

LUISS



*Dipartimento di
Scienze Politiche*

*Cattedra
Sociologia della Comunicazione*

**“I SOCIAL MEDIA NELLA COMUNICAZIONE POLITICA: COME UN
TWEET HA MESSO IN CRISI LA DEMOCRAZIA”**

RELATORE

Prof.ssa Emiliana De Blasio

CANDIDATO

Edoardo De Santis

Matr. 090552

ANNO ACCADEMICO 2020/2021

Sommario

Introduzione	3
Cap.1 Il ruolo dei social media nella comunicazione politica	4
1.1 La comunicazione politica: dai comizi nelle agorà alla tv	4
1.2 Da SixDegrees.com a Facebook: l'evoluzione social	7
1.3 Un nuovo modo di comunicare.....	10
1.4 La trasformazione della sfera pubblica.....	14
1.5 Il ruolo dei social nell'ascesa del populismo	17
Cap. 2 La rivoluzione comunicativa di Donald Trump.....	21
2.1 Donald Trump: il 45esimo presidente degli Stati Uniti.....	21
2.2 Dagli investimenti nell'immobiliare alla presidenza	24
2.3 Dal 2016 al 2020: le "campagne social"	26
2.4 Investimenti in campagna elettorale e il ruolo di Cambridge Analytica	31
2.5 Parler: la comunità di Trump	34
Cap.3 L'assalto al Congresso.....	37
3.1 Gli ultimi mesi della presidenza Trump	37
3.2 3 novembre 2020: Election day	39
3.3 Dalle contestazioni sui social alle manifestazioni di piazza	42
3.4 Il 6 gennaio 2021 come l'11 settembre 2001: i giorni neri della democrazia.....	44
3.5 I gruppi armati dell'estrema destra statunitense	48
3.6 Il blocco dei profili	51
Riflessioni sul nuovo mondo e conclusioni.....	54
Summary	56
Bibliografia	62
Sitografia	64

Introduzione

La nascita e il conseguente sviluppo dell'era digitale ha generato profondi cambiamenti a livello culturale, sociale e, soprattutto, politico. Internet, in generale e, nello specifico, i social media rappresentano una nuova dimensione virtuale che affianca e, in molti casi, tende a sovrastare il mondo reale. La politica di oggi ruota attorno a una valida *digital strategy* in grado di fare la differenza tra una campagna elettorale vittoriosa e una fallimentare.

Quello che si è verificato con l'avvento dei social è un vero e proprio passaggio dalle piazze reali a quelle virtuali. I leader politici si sono appropriati efficacemente dei social media per raggiungere direttamente l'elettorato. L'ascesa di molti partiti populistici che oggi sono al governo di vaste aree del globo è direttamente connessa allo sviluppo dei nuovi mezzi di comunicazione tramite i quali il politico ha un contatto diretto e continuo con l'elettorato.

L'analisi seguente muove, appunto, dall'esigenza di individuare in che modo i nuovi media abbiano rivoluzionato la comunicazione politica e siano, in particolare, stati decisivi nella rapida ascesa dell'imprenditore newyorkese Donald Trump che lo ha portato a essere il 45esimo presidente degli Stati Uniti d'America dal 2017 al 2021. Tentando di ricercare nel suo passato le cause del suo successo, sarà analizzata nel dettaglio la figura dell'elettico imprenditore nella sua storia e nelle azioni a tutti note e, probabilmente, decisive per il suo vincente ingresso in politica.

Saranno dettagliatamente riportate le vicende del 6 gennaio 2021 nonché gli avvenimenti che le hanno causate. L'analisi tenterà di ricostruire il collegamento, se esistente, tra la comunicazione politica di Trump e l'assalto al Congresso degli Stati Uniti che, indubbiamente, rappresenta il fallimento massimo dell'ideale democratico. Nel dettaglio verranno individuate parole, messaggi e post che possano aver direttamente o indirettamente "istigato" i manifestanti all'assalto.

Cap.1 Il ruolo dei social media nella comunicazione politica

“Siamo sempre più coinvolti dai media e sempre meno presi dall’arte di comunicare.” (Studs Terkel)

1.1 La comunicazione politica: dai comizi nelle agorà alla tv

“Lo spazio dove si scambiano i discorsi contraddittori dei tre attori che hanno la legittimità di esprimersi pubblicamente sulla politica e che sono gli uomini politici, i giornalisti e l’opinione pubblica attraverso i sondaggi”¹, questa è la definizione che Dominique Wolton dà di comunicazione politica, cogliendo così un aspetto essenziale: se si parla di comunicazione politica si fa inevitabilmente riferimento a tre diversi attori.

Dai comizi nella agorà delle città-stato che formavano la Grecia antica, ai discorsi pubblici e le scritte sui muri dell’antica Roma, le prime forme hanno origini certamente lontane, ma, quando si parla di comunicazione politica si fa inevitabilmente e principalmente riferimento a “le logiche, ai processi e alle forme di informazione e comunicazione che si sviluppano con la nascita dei partiti politici nel passaggio dalla fine degli Stati assolutistici alla nascita degli Stati nazionali.”² È proprio con lo sviluppo delle diverse forme di democrazia rappresentativa che la comunicazione politica assume un ruolo rilevante e risulta, certamente, fondamentale nella ricerca del consenso sociale.

¹ Wolton, Dominique *La communication politique: construction d’un modèle*, 1989

² Sorice, Michele *La comunicazione politica* Roma; Carocci editore, 2011

Seppur appare possibile far risalire i primordi della comunicazione politica ai tempi delle civiltà antiche è, senza dubbio, con il '900 che si sviluppa come, ad oggi, la intendiamo: una forma di relazione tra eletto ed elettore.

Pippa Norris individua tre fasi delle campagne di comunicazione elettorale, alla base, poi, di analisi successive: una fase premoderna, che caratterizza i primi decenni del '900, ferma ancora a forme ingenuie di comunicazione, con tipologie non ancora definite di propaganda; una fase moderna, che caratterizza il secondo dopoguerra e che ha come tratto distintivo un 'accostamento', che risulterà fondamentale, della politica con il marketing, a seguito, anche, dello sviluppo della TV, mezzo di comunicazione per eccellenza; una fase, infine, postmoderna iniziata negli anni 90 del secolo scorso ma ancora in corso, nella quale la figura del politico muta profondamente, trasformandosi in mero esecutore di strategie progettate da figure professionali *ad hoc*.

All'interno delle campagne di comunicazione elettorale individuate da Norris, nello specifico, all'interno della fase definita premoderna, si colloca uno studio assolutamente rilevante, pubblicato nel 1944 da Lazarsfeld, Berelson e Gaudet nel quale viene descritta una ricerca condotta sui comportamenti elettorali in occasione della campagna presidenziale statunitense del 1940. Sulla base degli elementi emersi da tale studio, gli autori tracciano un modello che nel 1955 sarà ufficializzato con il nome di *two step flow of communication*. Questo modello introduce il concetto di *opinion leader* che Sorice definisce "non tanto come individuo dotato di autorità o potenza economica bensì come membro del gruppo sociale più disponibile all'esposizione ai media e di fatto più competente nell'uso dei media stessi" (Sorice, 2011). La figura qui teorizzata è, dunque, quella di un individuo con ottime capacità comunicative, capace di sfruttare i media per acquisire consenso elettorale. L'aspetto di maggiore rilevanza risulta essere, quindi, il come un concetto viene espresso piuttosto che il concetto in se. Quanto più i media avanzano nel loro sviluppo, apparentemente inarrestabile, tanto più il concetto di *opinion leader* diviene centrale.

