

DONALD TRUMP: UNA LETTURA SOCIOLOGICA DELLE RECENTI ELEZIONI AMERICANE

MICHELA LUZI, MARINO D'AMORE*

Abstract: Trump ha sempre rappresentato una figura controversa nel panorama politico internazionale, un uomo la cui apparente superficialità, percepita e autopromossa, nasconde una complessità di fondo che lo pone come un personaggio politico eclettico, nel bene e nel male, ma anche come un abile ed esperto comunicatore. Un uomo che è diventato il primo presidente eletto in due mandati non consecutivi dalla fine del 1800 ad oggi. L'ultimo fu Stephen Grover Cleveland, presidente dal 1885 al 1889 e dal 1893 al 1897, nonostante le accuse, le apparizioni in tribunale e vicende come l'assalto a Capitol Hill. Un politico monitorato da organi e istituzioni, legali e amministrative, che ha più volte delegittimato, accentrando ulteriormente su di sé il potere. Trump è riuscito a realizzare tutto questo realizzando una personalizzazione strutturata di quest'ultimo in una sorta di «tirannia», politica e comunicativa, conservatrice e illiberale in cui i governati non percepiscono il potere che riesce ad esercitare.

Keywords: Trump – comunicazione – populismo – elezioni – potere

Abstract: Trump has always been a controversial figure in the international political landscape, a man whose apparent perceived and self-promoted superficiality hides an underlying complexity that positions him as an eclectic political figure, for better or worse, but also as a skilled and experienced communicator. A man who became the first president elected to two non-consecutive terms since the late 1800s. The last was Stephen Grover Cleveland, president from 1885 to 1889 and 1893 to 1897, despite accusations, court appearances, and events such as the assault on Capitol Hill. A politician monitored by organs and institutions, legal and administrative, which he has repeatedly delegitimized, further centralizing power on himself. Trump has succeeded in accomplishing all of this by carrying out a structured personalization of the latter into a kind of «tyranny», political and communicative, conservative and illiberal in which the governed do not perceive the power he manages to wield.

* Michela Luzi, Professoressa associata di Sociologia dei fenomeni politici SPS/11, Università degli studi Niccolò Cusano. Email: michela.luzi@unicusano.it

Marino D'Amore, Ricercatore in Sociologia dei processi culturali e comunicativi SPS/08, Università degli studi Niccolò Cusano. Email: marino.damore@unicusano.it

Questo articolo è il risultato di una riflessione unitaria e condivisa tra i due autori. Le parti sono attribuite come segue: il paragrafo 1 è attribuito a Michela Luzi, il paragrafo 2 e il paragrafo 3 a Marino D'Amore.

Keywords: Trump – communication – populism – American elections – power

1. La declinazione del potere carismatico

Max Weber in molte delle sue opere si pone il problema di quali siano le motivazioni tipiche che determinano la volontà di obbedire e che, di conseguenza, legittimano il potere, inducendo il comandato ad eseguire il comando. Alla base di ogni relazione di tipo politico c'è un nesso tra comando ed obbedienza. Nel momento in cui un ordine viene eseguito, è evidente che la persona che domina possiede potere, qualunque sia la ragione per la quale gli altri si sottomettano (timore, utilità, opportunismo, rispetto, tradizione)¹.

È da questo meccanismo che scaturisce un aspetto particolare del potere, che rende fattiva ed efficace la seducente volontà di potenza². Essa rappresenta l'ambito di azione della legittimità del potere, ovvero i vari modi possibili di elaborare la relazione tra comando e esecuzione dello stesso, perché nessun potere si dovrebbe accontentare dell'obbedienza come forma di sottomissione esterna dettata da motivi di ragionevolezza, opportunità o rispetto, ma dovrebbe cercare di suscitare fiducia nei sottomessi³. Grazie alla legittimità, la relazione che genera il potere tra comando e comandato non ha natura meccanicistica, ma rappresenta profonde implicazioni di natura psicologica che consentono al potere stesso di radicarsi e perdurare oltre le necessità del momento⁴.

Le differenti declinazioni che può avere la legittimità portano Max Weber ad individuare tre diversi tipi di potere⁵. Il primo è il potere *legale* o *legittimo* ed è di carattere razionale. Si fonda sulla credenza nel valore della legalità dei regolamenti e delle norme, definiti razionalmente, e nella legittimità dei capi designati in conformità della legge. Il secondo tipo di potere è quello *tradizionale*. Poggia sulla credenza nel carattere sacro delle tradizioni valide da sempre e nella legittimità di coloro che sono chiamati ad esercitare il potere sulla base di questa consuetudine⁶. Il terzo tipo di potere è quello *carismatico*, che si fonda sulla dedizione straordinaria al carattere sacro o alla forza eroica o al valore esemplare di una persona e degli ordinamenti rivelati o creati da essa. Il potere carismatico costituisce un tipo eccezionale di potere politico, perché riesce a rivoluzionare gli usi e le consuetudini della vita politica ordinaria.

