Slopaganda, che cos’è e perché punta a generare paura e caos tra i cittadini

Slopaganda, la nuova frontiera della propaganda digitale: che cos’è e perché mette alla prova le nostre democrazie

Dalle clip virali che ritraggono **Donald Trump** come un sovrano caricaturale o un eroe da videogame, fino ai video in stile LEGO diffusi da **ambienti filo-iraniani** per raccontare il conflitto in Medio Oriente, la comunicazione politica contemporanea sta attraversando una trasformazione profonda. È un fenomeno che studiosi e analisti hanno chiamato “**slopaganda**”, una forma di propaganda a bassa qualità, spesso generata con l’**intelligenza artificiale** (AI), progettata per saturare gli spazi informativi digitali più che per convincere attraverso argomentazioni chiare e concrete.

Il termine nasce dalla fusione tra “*slop*”, ovvero contenuto scadente, ripetitivo, prodotto in serie, e “*propaganda*”, intesa come comunicazione finalizzata a orientare opinioni e comportamenti. La combinazione descrive con efficacia un ecosistema in cui: **la quantità prevale sulla qualità e l’impatto emotivo sostituisce la verifica dei fatti**. Non si tratta più, dunque, di persuadere nel senso classico del termine, ma di occupare l’attenzione, di trattenerla e operare in profondità su di essa (dopo esposizione massiccia del

soggetto). Spesso questo accade anche sfruttando l'attualità più drammatica, come la guerra. Diffondere un flusso di contenuti volutamente grotteschi sul conflitto in corso in Iran o in Ucraina, o su Gaza, deresponsabilizza l'opinione pubblica e chi fa stragi, disumanizza la sofferenza, crea distanza e superficialità sul giudizio. Un video divertente sulla guerra trasforma l'orrore in un gioco, le vittime in attori, il dolore in intrattenimento.

[embedded content]

Tradurre messaggi complessi e conflitti politici in codici visivi più semplici e familiari

Negli **Stati Uniti** questo modello comunicativo ha trovato una delle sue espressioni più visibili durante la **campagna elettorale del 2024**, hanno spiegato Mark Alfano, professore di Filosofia alla Macquarie University, e Michał Klincewicz, Assistant Professor al Department of Computational Cognitive Science della Tilburg University, in un articolo su *The Conversation*. Attorno alla figura di Donald Trump si è sviluppata una produzione massiccia di contenuti visivi e video brevi, spesso volutamente grotteschi o surreali: immagini generate dall'AI che lo raffigurano come un Papa, un guerriero o una figura quasi messianica, clip dal tono ironico o provocatorio pensate per diventare virali sulle piattaforme come TikTok e X. Il punto non è la credibilità del singolo contenuto (spesso evidentemente fittizio) ma la sua **capacità di circolare, accumulare interazioni e contribuire a costruire un immaginario**.

In parallelo, anche attori statali e para-statali hanno affinato l'uso di queste tecniche. Nel contesto del **confronto tra Stati Uniti e Iran**, ad esempio, ha raccontato Josephine Walker su *Axios*, sono circolati video che mescolano immagini

reali di operazioni militari con sequenze tratte da videogiochi o serie televisive, mentre dall'altra parte si è assistito a una proliferazione di contenuti AI (inclusi i citati video in stile LEGO) utilizzati per **semplificare e rendere immediatamente riconoscibili messaggi politici complessi**. L'uso di "*estetiche pop occidentali*" non è casuale: serve a **intercettare pubblici più ampi e meno politicizzati, traducendo il conflitto in codici visivi familiari**.

[embedded content]

Come funziona la slopaganda

La slopaganda funziona attraverso una combinazione di **produzione automatizzata**, **logiche algoritmiche** e l**eve psicologiche**. Grazie all'intelligenza artificiale è possibile generare in tempi rapidissimi grandi quantità di contenuti (immagini, video, meme, testi) che ripropongono lo stesso messaggio in forme leggermente diverse.

Queste varianti vengono diffuse sui social e "testate" in tempo reale: quelle che ottengono più reazioni, condivisioni o commenti vengono ulteriormente amplificate, mentre le altre vengono scartate. Il sistema si adatta così continuamente alle **preferenze del pubblico**, creando contenuti sempre più efficaci nel **catturare attenzione**.

Allo stesso tempo, i messaggi sono spesso costruiti per **attivare emozioni forti (paura, rabbia, indignazione)** e per essere **facilmente riconoscibili e condivisibili** anche **senza un'analisi approfondita**. Il risultato è una **saturazione dello spazio informativo**: l'utente non viene persuaso da un singolo contenuto, ma esposto a una moltiplicazione continua dello stesso schema narrativo, che finisce per **influenzare percezioni e opinioni** in modo graduale e spesso inconsapevole.

L’evoluzione dell’economia dell’attenzione

Fenomeni analoghi si osservano anche in **Europa**, sebbene con forme più frammentate. In diversi Paesi dell’Unione sono state individuate **reti di account semi-automatizzati** che diffondono contenuti quasi identici, adattati linguisticamente e culturalmente ai diversi contesti nazionali. Meme su immigrazione, sicurezza o costo della vita vengono replicati con minime variazioni grafiche e testuali, spesso generati o rielaborati con strumenti di intelligenza artificiale. In **Italia**, come in altri Stati membri, questi contenuti tendono a mescolare riferimenti locali con modelli narrativi importati, creando un ibrido che appare autentico ma è in realtà parte di una produzione seriale.