La rappresentazione dello sviluppo della comunicazione politica di Norris, fondamentalmente centrata sull'evoluzione delle campagne, è assolutamente rilevante ma, comunque, non è l'unica. Nel 1981 Nimmo e Sanders individuano per la comunicazione politica uno sviluppo che

Trae origine dalla retorica, si appoggia all'analisi della propaganda, si nutre degli studi psicosociali sugli atteggiamenti e giunge fino allo sviluppo maturo del funzionalismo statunitense, la corrente sociologica dominante per gran parte del

Novecento, basata sull'idea che i diversi apparati della società siano fra loro interdipendenti e svolgano funzioni specifiche nel mantenimento dell'equilibrio sociale. (Sorice, 2011)

Per Nimmo e Sanders, dunque, lo sviluppo della comunicazione politica, originato dalla retorica, si appoggia alla propaganda, uno dei primi campi della sociologia funzionalista dei media. La propaganda non è comunicazione politica ma

Tende a rinforzare pregiudizi socialmente stigmatizzati, sottolinea sempre la necessità dell'azione del destinatario per il 'cambiamento', cerca di fornire un effetto di realtà, di 'obiettività' allo scopo di influenzare il pubblico, considera l'audience di fatto passiva, tende a usare simboli semplici e facilmente rintracciabili nell'immaginario collettivo. Essa si configura di fatto come una forma di controllo sociale e, non a caso è fortemente connessa a dittature e regimi totalitari. (Sorice, 2011)

In effetti fare propaganda vuol dire disseminare idee con il solo scopo di indurre a specifiche azioni. Per citare un celebre pubblicitario statunitense, Edward Louis Bernays "la manipolazione consapevole e intelligente, delle opinioni e delle abitudini delle masse svolge un ruolo importante in una società democratica, coloro i quali padroneggiano questo dispositivo sociale costituiscono un potere invisibile che dirige veramente il Paese."³ I media sono uno degli strumenti utilizzati per fare propaganda.

Quando il 24 dicembre del 1906 Reginald Fessenden trasmette da Brant Rock, sulla costa del Massachusetts il primo programma radiofonico della storia, certamente non avrebbe potuto aspettarsi tutto ciò che è venuto dopo. La radio prima, la TV poi e infine internet e i social media hanno progressivamente e inesorabilmente rivoluzionato il modo di vivere, di fare politica e, soprattutto, di comunicare la politica.

"Negli Stati Uniti la radio ha impiegato trent'anni per raggiungere sessanta milioni di persone, la televisione ha raggiunto questo livello di diffusione in quindici anni; internet lo ha fatto in soli tre anni dalla nascita del world wide web." Questa celebre affermazione di Manuel Castells chiarisce definitivamente la portata della diffusione dei mezzi di comunicazione e, in particolare, di questi 'nuovi' media che stanno lentamente e progressivamente conquistando il mondo.

Dai comizi nelle agorà delle poleis greche, fino ai post su Facebook, passando per le interviste radiofoniche; "le forme di comunicazione dell'azione politica e di

³ Bernays, Edward Louis *Propaganda New York*; Horace Liveright, 1928

persuasione al fine di ottenere consenso (o di crearne, se conquistato con la forza) sono strettamente connesse alla stessa organizzazione sociale umana” (Sorice, 2011).

“I nuovi media sono la risultante di artefatti materiali, pratiche sociali (realizzate da soggetti sociali) e accordi organizzativi e sociali implicati nei processi di innovazione (standard tecnologici, regole, mercato, norme)” (E. De Blasio, 2015)

1.2 Da SixDegrees.com a Facebook: l'evoluzione social

“Tutti i politici e le organizzazioni politiche hanno un profilo sul web: la quasi totalità è presente su *Facebook*, molti hanno un sito, una buona parte ha un canale *Youtube* o un account *Twitter*”.⁴

Nel 1997, una società di New York, la *MacroView Communications* ha dato il via alla rivoluzione digitale lanciando *SixDegrees.com*, il primo sito con tutte le principali funzionalità dei social network. Gli utenti che si iscrivevano al sito potevano, infatti, creare un proprio profilo pubblico online e interagire con altri utenti attraverso dei messaggi. *SixDegrees.com* si basa sulla teoria dei 6 gradi di separazione, elaborata dallo psicologo dell'Università di Harvard Stanley Milgram nel 1967. Secondo questa ipotesi sociologica una qualunque persona è collegata ad un altro individuo qualunque attraverso non più di 6 intermediari. “*Find the people you want to know through the people you already know*”. Questo era il motto della *MacroView*. Trovare le persone che vogliamo conoscere attraverso le persone che conosciamo già.

Sulle strade affollate di qualsiasi metropoli solo pochi gradi separano due individui dati; e solo pochi gradi separano tutti noi. Anzi stupisce quanto raramente notiamo la struttura di piccolo mondo e quanto spesso crediamo che il nostro mondo prossimo ci

⁴ Giansante, Gianluca *La comunicazione politica online* Roma; Carocci Editore, 2014

sia molto lontano. Non è una coincidenza nemmeno che le connessioni del cervello umano presentino la stessa architettura di piccolo mondo delle reti sociali, né che ritroviamo il medesimo modello in Internet, nel World Wide Web, nella struttura del linguaggio o nelle catene alimentari. Se fosse davvero una coincidenza, sarebbe una coincidenza davvero incredibile. Ma, le cose sono più semplici di come appaiono, e non sempre le coincidenze sono davvero coincidenze

Con queste parole, il ricercatore ungherese Albert Barabási ha tentato di mostrare le strette connessioni che legano individui apparentemente lontani tra loro.

SixDegrees.com in appena un anno ha raggiunto una platea di oltre 600mila iscritti. Nel 2000 gli iscritti erano oltre un milione per quello che, senza dubbio, può essere definito il primo vero social network della storia. Da quel momento lo sviluppo delle piattaforme social è continuato inarrestabile. Nel 2002 nasce *Friendster*, il primo social che mostrava le foto degli utenti e il loro nome. Proprio grazie a *Friendster* fu coniato il termine social network.

Nacque, poi, *MySpace*, il primo social ad essere riconosciuto a livello mondiale; un sito che offre la possibilità di creare un proprio profilo personale e consente di connettersi ad una rete sociale fatta di altri profili personali, blog, musica. L'impatto di *MySpace*, in particolare negli Stati Uniti è stato particolarmente rilevante tanto che, nel giugno del 2006 è diventato il sito più visitato dai cittadini statunitensi superando *Google*.