Secondo Max Weber non c'è *Führertum* (guida, capo), senza che ci sia un elemento carismatico. Il carisma è una qualità insolita, dal greco χάρις (grazia), un dono di grazia,

¹ F. Ferrarotti, 2019.

² A. De Simone, 2007.

³ G. Simmel, 1978.

⁴ M. Weber, 2014.

⁵ D. Triggiano, 2008.

⁶ L. Berzano, A. Rafele, 2017, 67-73.

come specificato nella conferenza di Monaco⁷, una dote propria di un individuo che riesce a dar prova di poteri straordinari, non abituali, al punto da apparire come un essere provvidenziale, esemplare, fuori dal comune, che in virtù di caratteristiche straordinarie riesce a radunare attorno a sé discepoli, seguaci, adepti, partigiani⁸.

Weber riprende da Rudolf Sohm il concetto di carisma⁹, considerandolo una qualità insolita di una persona, che sembra dar prova di poteri soprannaturali e non abituali, mostrandosi come un essere provvidenziale, esemplare o fuori dal comune. Il carisma rappresenta, quindi, una forma di dedizione assolutamente personale associata alla fiducia nelle rivelazioni, nel carattere eroico o in altre qualità di capo di un individuo, che giustificano la dominazione «carismatica», qual è quella esercitata dal profeta, dal condottiero eletto in guerra o dal sovrano plebiscitario, dal grande demagogo o dal capo di un partito politico¹⁰. Infatti, il carisma è fondato sul prestigio personale, su doti demagogiche, sui mezzi in proprio, su strategie di costruzione di una ristretta e riservata corte politica e di un consenso ampio e di massa e nasce sulla base di due elementi. Il primo, è rappresentato dal fatto che il capo dovrà costruire la propria cerchia di fedelissimi ai quali dovrà garantire molti privilegi; il secondo, si fonda sul fatto che la società riconosca la designazione del demagogo.

Ogni potere carismatico comporta la dedizione degli uomini alla persona del capo che si crede chiamato a compiere una missione. Si tratta, quindi, di un fondamento emozionale e non razionale, perché tutta la forza di questo agire si basa sulla fiducia e sulla fede che si hanno nei confronti del capo. L'influenza del personaggio carismatico è tanto più grande quanto più si tiene al di fuori del gruppo politico, disprezza l'autorità costituita facendo sì che gli uomini vengano fuori dalla *routine* e dalla noia della quotidianità. «La politica carismatica è dunque sempre un'avventura non solo per il fatto che rischia di concludersi con un fallimento, ma perché è continuamente obbligata a ritrovare un nuovo slancio, a fornire nuovi motivi di entusiasmo per confermare la sua potenza. Si comprende dunque facilmente che un simile potere si opponga radicalmente al dominio legale, come pure a quello tradizionale, in quanto comportano entrambi una limitazione data dalla necessità di rispettare la legge o il costume e anche dall'obbligo di tener conto degli organi di controllo costituito, oppure dei privilegi degli ordini e dei diversi strati sociali»¹¹. Il potere carismatico non fonda la sua legittimazione sul diritto, ma si contrappone alle istituzioni, ai regolamenti, alle norme, alle tradizioni e alle abitudini preesistenti e da tutti condivise¹². Riesce, poi, ad acquisire legittimità nel momento in cui il prestigio personale riesce a valere in virtù della prova, trovando il suo riconoscimento

⁷ M. Weber, 1997.

⁸ A. Cavalli, 1991.

⁹ R. Sohm, 1892.

¹⁰ M. Weber, 1980.

¹¹ J. Freund 1968, 232.

¹² M. Ricciardi, 2010.

nell'uomo di fiducia, nel discepolo e nei seguaci, ma solo fino a quando dura la sua certezza carismatica¹³.

Weber definisce il carisma personale come «la potenza rivoluzionaria “specificamente creatrice della storia”. Distrugge e crea. Dissolvendo innanzitutto la sacralità dell'ordine preesistente e conferendola al nuovo ordine. Imponendo nuovi valori, che esigono nuovi comportamenti individuali e collettivi. Ma il *carisma*, a differenza delle leggi, non agisce soltanto dall'esterno – disciplinando e sanzionando i comportamenti. Il carisma giunge ad agire nell'interiorità dell'uomo, producendo quel radicale mutamento che i cristiani già avevano designato con un altro termine greco, *metanoia*. Determinando, anzi, una “rinascita”, una vita nuova»¹⁴.