Il funzionamento della slopaganda è strettamente legato all’**economia dell’attenzione** che governa le piattaforme digitali. Gli algoritmi privilegiano ciò che genera **reazioni rapide (indignazione, sorpresa, paura)** e l’intelligenza artificiale consente di produrre in tempi rapidissimi migliaia di varianti dello stesso messaggio.

Queste vengono testate, amplificate e replicate automaticamente, in un processo continuo di ottimizzazione. Il risultato è una **comunicazione iper-adattiva**, capace di raggiungere nicchie specifiche di pubblico con contenuti calibrati sui loro interessi e predisposizioni emotive.

È proprio qui che emerge la principale criticità democratica. La slopaganda non mira necessariamente a far credere a una falsità precisa, ma a modificare l’ambiente informativo nel suo complesso. L’effetto cumulativo è **una saturazione che rende difficile distinguere tra informazione affidabile e rumore, tra contenuti autentici e manipolati**. In questo contesto, anche materiale veritiero rischia di essere percepito come sospetto, contribuendo a un progressivo

indebolimento della fiducia nei confronti di media, istituzioni e fonti autorevoli.

E poi c’è l’AI slop

Accanto alla slopaganda, si sta diffondendo un fenomeno più ampio e pervasivo: l’**AI slop**, ovvero una massa crescente di contenuti generati automaticamente (articoli, video, musica, immagini) prodotti senza reale controllo qualitativo e spesso privi di valore informativo.

Come ha spiegato su *The Conversation*, **Adam Nemeroff**, vice rettore della Quinnipiac University, non sempre questi contenuti nascono con un intento politico esplicito, ma contribuiscono comunque a degradare l’ecosistema informativo. La loro funzione principale è sfruttare le logiche di monetizzazione delle piattaforme e attirare traffico, anche a costo di essere **ridondanti, imprecisi o fuorvianti**.

In questo senso, l’AI slop rappresenta il terreno su cui la slopaganda attecchisce e prospera: un ambiente saturo di materiali indistinti, in cui **diventa sempre più difficile per l’utente medio distinguere tra contenuti affidabili, intrattenimento artificiale e messaggi manipolatori**. Il rischio è che la quantità finisca per soffocare la qualità, con effetti non solo economici per i creatori di contenuti, ma anche cognitivi e culturali per l’intera società digitale.

L’effetto ansia e polarizzazione

Un ulteriore elemento di rischio riguarda la dimensione emotiva. La reiterazione di **messaggi allarmistici o polarizzanti** (spesso costruiti attorno a figure nemiche o a scenari di crisi permanente) alimenta un clima di **ansia e conflitto**. La semplificazione estrema, tipica della slopaganda, riduce la complessità dei fenomeni politici a narrazioni binarie, favorendo la contrapposizione piuttosto

che il confronto.

Riconoscere questi contenuti non è sempre immediato, ma alcuni segnali ricorrono con frequenza. L'estetica eccessivamente patinata o, al contrario, volutamente "glitchata" (cioè trasformare 'l'errore' in una scelta volontaria, in una specie di marchio di fabbrica), la ripetizione ossessiva di uno stesso messaggio declinato in molte varianti, l'uso di immagini surreali o simboliche prive di contesto verificabile, così come la diffusione simultanea da parte di numerosi account con caratteristiche simili, rappresentano indizi utili. A ciò si aggiunge la tendenza a privilegiare titoli sensazionalistici e a evitare qualsiasi riferimento a fonti verificabili.

La diffusione della slopaganda pone dunque una sfida che va oltre il tema, già noto, delle **fake news**. Si tratta di una trasformazione strutturale della comunicazione pubblica, in cui **la velocità, la replicabilità e la capacità di catturare attenzione diventano più rilevanti della veridicità**. In un sistema democratico fondato sulla possibilità per i cittadini di accedere a informazioni affidabili e di formarsi opinioni consapevoli, questo slittamento rischia di compromettere uno degli elementi essenziali del processo decisionale collettivo.

[embedded content]

Il fast-food dell'informazione politica: rapida, saporita e dannosa per la salute della democrazia

La **"fast-foodizzazione" dell'informazione politica**, per riprendere una metafora sempre più utilizzata, produce contenuti facili da consumare ma poveri di sostanza. E come nel caso dell'alimentazione, un consumo prolungato di questo

tipo di prodotti rischia di avere effetti sistemici.

Come il cibo spazzatura, la slopaganda privilegia impatto immediato (immagini forti, meme elettrizzanti, frasi shock) rispetto a sostanza, contesto e verificabilità; serve a essere digerita in fretta e condivisa, non meditata.

La continua esposizione a messaggi emotivi, ripetitivi e parziali indebolisce la capacità critica dei cittadini: **aumenta sfiducia nelle istituzioni**, **moltiplica polarizzazione** e rende più **difficile distinguere informazione affidabile da rumore artificial**e. In un contesto di confusione informativa diffusa, la democrazia fatica a costruire consenso razionale, lungimirante e condiviso; le decisioni politiche e di voto tendono a basarsi su paura, rabbia e identità, più che su argomenti ponderati.

La questione, ormai, non è più se la slopaganda influenzerà il dibattito pubblico, ma in quale misura le democrazie saranno in grado di adattarsi (ce la faranno?) a un ambiente informativo sempre più saturo, frammentato e, soprattutto, manipolabile.

Leggi le altre notizie sull’home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/slopaganda-che-cose-e-perche-punta-a-generare-paura-e-caos-tra-i-cittadini/570325/