In questo periodo nasce anche *LinkedIn*, la prima piattaforma dedicata esclusivamente al mondo del lavoro. È la prima rete sociale pensata per i professionisti che interconnette profili che richiedono e offrono una professionalità. Nel 2010, a poco più di 7 anni dalla sua nascita, *LinkedIn* possedeva 90 milioni di utenti e oltre 1000 dipendenti sparsi per il mondo. Nel 2016 è stata venduta alla *Microsoft*, compagnia creata da Bill Gates e Paul Allen, per la cifra di 26 miliardi di dollari.

Il 4 febbraio 2004 nasce *TheFacebook*, oggi noto come *Facebook*, un'impresa che nel 2019 ha fatturato oltre 70 miliardi di dollari, che conta oltre 50mila dipendenti e circa 1.84 miliardi di utenti giornalieri attivi che trascorrono in media 35 minuti al giorno su questo social. *Facebook*, nato da un'idea di Mark Zuckerberg, è oggi il terzo sito più visitato al mondo ed è stato uno dei protagonisti principali della trasformazione di internet, cambiando il modo di vedere questo medium e facendoci entrare nell'era del web 2.0. "Il web è a un punto di svolta molto importante. Fino a poco tempo fa, la normalità sul web era che la maggioranza delle cose non erano

sociali e la maggior parte delle persone non usava la propria identità reale. Stiamo costruendo un nuovo web in cui alla base vi è il sociale” (Mark Zuckerberg).

A febbraio del 2005 nasce *Youtube*, la prima piattaforma di condivisione e di visualizzazione di video. Fu proprio uno dei fondatori, Jawed Karim, a caricare il primo video dal titolo “*me at the zoo*”. Tutti gli utenti, dopo aver completato l’iscrizione, potevano caricare i propri contenuti e valutare i contenuti caricati da altri utenti. Essendo, dunque, basato sulla pura condivisione di materiali, *Youtube* può certamente essere considerato un social network e, attualmente, è il secondo sito più visitato al mondo.

A due anni di distanza dalla fondazione di *Facebook*, durante un *brainstorming* fra i membri di *Odeo*⁵ nasce l’idea di un servizio che consenta di mandare brevi messaggi a piccoli gruppi. Il 21 marzo del 2006 alle ore 9,50 (PM) da San Francisco, California viene pubblicato il primo *Tweet* della storia dal fondatore della piattaforma, Jack Patrick Dorsey, il quale ha scritto “*just setting up my twitr*”.

“*We came across the word "twitter," and it was just perfect. The definition was "a short burst of inconsequential information," and "chirps from birds." And that's exactly what the product was.*” Con queste parole Jack Dorsey spiega l’origine del nome *Twitter*, indicando come i suoi significati “una breve raffica di informazioni irrilevanti” e “un cinguettio di uccelli” rappresentino alla perfezione il senso stesso della piattaforma. Dal 2013 *Twitter* è quotata al NYSE⁶; in quell’anno la piattaforma ha superato i 230 milioni di utenti attivi mensili. La meccanica di base del social è particolarmente semplice.

Come un social network, Twitter ruota intorno al principio dei seguaci. Quando si sceglie di seguire un altro utente di Twitter, i *Tweet* di tale utente vengono visualizzati in ordine cronologico inverso, sulla homepage di Twitter. Se seguite 20 persone, si vedrà una miscela di *Tweet* lungo la pagina: Aggiornamento sui cereali per la colazione, nuovi link, consigli musicali, tra cui riflessioni sul futuro dell’istruzione.⁷

⁵ Odeo Inc: società californiana proprietaria, fino a ottobre 2006 di Twitter.com

⁶ NYSE: New York Stock Exchange

⁷ Johnson, Steven Berlin *Time* 2009

1.3 Un nuovo modo di comunicare

Basta una connessione a internet per costruire un sito, far partire una petizione online, creare una pagina sui social network. La rete permette possibilità inedite di comunicazione: se prima della nascita dei media digitali erano indispensabili risorse enormi per dare vita a un quotidiano, a un canale televisivo o a una stazione radiofonica, oggi tutti possiedono i mezzi di produzione necessari per diffondere il proprio messaggio a un pubblico potenziale di milioni di persone (Giansante, 2014).

I social network consentono un rapporto tra eletto ed elettore certamente differente da quello che ha caratterizzato la politica pre-social. In realtà, però, non tutti riescono a sfruttare a pieno la potenza comunicativa di questi nuovi mezzi. È questo il motivo per cui i social sono, ormai, saturi di pagine seguite da poche decine di persone, spesso meritevoli, portavoce di temi di assoluta rilevanza ma scarsamente seguite. La ragione principale è la carenza di una definita “strategia online”.

“È un fenomeno che caratterizza tutta la comunicazione in rete e che prescinde dagli sforzi impiegati: vari studi mettono in luce come anche le aziende, nonostante stiano aumentando in modo significativo gli investimenti online, faticano a comprendere come sfruttare la rete in modo efficace”⁸. Nell’oceano di contenuti condivisi continuamente sul web, la maggioranza di questi possono passare inosservati. Quello attuale è un periodo storico nel quale molti cittadini hanno preso le distanze dalla politica e dalla vita politica. L’adesione ai partiti, la partecipazione a manifestazioni e l’affluenza al voto sono in netto calo rispetto agli ultimi decenni del secolo scorso. Il ruolo del web, in particolare dei social network, può essere proprio quello di riavvicinare la politica e i cittadini. “A questo proposito la rete costituisce uno strumento privilegiato, proprio perché consente ai politici di rivolgersi direttamente ai cittadini, superando la mediazione dei mezzi di informazione di massa”⁹. In molti, in realtà, negli ultimi anni tendono a riavvicinarsi alla politica grazie all’intelligente uso dei social network e, dell’informazione in generale, da parte di partiti populistici.

Uno dei fenomeni che, su tutti, ha caratterizzato le campagne elettorali di questo millennio è l’astensionismo. L’astenersi dal votare è una pratica piuttosto diffusa anche in Italia. Portare al voto un elettore che si sarebbe astenuto è un compito

⁸ Moontoast *Top social engagement lessons and case studies 2012*

⁹ Bentivegna, Sara *A colpi di tweet La politica in prima persona* Bologna; il Mulino, 2012

fondamentale per gli schieramenti politici e, sotto questo aspetto, i social possono fornire una spinta decisiva.

L'idea di partecipazione si è totalmente integrata, nel corso del tempo, con quella di "volontarismo". La partecipazione, cioè, implicherebbe una scelta consapevole e autonoma. Fra i due poli -la coercizione, ancorché limitata, e la libera scelta eticamente promossa- internet è sembrato uno straordinario strumento per migliorare e qualificare la partecipazione dei cittadini¹⁰.