Questo rende il leader carismatico una figura fuori dall'ordinario, il cui potere è legittimato sulla base delle eccezionali qualità personali che ispirano lealtà e obbedienza tra i seguaci; una persona, che sembra dar prova di poteri straordinari, mostrandosi come un essere fuori dal comune, e per questa ragione riesce a riunire intorno a sé dei particolari seguaci: i fedeli, che hanno una speciale dedizione nei confronti del capo carismatico e lo seguono non in forza del costume, delle tradizioni o della legge ma perché credono veramente in lui¹⁵, perché è un soggetto dotato di un forte fascino personale, che gli consente di incidere sulla realtà che lo circonda, essendo in grado di incarnare quei valori e quel modo di rappresentare la realtà stessa che sostituisce l'ideologia o che se ne fa sostanza¹⁶. Il leader viene seguito dagli altri «in una specifica “situazione straordinaria” per una fiducia nella persona che ne deriva dalla attribuzione di una qualità anch'essa straordinaria: egli si crede ed è creduto portatore di una “missione” in relazione alla situazione straordinaria»¹⁷. La situazione straordinaria si viene a verificare quando c'è disequilibrio tra le aspettative di chi vive una circostanza e i principi, le norme, le istituzioni o la situazione stessa, che può determinare disgregazione e conflitto sia sul piano sociale che su quello personale e si diffondono così sentimenti di incertezza, timore, angoscia. Diventano, quindi, necessari cambiamenti radicali che consentano di attuare un correttivo al potere istituzionale, al fine di costituire un nuovo ordine¹⁸. Tutto questo fa emergere quanto concetto di personificazione del potere sia fondamentale per la ricerca socio-politologica.

Il neo-eletto Presidente degli Stati Uniti, Donald Trump, rappresenta bene quel processo fatto di personalizzazione e di mediatizzazione della politica¹⁹. Già nel suo precedente mandato, anche in interventi autorevoli ed incontri internazionali, era solito utilizzare toni «sopra le righe», distinguendosi per i suoi atteggiamenti estremi, che

¹³ M. Weber, 1968.

¹⁴ A. Cavalli 2018, 173.

¹⁵ D. Campus, 2016.

¹⁶ M. Weber, 1922.

¹⁷ L. Cavalli, 1993, 24.

¹⁸ M. Paci, 2018.

¹⁹ B. McLaughlin, 2019.

riescono ad andare ben oltre le regole del protocollo, finanche quelle della cortesia istituzionale²⁰. Si è presentato sulla scena politica come un leader spregiudicato e per certi versi ed alcune uscite mediatiche come uno «sbruffone», diventando così un personaggio mediatico che fa notizia. Ha costruito la propria immagine di leader carismatico moderno con uno stile che affonda le radici nella tradizione nazionalpopolare di tipo individualista e isolazionista. Ma forse la chiave del suo successo elettorale si può ritrovare nella capacità che ha di riuscire ad incarnare il carattere nazionale di quell’America avversa ai circoli intellettuali e di élite²¹.

Trump, infatti, si può definire un anti-intellettuale, un uomo cresciuto con la camicia ma pur sempre di strada, che ha costruito la propria fortuna sul mattone e non sulla speculazione finanziaria, facendo del pragmatismo, dell’efficienza e del sapere pratico le sue doti principali, che sono molto apprezzate dagli elettori²². Nei suoi discorsi utilizza una retorica popolare e populista che ben si colloca sul palcoscenico, adottando un linguaggio molto semplice, quasi adolescenziale, con il quale riesce a dire in faccia a tutti ciò che pensa. Tutto questo fa sì che le apparizioni di Donald Trump sembrino quelle di un vero e proprio *one man show*, libero da preconcetti e dai soliti standard, da dogmi e da ideologie²³. «Con Trump è la realtà a trasformarsi in spettacolo: abbandonata ogni forma di coerenza e di misura, estraneo alle regole codificate del protocollo e della rappresentanza, Trump recita a fare la caricatura di sé stesso. Copia della copia realizza in sé stesso la realtà del simulacro»²⁴.

Quello che traspare agli occhi degli elettori è un uomo non manovrato, un *self-made man*, che è fuori da quel contesto dominato dalle lobby del denaro²⁵. Infatti, la leadership del presidente americano si propone con l’intento di scardinare i fondamenti e le alchimie dei poteri costituiti e dei loro bizantinismi. Il messaggio di Trump è inequivocabile per i suoi elettori: solamente affidandosi alla sua presidenza, l’America più profonda e lontana dai centri e dalle lobbies del potere può avere voce e possibilità di riscossa. La rivoluzione è sovvertire le regole del gioco all’interno e, soprattutto, nello scenario geopolitico internazionale. È l’uomo che tutto può, perché nulla teme. Sono le situazioni e le circostanze che debbono adattarsi a lui e non il contrario. La sua azione è tutta tesa a creare conflittualità, la sola che può esaltare la novità, ai suoi occhi e a quelli dei fedeli sostenitori, della sua figura rispetto alla staticità di sistemi – politici, economici, culturali, sociali – autoreferenziali.

