell'intensificazione antagonistica**. Riforme, riduzione della spesa, mobilitazioni, conflitti con il kirchnerismo e opposizioni al progetto governativo organizzano una parte consistente del sotto-corpus intorno alla distinzione tra trasformazione e resistenza. Le configurazioni emozionali associate alla leadership comprendono indignazione verso l'ordine precedente, urgenza del cambiamento e conflitto con gli attori rappresentati come ostacoli. La metafora del «monstruo» kirchnerista rende particolarmente esplicita questa struttura, traducendo l'opposizione politica in una relazione tra minaccia e superamento della paura.

Anche qui, tuttavia, riconoscibilità e credibilità devono essere distinte. La reiterazione della rottura rende il progetto facilmente identificabile, ma l'esercizio del governo introduce criteri di verifica. Risultati fiscali, dati sulla povertà, negoziazioni parlamentari e crisi interne sottopongono la promessa trasformativa al confronto con le sue realizzazioni e conseguenze. La contraddizione tra cifre attribuite a Milei e Caputo mostra in forma particolarmente chiara come una leadership fortemente riconoscibile possa essere contemporaneamente problematizzata sul terreno della fattualità. La credibilità si gioca quindi nella relazione tra **rottura promessa, trasformazione realizzata e coerenza delle rivendicazioni che la accompagnano**.

Nel caso Meloni il regime emozionale appare meno stabilmente organizzato intorno a un'unica opposizione. Il sotto-corpus alterna sicurezza, conflitto, prossimità, autonomia, stabilità, ironia e rivendicazione istituzionale. La dimensione emozionale emerge soprattutto nelle situazioni in cui la posizione della leader viene sottoposta a tensione e deve essere ridefinita. Il ridimensionamento delle «polemicucce» sui Balcani costruisce una postura di controllo e distanza dalla contestazione; la risposta «Io e l'Italia non imploriamo mai» converte invece una controversia personale in una rivendicazione di dignità e autonomia nazionale. In entrambi i casi la risposta interviene non soltanto sul contenuto della critica, ma sul modo in cui essa deve essere interpretata.

La credibilità assume di conseguenza una forma maggiormente legata alla **tenuta del posizionamento**. Vicinanza e distanza rispetto agli alleati, ruolo istituzionale, stabilità e capacità di risposta vengono continuamente sottoposti a ricontestualizzazione. La durata del governo può essere rappresentata come solidità oppure come immobilismo; il rapporto privilegiato con Trump come risorsa oppure come vulnerabilità; una contestazione personale come questione di rappresentanza nazionale.

La credibilità non richiede quindi l'immutabilità della posizione, ma viene negoziata attraverso la possibilità di rendere intelligibili i suoi cambiamenti senza dissolvere la riconoscibilità della leadership.

Il confronto evidenzia così tre associazioni prevalenti:

Trump: *forza/restaurazione → verifica dell'agency;*

Milei: *rottura/antagonismo → verifica della trasformazione;*

Meloni: *posizionamento/controllo → verifica della tenuta relazionale.*

Non si tratta di profili psicologici dei leader né di emozioni attribuibili ai loro elettori. Sono configurazioni ricostruite nella produzione giornalistica, nelle quali categorie, opposizioni e registri espressivi rendono disponibili differenti criteri attraverso cui la leadership può essere rappresentata come coerente, efficace oppure problematica.

Questa differenza mostra anche perché la credibilità non possa essere trattata come semplice conseguenza della visibilità. Trump dispone della maggiore attenzione relativa e della maggiore continuità; Milei di una centralità elevata attraversata da accelerazioni conflittuali; Meloni di una presenza inferiore e maggiormente dipendente dagli eventi. Nessuna di queste configurazioni determina autonomamente la credibilità. La visibilità produce piuttosto **occasioni di verifica**: quanto più una leadership viene reiterata attraverso eventi differenti, tanto più dichiarazioni, ruoli, risultati e relazioni possono essere messi in rapporto tra loro.

La reiterazione possiede quindi una funzione ambivalente. Può consolidare la riconoscibilità di determinate associazioni —forza per Trump, rottura per Milei, posizionamento per Meloni— ma può anche accumulare precedenti capaci di problematizzarle. La promessa di forza incontra i vincoli istituzionali; quella di rottura i risultati e le responsabilità del governo; la capacità di

posizionamento eventi che modificano il significato delle relazioni precedenti. L'eccesso informativo non stabilizza necessariamente la credibilità: amplia il materiale attraverso il quale essa può essere costruita e contestata.

Ne deriva che i tre regimi emozionali non devono essere ordinati secondo una scala di maggiore o minore efficacia. Forza, rottura e controllo della posizione sono modalità differenti attraverso le quali la leadership diventa giornalisticamente riconoscibile e valutabile.

Inoltre, nessuna appartiene esclusivamente a un singolo leader: elementi di forza compaiono in Milei e Meloni, così come antagonismo e mediazione sono osservabili, in misura diversa, in tutti i corpus. Il confronto individua **configurazioni prevalenti**, non identità essenziali.

Il risultato comparativo può essere sintetizzato in una relazione comune: *riconoscibilità → configurazione emozionale → verifica/contestazione → negoziazione della credibilità.*

Ciò che cambia tra i tre casi è il contenuto prevalente della configurazione e, conseguentemente, il terreno sul quale la credibilità viene messa alla prova. La forza di Trump viene confrontata con capacità e limiti dell'agency; la rottura di Milei con realizzazione e conseguenze della trasformazione; il posizionamento di Meloni con la capacità di mantenere autonomia e riconoscibilità entro relazioni mutevoli. La credibilità emerge così non come attributo posseduto dal leader, ma come **posta in gioco continuamente riaperta dalla produzione giornalistica**.

10.4. Continuità, differenze e modelli di leadership populista

Il confronto tra Trump, Milei e Meloni consente di ricomporre i risultati dei paragrafi precedenti senza ridurre i tre casi a tipi rigidi. La continuità fondamentale riguarda la **centralità del leader come principio di organizzazione dell'informazione politica**. Nei tre corpus questioni collettive, decisioni istituzionali, conflitti e relazioni internazionali vengono frequentemente rese intelligibili attraverso ciò che il leader fa, dichiara, rappresenta o provoca negli altri attori.

La personalizzazione non coincide quindi con la semplice frequenza del nome, ma con la capacità della figura individuale di collegare temi e relazioni differenti entro una configurazione riconoscibile.

Una seconda continuità riguarda l'**agency**. Tutti e tre i leader vengono rappresentati come soggetti capaci di iniziativa, ma nessuno controlla autonomamente lo spazio nel quale tale iniziativa acquista significato. Congresso, tribunali, opposizioni, alleati, movimenti sociali, governi stranieri e componenti degli stessi esecutivi intervengono continuamente nella costruzione della notizia.

La leadership populista emerge pertanto come relazione tra iniziativa e risposta: la centralità individuale può essere rafforzata anche dalle resistenze che incontra, perché opposizioni e vincoli continuano a organizzare l'informazione intorno al leader.

La terza continuità è l'importanza della **differenziazione**. In accordo con la letteratura sul populismo, la leadership acquista riconoscibilità anche attraverso la costruzione di confini tra soggetti, interessi e progetti concorrenti (Rovira Kaltwasser et al., 2017; Müller, 2023). Il confronto empirico mostra però che tali confini non assumono la stessa forma. Non è quindi sufficiente rilevare la presenza dell'antagonismo: occorre osservare come esso venga costruito, quali attori occupino la posizione della controparte e quanto stabile rimanga tale posizione nel tempo.

È su questo terreno che emergono le differenze principali. Nel caso Trump la configurazione prevalente può essere definita come **leadership della centralità e della forza**. L'elevata continuità informativa consente alla figura presidenziale di attraversare domini differenti mantenendo una posizione centrale; l'agency viene frequentemente rappresentata attraverso decisione, capacità di intervento e confronto con limiti istituzionali o politici. La promessa di restaurazione offre una direzione narrativa a questa configurazione: recuperare controllo, ordine o grandezza rispetto a una condizione rappresentata come perdita. La forza non costituisce tuttavia un attributo dimostrato del leader, ma una categoria continuamente sottoposta alla verifica degli eventi.

Nel caso Milei emerge invece una **leadership della rottura trasformativa**. La centralità viene organizzata più frequentemente intorno a un progetto di cambiamento che acquista significato attraverso la differenza rispetto all'ordine precedente e le resistenze incontrate nella sua realizzazione. Riforme, aggiustamento fiscale e trasformazione dello Stato producono relazioni con governatori, Congresso, sindacati, opposizioni e altri attori. L'antagonismo contribuisce così alla riconoscibilità del progetto, mentre l'accesso al governo trasforma progressivamente

la rottura in problema istituzionale: ciò che viene promesso come discontinuità deve essere tradotto in norme, procedure e risultati.

Meloni presenta una terza configurazione, definibile come **leadership del posizionamento**. La minore continuità quantitativa si accompagna a una maggiore sensibilità della copertura alle congiunture nelle quali occorre ridefinire relazioni con alleati, opposizioni e istituzioni. Il conflitto rimane presente, ma le frontiere risultano più mobili: prossimità e differenziazione possono coesistere e la stessa relazione può modificarsi nel corso del tempo. L'agency comprende quindi non soltanto iniziativa e decisione, ma anche risposta, mediazione, presa di distanza e ricontestualizzazione della contestazione.

Le tre configurazioni possono essere sintetizzate come **centralità/forza**, **rottura/ trasformazione** e **posizionamento/mediazione**. Queste formule hanno esclusivamente funzione comparativa. Non significano che Trump sia sempre forte, Milei sempre antagonista o Meloni sempre mediatrice, né individuano essenze personali dei tre leader. Descrivono le combinazioni che emergono con maggiore evidenza dai rispettivi corpus e consentono di confrontare casi differenti attraverso dimensioni comuni senza cancellarne le specificità.

La comparazione permette inoltre di precisare il rapporto tra queste configurazioni e il populismo. Se il populismo costruisce una particolare relazione tra popolo, élite, rappresentanza e antagonismo, la sua manifestazione informativa non richiede una forma unica di leadership. La centralizzazione nella persona del leader può essere articolata attraverso registri differenti: esercizio della forza, promessa di rottura o gestione di posizioni relazionali. Il risultato è coerente con la necessità, sottolineata da Rovira Kaltwasser et al. (2017), di considerare la pluralità delle manifestazioni del populismo e i contesti nei quali esse prendono forma, evitando di trasformarlo in un modello uniforme.