Il web e i social network hanno il potere di avvicinare la politica e i cittadini. Chiunque, infatti, oggi, può esprimere la propria opinione sui social e comunicare direttamente con gli esponenti di uno schieramento politico. È proprio questo che distingue queste piattaforme dai mezzi di informazione storicamente più utilizzati come il giornale o la televisione: il social crea una relazione di fiducia che spinge il cittadino a partecipare anche fuori dalla rete. "Una comunicazione online ben organizzata può fare la differenza fra una campagna anonima e un'avventura che suscita la passione e la partecipazione di un grande gruppo di persone"¹¹.

Melvin Kranzberg è il teorizzatore delle sei leggi sulla tecnologia. Secondo la prima di queste leggi "La tecnologia non è né buona né cattiva; non è neanche neutrale". Il progresso tecnologico influisce, dunque, certamente, sugli individui. Più che la tecnologia in sé è, però, l'uso che di questa viene fatto che può realmente influenzare le persone. Nell'era pre-social un investimento maggiore in campagna elettorale corrispondeva, nella maggioranza dei casi, ad un esito elettorale migliore. I social contraddicono questa equazione: anche un piccolo movimento può emergere grazie ad una strategia online funzionale.

L'interazione è l'aspetto che, su tutti, caratterizza i social network e li rende riconoscibili. In realtà, però, sono molti i politici che tendono a utilizzare il web e i social senza sfruttare questa caratteristica distintiva e, dunque, ponendosi sul web come se fossero in televisione, esprimendo le proprie idee e opinioni senza interagire con i cittadini. Una sorta di strategia di comunicazione unidirezionale che esclude il confronto.

Se mentre un sindaco passeggia per strada, un cittadino gli facesse una domanda e lui non si fermasse a rispondere, che cosa pensereste? È quello che accade sul web quando un politico non risponde alle domande dei cittadini. Talvolta si pensa ai

¹⁰ De Blasio, Emiliana *Democrazia digitale, una piccola introduzione* Roma; Luiss University Press, 2015

¹¹ Chadwick, Andrew *The Hybrid media sistem* Oxford University Press, 2013

fenomeni online come a fenomeni virtuali, non esistenti, ma chi si azzarderebbe a pensare a quello che accade al telefono come a qualcosa di non reale?”¹²

È evidente che i politici e le istituzioni abbiano colto l'importanza dell'innovazione in corso, spesso, però, non riescono a sfruttare a pieno le possibilità che il web offre. Oltre 35 milioni di italiani utilizzano regolarmente internet e i social media a fronte di un numero sempre più esiguo di lettori assidui di quotidiani cartacei. I giornali acquistati in edicola ogni giorno sono meno della metà di quelli che venivano acquistati appena 8 anni fa. Al contrario la popolazione che utilizza internet e i social media è raddoppiata nello stesso lasso temporale (ISTAT 2020).

A differenza dei media tradizionali il web consente agli individui di scegliere i contenuti da visualizzare. Sono ormai giunti al termine i tempi in cui era sufficiente spendere budget importanti per pubblicizzare un candidato affiggendo manifesti, distribuendo volantini o presentandolo in TV. L'approccio pubblicitario che ha caratterizzato la politica pre-social non può funzionare più e deve necessariamente essere sostituito da un approccio differente.

“Bisogna cambiare l'atteggiamento con cui ci si rivolge alle persone: non cercare subito di monetizzare i propri sforzi in termini di consenso, non cercare di vendere. La comunicazione online non è una caccia al voto, ma somiglia molto di più alla lenta coltivazione di una pianta. Bisogna dare valore, informazioni utili, spunti di riflessione, che poi genereranno, con il tempo, anche consenso, partecipazione, attivismo” (Giansante, 2014).

Il contraddittorio, un tempo costituito da pochi individui che nelle trasmissioni TV si schieravano contro le posizioni dei politici e si facevano portavoce di chi aveva opinioni diverse, è oggi costituito da milioni di persone che, in tempo reale, possono contestare le scelte prese da un personaggio politico con commenti che tutti gli utenti possono visualizzare. È proprio questo uno degli aspetti che intimorisce maggiormente le figure politiche che decidono di aprire profili social.

Nimmo e Combs¹³ hanno definito, nel 1990, la politica come una realtà di seconda mano per la maggior parte degli americani, visto che raramente qualcuno aveva la possibilità di incontrare i politici in prima persona o essere coinvolti con loro in forme di partecipazione sociale. Le conoscenze, che la maggior parte dei cittadini statunitensi possedeva sulla politica del proprio Paese derivavano dai media e da ciò che i media stessi decidevano di trasmettere. L'avvento dei social trasforma la

¹² Amenduni, Dino *Lavorare con i social media* Proforma, 2013

¹³ Nimmo, Dan Combs, James *Mediated political realities* Longman Pub group, 1990

“politica di seconda mano”, non lasciando spazio alla manipolazione informativa e alla disinformazione politica.

Il modo di informare, dunque, cambia. Al tempo stesso, però, cambia anche il modo in cui le informazioni vengono recepite. La tripartizione, operata da Leon Mayhew¹⁴ nel 1997, sulle diverse accezioni che il concetto di pubblico assume, distinguendo tra un pubblico “generale”, un pubblico “statistico” e un pubblico “attivo”, viene stravolta dall’avvento dei social. Infatti, il pubblico che Mayhew definiva “attivo”, composto da individui che discutono fra loro attivando, appunto, forme di costruzione pubblica e influenzandosi reciprocamente prende il sopravvento con la nascita dei nuovi media. Chiunque può esporre le proprie idee politiche e tentare di portare dalla propria parte quante più persone possibili. I social sostituiscono le piazze e diventano il centro delle campagne elettorali.

In questo ambito si colloca la teoria dell’*agenda setting*, elaborata McCombs e Shaw. Questa teoria si basa sull’idea che gli individui tenderebbero a includere o escludere dalla loro conoscenze ciò che i media includono o escludono dai loro contenuti. Gli autori, nell’esposizione della teoria, affermano che questa “*Cannot tell you what to think, only what to think about*”¹⁵. Secondo McCombs e Shaw, dunque, i media non plagiano il pensiero dell’individuo, che è libero di crearsi opinioni personali, ma queste riguardano i temi diffusi dai media. L’agenda dei media non è l’unica individuata da McCombs e Shaw, secondo i quali esisterebbe anche un’agenda dell’audience e un’agenda della politica stessa. L’*agenda setting* è, ovviamente, particolarmente importante per la strutturazione delle campagne elettorali.

Tradizionalmente, nei *media studies* la comunicazione politica, che punta all’instaurazione di relazioni tra politici e cittadini, viene distinta dalla comunicazione elettorale, che, invece, mira al solo raggiungimento del consenso in funzione del voto attraverso opere di propaganda. In realtà, oggi, quel confine, un tempo netto, è molto meno definito. I social sono spesso teatro di campagne elettorali permanenti con continue azioni volte alla sola ricerca di consenso. “Le dinamiche comunicative della campagna elettorale non si limitano ai tempi ordinari della vita politica ma tendono a travalicarli” (Sorice, 2011).