Tutto questo rende Trump un leader carismatico; infatti, è visto come l’unico in grado di non dover accettare o subire compromessi per dare voce e dignità a quell’America lontana dai circuiti elitari che da sempre detengono le leve del potere. Non cerca la

²⁰ A. Mc Donnell, M. Wheeler 2019.

²¹ M. De Leonardis, 2017.

²² M. Ferraresi, 2016.

²³ N. Klein, 2019.

²⁴ G. Parotto 2017, 80.

²⁵ L. Bartels, 2018.

legalità massima delle élite, ma si autolegittima, in quanto attribuisce alla sua carica presidenziale una funzione salvifica. *America First* è il suo slogan elettorale preferito, ma anche la sua visione del mondo che vede negli Stati Uniti la sola ed unica potenza legittimata a dettare i destini della gente e che non può essere né delegittimata né mortificata nei suoi interessi e nei suoi particolarismi²⁶.

2. Trump: tra democrazia e democrazia

Nel precedente mandato di Trump, e negli accadimenti che ne sono seguiti, ci sono state evidenti limitazioni delle libertà: pensiero, espressione, religione. Il vero tema su cui riflettere è quanta importanza le persone attribuiscono a quelle stesse libertà, in tal senso si è attivato un processo paralizzante di *appeasement*, ossia un'apparente pacificazione in cui la depauperazione della dicotomia, dialettica e fattuale, tra diritto e dovere lascia il posto alla glorificazione del secondo in nome di un patriottismo nazionalista che si cela dietro una vittimizzazione esteriorizzata e ostentata, che segue il credo *not with a bang but a whimper*: «non con uno schianto ma con un piagnucolio». Tuttavia, Trump, non è l'unico esempio, per quanto cristallino, di questo clima politico e sociale. Assistiamo costantemente all'emersione di esempi evidenti di regressione democratica-liberale e di reflussi autoritari: India, Ungheria, Venezuela, Turchia, Argentina, rappresentano scenari nazionali che si allineano a questo modello, mentre Russia, Israele, Iran, Cina e Corea del Nord sono diventati sempre più repressivi in patria e belligeranti fuori dai propri confini²⁷. Mounk e altri studiosi hanno offerto una spiegazione, focalizzata e legittima, rispetto al rigurgito estremista delle demagogie e dei populismi, attraverso il termine di *democrazia*²⁸. Secondo tali ricerche gli individui palesano un'ignoranza irrazionale e paradossale riguardo alla sfera politica, evitano qualsiasi informazione chiarificatrice, fraintendono i pochi concetti che riescono a recepire, anche a causa di un imperante analfabetismo funzionale. Essi si stabilizzano su un immobilismo conoscitivo che conferma le opinioni che hanno già, obbedendo al più classico *bias* di conferma e rifuggendo qualsiasi dissonanza cognitiva che potrebbe metterle a repentaglio. Un processo che si sostanzia secondo una dinamica speculare: la conoscenza non è promossa, mentre l'ignoranza non è condannata. Tali ricerche mostrano inoltre che in queste persone si manifesta un dirompente individualismo che reinterpreta il familismo amorale di Banfield e si chiude verso ciò che accade nel mondo²⁹. Ognuna di queste persone non ha alcuno stimolo a conoscere, perché anche se i costi di apprendimento sono sostenibili, i benefici attesi sono percepiti come inutili, nella convinzione che il peso del voto individuale sia scarso se non nullo. Tutto ciò comporta una neutralizzazione delle conoscenze che

²⁶ M. Ferraresi, 2016.

²⁷ L. Diamond, 2022.

²⁸ Y. Mounk, 2018.

²⁹ E. Banfield, 2010.

conduce al pregiudizio, a credenze fideistiche e non verificate, alla radicalizzazione delle posizioni che genera il conflitto e rende gli elettori deboli, vulnerabili alla propaganda politica e alle sue derive populiste³⁰. La conseguenza che ne deriva può potenzialmente indurre i cittadini, essendo male informati, a votare contro i propri interessi, in modo controproducente per il miglioramento della propria condizione. L'errore commesso in questo senso non è frutto della casualità, ma è sistemico e eteroguidato, perché generate da informazioni faziose, carenti o semplicemente inesatte³¹.