Anche le differenze istituzionali contribuiscono a spiegare perché la comparazione non debba essere costruita come equivalenza. Trump opera nella presidenza statunitense, Milei in quella argentina, Meloni in un sistema parlamentare nel quale ricopre la funzione di presidente del Consiglio. Le rispettive posizioni distribuiscono diversamente poteri, vincoli e relazioni con gli altri attori. Il confronto riguarda quindi **modalità di costruzione giornalistica della leadership entro contesti differenti**, non la ricerca di una struttura identica dietro tre sistemi politici diversi.

Il risultato più rilevante è che centralità e antagonismo non bastano, da soli, a definire la forma della leadership. Occorre considerare che cosa viene **reso centrale, rispetto a chi e attraverso quale relazione**. Trump mantiene centralità attraversando una pluralità di conflitti; Milei la collega più nettamente alla trasformazione e agli ostacoli che essa incontra; Meloni la riattiva attraverso la ridefinizione della propria posizione entro relazioni mutevoli. La stessa dimensione —il conflitto— assume quindi funzioni differenti nella costruzione dell'intelligibilità politica.

Queste differenze si riflettono anche nelle forme della credibilità. Per Trump diventa particolarmente rilevante la verifica della capacità di tradurre forza e promessa di restaurazione in azione; per Milei quella di trasformare la rottura in risultati coerenti con il progetto dichiarato; per Meloni quella di mantenere riconoscibilità e autonomia attraverso cambiamenti di posizione e contesto. In tutti e tre i casi la credibilità rimane una costruzione relazionale e contestabile: gli eventi possono consolidare una configurazione già disponibile oppure fornire elementi per problematizzarla.

Il confronto permette quindi di proporre **tre modelli empirici di leadership populista nell'informazione**: un modello di **centralità persistente**, nel quale la figura del leader attraversa stabilmente temi e conflitti differenti; un modello di **rottura istituzionalizzata**, nel quale il progetto trasformativo mantiene la propria riconoscibilità confrontandosi con resistenze e vincoli del governo; un modello di **posizionamento relazionale**, nel quale la centralità viene riattivata attraverso la gestione e la ridefinizione delle relazioni politiche e istituzionali. I modelli non pretendono validità universale: costituiscono astrazioni comparative costruite sui tre casi osservati nel semestre considerato.

Il Capitolo X conduce così a un risultato più circoscritto ma anche più solido di una tipologia generale del populismo. **Una comune centralità personalizzata può assumere forme informative differenti a seconda di come vengono organizzati agency, antagonismo, vincoli istituzionali e credibilità.** Trump, Milei e Meloni condividono la capacità della figura del leader di diventare riferimento per l'intelligibilità dell'azione politica, ma differiscono nel regime attraverso il quale tale centralità viene riprodotta e contestata. La comparazione non conduce pertanto a un modello unico di leadership populista, bensì a tre configurazioni empiriche attraverso le quali la personalizzazione politica prende forma nei rispettivi ecosistemi dell'informazione.

CAPITOLO XI

INFORMAZIONE, PUBBLICI E PIATTAFORME

11.1. Produzione giornalistica, categorie e disponibilità pubblica

I risultati della ricerca consentono di riportare il confronto tra Donald Trump, Javier Milei e Giorgia Meloni a un problema più generale dell'analisi dell'informazione: **attraverso quali operazioni una leadership diventa pubblicamente disponibile come oggetto riconoscibile e interpretabile**.

La quantità di articoli costituisce soltanto una prima condizione. Perché la presenza di un leader acquisti significato, l'informazione deve selezionare eventi, attribuire azioni e responsabilità, mettere in relazione soggetti, richiamare precedenti e organizzare tali elementi attraverso categorie condivisibili.

La produzione giornalistica svolge, in questo senso, una funzione di mediazione. Come osservato da Tuchman (1980), la notizia non costituisce una riproduzione trasparente dell'accaduto, ma il risultato di pratiche attraverso le quali gli eventi vengono selezionati e resi comunicabili. Ciò non implica che il giornalismo inventi arbitrariamente la realtà, bensì che qualsiasi evento debba essere trasformato in un oggetto informativo dotato di pertinenza, attori, relazioni e contesto. Nei corpus analizzati questo processo diventa particolarmente visibile quando eventi complessi vengono organizzati intorno all'azione o alla posizione del leader.

La categorizzazione costituisce una componente fondamentale di tale processo. Nella prospettiva aperta da Sacks (1995), le categorie sociali non funzionano come semplici etichette, ma rendono disponibili conoscenze e inferenze attraverso le quali soggetti e comportamenti diventano intelligibili. Nell'informazione politica, definire qualcuno come presidente, alleato, oppositore, manifestante, governatore o rappresentante istituzionale significa collocarlo entro un sistema di relazioni che contribuisce a orientare la comprensione dell'evento. Analogamente, rappresentare un'azione come riforma, protesta, risposta, crisi o conflitto collega l'accaduto a schemi interpretativi già socialmente disponibili.

La comparazione ha mostrato che queste operazioni non producono una configurazione uniforme. Trump viene reso riconoscibile soprattutto attraverso una centralità capace di attraversare temi e conflitti differenti; Milei attraverso la relazione tra iniziativa trasformativa, alterità e resistenza; Meloni attraverso il posizionamento entro rapporti politici e istituzionali mutevoli. Tali differenze non derivano esclusivamente dall'autorappresentazione dei leader. Sono costruite anche dalle azioni degli altri soggetti e dal modo in cui la produzione giornalistica seleziona, collega e gerarchizza queste relazioni.

Ciò permette di precisare il significato della **centralità giornalistica**. Essere centrali non significa necessariamente imporre la propria definizione della situazione. Un leader può occupare il centro della notizia proprio perché viene contestato, limitato o chiamato a rispondere. Le opposizioni, i tribunali, i parlamenti, gli alleati o i movimenti sociali possono contribuire alla sua centralità quando le loro azioni vengono rappresentate in relazione a ciò che egli ha fatto, dichiarato o proposto.

La personalizzazione dell'informazione politica può quindi essere prodotta anche attraverso la contestazione della leadership.

Da questo punto di vista assume particolare importanza la distinzione tra **voce dell'attore e voce giornalistica**. Una categoria utilizzata dal leader e riportata in un titolo non diventa automaticamente una categoria adottata dalla testata; allo stesso modo, un'accusa citata non equivale alla sua validazione.

Titoli, attribuzioni, repliche, precedenti e contestualizzazioni organizzano differenti gradi di distanza tra ciò che viene dichiarato e ciò che viene giornalisticamente presentato come accertato, controverso o ancora da verificare. È anche attraverso questa distribuzione delle voci che la credibilità può diventare oggetto di negoziazione pubblica.

Il concetto di **disponibilità pubblica** consente di riunire questi processi senza attribuire ai dati ciò che non possono mostrare. I corpus non permettono di stabilire quali articoli siano stati effettivamente letti, da quali persone o con quali conseguenze. Consentono invece di osservare quali rappresentazioni della leadership siano state prodotte e rese accessibili nello spazio informativo considerato.

La disponibilità pubblica precede quindi analiticamente la ricezione: indica l'esistenza di risorse informative attraverso le quali un leader può essere riconosciuto, categorizzato, confrontato e contestato.

La reiterazione accresce questa disponibilità senza determinarne l'interpretazione. Quando una figura ricompare attraverso temi differenti, le nuove informazioni possono collegarsi a categorie e precedenti già presenti nello spazio pubblico.

La centralità diventa così anche **accumulazione di possibilità interpretative**: decisioni precedenti possono essere richiamate per valutare quelle successive, dichiarazioni confrontate tra loro, immagini di forza, rottura o posizionamento confermate oppure problematizzate.

La continuità informativa non produce necessariamente consenso; produce materiale socialmente disponibile per ulteriori attribuzioni e confronti.

L'analisi dei tre casi suggerisce pertanto una sequenza essenziale: *selezione → categorizzazione → attribuzione → connessione → disponibilità pubblica.*

La produzione giornalistica non si limita a rendere visibile il leader, ma contribuisce a stabilire rispetto a quali eventi, soggetti e categorie quella visibilità diventi intelligibile.

È in questo spazio intermedio tra accadimento e ricezione che la leadership viene resa disponibile ai pubblici come configurazione riconoscibile, senza che dalla sua disponibilità possa essere dedotta l'interpretazione che i pubblici ne daranno.

11.2. Pubblici, circolazione e ricontestualizzazione

La disponibilità pubblica dell'informazione non coincide con la sua effettiva ricezione. Tra la produzione giornalistica e i pubblici intervengono processi di selezione, distribuzione e circolazione che rendono impossibile assumere una corrispondenza diretta tra ciò che viene pubblicato e ciò che viene effettivamente letto, ricordato o condiviso.

Questa distinzione è particolarmente importante nell'ambiente informativo contemporaneo, nel quale una stessa rappresentazione può raggiungere contesti differenti, essere frammentata, ripresa e collegata a eventi successivi.

Il concetto di pubblico deve quindi essere sottratto all'immagine di un destinatario unitario. La prospettiva dell'*audience diffusa* di Abercrombie e Longhurst (1998) aveva già evidenziato l'estensione dell'esperienza mediale oltre situazioni delimitate di consumo.

Nell'attuale ecosistema informativo questa condizione si combina con una maggiore frammentazione dei percorsi di accesso: i contenuti possono essere incontrati attraverso testate, motori di ricerca, aggregatori, piattaforme e condivisioni, senza che i diversi pubblici siano necessariamente esposti agli stessi materiali o attribuiscano loro lo stesso significato: **disponibilità, esposizione e interpretazione** costituiscono pertanto livelli distinti.

La ricerca si colloca sul primo di questi livelli. I corpus di Media Cloud permettono di ricostruire ciò che viene prodotto dalle fonti considerate e la centralità che determinati leader assumono al loro interno, ma non consentono di identificare chi abbia incontrato quelle informazioni né come le abbia interpretate. Parlare di pubblici significa allora interrogare le condizioni informative che precedono la ricezione: quali rappresentazioni vengono rese disponibili, con quale continuità e attraverso quali relazioni tra leader, temi e altri attori.

In questo passaggio assume rilievo la **circolazione**. La pubblicazione non esaurisce infatti la vita sociale della notizia. Titoli, dichiarazioni, categorie e frammenti possono essere recuperati e inseriti in contesti successivi, mentre eventi nuovi possono riattivare informazioni precedenti. La circolazione non deve essere intesa soltanto come diffusione quantitativa di uno stesso contenuto: comprende anche la possibilità che elementi informativi vengano separati dal contesto originario e acquistino nuove relazioni di significato.