¹⁴ Mayhew, Leon *The new public* Oxford University Press, 1997

¹⁵ McCombs, M. E. Shaw, D. L. *The agenda setting function of mass media*, 1972

1.4 La trasformazione della sfera pubblica

Jurgen Habermas, esponente di spicco della Scuola di Francoforte, nel 1971 all'interno dell'opera "Storia e critica dell'opinione pubblica" elabora il concetto di sfera pubblica, intesa come luogo democratico, accessibile a tutti, in cui è possibile comunicare pubblicamente e discutere di temi e regole di interesse collettivo. Questo spazio di incontro tra soggetti liberi, detenenti uguale diritto di parola è definito da Habermas *Offentlichkeit*. Nonostante la traduzione italiana non renda totalmente il concetto nelle sue sfumature, così come teorizzato in tedesco, per sfera pubblica può intendersi uno spazio intermedio fra il pubblico, sede del potere politico, e il privato, area della produzione degli interessi individuali. "La sfera pubblica Habermasiana è "riflessiva" e quindi in grado di consentire ai soggetti partecipanti -proprio grazie alla relazione con altri soggetti- di rivedere costantemente le proprie posizioni e modificare le proprie posizioni nel processo di deliberazione" (De Blasio, 2015).

Erving Goffman definì, invece, la sfera pubblica come quell'ambito, sempre più rilevante, di definizione di temi posti all'attenzione collettiva, in cui vengono negoziati significati e si creano cornici interpretative di rappresentazione della realtà. Un contesto informale nel quale è possibile conversare e scambiarsi opinioni e si dà vita a discorsi e a visioni del mondo proprio come avviene nei luoghi di socializzazione politica tradizionali.

"L'esito positivo di un discorso, la sua capacità di acquisire consenso non è da ricercare in cogenze logiche o in evidenze empiriche, provenienti dall'esterno, ma nella forza dell'argomento migliore. Questa forza coincide con la motivazione razionale"¹⁶. Nei discorsi che si collocano all'interno della sfera pubblica così come teorizzata da Habermas, si raggiunge una situazione linguistica ideale, un autentico consenso quando viene assicurata la libera circolazione tra i diversi livelli del discorso stesso.

"Le proprietà formali del discorso debbono perciò essere di natura tale che il livello del discorso possa essere in qualsiasi momento cambiato e che un sistema linguistico e concettuale scelto preliminarmente possa essere riconosciuto in ogni caso come

¹⁶ Rusconi, Gian Enrico *Introduzione a J. Habermas, Agire comunicativo e logica*, cit., p. 21

inadeguato e rivisto: il progresso nella conoscenza sostanziale si compie nella forma di una critica linguistica sostanziale”¹⁷.

Attualmente la sfera pubblica è intesa come un insieme di pratiche discorsive accessibili pubblicamente, appunto, in uno spazio nel quale si discute di questioni di interesse generale, producendo interazioni che contribuiranno a originare delle opinioni. L’opinione, così generata, è definita opinione pubblica e consiste, infatti, nell’esito del processo per cui un determinato pubblico si appropria di un’opinione.

Il sociologo francese Pierre Bourdieu parlava di opinione pubblica sostenendo che questa “non esista”. Si tratta, infatti, di un concetto costruito. Il pubblico chiamato ad esprimere la propria opinione in una situazione artificialmente prodotta come un sondaggio può fornire risposte diverse da quelle che fornirebbe allo stesso quesito posto in un frangente diverso come, ad esempio, in una situazione di quotidianità in cui vige la regola dell’interazione tra pari che impone, dunque, il confronto.

“Nelle situazioni reali, le opinioni sono delle forze e i rapporti di opinione sono conflitti di forza. Prendere posizione su questo o quel problema significa scegliere tra gruppi sociali realmente esistenti, ed esprimere, sempre più, scelte rispetto a principi esplicitamente politici”. Con queste parole Bourdieu chiarisce che l’opinione pubblica non rappresenta la mera somma di singole opinioni dei soggetti intervistati.

Ray Oldenburg nel suo libro del 1989 “*The Great Good Place*” individuava un “terzo luogo”. Dopo la casa e il lavoro ci sarebbe un posto “nel quale si può andare per stare bene quando non si è nei primi due”¹⁸. Oldenburg individuava questo terzo luogo all’interno di centri sociali, palestre o librerie; luoghi di incontro nei quali nasceva una comunità umana all’interno di un posto, appunto, condiviso da tutti. Forse, oggi, individuare uno spazio fisico così come ipotizzato dal sociologo americano è diventato maggiormente complesso ma, attualizzando, internet e i social network possono rappresentare alla perfezione il terzo luogo di Oldenburg: uno spazio nel quale prendono vita e si sviluppano interazioni informali tra individui. Seppur online questi sono veri e propri luoghi nei quali si sviluppa il confronto pubblico sui temi più disparati e di comune interesse. Questa stessa condivisione rappresenta il centro del concetto di sfera pubblica.

Internet, ad una prima analisi, sembra aver contribuito alla dilatazione della sfera pubblica, così come sembra aver controbilanciato, in parte, il carattere impersonale e asimmetrico della comunicazione mediatica - abitualmente affidata alle

¹⁷ Habermas, Jürgen *Discorso e verità*

¹⁸ Oldenburg, Ray *The great good place*, 1989

pratiche della democrazia di opinione, alla banalizzazione del potere carismatico e all'efficacia degli slogan - introducendo alcuni elementi deliberativi che si presterebbero a riattivare la base di un, presupposto egualitario, pubblico di scrittori e di lettori del web.¹⁹

Internet e i social media forniscono un contributo decisivo nell'ampliare la partecipazione al dibattito all'interno della sfera pubblica. Inoltre, ciò che caratterizza i social è l'assenza della tradizionale separazione tra autori e lettori. "Abbiamo anche una sorta di 'attivazione': gli stessi lettori diventano autori. Ma questo, di per sé, non crea automaticamente progresso sul piano della sfera pubblica"²⁰. Questa condizione da un lato fornisce certamente un apporto alla delineazione di una sfera pubblica inclusiva; dall'altro, però, genera un aumento della frammentazione discorsiva. "La sfera pubblica classica nasceva dal fatto che l'attenzione di un anonimo pubblico di cittadini veniva 'concentrata' su poche questioni politicamente importanti che si trattava di regolare. Questo è ciò che la rete non sa produrre: anzi la rete, al contrario, distrae e disperde" (Habermas, 2014).

Habermas sostiene che la funzionalità della rete si mostrerebbe solo in territori sottomessi a regimi autoritari, nei quali, dunque, tramite questa si potrebbero aggirare eventuali meccanismi di censura delle informazioni. Nei Paesi democratici, invece, il web non farebbe altro che frammentare l'opinione pubblica su temi importanti.

Ciò che manca a questi spazi comunicativi (chiusi in se stessi) è il collante inclusivo, la forza inclusoria di una sfera pubblica che evidenzia quali cose sono davvero importanti. Per creare questa 'concentrazione' occorre prima saper scegliere – conoscere e commentare – i temi, i contributi e le informazioni che sono pertinenti. (Habermas, 2014).