Altro aspetto fondamentale da considerare nello sviluppo analitico di questa riflessione è che nel funzionamento delle democrazie rappresentative, *l'irrazionalità s'intreccia l'ignoranza*. Mentre quest'ultima si basa su un deficit informativo, l'irrazionalità è il frutto di un'elaborazione errata delle informazioni ricevute che produce convinzioni contraddittorie e illogiche³².

Nelle democrazie ogni elettore pensa che il suo voto non altererà mai l'esito di una determinata elezione, quindi, secondo un processo inferenziale, il costo personale di avere conoscenze politiche faziose o false è considerato residuale e innocuo. Le credenze a cui un elettore è emotivamente attaccato possono risultare contraddette dalla realtà dei fatti, proiettandolo all'interno di una dinamica cognitiva dissonante, come spiegato, che, a volte, gli impongono di abbandonare quelle stesse credenze per raggiungere un nuovo equilibrio, sostenendo costi accessori, come quello di allontanarsi da un gruppo che le riconosce ancora come vere. Il vulnus di tale processo risiede proprio nel deficit di razionalità nell'affrontare quei costi finalizzati alla ricerca della verità. Di conseguenza in politica la razionalità non paga. Per questo la maggioranza delle persone non pensa razionalmente alla politica, ma emozionalmente e, partendo da un tale postulato, i cittadini che votano possono prendere decisioni collettive che peggiorano la loro condizione sociale ed esistenziale nell'intento di soddisfare quel bisogno populista di fondo. Questi ultimi effettuano errori sistematici, sostenuti da informazioni carenti o semplicemente inesatte, ma anche da credenze pregiudiziali e infondate. Tali elementi rappresentano le radici e i prodromi del populismo. Quindi il discriminante decisivo in ogni competizione politica attiene a diversi fattori: dall'efficacia comunicativa degli opinion leader al fascino dei personaggi che lottano per il potere, passando per la componente mediatica e il mero entertainment dei talk-show televisivi.

³⁰ F. Zakaria, 2003.

³¹ S. Levitsky, D. Ziblatt, 2019.

³² L. Paccagnella, 2020.

3. Donald Trump: il ritorno del vento comunicativo-populista

Trump, per la sua terza campagna elettorale consecutiva, ha aggiornato una strategia comunicativa collaudata: populista, emozionale, diretta, aggregatrice e accentratrice, che ha concretizzato un forte connessione tra le paure e i valori dell'elettorato e la sua figura come guida indiscussa e assoluta, unico leader capace di sconfiggere ogni crisi e criticità che si ponga sul suo cammino e su quello dei suoi elettori. Dopo alterne e discusse vicissitudini, Trump continua a mostrarsi come il paladino della *gente comune*, promettendo di abbattere le oligarchie politiche e qualunque nemico, interno ed esterno, si presenti al suo cospetto³³.

La sua narrazione è semplice e potente, il suo slogan è semanticamente esplicativo in questo senso: lui è l'unico uomo che può rendere *l'America di nuovo grande*, un lavoro cominciato, secondo lui, con il primo mandato che intende portare a termine. Un messaggio netto, definitivo, estremamente polarizzante, molto apprezzato dai suoi sostenitori. Tale suggestione populista non è organizzata, ma si fonda sulla sua capacità di abbracciare pienamente il caos e l'improvvisazione e si pongono alla base della sua autenticità percepita, del suo protagonismo nell'agone politico, perché Trump dimostra di aver compreso una semplice regola: in politica, spesso, è meglio essere discussi che ignorati. In tale contesto abita anche la sua abilità di prendersi gioco dei suoi competitor, a esempio affibbiandogli dei soprannomi: l'ultimo in ordine di tempo è *laughing Kamala*, che ironizza e strumentalizza l'abitudine di Harris di ridere sonoramente per delegittimare le dichiarazioni dei suoi avversari³⁴.

Anche nell'uso dei social, la strategia di Trump è ben organizzata: nonostante sia stato bandito da Twitter/X in seguito all'assalto a Capital Hill (fino al suo reintegro come suggello della pace siglata con Elon Musk, attualmente suo più potente sostenitore), ha trovato modalità alternative per diffondere i propri messaggi, per esempio attraverso un social network creato ad hoc *Truth*, ponendo in essere una sorta di virtualità reale in cui sposta il dibattito politico in uno scenario digitale, abitandolo con un insospettabile disinvoltura, coadiuvato da una galassia adorante di podcaster e youtuber sostenitori. Grazie a tale sinergia comunicativa ha continuato ad aggregare e a mobilitare folte schiere di seguaci, come dimostra anche la sapiente ed evocativa strumentalizzazione di un momento drammatico come l'attentato subito lo scorso 13 luglio, in cui l'ipervisibilità del «comandante ferito» che urla «fight» (combattetevi) si è impressa a fuoco nell'immaginario collettivo, sovvertendo completamente il significato dell'evento e riducendo l'unica vittima tra il pubblico presente a una mera contingenza collaterale.