È in questo senso che la **ricontestualizzazione** costituisce il collegamento più rilevante tra produzione e pubblici. Un'affermazione precedente può diventare il termine di confronto per una decisione successiva; una relazione politica può essere reinterpretata alla luce di un conflitto sopravvenuto; una categoria già associata a un leader può essere ripresa per confermarne o contestarne la coerenza.

L'informazione accumulata produce così un repertorio di precedenti potenzialmente riutilizzabili. La sua rilevanza non termina con la pubblicazione originaria, perché nuovi eventi possono modificarne retrospettivamente la funzione interpretativa.

I tre casi hanno mostrato forme differenti di questo processo. La continuità della presenza di Trump rende disponibile un ampio insieme di precedenti attraverso cui nuove azioni possono essere confrontate con precedenti rappresentazioni della forza e della capacità decisionale.

Nel caso Milei, la reiterazione della rottura consente di collegare controversie differenti alla distinzione tra trasformazione e resistenza.

Per Meloni, la maggiore dipendenza dagli eventi rende particolarmente evidente la possibilità che relazioni e posizioni precedenti vengano riaperte e ridefinite da nuove congiunture.

La differenza riguarda la struttura della disponibilità informativa, non il modo in cui specifici pubblici abbiano effettivamente utilizzato tali risorse.

La frammentazione non elimina, infatti, la possibilità di una riconoscibilità trasversale. Pubblici differenti possono incontrare soltanto porzioni della produzione complessiva e tuttavia trovarvi categorie ricorrenti, nomi, opposizioni e schemi narrativi già circolanti.

La centralità di una leadership può pertanto coesistere con percorsi informativi fortemente differenziati: **condividere un referente politico non significa condividere le stesse informazioni né la stessa interpretazione**.

È proprio questa distinzione a impedire di trasformare la centralità osservata nei corpus in una presunta uniformità dell'esperienza dei pubblici.

La relazione può essere sintetizzata come *produzione → disponibilità → circolazione potenziale → ricontestualizzazione.*

La ricerca osserva direttamente soprattutto i primi due passaggi e individua nel materiale prodotto le condizioni che rendono possibili i successivi, senza misurarne gli effetti.

Il contributo dell'analisi dei pubblici consiste allora nel riconoscere che l'informazione non incontra una collettività omogenea, ma entra in ambienti distribuiti nei quali può essere selezionata, recuperata e reinterpretata. La costruzione pubblica della leadership non termina quindi con la produzione della notizia: questa costituisce il materiale disponibile per successive e molteplici pratiche di circolazione e attribuzione di significato.

11.3. Eccesso informativo, piattaforme e costruzione della credibilità

I risultati della ricerca consentono di ricomporre il rapporto tra **eccesso informativo, piattaforme e credibilità** senza stabilire tra questi elementi una relazione deterministica. L'eccesso non produce di per sé credibilità, così come la piattaformizzazione non determina automaticamente la visibilità di un leader. L'ambiente contemporaneo amplia piuttosto le possibilità di produzione, indicizzazione, distribuzione, recupero e ricircolazione dell'informazione, mentre la selezione giornalistica continua a stabilire quali eventi, attori e relazioni diventino disponibili nello spazio pubblico. È nell'interazione tra queste condizioni che la leadership viene reiteratamente resa riconoscibile e valutabile.

L'analisi dei tre corpus mostra infatti che l'abbondanza informativa non elimina la selezione, ma ne modifica il contesto. A una maggiore quantità di contenuti corrisponde una competizione permanente per l'attenzione nella quale continuità, picchi e reiterazione assumono particolare rilievo. Donald Trump, Javier Milei e Giorgia Meloni presentano configurazioni differenti di questa condizione: presenza più continuativa nel primo caso, continuità accompagnata da intensificazioni episodiche nel secondo, maggiore sensibilità alle congiunture nel terzo.

La differenza fondamentale non riguarda tuttavia soltanto quanta informazione venga prodotta, ma **come la reiterazione renda alcune configurazioni della leadership persistentemente disponibili**.

In questo quadro le piattaforme devono essere considerate come parte dell'infrastruttura della circolazione informativa, non come un soggetto unitario dotato di una sola logica. Motori di ricerca, aggregatori, social media e altri sistemi di distribuzione intervengono nelle possibilità di accesso, ordinamento e ricircolazione dei contenuti, sovrapponendo nuovi processi di selezione a quelli già operati dalle organizzazioni giornalistiche (van Dijck, Poell e de Waal, 2018; Poell, Nieborg e van Dijck, 2019).

La piattaformizzazione non sostituisce quindi la mediazione giornalistica: la inserisce in un ambiente nel quale la notizia può essere ulteriormente selezionata, frammentata e ricontestualizzata.

È precisamente questa distinzione a impedire di attribuire ai risultati della ricerca un significato che non possiedono. Media Cloud permette di osservare la produzione delle fonti incluse nelle *National Collection* e la presenza relativa dei leader al loro interno, non il funzionamento concreto degli algoritmi di raccomandazione né l'esposizione dei singoli utenti.

Il riferimento alle piattaforme individua pertanto **la condizione strutturale entro cui l'informazione contemporanea può circolare**, non una variabile causale direttamente misurata. Il titolo della tesi, *nell'era delle piattaforme*, designa questo ambiente di produzione e circolazione, senza postulare che le differenze osservate tra i tre leader siano state prodotte da specifici algoritmi.

L'effetto sociologicamente più rilevante dell'eccesso consiste invece nell'**accumulazione di materiali disponibili per successive attribuzioni di significato**. Ogni nuova informazione può inserirsi in una sequenza precedente, richiamare categorie già utilizzate o modificare il significato di rappresentazioni sedimentate. La reiterazione rende così possibile tanto la stabilizzazione quanto la problematizzazione della leadership. La forza associata a Trump può essere confrontata con vincoli e risultati; la rottura associata a Milei con l'istituzionalizzazione delle riforme; il posizionamento di Meloni con eventi che ridefiniscono relazioni precedenti. L'abbondanza produce quindi non soltanto presenza, ma una crescente disponibilità di confronti, precedenti e contraddizioni.

È in questo passaggio che la **credibilità** assume pienamente il carattere relazionale discusso nel Capitolo IV. Essere ripetutamente visibili può aumentare la riconoscibilità, ma non stabilisce quale valutazione verrà attribuita al leader.

La produzione giornalistica può mettere in relazione dichiarazioni e risultati, promesse e conseguenze, autorappresentazioni e contestazioni, fornendo risorse attraverso cui la credibilità viene sostenuta o problematizzata. La stessa informazione che consolida una rappresentazione può, in un contesto successivo, diventare il precedente utilizzato per contestarla.

Il rapporto può essere espresso attraverso una sequenza sintetica: *eccesso → attenzione → selezione → riconoscibilità → negoziazione della credibilità.*

Ogni passaggio introduce una trasformazione e impedisce di dedurre automaticamente il successivo dal precedente.

L'abbondanza crea competizione per l'attenzione; l'attenzione rende necessaria una selezione; la reiterazione di determinate selezioni può produrre riconoscibilità; la riconoscibilità offre infine una base sulla quale coerenza, efficacia, autenticità e affidabilità possono essere pubblicamente rivendicate o contestate.

In questa prospettiva, il ruolo dei pubblici rimane essenziale proprio perché non può essere ridotto a effetto della produzione. L'ambiente piattaformizzato moltiplica i possibili percorsi attraverso cui le informazioni diventano accessibili, ma disponibilità, esposizione, interpretazione e adesione restano fenomeni distinti. La ricerca non stabilisce quindi se la centralità osservata abbia modificato atteggiamenti o comportamenti. Mostra qualcosa di precedente e sociologicamente rilevante: **le condizioni informative attraverso le quali differenti rappresentazioni della leadership vengono rese disponibili a pubblici potenzialmente differenti**.

Eccesso e piattaformizzazione non segnano, dunque, la scomparsa della mediazione. Ne moltiplicano i livelli. Alla selezione giornalistica si aggiungono infrastrutture di indicizzazione, distribuzione e ricircolazione; alla pubblicazione si aggiunge la possibilità permanente di recupero e ricontestualizzazione. In questo ambiente, la credibilità non costituisce il risultato necessario della visibilità, ma una posta continuamente riaperta dalla relazione tra ciò che viene dichiarato, ciò che viene fatto, ciò che viene ricordato e ciò che nuove informazioni consentono di contestare.

Il contributo del Capitolo XI può essere ricondotto, pertanto, a una distinzione fondamentale: **l'informazione produce disponibilità, la circolazione moltiplica i contesti possibili e la credibilità rimane oggetto di negoziazione**. Nell'era delle piattaforme, l'eccesso non elimina la funzione selettiva dell'informazione né rende automaticamente persuasive le leadership più visibili. Amplia piuttosto lo spazio nel quale esse possono essere continuamente riconosciute, confrontate e ridefinite. È in questo spazio, e non in una relazione lineare tra quantità di informazione e consenso, che si colloca il passaggio dall'eccesso alla costruzione pubblica della credibilità.

CAPITOLO XII

CONCLUSIONI

12.1. Risposta alle domande di ricerca e sintesi dei risultati

La domanda principale della ricerca chiedeva *«in che modo gli ecosistemi dell'informazione costruiscono, selezionano e rendono intelligibili le leadership populiste di Donald Trump, Javier Milei e Giorgia Meloni e attraverso quali configurazioni informative, narrative e semiotiche l'eccesso di visibilità può concorrere alla produzione, negoziazione o contestazione della credibilità politica?».* I risultati consentono di rispondere distinguendo, come previsto nel disegno della ricerca, due livelli strettamente connessi.

Sul **piano strutturale**, la leadership acquista visibilità attraverso differenti combinazioni di intensità, continuità temporale, concentrazione delle fonti, ricorrenze tematiche e reiterazione. Sul **piano testuale**, tale visibilità viene resa intelligibile attraverso attribuzioni di agency e responsabilità, relazioni tra attori, opposizioni, distribuzione della voce, contestualizzazione e configurazioni narrative. **L'eccesso non produce quindi direttamente credibilità: amplia le occasioni nelle quali rappresentazioni riconoscibili della leadership vengono selezionate, reiterate, confrontate e contestate.**

D1 – Distribuzione dell'attenzione. Alla domanda relativa allo spazio occupato dai tre leader e alle sue variazioni temporali, i dati mostrano configurazioni nettamente differenti. Nel semestre Trump compare in 181.766 articoli, con una *Total Attention* del 9,043%; Milei in 135.633, con il 6,067%; Meloni in 25.817, con il 2,621%. La distribuzione giornaliera precisa ulteriormente la differenza: Trump presenta la maggiore continuità, Milei combina una presenza sostenuta con intensificazioni episodiche più marcate, Meloni registra la maggiore variabilità relativa e una centralità più dipendente dalle congiunture. Il primo obiettivo specifico è quindi raggiunto distinguendo empiricamente **quantità, peso relativo e struttura temporale dell'attenzione**.