I social possono dar vita, in rete, appunto, a gruppi ristretti, chiusi, che rappresentano una minaccia reale, oltre che virtuale, alla funzione di integrazione della sfera pubblica. Karl Popper sosteneva che per cercare la verità non bisogna cercare delle conferme ma lo spirito giusto deve essere quello di raccogliere informazioni che possano mettere in discussione il proprio punto di vista. Il rischio di internet è, paradossalmente, nonostante l'ampio pubblico, di non favorire, con la creazione di gruppi ristretti, un confronto critico.

¹⁹ Habermas, Jürgen *Political Communication in media society*; 6 Novembre 2006

²⁰ Habermas, Jürgen *Habermas su web e sfera pubblica*; 22 luglio 2014

1.5 Il ruolo dei social nell'ascesa del populismo

Il sostegno elettorale medio raccolto dai partiti populistici in 33 Paesi europei ha raggiunto il 22,2% nel 2018²¹. Per comprendere realmente il successo che il populismo ha riscosso negli ultimi anni e il ruolo che i social hanno giocato nell'ascesa di questo fenomeno occorre dare una definizione il più possibile puntuale di populismo. Mudde lo ha definito come “un’ideologia fluida che considera la società divisa in due gruppi sociali contrapposti e omogenei al loro interno, le persone oneste e l’*élite* corrotta, e che ritiene che la politica debba essere espressione della volontà popolare”²².

Essenziale per la crescita di un partito populista è la figura di un leader, un individuo che sia dotato di un’ampia capacità di mobilitazione. Proprio questa figura assume, oggi, particolare peso, “la crescente mediatizzazione e l’internalizzazione della politica hanno rafforzato il ruolo del leader nella definizione dei programmi e nella mobilitazione dei voti”²³. Sono sempre di più i leader che all’interno dei partiti e, in particolare, all’interno dei partiti populistici plasmano programmi e politiche.

La differenza con i partiti di matrice differente sta proprio nel fatto che il leader populista “crea” di continuo il partito in base alle variazioni che subisce la domanda. “È quasi sempre il leader populista a conferire credibilità al movimento che lo incorona e lo segue”²⁴. Questo tende a discostarsi dai leader di partiti tradizionali non sentendosi rispecchiato nella classe politica a vari livelli. Tende a preferire un linguaggio semplice e diretto, composto da slogan, che si allontana dalla complessità argomentativa dei partiti tradizionali. Ma non deve limitarsi a questo, infatti “per essere un leader populista deve esibire anche le qualità non comuni, quelle che gli permettono di affermare la sua posizione di prescelto: deve capire la politica, svelare le cospirazioni e fornire delle soluzioni” (Tarchi, 2015).

Il sostegno crescente che i partiti populistici ricevono, nella letteratura sociologica e politologica, ha due spiegazioni: una spiegazione socio-economica, che attribuisce la causa scatenante di questo supporto alle crescenti insicurezze causate

²¹ *Authoritarian Populism Index Report 2019*

²² Mudde, *Cas Populism: a very short introduction* Oxford University Press, 2017

²³ Soare, *Sorina lo sono (come) voi!* Firenze University Press, 2017

²⁴ Tarchi, *Marco Italia populista* Bologna; il Mulino, 2015

dalla trasformazione delle società nelle economie post-industriali; c'è, poi, una spiegazione che vede il populismo come una reazione all'avvento e all'affermazione di movimenti progressisti.

Secondo Rodrik²⁵ le turbolenze che derivano dal processo di globalizzazione e da altri processi, tra cui la liberalizzazione del mercato del lavoro o la perdita di potere contrattuale dei sindacati spiegano il successo riscosso dai partiti populistici sia in Europa che negli Stati Uniti. Tuttavia Rodrik sottolinea come la manifestazione politica del populismo possa assumere una forma nativista o etnicizzata. Il voto populista appare come una reazione alla promessa di limitare la globalizzazione in atto. Sono i cosiddetti *losers of globalization*, quelli cioè che dalla globalizzazione non hanno tratto vantaggi o, in molti casi, hanno tratto solo svantaggi, a supportare questa politica.

Ci sono dei tratti comuni che contraddistinguono l'elettorato populista in Europa. In particolare, generalmente, l'appartenenza alla classe lavoratrice o a una classe sociale medio-bassa è uno degli aspetti che gli elettori populistici hanno in comune, insieme, certamente, allo scetticismo nei confronti del processo di integrazione europeo. Inoltre, l'elettorato populista tende a schierarsi, più o meno nettamente, contro l'immigrazione e, in particolare, contro l'immigrazione irregolare. “Un consenso diffuso nelle scienze sociali riconosce nell'opposizione ai flussi migratori e nell'autoritarismo le due determinanti cruciali della domanda elettorale di populismo in Europa” (Mudde, 2017). Le migrazioni in questione, che l'elettore populista europeo tende a non accettare sono, in particolare, migrazioni da Paesi extraeuropei.

Uno studio empirico originale dei comportamenti e delle caratteristiche che la letteratura, non solo economica, associa in maniera ormai consolidata al sostegno ai partiti populistici è stato condotto sui dati forniti dall'indagine Eurobarometro, su un campione rappresentativo di intervistati in 33 paesi europei nel 2017. Il quadro che ne emerge dal punto di vista descrittivo testimonia la combinazione di opinioni di generale sfiducia nelle istituzioni comunitarie e di sentimenti nazionalisti, che tuttavia coabitano con un affidamento nei confronti degli attori europei e del processo di globalizzazione, degli obiettivi economici più ambiziosi, come la creazione di posti di lavoro e la crescita economica²⁶.

²⁵ Rodrik, Dani *Populism and the economics of globalization* Journal of International business politics, 2017

²⁶ Botti, Fabrizio *La destra populista in Europa: una prospettiva economica* Roma; Università G. Marconi, 2019

Il sistema dei media, oggi, può essere considerato un sistema “ibrido”; i nuovi social, infatti, si sono sviluppati al fianco dei tradizionali mass media creando, dunque, una frammentazione dei mezzi e dei contenuti che porta a diverse conseguenze che i leader populistici possono sfruttare nella loro comunicazione. In primo luogo, con il rapido sviluppo dei nuovi mezzi di comunicazione, i media giornalistici istituzionali perdono la loro centralità, a favore di nuovi spazi di comunicazione con regole differenti. L’informazione, così, non essendo più soggetta al controllo professionale tende spesso a essere non veritiera; notizie non vere e non verificate vengono pubblicate giornalmente sul web con la finalità di attaccare un partito o una figura politica. Inoltre, sono sempre più frequenti attacchi da parte dei leader populistici proprio ai media tradizionali, in particolare per i presunti rapporti che li legherebbero alle *élites* politiche. Il populismo riesce, tramite l’utilizzo dei nuovi social, a minare la credibilità dei media tradizionali.