Trump ha compreso che la narrazione mediatica ha attivato da tempo un processo di sostituzione nei riguardi della politica, confermando come in tale contesto assuma

³³ Y. Mounk, 2018.

³⁴ L. Diamond, 2022.

sempre più importanza la dimensione simbolica e quella virtuale nell'economia dell'attenzione³⁵.

La strategia trumpiana è stata evidente: in un sistema elettorale come quello statunitense, fortemente polarizzato, per vincere è stato necessario mantenere il proprio elettorato coeso e motivato invece di impegnarsi a neutralizzare l'astensionismo e conquistare il voto moderato. Trump ha estremizzato tale radicalizzazione, ne ha fatto una delle sue armi principali. I suoi messaggi divisivi e politicamente scorretti hanno catalizzato un'appartenenza acriticamente fideistica, focalizzata su un non meglio identificato scopo comune che si ammanta di vaghi e contraddittori ideali libertari³⁶. Una strategia non esente da rischi: fare affidamento sulla propria base di consenso, ignorando i moderati, può essere, in generale, una soluzione se questi ultimi non votano per il tuo avversario. Un'evoluzione imprevedibile come dimostrato dalle due ultime elezioni: nel 2016 contro Hillary Clinton è andata bene³⁷; nel 2020 contro Joe Biden, no. L'investitura democratica passata da Biden, visto come competitor troppo debole, alla Harris ha generato un'ondata di rinnovato entusiasmo in campo democratico e la speculare difficoltà di Trump nella riprogrammazione della sua azione politica. Questo esempio è legato a un altro elemento di rischio più indiretto. Affidarsi totalmente a una strategia di comunicazione aggressiva, idiosincratica, polarizzante e oppositiva a prescindere vuol dire non considerare nessuna alternativa di azione e abbracciare una monotonia comunicativa a volte immobilista e stagnante per quanto urlata. Tale strategia gli ha permesso di ottenere grandi risultati in passato, ma ha mostrato la propria obsolescenza anacronistica nelle presidenziali del 2020. Tuttavia, in un mondo e in uno scenario politico così fluido, caratterizzato da vichiani corsi e ricorsi storici, anche l'opinione pubblica subisce gli effetti di un populismo di ritorno che è sembrato l'unico antidoto possibile agli errori e alle aspettative deluse dall'amministrazione Biden³⁸. Trump, in generale, manca evidentemente di eclettismo dialettico e politico, di capacità di adattamento a condizioni e a pubblici diversi. Il faccia a faccia con la Harris del 10 settembre ha mostrato un candidato repubblicano fossilizzato sul suo solito registro e la conseguente retorica estremizzata, che ha più volte stimolato la risata di *laughing* Kamala. Tuttavia, in questa stagione politica, questo monolitismo retorico-politico ha pagato di nuovo, confermando il carattere ondivago dell'elettorato statunitense, figlio dell'alternanza, ma anche di promesse non mantenute e di effluvi demagogici dell'amministrazione precedente. Infatti, Kamala Harris, gettata letteralmente nella competizione a pochi mesi dalle elezioni, candidatura contesa con Michelle Obama, oltre a tentare di superare il rivale diretto ha dovuto lottare anche contro il clima pregiudiziale che ha accompagnato da sempre l'ascesa, politica e sociale, di una donna, figlia di immigrati. In questa campagna ha commesso meno errori di Hillary Clinton nel 2016, palesandosi come una figura

³⁵ M. Morcellini, M. Prospero 2020.

³⁶ P. Rucker, C. Leonnig, 2020.

³⁷ L. Harding, 2017.

³⁸ Z. Bauman, 2011.

sicuramente più inclusiva, sostenuta dal mondo della cultura e dell'intrattenimento hollywoodiano, tuttavia non ancora in grado di identificarsi, e essere percepita, come una leader carismatica, ma piuttosto come l'espressione elitaria del politicamente corretto, poco interessata alle condizioni dei lavoratori, uno dei punti di debolezza che ha causato la sua sconfitta. Il merito di Trump, invece, è stato quello di riconquistare l'appoggio dei repubblicani che lo avevano abbandonato; aggregare il consenso di una massiccia rete di imprenditori ricchi e innovatori, come Elon Musk; conquistare la fiducia di un'alta percentuale della componente femminile della società statunitense, che sembrava mobilitata per l'esponente democratica, e della comunità di origine straniera di più antico radicamento anche attraverso la sua strenua opposizione ai nuovi migranti, esclusi da qualsiasi politica d'integrazione³⁹.