D2 – Struttura della produzione informativa. La geografia delle fonti introduce una dimensione autonoma. Le prime dieci fonti producono il 33,38% del corpus Trump, il 25,20% di quello Milei e il 50,69% di quello Meloni; gli HHI sono rispettivamente 211,30, 111,51 e 308,11. Entro le *National Collection,* la produzione relativa a Milei risulta dunque la più distribuita, quella relativa a Meloni la più concentrata, mentre Trump occupa una posizione intermedia. Il

secondo obiettivo è pertanto raggiunto mostrando che **intensità dell'attenzione e concentrazione della produzione non coincidono** e senza estendere questi risultati alla struttura complessiva dei mercati mediali nazionali.

D3 – Temi e attori. L'analisi lessicale dei titoli, integrata con quella qualitativa, individua differenti configurazioni tematiche e attoriali. Trump attraversa con continuità politica estera, immigrazione, economia, istituzioni e conflitti, frequentemente ricondotti alla sua agency presidenziale; Milei emerge soprattutto nella relazione tra trasformazione economica e istituzionale e soggetti che la contrastano o ne condizionano l'attuazione; Meloni viene maggiormente collocata entro rapporti variabili con opposizioni, istituzioni, alleati e interlocutori internazionali. Il terzo obiettivo è così soddisfatto: le ricorrenze lessicali non descrivono soltanto *di che cosa* parlano i corpus, ma permettono di osservare **attraverso quali temi e relazioni il leader diventi notiziabile e riconoscibile**, raccordando analisi quantitativa e qualitativa.

D4 – Costruzione giornalistica della leadership. L'analisi dei 36 articoli del sotto-corpus mostra che agency, antagonismo, responsabilità, voce e contestualizzazione organizzano diversamente i tre casi. Per Trump prevalgono decisione, capacità d'intervento e confronto con reazioni e vincoli; per Milei trasformazione, rottura e resistenze alla sua istituzionalizzazione; per Meloni iniziativa, risposta, mediazione e ridefinizione della posizione entro relazioni mutevoli. L'analisi semiotica delle opposizioni e delle configurazioni narrative integra questa ricostruzione senza sostituire l'analisi sociologica dell'informazione. Soprattutto, la distribuzione delle voci mostra che **centralità del leader e controllo della rappresentazione non coincidono**: altri attori possono contribuire alla sua centralità proprio contestandone azioni, responsabilità o definizioni della situazione.

D5 – Comparazione. La continuità fondamentale tra i tre casi consiste nella centralizzazione della leadership come riferimento attraverso il quale eventi, attori e conflitti vengono resi intelligibili; cambiano invece le configurazioni prevalenti. Il confronto individua **forza e restaurazione per Trump, rottura e trasformazione per Milei, posizionamento e mediazione per Meloni**. Cambiano conseguentemente anche i terreni sui quali la credibilità viene negoziata: capacità di tradurre la forza in agency effettiva nel primo caso, traduzione istituzionale della trasformazione nel secondo, tenuta e ridefinizione della posizione nel terzo. Il quinto obiettivo è quindi raggiunto senza presupporre né equivalenza tra i leader né omogeneità tra i rispettivi ecosistemi informativi.

Le cinque risposte consentono di sottoporre a verifica le ipotesi formulate.

H1 trova riscontro nei dati: la distribuzione temporale dell'attenzione è associata a differenti configurazioni della centralità. I coefficienti di variazione —0,355 per Trump, 0,399 per Milei e 0,536 per Meloni— e i rapporti tra massimo giornaliero e media —1,60, 3,02 e 3,22— distinguono empiricamente presenza continuativa e crescente intensificazione episodica.

H2 trova anch'essa riscontro: distribuzione e concentrazione delle fonti sono associate a differenti strutture della centralità. I valori di CR5, CR10, CR20 e HHI distinguono chiaramente i tre corpus e mostrano, soprattutto, che maggiore attenzione relativa non significa maggiore concentrazione. La geografia della produzione costituisce quindi una dimensione specifica della centralità osservata.

H3 è sostenuta dall'integrazione delle analisi quantitativa, lessicale e qualitativa. La reiterazione del leader attraverso temi e attori differenti si associa alla ricorrenza di configurazioni che ne favoriscono la riconoscibilità: agency e forza/restaurazione per Trump, trasformazione e opposizione/resistenza per Milei, relazioni e posizionamento/mediazione per Meloni. Non emerge una ripetizione identica dei contenuti né una condivisione uniforme tra le fonti, ma la ricorrenza di **categorie, opposizioni e relazioni narrative capaci di collegare eventi differenti alla medesima leadership**.

H4 trova riscontro nell'analisi qualitativa. Agency, antagonismo, attribuzione della responsabilità, distribuzione della voce e contestualizzazione concorrono effettivamente alle condizioni nelle quali la credibilità viene sostenuta, circoscritta o contestata. La forza attribuita a Trump incontra la verifica di vincoli e conseguenze; la rottura di Milei quella dell'istituzionalizzazione, dei risultati e della coerenza delle rivendicazioni; il posizionamento di Meloni quella delle relazioni e delle successive ricontestualizzazioni. La visibilità non equivale pertanto ad accreditamento: **la stessa centralità che rende riconoscibile una leadership la rende anche disponibile alla verifica e alla contestazione**.

H5 risulta complessivamente sostenuta dalla comparazione. Le differenti configurazioni informative e politico-istituzionali osservate sono associate a differenti modalità di costruzione giornalistica della leadership: centralità persistente, forza e restaurazione nel caso Trump; rottura trasformativa, antagonismo e istituzionalizzazione nel caso Milei; posizionamento relazionale, mediazione e ricontestualizzazione nel caso Meloni. Le tre configurazioni non costituiscono tipi universali, ma risultati comparativi riferiti ai casi e al periodo osservato.

Nel complesso, **H1-H5 trovano dunque riscontro empirico nei limiti del disegno adottato**. Ciò non equivale alla dimostrazione di rapporti causali tra VI e VD: le ipotesi individuano associazioni osservabili e comparabili, coerentemente con la natura della ricerca.

Allo stesso modo, i risultati riguardano la produzione e la disponibilità pubblica dell'informazione e non consentono di dedurre esposizione, interpretazioni, consenso o effetti sui pubblici.

La risposta complessiva alla domanda principale può essere infine condensata nella relazione: *eccesso → attenzione → selezione → categorizzazione → riconoscibilità → negoziazione della credibilità.*

Il primo livello della ricerca mostra **come la leadership diventa visibile**; il secondo **come quella visibilità viene resa intelligibile e valutabile**. Il passaggio dall'una alla credibilità non è automatico: avviene attraverso la mediazione giornalistica, che mette in relazione azioni, attori, categorie, precedenti, opposizioni e conseguenze. È questa integrazione tra struttura dell'attenzione e costruzione testuale della leadership a costituire la risposta empirica centrale della ricerca.

12.2. Trump, Milei e Meloni: dall'eccesso alla credibilità

I risultati consentono di attribuire un significato preciso alla relazione indicata nel titolo della tesi. **Dall'eccesso alla credibilità** non descrive una trasformazione automatica della visibilità in accreditamento, ma il processo attraverso il quale l'abbondanza informativa rende la leadership ripetutamente disponibile alla selezione, alla categorizzazione e alla valutazione.

L'eccesso aumenta le occasioni di presenza e riconoscimento, ma anche quelle nelle quali dichiarazioni, decisioni e risultati possono essere confrontati con precedenti rappresentazioni del leader. La credibilità costituisce pertanto una posta in gioco della visibilità, non il suo esito necessario.

La comparazione permette di osservare questo processo attraverso tre configurazioni differenti.

Per **Donald Trump**, la continuità della presenza informativa sostiene una leadership riconoscibile soprattutto attraverso **forza e restaurazione**. Eventi appartenenti a domini diversi vengono frequentemente ricondotti alla capacità presidenziale di decidere, intervenire e ristabilire controllo.

La stessa continuità che consolida tale configurazione ne permette però la verifica: vincoli istituzionali, opposizioni e conseguenze delle decisioni rendono confrontabile la forza rappresentata

con l'agency effettivamente attribuita al presidente. La credibilità viene così negoziata nella tensione tra **promessa di forza e prova dell'azione**.

Per **Javier Milei**, il passaggio assume prevalentemente la forma della **rottura trasformativa**. La reiterazione della leadership attraverso riforme, politica economica, conflitti e opposizioni rende riconoscibile una distinzione tra trasformazione e ordine da superare.

Una volta insediata nel governo, tuttavia, la rottura deve confrontarsi con istituzioni, negoziazioni, responsabilità e risultati. Ciò che inizialmente può essere rappresentato come discontinuità diventa progressivamente oggetto di verifica nella sua traduzione politica. La credibilità si costruisce e si contesta quindi nella tensione tra **promessa di rottura e istituzionalizzazione della trasformazione**.

Per **Giorgia Meloni**, la relazione emerge soprattutto attraverso **posizionamento e ricontestualizzazione**. La leadership diventa particolarmente rilevante nelle congiunture in cui devono essere definite o ridefinite prossimità, distanze e conflitti rispetto ad alleati, opposizioni e istituzioni.

In questo caso la sedimentazione informativa consente a eventi successivi di modificare il significato di relazioni precedentemente rappresentate: una vicinanza può diventare oggetto di contestazione, una distanza può essere accentuata, una critica può essere ricondotta a una diversa cornice istituzionale.

La credibilità viene pertanto negoziata nella tensione tra **continuità della posizione e capacità di ridefinirla senza perdere riconoscibilità**.

I tre casi mostrano così che l'eccesso non opera attraverso un unico meccanismo. Nel primo rende persistente una configurazione della leadership; nel secondo intensifica e rinnova una distinzione antagonistica; nel terzo accumula precedenti suscettibili di essere riattivati da nuove congiunture. In tutti e tre, tuttavia, produce una conseguenza comune: **aumenta la memoria informativa disponibile intorno al leader**.

Ogni nuova azione può essere messa in relazione con azioni precedenti, ogni dichiarazione con altre dichiarazioni, ogni autorappresentazione con le definizioni prodotte da giornalisti, alleati, oppositori e istituzioni.

Questa memoria rende la reiterazione strutturalmente ambivalente.

Da un lato, la ricorrenza di determinate associazioni può stabilizzare la riconoscibilità: forza per Trump, rottura per Milei, posizionamento per Meloni.