Inoltre, i nuovi media sono l’arena virtuale perfetta per la diffusione di slogan inclusivi e coinvolgenti con cui i leader populistici acquisiscono consenso e si rendono riconoscibili. Molti sono gli esempi a tal proposito; Matteo Salvini e “la rivoluzione del buonsenso” che ha caratterizzato la sua campagna elettorale nel 2018 o, anche, Donald Trump che, nel 2016, ha incitato i suoi elettori al grido di “*Make America great again*”.

I social sono il primo luogo in cui i politici sono liberi di poter attaccare i propri avversari senza il bisogno di un mediatore, di esprimersi liberamente e ricevere, in tempo reale, commenti e giudizi dei cittadini. La politica che i nuovi media creano si allontana sempre di più da quella istituzionalizzata del secolo scorso. Cresce l’importanza della comunicazione e dell’immagine stessa del candidato. Quello che si è creato è un “populismo digitale” che unisce una pratica discorsiva tipica del populismo con un mezzo di comunicazione “semplice” come il social media.

Il continente europeo è, senza dubbio, una delle aree in cui la crescita del populismo è maggiormente marcata. Da un’analisi condotta su 31 Paesi europei risulta che, in poco più di 20 anni il consenso riscosso da questi partiti si è moltiplicato all’ennesima potenza; infatti, se nel 1998 i populistici partecipavano unicamente al governo di Svizzera e Slovacchia e avevano complessivamente una percentuale di elettori che si aggirava intorno al 7%, oggi questi partiti sono al potere in 11 di questi Paesi e un cittadino europeo su 4 è un elettore populista. L’ascesa di ciascuno di questi partiti ha le proprie motivazioni, ma, probabilmente, per tutti è stata decisiva la crisi finanziaria che ha colpito il mondo dal 2007. La recessione, seguita alla grave crisi, ha

reso deboli i sistemi fondati sui partiti tradizionali; contemporaneamente si è verificato un allineamento di partiti storicamente contrapposti al fine di contrastare l'alta volatilità del voto. Questa è la prima fase di acquisizione di consenso per i partiti populistici.

A partire dal 2014 il tema di scontro centrale che ha portato alla crescita del populismo è stato il tema migratorio. La crisi dei flussi migratori, unita alle conseguenti difficoltà nella gestione dei migranti ha favorito l'affermazione di un populismo di destra in tutti i Paesi al centro del fenomeno.

Il *The Guardian* ha riportato le statistiche sulla crescita dei partiti populistici in Europa tra il 1998 e il 2018. La Grecia di Alexis Tsipras ha visto passare il consenso populista da una percentuale inferiore al 10 per cento a più del 30 per cento. In Ungheria la situazione è ancor più netta con la coppia *Fidesz-KDNP* che sfiora il 50 per cento. Anche in Francia l'incredibile ascesa del partito di Le Pen può portare il *Rassemblement National* a vincere le prossime elezioni politiche. In Germania, per la prima volta dopo la seconda guerra mondiale è tornato un partito di estrema destra in parlamento, l'AfD che detiene oltre 90 seggi sui 709 totali. (*The Guardian*, 2018)

Accanto a realtà in forte sviluppo come quelle menzionate si collocano alcuni Paesi nei quali il consenso per le forze populiste è particolarmente basso. Tra questi ci sono Belgio, Lettonia, Slovenia e Estonia nei quali si è passato da un consenso, nei primi anni della crisi, prossimo al 10 per cento, alla quasi sparizione dei partiti nelle ultime elezioni.

Non solo in Europa ma anche nel resto del mondo le forze populiste avanzano inesorabilmente. Il 28 ottobre 2018 il Brasile ha eletto presidente Jair Bolsonaro, ex militare schierato su posizioni decisamente conservatrici. In Messico, invece, l'elezione di Obrador ha definitivamente portato alla luce una forma di populismo meno nota, orientato a sinistra. Nelle Filippine il presidente Duterte, chiamato "il Trump delle Filippine" incarna a pieno i valori populistici.

Dagli Stati Uniti all'Italia, dalla Francia alle Filippine i partiti populistici crescono e acquisiscono consenso. Le cause sono comuni ma le conseguenze sono diverse. "La crisi delle democrazie risulta aggravata dalla crisi economica, e la somma di queste crisi alimenta gli estremismi spesso malcelati dietro la parola populismo"²⁷.

²⁷ Hessel, Stephane *Indignatevi!* Torino; Add editore, 2011

Cap. 2 La rivoluzione comunicativa di Donald Trump

“Dopo che lo Stato è caduto sotto la potestà e il dominio di pochi potenti, sempre a essi sono tributari re e tetrarchi, per essi genti e popoli pagano le imposte; gli altri, noi tutti, valorosi, virtuosi, nobili e non nobili, siamo rimasti volgo, senza influenza, senza autorità, soggetti a gente cui, se esistesse veramente uno Stato, dovremmo incutere timore.” (Lucio Sergio Catilina)

2.1 Donald Trump: il 45esimo presidente degli Stati Uniti

“Per tutta la vita sono stato avido, avido, avido. Ho afferrato tutto il denaro che potevo. Sono così avido. Ma ora voglio essere avido in favore degli Stati Uniti. Voglio afferrare tutto quel denaro. Sarò avido a favore degli Stati Uniti”²⁸. Con queste parole Donald Trump si definisce nel 2016. Probabilmente, però, l’avidità è stata una delle cause che lo ha portato a distinguersi nel settore imprenditoriale e a guidare per 4 anni gli Stati Uniti d’America.

Donald Trump non è esattamente l’artefice di tutte le sue fortune. Nasce, infatti, da una famiglia facoltosa, nel 1946, nel *Queens*, noto quartiere newyorkese. Il nonno, Frederick Trumpf, aveva origini tedesche ma emigrò molto giovane negli Stati Uniti, dove iniziò a lavorare come barbiere proprio a New York. In quegli anni, cavalcando l’onda della “febbre dell’oro” aprì hotel e ristoranti nel territorio dello Yukon. Tornato a New York conobbe e sposò sua moglie, Elizabeth Christ, con cui ebbe 3 figli. Il secondogenito era, appunto, Fred Trump Jr., padre di Donald. Fred iniziò molto giovane la sua carriera e si affermò nel settore dell’immobiliare con la costruzione di garage e appartamenti. Nella sola città di New York ha fatto costruire oltre 27mila abitazioni, accumulando enormi quantità di denaro tanto che, alla sua morte avvenuta nel 1999, lasciò a ciascuno dei suoi figli, tra cui Donald, circa 400 milioni di dollari oltre ad una azienda, la nota *Trump Organization*, della quale Donald era, in realtà, già presidente da quasi 30 anni.

²⁸ Trump, Donald contro-dibattito Des Moines, Iowa, 28 gennaio 2016

Donald Trump iniziò molto presto la sua collaborazione all'interno dell'azienda di famiglia. Dopo aver conseguito una laurea in economia e finanza presso l'Università *Wharton School of Business*, tra le più prestigiose negli Stati Uniti, iniziò a investire nel settore immobiliare entrando attivamente a far parte della *Elizabeth Trump and Son*, dal 1971 nota come *Trump Organization*.