Conclusioni

La comunicazione e l'autorappresentazione trumpiana sono molto semplici, quasi minimali nella loro apparenza, ma al contempo dirompenti. La brevità delle frasi, la semplicità lessicale, fruibile e comprensibile per pubblici diversi, rappresentano la trasposizione reale di modalità comunicative e assertive tipiche dei social come X⁴⁰. Una comunicazione in cui fluiscono liberamente populismo, aggressività, vittimizzazione e resilienza, concetti per i quali egli assurge a massimo rappresentante e archetipo per i suoi sostenitori, che, in questo modo, lo percepiscono come una figura più familiare, più vicina, catalizzando un roccioso senso di appartenenza.

Il suo linguaggio è la declinazione verbale della realtà, scevro da complessi impianti lessicali e metafore. Quest'ultimo deve essere chiaro anche a chi ha bassi livelli di scolarizzazione, non alle élite intellettuali ma alla working class, alle porzioni meno abbienti di una società statunitense ferocemente frammentata dalle disuguaglianze. I suoi discorsi sono indirizzati ai cittadini, alla classe operaia, non agli intellettuali o alle élite culturali. *People, great, now, country, China, good, right, big, world* sono le parole che Trump utilizza maggiormente, significanti profondamente rappresentativi, sia a livello denotativo sia connotativo, del suo pensiero e della sua azione politica, i cui elementi fondanti si rintracciano nel populismo, nel sensazionalismo, nell'emergenza e nella ribellione. Tutto questo catalizza e alimenta la paura e la vittimizzazione del suo elettorato, attualizzando una strategia che stimola la radicalizzazione polarizzata degli attori in gioco attraverso la classica divisione tra «noi» e «loro», tra buoni e cattivi.

Con Trump si assiste ad una straordinaria accelerazione di quel fenomeno che è apparso da quando le ideologie sono entrate in crisi, e non rappresentano più il sestante di riferimento che possa guidare l'azione della classe politica, vale a dire la crescente

³⁹ A. Lavazza, 2024.

⁴⁰ A. Scaringella, 2016.

personalizzazione della politica⁴¹. Questo fenomeno tende inevitabilmente a modificare la natura della democrazia rappresentativa, propria del mondo occidentale, sfociando in forme e modelli di democrazia plebiscitaria, nei quali il potere si esaurisce nel leader, che assume quasi una funzione chialistica⁴². Una deriva pericolosa, in quanto le istituzioni democratiche corrono il rischio di soccombere di fronte al depauperamento progressivo della cultura politica, che rende la demagogia la vera protagonista. Ma è ormai questa la leva utilizzata dai leader politici per rendere attrattiva e catalizzante la loro figura, costruendo consenso e potere⁴³. D'altronde, si consolida sempre più una democrazia passivamente consensuale, nella quale il corpo elettorale si limita all'esercizio del voto, ma resta lontano dalla partecipazione attiva alla vita delle istituzioni politiche. I sistemi politici importanti si caratterizzano per forme di demo-patia, demo-astenia, demo-apatia, i cui fulcri sono rappresentati, da un lato, dalla stessa colonizzazione della politica e, dall'altro, dalla passivizzazione dell'elettorato⁴⁴. Se così è, la figura che meglio di altre, in termini weberiani, può interpretare i segni della contemporaneità è quella del capo politico nella veste di libero demagogo, che può farsi portavoce di interessi contrapposti, in una caleidoscopica ed affannosa corsa verso il consenso politico ed elettorale.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

BAUMAN Zygmunt, 2011, *Modernità liquida*. Laterza, Bari.

BANFIELD Edward, 2010, *Le basi morali di una società arretrata*. Il Mulino, Bologna.

BARTELS Larry, 2018, *Unequal Democracy: The Political Economy on the New Gilded Age*. Princeton University Press, Princeton.

BERZANO Luigi, RAFALE Antonio, 2017, «Max Weber e la sociologia dell'innovazione». In *Sociologia*, 3, 67-73.

CAMPUS Donatella, 2016, *Lo stile del leader. Decidere e comunicare nelle democrazie*. Il Mulino, Bologna.

CAPELLI Ferruccio, 2018, *Il futuro addosso. L'incertezza, la paura e il farmaco populista*. Guerini, Milano.

⁴¹ Capelli 2018.

⁴² F. Roncarolo, 2008.

⁴³ J. Mercieca, 2019.

⁴⁴ L. Ferrajoli, 2018.

CAVALLI Alessandro, 2018, «Carisma e democrazia». In *Nuovo manuale di sociologia*, a cura di Cipriani Roberto, 171-182. Apogeo, Sant'Arcangelo di Romagna.