Dall'altro, l'accumulazione di precedenti fornisce continuamente materiali per contestare la coerenza di quelle stesse configurazioni. **La visibilità espone quindi il leader tanto alla sedimentazione quanto alla contraddizione.** Quanto più una rappresentazione diventa riconoscibile, tanto più diventa possibile confrontarla con ciò che accade successivamente.

È in questo senso che la credibilità emerge come fenomeno relazionale. Non appartiene stabilmente al leader e non coincide con l'immagine che egli propone di sé. Viene negoziata nella relazione tra autorappresentazione ed eterorappresentazione, tra iniziativa e conseguenze, tra promessa e risultato, tra definizione dell'evento e possibilità della sua contestazione. La produzione giornalistica partecipa a questo processo rendendo disponibili tali relazioni, senza per questo determinarne gli effetti sui pubblici.

La comparazione consente pertanto di formulare tre sintesi: **Trump: forza → prova dell'agency; Milei: rottura → prova della trasformazione; Meloni: posizionamento → prova della tenuta relazionale**.

Non si tratta di tipi universali né di caratteristiche essenziali dei tre leader, ma delle configurazioni prevalenti emerse nei corpus osservati. Il loro valore consiste nel mostrare che differenti forme di leadership possono derivare da una medesima condizione di personalizzazione e assumere significato attraverso differenti criteri di credibilità.

Il passaggio dall'eccesso alla credibilità va quindi interpretato come **un processo di esposizione permanente alla verifica**. L'abbondanza informativa rende possibile la sedimentazione di configurazioni riconoscibili, ma contemporaneamente conserva e rinnova gli elementi attraverso i quali esse possono essere messe alla prova.

La credibilità non rappresenta il punto terminale dell'eccesso: rimane continuamente riaperta da nuove informazioni. È questa ambivalenza —**l'eccesso rende il leader più riconoscibile proprio mentre lo rende più confrontabile e contestabile**— a costituire il principale risultato interpretativo del confronto tra Donald Trump, Javier Milei e Giorgia Meloni.

12.3. Contributo originale e limiti della ricerca

Il contributo della ricerca consiste anzitutto nell'aver analizzato la leadership populista non soltanto come fenomeno politico o discorsivo, ma come **costruzione prodotta entro specifici ecosistemi dell'informazione**.

L'attenzione si è spostata dal leader considerato isolatamente alle condizioni attraverso le quali la sua figura diventa visibile, ricorrente e intelligibile: volume e temporalità della copertura, distribuzione delle fonti, temi e attori, attribuzione di agency e responsabilità, antagonismi, distribuzione della voce e contestualizzazione.

In questa prospettiva, la centralità non costituisce una proprietà del leader, ma il risultato di relazioni informative osservabili.

Un secondo contributo riguarda l'integrazione tra **analisi quantitativa e qualitativa**. L'impiego delle *National Collection* di Media Cloud ha consentito di ricostruire la struttura della produzione relativa a Donald Trump, Javier Milei e Giorgia Meloni attraverso indicatori comparabili di attenzione, temporalità e concentrazione.

L'analisi lessicale dei titoli ha costituito il raccordo con il sotto-corpus qualitativo di 36 articoli, nel quale le differenze quantitative sono state interrogate attraverso categorie sociologiche e semiotiche.

Il valore dell'integrazione consiste precisamente nel non ridurre l'eccesso a quantità né la costruzione della leadership a interpretazione testuale separata dalle condizioni della sua produzione.

La comparazione costituisce un terzo elemento di originalità. L'applicazione delle medesime dimensioni analitiche a tre leader collocati in differenti sistemi politici e informativi ha permesso di individuare **configurazioni comparabili senza presupporne l'equivalenza**.

Sono così emerse una centralità persistente associata a forza e restaurazione per Trump, una rottura trasformativa sottoposta a istituzionalizzazione per Milei e un posizionamento relazionale caratterizzato da mediazione e ricontestualizzazione per Meloni.

Queste configurazioni non intendono costituire una tipologia universale della leadership populista, ma rappresentano un risultato empirico circoscritto ai casi e al periodo osservato.

Il principale contributo interpretativo riguarda tuttavia il rapporto tra **eccesso e credibilità**. La ricerca propone di non considerarli come estremi di una relazione lineare.

L'abbondanza e la reiterazione possono accrescere la riconoscibilità del leader, ma contemporaneamente accumulano precedenti, dichiarazioni, decisioni e risultati che rendono quella stessa leadership maggiormente confrontabile.

La visibilità produce quindi una condizione ambivalente: può sedimentare configurazioni riconoscibili e, nello stesso tempo, fornire risorse per verificarle o contestarle.

La credibilità emerge così come costruzione relazionale e reversibile, non come effetto necessario dell'intensità informativa.

Questa impostazione consente inoltre di precisare il significato dell'espressione **«nell'era delle piattaforme»**. La ricerca non attribuisce causalmente i risultati osservati a specifici algoritmi, ma colloca la produzione giornalistica entro un ambiente nel quale contenuti e frammenti informativi possono essere indicizzati, distribuiti, recuperati e ricontestualizzati.

Il contributo consiste quindi nel mantenere insieme mediazione giornalistica e piattaformizzazione: la seconda non annulla la prima, ma amplia i circuiti entro i quali le rappresentazioni prodotte dal giornalismo possono diventare disponibili e ricircolare.

A questi contributi corrispondono limiti precisi. Il primo deriva dalla **costruzione dei corpus**. Le *National Collection* di Media Cloud dipendono dalle fonti incluse e dalla loro acquisizione; non rappresentano la totalità della produzione giornalistica dei tre paesi.

Anche gli indicatori di concentrazione descrivono esclusivamente la distribuzione delle fonti nei corpus generati dalle query e non possono essere interpretati come misure della concentrazione dei mercati mediali statunitense, argentino e italiano.

Inoltre, una query nominale individua articoli nei quali compare il nome del leader, senza garantire che questi costituisca sempre il soggetto principale del testo.

Un secondo limite riguarda il **sotto-corpus qualitativo**. I 36 articoli, selezionati secondo criteri espliciti e con bilanciamento temporale di due testi per leader per ciascun mese, consentono un confronto sistematico ma non costituiscono un campione statisticamente rappresentativo della produzione complessiva. L'analisi qualitativa mira a ricostruire configurazioni e relazioni significative, non a stimarne la frequenza nell'intero corpus.

Anche l'analisi semiotica conserva necessariamente una componente interpretativa: la replicabilità riguarda soprattutto la trasparenza del procedimento, delle unità considerate e delle dimensioni analitiche, non l'identità assoluta delle interpretazioni.

Un terzo limite riguarda la **comparabilità dei casi**. Stati Uniti, Argentina e Italia differiscono per sistemi politici, istituzioni, mercati dell'informazione e ruolo costituzionale dei leader.

Le misure relative riducono alcuni problemi derivanti dalle differenti dimensioni delle collezioni, ma non rendono omogenei gli ecosistemi osservati. La comparazione deve quindi essere intesa come confronto tra configurazioni costruite attraverso dimensioni comuni, non come equiparazione dei contesti.

Il limite più importante concerne infine i **pubblici**. La ricerca osserva la produzione e la disponibilità pubblica dell'informazione, non l'esposizione individuale, la ricezione, l'interpretazione o gli effetti. Non è quindi possibile stabilire se una determinata configurazione abbia aumentato fiducia, consenso o adesione verso un leader.

Analogamente, i dati non consentono di attribuire specifici livelli di visibilità all'azione di algoritmi o sistemi di raccomandazione.

La credibilità analizzata nella tesi riguarda le condizioni e le risorse attraverso cui essa viene costruita e contestata nella rappresentazione giornalistica, non la credibilità effettivamente attribuita dai singoli pubblici.

Questi limiti circoscrivono, ma non annullano, la portata dei risultati. Il contributo originale della ricerca consiste precisamente nell'individuare **uno spazio analitico intermedio tra quantità dell'informazione ed effetti sui pubblici**: quello nel quale l'abbondanza viene selezionata, organizzata e trasformata in rappresentazioni riconoscibili della leadership.

È in questo spazio che centralità, agency, antagonismo, mediazione e precedenti informativi concorrono a rendere la credibilità una posta continuamente disponibile alla conferma e alla contestazione. La ricerca propone pertanto un modello interpretativo circoscritto e replicabile, suscettibile di essere verificato, esteso o modificato attraverso ulteriori casi, periodi e livelli di analisi.

12.4. Prospettive future

I risultati ottenuti aprono alcune direzioni di ricerca che consentirebbero di verificare la tenuta del modello interpretativo proposto oltre i confini del presente studio. La prima riguarda l'**estensione temporale**. Il semestre osservato permette di confrontare i tre leader durante una fase definita e comune, ma un'analisi longitudinale potrebbe verificare se le configurazioni individuate — centralità persistente, rottura trasformativa e posizionamento relazionale— rimangano relativamente stabili oppure mutino in relazione a crisi, scadenze elettorali, trasformazioni istituzionali e cambiamenti della posizione politica dei leader. L'eccesso informativo potrebbe così essere studiato non soltanto come distribuzione dell'attenzione entro un periodo, ma come processo di sedimentazione e trasformazione nel lungo periodo.

Una seconda prospettiva consiste nell'**ampliare la comparazione**. L'inclusione di altri leader e sistemi politici permetterebbe di stabilire se le configurazioni emerse per Donald Trump, Javier Milei e Giorgia Meloni ricorrano in altri contesti o costituiscano combinazioni specifiche dei casi osservati. Particolarmente utile sarebbe confrontare leadership populiste e non populiste applicando le medesime dimensioni analitiche. Ciò consentirebbe di verificare quali caratteristiche dipendano dalla personalizzazione contemporanea della politica in generale e quali risultino invece più strettamente associate alle forme populiste di costruzione della leadership.

Un terzo sviluppo riguarda il rapporto tra **produzione giornalistica e piattaforme**. La presente ricerca ha considerato la piattaformizzazione come condizione strutturale della circolazione contemporanea, senza attribuire causalmente la visibilità osservata a specifici sistemi di raccomandazione. Studi successivi potrebbero collegare la produzione delle testate ai percorsi attraverso i quali gli stessi contenuti vengono indicizzati, rilanciati, frammentati o ricontestualizzati su motori di ricerca, aggregatori, social media e altre piattaforme. Sarebbe così possibile osservare empiricamente il passaggio dalla disponibilità originaria della notizia alle sue successive forme di circolazione.