CAVALLI Luciano, 1991, *Il capo carismatico*. Il Mulino, Bologna.

CAVALLI, Luciano, 1993, «La leadership carismatica». In *Oriente Moderno*, 73, 22-38.

DE SIMONE Antonio, 2007, *Razionalità e diritto in Max Weber*. In *Diritto, giustizia e logiche di dominio*, a cura di Antonio De Simone, 71-132. Morlacchi, Perugia.

DE LEONARDIS Massimo, 2017, *Effetto Trump? Gli Stati Uniti nel sistema internazionale fra continuità e mutamento*. Unicatt, Milano.

DIAMOND Larry, 2022, «Democracy's arc: from resurgent to imperiled». In *Journal of democracy*, 33(1), 163-179.

FERRARESI Mattia, 2016, *La febbre di Trump. Un fenomeno americano*. Marsilio, Venezia.

FERRAROTTI Franco, 2019, *Potere e autorità. In alcune ricerche sociologiche classiche e moderne*. Armando, Roma.

FERRAJOLI Luigi, 2018, *Manifesto per l'uguaglianza*. Laterza Roma-Bari.

FREUND Julien, 1968, *Sociologia di Max Weber*. Il Saggiatore, Milano.

HARDING Luke, 2017, *Collusion. Come la Russia ha aiutato Trump a conquistare la Casa Bianca*. Feltrinelli, Milano.

KLEIN Naomi. 2017, *No is not Enough: Resisting Trump's Shock Politics and Winning the World We Need*. Haymarket books, Chicago.

LAVAZZA Andrea, 2024, «Il nuovo inquilino della Casa Bianca: comunque vada, teniamoci forte», *Avvenire*, 5 novembre.

LEVITSKY Steven, ZIBLATT Daniel, 2019, *Come muoiono le democrazie*. Laterza, Roma-Bari.

MC DONNEL Andrea, WHEELER Mark, 2019, «@realDonaldTrump: political celebrity, authenticity, and para-social engagement on Twitter». In *Celebrity Studies*, 10, 427-431.

MCLAUGHLIN Bryan, 2019, «Becoming a Presidential Candidate: Social Media Following and Politician Identification». In *Mass Communication and Society*, 22, 584-603.

MERCIECA Jennifer, 2019 «Dangerous Demagogues and Weaponized Communication». In *Rhetoric Society Quarterly*, 49, 264-279.

MOUNK Yascha, 2018, *Popolo vs democrazia. Dalla cittadinanza alla dittatura elettorale*. Feltrinelli, Milano.

MORCELLINI Mario, PROSPERO Michele, 2020, «La comunicazione della politica». In *Paradoxa*, XIV, 3.

PACCAGNELLA Luciano, 2020, *Sociologia della comunicazione nell'era digitale*. Il Mulino, Bologna.

PACI Massimo, 2018, «Weber e il capitalismo contemporaneo». In *Stato e Mercato*, 3, 595-606.

PAROTTO Giuliana, 2017, «Populismo e corpo mediale». In *Metábasis*, 24, 80-81.

RICCIARDI Mario, 2010, *La comunicazione. Maestri e paradigmi*. Laterza, Roma-Bari.

RONCAROLO Franca, 2008, *Leader e media. Campagna permanente e trasformazioni della politica in Italia*. Guerini, Milano.

RUCKER Philipp, LEONNIG Carol, 2020, *Una presidenza come nessun'altra. Come Donald Trump sta mettendo in crisi l'America*. Mondadori, Milano.

SCARINGELLA Angela, 2016, *Comunicare sulla rete. Complementi di informatica per scienze della comunicazione*. Universitalia, Roma.

SIMMEL George, 1978, *Il dominio*, a cura di Carlo Mongardini. Bulzoni, Roma.

SOHM Rudolph, 1892, *Kirchenrecht*. Leipzig.

TRIGGIANO Daniela, 2008, *Introduzione a Max Weber. Da Economia e società a Sociologia della religione*. Meltemi, Roma.

WEBER Max, 1919, *Politik als Beruf*, Duncker & Humblot, Leipzig (trad. it., 1997, *La politica come professione*. Armando, Roma).

WEBER Max, 1922, *L'etica protestante e lo spirito del capitalismo*. Einaudi, Torino.

WEBER Max, 1968, *Economia e società*, vol. 1. Edizioni di Comunità, Milano.

WEBER Max, 1980, *Il lavoro intellettuale come professione*. Einaudi, Torino.

WEBER Max, 2014, *Sociologia del potere*. Pigreco, Roma.

ZAKARIA Fareed, 2003, *Democrazia senza libertà in America e nel resto del mondo*. Rizzoli, Milano.