È soprattutto sul versante dei **pubblici** che la ricerca può essere estesa. Il presente studio non misura esposizione, interpretazioni o atteggiamenti; proprio questa delimitazione rende possibile individuare con precisione il livello successivo. Survey, interviste, focus group, esperimenti o analisi delle pratiche digitali potrebbero verificare come pubblici differenti incontrino e interpretino configurazioni ricorrenti della leadership. La questione diventerebbe allora se e in quali condizioni centralità, reiterazione e ricontestualizzazione producano riconoscibilità e come questa venga tradotta —oppure non venga tradotta— in fiducia, sfiducia, adesione o rifiuto.

Un'ulteriore direzione riguarda la **credibilità nel tempo**. La ricerca ha mostrato che l'accumulazione informativa rende disponibili precedenti attraverso i quali nuove azioni possono essere confrontate con rappresentazioni pregresse. Questo processo potrebbe essere studiato seguendo specifiche controversie lungo sequenze temporali estese, ricostruendo come una dichiarazione venga ripresa, verificata, contestata e successivamente riutilizzata. La credibilità diventerebbe così osservabile come traiettoria, anziché soltanto come configurazione presente in singoli testi.

Questi sviluppi permetterebbero anche di sottoporre a ulteriori verifiche la relazione proposta dalla tesi tra **eccesso, attenzione, selezione, categorizzazione, riconoscibilità e credibilità**. L'obiettivo non sarebbe trasformarla in una sequenza causale universale, ma verificare quali passaggi rimangano osservabili al variare dei contesti, dei periodi, dei media e dei pubblici. In particolare, l'integrazione tra dati sulla produzione, dati sulla circolazione e ricerca sulla ricezione consentirebbe di distinguere empiricamente ciò che questa tesi ha mantenuto analiticamente separato: essere disponibili nello spazio informativo, essere effettivamente incontrati ed essere interpretati in un determinato modo.

La prospettiva più ampia riguarda quindi il passaggio da una **sociologia della disponibilità informativa a una sociologia integrata della circolazione e della ricezione**. Questa ricerca ha osservato il punto nel quale l'eccesso viene selezionato e organizzato in rappresentazioni pubblicamente disponibili della leadership; studi successivi potranno seguire quelle rappresentazioni nei loro percorsi attraverso piattaforme e pubblici. In tal modo sarà possibile verificare non soltanto come una leadership diventi visibile e riconoscibile, ma quando, per chi e attraverso quali mediazioni tale riconoscibilità possa trasformarsi in credibilità, sfiducia o contestazione.

APPARATI E FONTI

A.1. Corpus

Jantus Lordi de Sobremonte, Alejandro Gastón, *Elaborazione Corpus Trump su dati Media Cloud,* https://www.jantus.org/corpus2026sap/trump.csv (58,7 MB), 181.766 articoli; ultima consultazione 14 settembre 2026.

Jantus Lordi de Sobremonte, Alejandro Gastón, *Elaborazione Corpus Milei su dati Media Cloud,* https://www.jantus.org/corpus2026sap/milei.csv (49,2 MB), 135.633 articoli; ultima consultazione 14 settembre 2026.

Jantus Lordi de Sobremonte, Alejandro Gastón, *Elaborazione Corpus Meloni su dati Media Cloud,* https://www.jantus.org/corpus2026sap/meloni.csv (8,8 MB), 25.817 articoli; ultima consultazione 14 settembre 2026.

A.2. Sotto-corpus (sitografia)

01-TRU-01, 3 gennaio 2026, **CNBC**, *Trump: We are going to run Venezuela until we can do a safe, proper and judicious transition,* https://www.cnbc.com/2026/01/03/trump-venezuela.html; ultima consultazione 14 settembre 2026.

02-TRU-02, 30 gennaio 2026, **USA Today**, *Trump picks former Fed Governor Kevin Warsh as new Fed chair,* https://usatoday.com/story/money/2026/01/30/trump-picks-former-fed-governor-kevin-warsh-new-fed-chair/88428889007/; ultima consultazione 14 settembre 2026.

03-TRU-03, 3 febbraio 2026, **PBS News**, *Haitians in Ohio city live in fear and uncertainty amid court fight over protected status,* https://www.pbs.org/newshour/show/haitians-in-ohio-city-live-in-fear-and-uncertainty-amid-court-fight-over-protected-status; ultima consultazione 14 settembre 2026.

04-TRU-04, 25 febbraio 2026, **Newsday**, *President Donald Trump's post-State of the Union sales job begins now,* https://www.newsday.com/news/nation/trump-state-union-economy-campaign-midterms-w12272; ultima consultazione 14 settembre 2026.

05-TRU-05, 28 marzo 2026, **Newsweek**, *Trump stronghold holds largest ever 'No Kings' protest,* https://www.newsweek.com/trump-stronghold-holds-largest-ever-no-kings-protest-11752730; ultima consultazione 14 settembre 2026.

06-TRU-06, 30 marzo 2026, **CNN**, *Trump tries to conjure a new reality as Iran war hits one-month fork in road,* https://www.yahoo.com/news/articles/trump-iran-war-fateful-fork-040055456.html; ultima consultazione 14 settembre 2026.

07-TRU-07, 1° aprile 2026, **Fox News**, *Trump makes historic SCOTUS appearance for birthright citizenship case,* https://www.foxnews.com/politics/trump-makes-historic-scotus-appearance-birthright-citizenship-case; ultima consultazione 14 settembre 2026.

08-TRU-08, 2 aprile 2026, **Los Angeles Times**, *A year after 'Liberation Day,' what did Trump's tariffs achieve?,* https://www.latimes.com/politics/newsletter/2026-04-02/one-year-anniversary-trump-tariffs; ultima consultazione 14 settembre 2026.

09-TRU-09, 25 maggio 2026, **New York Times**, *How Trump's Cabinet Speaks to Him: Praise, Accolades and Lots of Criticizing Opponents,* https://www.nytimes.com/interactive/2026/us/politics/trump-cabinet-meetings.html; ultima consultazione 14 settembre 2026.

10-TRU-10, 27 maggio 2026, **CBS News**, *Many Latino voters have turned away from Trump, but Democrats aren't necessarily winning them over, new poll finds,* https://www.cbsnews.com/news/latino-voters-poll-trump-democrats-midterms-immigration/; ultima consultazione 14 settembre 2026.

11-TRU-11, 23 giugno 2026, **Forbes**, *Senate Votes To Stop Trump From Continuing Iran War Without Congressional Approval,* https://www.forbes.com/sites/saradorn/2026/06/23/senate-votes-to-stop-trump-from-continuing-iran-war-without-congressional-approval; ultima consultazione 14 settembre 2026.

12-TRU-12, 26 giugno 2026 (agg. 27 giugno), **NBC News**, *Couldn't breathe': TPS holders fear they're now deportation targets following Supreme Court ruling,* https://www.nbcnews.com/news/us-news/tps-holders-fear-deportation-targets-supreme-court-ruling-rcna351951; ultima consultazione 14 settembre 2026.

13-MIL-01, 21 gennaio 2026, **Radio Nacional**, *Javier Milei en Davos: "América será el faro de luz que vuelva a encender a todo Occidente",* https://cdn02.radionacional.com.ar/javier-milei-en-davos-america-sera-el-faro-de-luz-que-vuelva-a-encender-a-todo-occidente; ultima consultazione 14 settembre 2026.

14-MIL-02, 25 gennaio 2026, **Clarín**, *Pullaro y Llaryora volvieron a mostrarse juntos y condicionan su apoyo a la reforma laboral de Milei,* https://www.clarin.com/politica/pullaro-llaryora-volvieron-mostrarse-juntos-condicionan-apoyo-reforma-laboral-milei_0_6Vz3PICsQv.html; ultima consultazione 14 settembre 2026.

15-MIL-03, 19 febbraio 2026 (agg. 20 febbraio), **Infobae**, *Arranca en Argentina la huelga general contra la reforma laboral, la cuarta contra el Gobierno de Milei,* https://www.infobae.com/america/agencias/2026/02/19/arranca-en-argentina-la-huelga-general-contra-la-reforma-laboral-la-cuarta-contra-el-gobierno-de-milei; ultima consultazione 14 settembre 2026.

16-MIL-04, 27 febbraio 2026, **Página/12**, *Mapa de los cortes y movilizaciones contra la reforma laboral,* https://www.pagina12.com.ar/2026/02/27/mapa-de-los-cortes-y-movilizaciones-contra-la-reforma-laboral; ultima consultazione 14 settembre 2026.

17-MIL-05, 1° marzo 2026 (agg. 2 marzo), **El Cronista**, *Milei abrió el año legislativo con un discurso a puro choque y anunció el envío de 10 paquetes de reformas,* https://www.cronista.com/economia-politica/la-previa-de-la-asamblea-legislativa-los-primeros-en-llegar-y-un-recinto-que-comienza-a-colmarse/; ultima consultazione 14 settembre 2026.

18-MIL-06, 27 marzo 2026, **Perfil**, *Milei festejó el fallo por YPF y volvió a cargar contra Cristina y Kicillof: "Expropiar está mal porque robar está mal",* https://www.perfil.com/noticias/politica/milei-celebro-el-fallo-por-ypf-y-volvio-a-cargar-contra-cristina-y-kicillof-expropiar-esta-mal-porque-robar-esta-mal.phtml*; ultima consultazione 14 settembre 2026.*

19-MIL-07, 6 aprile 2026, **La Nación**, *Ajuste por US$67.000 millones: los recortes que explican el giro fiscal de Milei y el quiebre de 20 años de expansión del gasto,* https://www.lanacion.com.ar/economia/ajuste-de-us67000-millones-los-recortes-que-explican-el-giro-fiscal-de-milei-y-el-quiebre-de-20-anos-nid06042026; ultima consultazione 14 settembre 2026.

20-MIL-08, 29 aprile 2026, **Diario Popular**, *Adorni en el Congreso: dijo que no va a renunciar y aseguró que "no hubo delito",* https://www.diariopopular.com.ar/politica/adorni-el-congreso-dijo-que-no-va-renunciar-y-aseguro-que-no-hubo-delito-n897850; ultima consultazione 14 settembre 2026.

21-MIL-09, 12 maggio 2026, **Ámbito**, *Marcha Federal Universitaria: cuál es el reclamo de financiamiento y salarios al gobierno de Javier Milei,* https://www.ambito.com/politica/marcha-federal-universitaria-2026-cual-es-el-reclamo-financiamiento-y-salarios-al-gobierno-javier-milei-n6276516; ultima consultazione 14 settembre 2026.

22-MIL-10, 30 maggio 2026, **Los Andes**, *Javier Milei y Luis Caputo se contradijeron por las cifras de pobreza durante un foro económico,* https://www.losandes.com.ar/politica/javier-milei-y-luis-caputo-se-contradijeron-las-cifras-pobreza-un-foro-economico-n5993012; ultima consultazione 14 settembre 2026.

23-MIL-11, 2 giugno 2026, **TN**, *Milei comparó al kirchnerismo con un monstruo de Disney y aseguró: "No nos asustan más",* https://tn.com.ar/politica/2026/06/02/milei-comparo-al-kirchnerismo-con-un-monstruo-de-disney-y-aseguro-no-nos-asustan-mas; ultima consultazione 14 settembre 2026.

24-MIL-12, 27 giugno 2026, **Crónica**, *Renunció Manuel Adorni: las denuncias y causas judiciales que culminaron en su salida del Gobierno,* https://www.cronica.com.ar/politica/renuncio-manuel-adorni-las-denuncias-y-causas-judiciales-que-culminaron-en-su-salida-del-gobierno; ultima consultazione 14 settembre 2026.

25-MEL-01, 3 gennaio 2026, **La Stampa**, *Venezuela, Meloni sta con Trump: "Legittimo difendersi dal narcotraffico". Schlein: "Gravi le parole della premier",* https://www.lastampa.it/esteri/2026/01/03/news/da_tajani_a_schlein_le_reazioni_italiane_agli_attacchi_americani_al_venezuela-15454381; ultima consultazione 14 settembre 2026.

26-MEL-02, 9 gennaio 2026, **La Repubblica**, *Trentini, le toghe e la sicurezza, i rapporti con Mattarella e Trump: la conferenza stampa di Meloni,* https://www.repubblica.it/politica/2026/01/09/diretta/meloni_conferenza_stampa_oggi_diretta-425084153; ultima consultazione 14 settembre 2026.

27-MEL-03, 1 febbraio 2026, **Il Sole 24 Ore**, *Askatasuna, almeno due arrestati e tre denunciati. Meloni: valutiamo decreto sicurezza,* https://www.ilsole24ore.com/art/askatasuna-almeno-due-arrestati-e-tre-denunciati-meloni-torino-visita-agente-ricoverato-AIZsXZBB; ultima consultazione 14 settembre 2026.

28-MEL-04, 12 febbraio 2026, **Avvenire**, *Meloni, Sanchez e quelle idee opposte di Europa andate in scena al castello di Alden Biesen,* https://www.avvenire.it/mondo/meloni-sanchez-e-quelle-idee-opposte-di-europa-andate-in-scena-al-castello-di-alden-biesen_104537; ultima consultazione 14 settembre 2026.

29-MEL-05, 1 marzo 2026, **Il Fatto Quotidiano**, *Crosetto bloccato a Dubai, Conte e Schlein: "Meloni non sapeva dell'attacco, altro che rapporto speciale con Trump",* https://www.ilfattoquotidiano.it/2026/03/01/crosetto-bloccato-dubai-attacco-iran-notizie/8309960; ultima consultazione 14 settembre 2026.

30-MEL-06, 5 marzo 2026, **Askanews**, *Iran, Meloni: non entreremo in guerra. L'11 sarà in aula (dopo proteste opposizioni),* https://askanews.it/2026/03/05/iran-meloni-non-entreremo-in-guerra-l11-sara-in-aula-dopo-proteste-opposizioni; ultima consultazione 14 settembre 2026.

31-MEL-07, 1 aprile 2026, **Il Messaggero**, *Meloni, distacco soft da Trump: così la premier cambia strategia. La mossa di andare alle Camere,* https://www.ilmessaggero.it/politica/meloni_distacco_trump_cambio_strategia-9448257.html; ultima consultazione 14 settembre 2026.

32-MEL-08, 3 aprile 2026, **Il Giornale**, *Meloni nel Golfo, missione a sorpresa per la sicurezza energetica,* https://www.ilgiornale.it/news/politica-internazionale/meloni-nel-golfo-missione-sorpresa-sicurezza-energetica-2646878.html; ultima consultazione 14 settembre 2026.

33-MEL-09, 1 maggio 2026, **AGI**, *La premier Giorgia Meloni da PizzAut con i lavoratori "esclusi",* https://www.agi.it/politica/news/2026-05-01/primo-maggio-premier-meloni-da-pizzaut-36852488/; ultima consultazione 14 settembre 2026.

34-MEL-10, 2 maggio 2026 (agg. 24 giugno), **Il Manifesto**, *Il governo Meloni secondo più longevo. Ma la stabilità scivola nell'immobilismo,* https://ilmanifesto.it/il-governo-meloni-secondo-piu-longevo-ma-la-stabilita-scivola-nellimmobilismo; ultima consultazione 14 settembre 2026.

35-MEL-11, 11 giugno 2026, **ANSA**, *Meloni, sul vertice per i Balcani polemicucce che lasciano il tempo che trovano,* https://www.ansa.it/nuova_europa/it/notizie/nazioni/serbia/2026/06/11/meloni-sul-vertice-per-i-balcani-polemicucce-che-lasciano-il-tempo-che_e0513977-0ba9-4cb0-8720-74f27cb2e62e.html; ultima consultazione 14 settembre 2026.

36-MEL-12, 19 giugno 2026, **La Sicilia**, *Meloni risponde a Trump: «Inventa tutto. Io e l'Italia non imploriamo mai»,* https://www.lasicilia.it/video/italia-mondo/3050410/meloni-risponde-a-trump-inventa-tutto-io-e-l-italia-non-imploriamo-mai.html; ultima consultazione 14 settembre 2026.

A.3. Bibliografia

Amossy, Ruth, 2015, *La présentation de soi. Ethos et identité verbale,* Presses Universitaires de France (PUF) - Humensis (edizione Kindle), Parigi. ISBN 9782130741060

Barthes, Roland, 1968, *L'effet de réel,* Communications (ISSN 0588-8018), volume 7, numero 11 (Recherches sémiologiques. Le vraisemblable), 1968 (1), Éditions du Seuil, Parigi. https://doi.org/10.3406/comm.1968.1158

Barthes, Roland, 2014, *Mythologies,* Éditions Points, Parigi. ISBN 9782757841754

Baudrillard, Jean, 2000, *Le système des objets,* Éditions Gallimard, Parigi. ISBN 9782070283866

Baudrillard, Jean, 2024, *Simulacres et simulation,* Éditions Gallimard, Parigi. ISBN 9782073039590

Berger, Peter L. e Luckmann, Thomas, 1991, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge,* Penguin Random House, Milton Keynes. ISBN 9780140135480

Bermejo, Fernando, Bhargava, Rahul, Budne, Phil, Gulley, Paige, Leon, Evan, McGrady, Ryan, Ndulue, Emily Boardman e Zuckerman, Ethan, 2026, *Media Cloud 2.0: An Updated Open Web News Archive,* Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media, volume 20, numero 1, maggio 2026, pp. 2735–2746. https://doi.org/10.1609/icwsm.v20i1.42778

Bruno, Marco e Massa Alessandra, 2018, *Modelli di giornalismo e analisi comparata negli spazi mediali transnazionali,* Edizioni Altravista, Campospinoso Albaredo (PV). ISBN 9788899688370

Bucher, Taina, 2018, *If … Then: Algorithmic Power and Politics,* Oxford University Press, Oxford. ISBN 9780190493035

Caniglia, Enrico, 2000, *Berlusconi, Perot e Collor come political outsider. Media, marketing e sondaggi nella costruzione del consenso politico,* Rubbettino, Catanzaro. ISBN 9788872849873

Caniglia, Enrico, 2009, *La notizia. Come si racconta il mondo in cui viviamo,* Laterza, Bari. ISBN 9788842090786

Caniglia, Enrico, 2013, *Forme della comunicazione politica,* UTET Università, Novara. ISBN 9788860084187

Caniglia, Enrico, Spreafico, Andrea e Zanettin, Federico (a cura di), 2017, *Harvey Sacks. Fare sociologia,* Edizioni Altravista, Campospinoso Albaredo (PV). ISBN 9788899688226

Debord, Guy, 1971, *La société du spectacle,* Éditions Gallimard, Parigi. ISBN 9782070728039

Didi-Huberman, Georges, 1992, *Ce que nous voyons, ce qui nous regarde,* Les Éditions de Minuit, Parigi. ISBN 9782707314291

Eatwell, Roger e Goodwin Matthew, 2018, *National Populism. The Revolt Against Liberal Democracy,* Pelican Books - Penguin Random House, Milton Keynes. ISBN 9780241312001

Eco, Umberto, 2016, *Trattato di semiotica generale,* La Nave di Teseo, Milano. ISBN 9788893440059

Eco, Umberto, 2020, *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi,* La Nave di Teseo, Milano. ISBN 9788834602232

Floch, Jean-Marie, 2002, *Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes. Les stratégies,* Presses Universitaires de France, Parigi. ISBN 9782130525363

Foucault, Michel, 2013, *L'ordre du discours,* Éditions Gallimard, Parigi. ISBN 9782070277742

Fromm, Erich, 2013, *To Have or To Be?,* Bloomsbury Academic, Londra. ISBN 9781780936802

Garfinkel, Harold, 1984, *Studies in Ethnomethodology,* Polity Press, Cambridge. ISBN 9780745600055

Greimas, Algirdas Julien e Courtés, Joseph, 1993, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage,* Hachette, Parigi. ISBN 978201020648

Greimas, Algirdas Julien, 1998, *Du sens. Essais sémiotiques,* Éditions du Seuil, Parigi. ISBN 9782020027373

Greimas, Algirdas Julien, 2012, *Du sens. Essais sémiotiques. Tome II,* Éditions du Seuil, Parigi. ISBN 9782021081169

Grossi, Giancarlo, 2021, *La notte dei simulacri. Sogno, cinema, realtà virtuale,* Johan & Levi Editore, Milano. Isbn 9788860102409

Jantus Lordi de Sobremonte, Alejandro Gastón, 2025a, *Oltre la rappresentazione: Wes Sharrock e la critica etnometodologica ai Media Studies,* L'Idealista Web (ISSN 2785-0951), volume 5, numero 45, gennaio 2025 (pubblicato in data 2 gennaio 2025), pp. da 1 a 22. https://doi.org/10.66431/1de4web/v7qz7k3m0x2qx2/8a9q1w4

Jantus Lordi de Sobremonte, Alejandro Gastón, 2025b, *La Membership Categorization Analysis: dalle pratiche ordinarie di categorizzazione a una teoria sociologica dell'inferenza,* L'Idealista Web (ISSN 2785-0951), volume 5, numero 46, febbraio 2025 (pubblicato in data 3 febbraio 2025), pp. da 1 a 32. https://doi.org/10.66431/1de4web/k294tx2qx3/2v8t

Jantus Lordi de Sobremonte, Alejandro Gastón, 2025c, *La grammatica mediale del confine e l'asimmetria dell'agency nella rappresentazione delle migrazioni,* L'Idealista (ISSN 2785-1230), volume 5, numero 46, febbraio 2025 (pubblicato in data 10 febbraio 2025), pp. da 1 a 16. https://doi.org/10.66431/1de4/id46dop/p9c4m

Jantus Lordi de Sobremonte, Alejandro Gastón, 2025d, *Le storie come metodo: Harvey Sacks e la sociologia dell'interazione quotidiana,* L'Idealista Web (ISSN 2785-0951), volume 5, numero 47, marzo 2025 (pubblicato in data 3 marzo 2025), pp. da 1 a 30. https://doi.org/10.66431/1de4web/v7q35z8t4r/9v9v

Jantus Lordi de Sobremonte, Alejandro Gastón, 2025e, *Dalla subcultura territoriale alla subcultura reticolare,* L'Idealista (ISSN 2785-1230), volume 5, numero 47, marzo 2025 (pubblicato in data 10 marzo 2025), pp. da 1 a 20. https://doi.org/10.66431/1de4/id47qt/t5c2x

Jantus Lordi de Sobremonte, Alejandro Gastón, 2025f, *Leggere le notizie: un approccio etnometodologico alla produzione del significato giornalistico,* L'Idealista Web (ISSN 2785-0951), volume 5, numero 48, aprile 2025 (pubblicato in data 4 aprile 2025), pp. da 1 a 20. https://doi.org/10.66431/1de4web/k24z9v93q9/v4tp

Jantus Lordi de Sobremonte, Alejandro Gastón, 2025g, *Identità nazionale, alterità e costruzione sociale della minaccia nelle società plurali,* L'Idealista (ISSN 2785-1230), volume 5, numero 48, aprile 2025 (pubblicato in data 7 aprile 2025), pp. da 1 a 20. https://doi.org/10.66431/1de4/id48rs/p2j8n

Jantus Lordi de Sobremonte, Alejandro Gastón, 2025h, *Il senso comune come metodo: MCD, inferenze e ragionamento pratico nella vita quotidiana,* L'Idealista Web (ISSN 2785-0951), volume 5, numero 49, maggio 2025 (pubblicato in data 5 maggio 2025), pp. da 1 a 30. https://doi.org/10.66431/1de4web/8m3zx5vt5v/7t3r

Jantus Lordi de Sobremonte, Alejandro Gastón, 2025i, *Regimi mediali di riconoscibilità, vulnerabilità narrativa e diritto alla complessità nell'informazione,* L'Idealista (ISSN 2785-1230), volume 5, numero 49, maggio 2025 (pubblicato in data 12 maggio 2025), pp. da 1 a 22. https://doi.org/10.66431/1de4/id49tu/m8z3q

Jantus Lordi de Sobremonte, Alejandro Gastón, 2025j, *Categorie, intelligibilità e pubblici nella costruzione della realtà giornalistica,* L'Idealista (ISSN 2785-1230), volume 5, numero 51, luglio 2025 (pubblicato in data 7 luglio 2025), pp. da 1 a 46. https://doi.org/10.66431/1de4/id51xy/r8b2w

Jantus Lordi de Sobremonte, Alejandro Gastón, 2025k, *Dall'episteme scientifica all'episteme algoritmica: come gli algoritmi vedono le audience,* L'Idealista (ISSN 2785-1230), volume 5, numero 54, ottobre 2025 (pubblicato in data 6 ottobre 2025), pp. da 1 a 8. https://doi.org/10.66431/1de4/id54bi/r6v5j

Jantus Lordi de Sobremonte, Alejandro Gastón, 2025l, *Oltre il testo e oltre l'audience: John Fiske e la televisione come processo di costruzione del significato,* L'Idealista (ISSN 2785-1230), volume 5, numero 55, novembre 2025 (pubblicato in data 3 novembre 2025), pp. da 1 a 8. https://doi.org/10.66431/1de4/id55cc/k2x7f

Jantus Lordi de Sobremonte, Alejandro Gastón, 2026a, *The Distance of the Gaze, Seeing Without Possession: Voyeurism as a Transmedial Structure of Visual Experience. From Kieślowski to Newton and Manara, with Titian and Rodin in Between,* European Journal of Media and Digital Communication Studies – Sociological Perspectives on Communication in the Digital Age (ISSN 3103-4004), volume 1, numero 2, gennaio/marzo 2026 (pubblicato in data 9 marzo 2026), pp. da 1 a 38. https://doi.org/10.66431/m3d14/b4n8wq2z7k6x3p

Jantus Lordi de Sobremonte, Alejandro Gastón, 2026b, *Dall'audience di massa all'audience diffusa: spettacolo, narcisismo e immaginazione nella teoria di Abercrombie e Longhurst,* L'Idealista (ISSN 2785-1230), volume 6, numero 61, maggio 2026 (pubblicato in data 4 maggio 2026), pp. da 1 a 12. https://doi.org/10.66431/1de4/id61re/f6k3t

Jantus Lordi de Sobremonte, Alejandro Gastón, 2026c, *Estetiche della post-verità nel populismo digitale,* L'Idealista (ISSN 2785-1230), volume 6, numero 64, agosto 2026 (pubblicato in data 3 agosto 2026), pp. da 1 a 64. https://doi.org/10.66431/1de4/id64zq/j9p4v

Jantus Lordi de Sobremonte, Alejandro Gastón, 2026d, *The semiotic construction of leadership and credibility in the populist discourses of Donald Trump and Javier Milei: a comparative analysis,* European Journal of Media and Digital Communication Studies – Sociological Perspectives on Communication in the Digital Age (ISSN 3103-4004), volume 1, numero 3, luglio/settembre 2026 (pubblicato in data 20 agosto 2026), pp. da 1 a 1344, https://doi.org/10.66431/m3d14/v7q3m9x/2k5z8tr

Kavanagh, Dennis, 1995, *Election Campaigning. The New Marketing of Politics,* Blackwell Publishers, Oxford. ISBN 9780631198116

Landowski, Éric, 2005, *Les interactions risquées,* Nouveaux Actes Sémiotiques (ISSN 2270-4957), volume 17, numero 101/103, luglio/dicembre 2005, Presses de l'Université de Limoges (PULIM), Limoges. https://www.unilim.fr/actes-semiotiques/3509

Leonzi, Silvia, 2010, *Lo spettacolo dell'immaginario. I miti, le storie, i media,* Edizioni Tunué, Latina. ISBN 9788889613788

Leonzi, Silvia (a cura di), 2023, *Transmedia studies. Logiche e pratiche degli ecosistemi della comunicazione,* Armando Editore, Roma. ISBN 9791259840615

Marrone, Gianfranco, 2011, *Introduzione alla semiotica del testo,* Laterza, Bari. ISBN 9788842097211

Marrone, Gianfranco, 2018, *Prima lezione di semiotica,* Laterza, Bari. ISBN 978-8858130704

Massidda, Luca, 2019, *Post Politica: Morfologia di una campagna elettorale social,* FrancoAngeli (edizione Kindle), Milano. ISBN 9788891786296

McLuhan, Marshall e Fiore, Quentin, 2025**,** *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects,* Penguin Classics - Penguin Random House, Milton Keynes. ISBN 9780141035826

Modena, Elisabetta, 2025, *Nelle storie. Arte, cinema e media immersivi,* Carocci Editore, Roma. ISBN 978-8829011957

Mudde, Cas, 2020, *The Far Right Today,* Polity Press, Cambridge. ISBN 9781509536849

Müller, Jan-Werner (trad. Zuffada, Elena), 2023 *Che cos'è il populismo?,* Egea, Milanumero ISBN 978882383903-8

Mulvey, Laura, *Visual Pleasure and Narrative Cinema,* Screen (ISSN 0036-9543), volume 16, numero 3, Autunno 1975, pp. da 6 a 18. https://doi.org/10.1093/screen/16.3.6

Newman, Bruce I., *The Marketing of the President. Political Marketing as Campaign Strategy,* Thousand Oaks, SAGE Publications, 1994. ISBN 0803951388 (EAN 9780803951389)

Norris, Pippa, 2003, *A Virtuous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies,* Cambridge University Press, Cambridge. ISBN 0521793645 (EAN 9780521793643)

Pezzini, Isabella, 1991, *Semiotica delle passioni,* Esculapio, Bologna. ISBN 9788885040373

Pezzini, Isabella, 2025, *In medias res. L'evento, la crisi, la notizia,* Meltemi, Roma. ISBN 9791222321691

Pinotti, Andrea, 2021, *Alla soglia dell'immagine. Da Narciso alla realtà virtuale,* Einaudi, Torino. ISBN 9788806244422

Poell, Thomas, Nieborg, David e van Dijck, José, 2019, *Platformisation,* Internet Policy Review (ISSN 2197-6775), volume 8, numero 4, novembre 2019. https://doi.org/10.14763/2019.4.1425

Pozzato, Maria Pia, 2013, *Capire la semiotica,* Carocci, Roma. ISBN 9788843069651

Rovira Kaltwasser, Cristóbal, Taggart, Paul A., Ochoa Espejo, Paulina e Ostiguy, Pierre, 2017, *The Oxford Handbook of Populism,* Oxford University Press, Oxford. ISBN 9780198803560

Sacks, Harvey, 1995, *Lectures on Conversation,* Malden, Blackwell. ISBN 9781557867056

Schütz, Alfred, 1967, *The Phenomenology of the Social World,* Northwestern University Press, Evanston. ISBN 9780810103900

Simon, Herbert A., 1971, "Designing Organizations for an Information-Rich World", in Greenberger, Martin (a cura di), *Computers, Communications, and the Public Interest,* The Johns Hopkins Press, Baltimora. ISBN 9780801811357

Terracciano, Bianca, 2017, *Social moda. Nel segno di influenze, pratiche, discorsi,* FrancoAngeli, Milano. ISBN 9788891752994

Tognonato, Claudio, 2018, *Teoria sociale dell'agire inerte. L'individuo nella morsa delle costruzioni sociali,* Liguori Editore, Napoli. ISBN 9788820767433

Tuchman, Gaye, 1980, *Making News: A Study in the Construction of Reality,* Free Press, New York. ISBN 9780029329603

van Dijck, José, Poell, Thomas e de Waal, Martijn, 2018, *The Platform Society. Public Values in a Connective World,* Oxford University Press, Oxford. ISBN 9780190889777

Zilberberg, Claude, 2006, *Éléments de grammaire tensive,* Presses de l'Université de Limoges (PULIM), Limoges. ISBN 9782842873813