Mentre Donald era ancora impegnato nei suoi studi il padre decise di coinvolgerlo in uno dei progetti che portava avanti: *Swifton Village* nella città di Cincinnati in Ohio; un complesso residenziale che contava oltre 1200 appartamenti sfitti e, economicamente, riportava ingenti perdite mensili. Il programma ideato da un giovanissimo Donald Trump per risanare la situazione diede risultati incredibili tanto che, lo stesso complesso, è stato poi rivenduto per circa 7 miliardi di dollari.

A partire dal 1971 divenne presidente dell'azienda che ribattezzò *Trump Organization* e iniziò ad investire nel centro di New York, nel quartiere di *Manhattan*. In questa zona costruì, tra l'altro, a partire dal 1979, il quartier generale della sua azienda, la *Trump Tower*: un grattacielo di 58 piani nella centralissima *Fifth Avenue*.

La vita dell'imprenditore newyorkese non si esaurisce con le sole esperienze imprenditoriali. Trump è un grande appassionato di sport e, in particolare, di wrestling e la grande amicizia che lo lega al presidente della *World Wrestling Entertainment* lo ha portato ad ospitare diverse edizioni dell'evento *WrestleMania* nel suo *Trump Plaza*. Lui stesso ha partecipato, nel corso degli anni, a diversi show tanto da essere inserito, nel 2013, nella *Hall of Fame* della *WWE*, un riconoscimento per l'amore che, negli anni, ha dimostrato per questo sport.

Gli investimenti nel settore sportivo non si limitarono al wrestling. Fu infatti proprietario della *New Jersey Generals*, una squadra di football che vendette nel 1983. Tra la fine degli anni 80 e l'inizio degli anni 90 diede il suo nome a una corsa ciclistica, il *Tour de Trump*, che si teneva, con diverse tappe, negli Stati Uniti. Gestisce, inoltre, alcuni campi da golf e resort nel mondo che, da soli, secondo il bilancio personale di Trump rendono quasi 400 milioni di dollari.

L'imprenditore è, inoltre, molto conosciuto anche, e soprattutto, per le sue numerose apparizioni televisive. Nel 1998 appare, interpretando se stesso, nel film di Woody Allen *Celebrity*; ma questa non sarà la sua unica apparizione cinematografica, infatti, tra il 1989 e il 2002 farà parte di 13 tra film e serie TV. Ma ciò che lo ha reso realmente noto alla maggior parte del pubblico americano è stato lo show, in onda dal 2004 al 2014, *The Apprentice*. Lo spettacolo, che lo vedeva nel doppio ruolo di

conduttore e produttore esecutivo, ruotava attorno a un gruppo di candidati che si contendevano il posto di manager di alto profilo nell'impero economico di Trump e venivano messi alla prova con vari compiti nel corso delle puntate, finché solo uno risultava il vincitore della trasmissione. Il format ha riscosso un successo tale da essere replicato in diversi Paesi del mondo tra cui l'Italia.

Con Michael Sexton e Jonathan Spitalny, Donald nel 2005 fondò la *Trump University LCC*, una compagnia che gestiva corsi di gestione delle risorse, imprenditoria e gestione del patrimonio che venne chiusa nel 2010 a causa di controversie legali dovute principalmente al fatto che la compagnia utilizzava nel proprio nome la parola università, pur non rilasciando, però, alcun titolo accademico accreditato. Nel 2013 lo stato di New York intraprese una causa civile, attualmente in corso, nei confronti della *Trump University* e dei suoi soci fondatori. Questo fu argomento di discussione anche nelle due campagne elettorali in cui Trump ha corso per la presidenza. In particolare si è attivamente schierato contro il giudice cui era stata affidata la causa definendolo un "odiatore di Trump" ritenendo le sue decisioni completamente fantasiose e prese, ha accusato Trump in un'intervista al *Times*, in risposta alla sua proposta di costruire un muro con il Messico da cui il giudice proveniva.²⁹

Nel 1988 l'imprenditore ha creato una fondazione, la *Donald J Trump Foundation*. Il proposito iniziale era quello di utilizzarla al fine di gestire i proventi della vendita del libro *Trump: The art of the Deal*, scritto in collaborazione con Tony Schwartz per scopi umanitari. In molti poi, oltre allo stesso Trump, hanno contribuito donando alla fondazione e raccogliendo milioni di dollari distribuiti, negli anni, a ospedali e bisognosi. Il 3 ottobre 2016, però, il *New York Attorney General* ha stabilito che la *Trump Foundation* ha violato alcune leggi sulla beneficenza e, per questo, ha ordinato la cessazione della raccolta fondi all'interno dello Stato.

Donald Trump ha avuto, in tutto, 5 figli e si è sposato 3 volte nella sua vita. Nel 1977 sposò Ivana Trump, modella ceca e, in quello stesso anno nacque il primogenito Donald John Trump Jr.; da questo matrimonio nacquero altri due figli: Ivanka Marie Trump e Eric Frederic Trump. A partire dal 1990 si sono diffuse voci circa una possibile relazione dell'imprenditore con l'attrice Marla Maples. Nel 1992 Donald ottenne il divorzio da Ivanka e l'anno successivo sposò Marla con la quale ebbe una figlia: Tiffany. A partire dal 1998 ha intrapreso una relazione con la sua

²⁹ Trump, Donald *New York Times* 3 giugno 2016

attuale consorte Melania Knauss, modella slovena con cui si è sposato nel 2005 e da cui nel 2006 ha avuto l'ultimo figlio: Barron William.

Nel 2016 Trump si è reso protagonista di una polemica con Papa Francesco. Il Vescovo di Roma, infatti, di ritorno da un viaggio in Messico ha espresso il suo disappunto nei confronti delle persone che si limitano a costruire muri anziché ponti, dicendo che questi individui non possono essere definiti cristiani. Trump definì vergognoso per il Papa discutere la sua fede e ribadì le proprie idee in tema di immigrazione e sicurezza affermando “Se e quando l'*Isis* dovesse attaccare il Vaticano, che come tutti sanno è il massimo trofeo a cui aspirano i *jihadisti*, posso garantirvi che il Papa si augurerebbe soltanto, e pregherebbe, perché Donald Trump fosse presidente”.³⁰

2.2 Dagli investimenti nell'immobiliare alla presidenza

La trama sembrava già scritta. All'inizio del 2020 Donald Trump aveva creato milioni di posti di lavoro, portando il tasso di disoccupazione negli Stati Uniti al 3,5%, il più basso degli ultimi 50 anni. L'indice azionario del *Dow Jones* era schizzato dai 18.332 punti dell'8 novembre 2016 ai 29.551 punti del 12 febbraio 2020, registrando un nuovo record e facendo la fortuna di milioni di persone. L'elettorato di Trump cresceva inarrestabile dopo aver superato la trappola del *Russiagate* e l'assalto dell'*impeachment* portato dai due leader democratici al Congresso. Il risultato dell'*election day* del 2020 sembrava già scritto. Poi qualcosa è cambiato.

Donald John Trump è stato il 45esimo presidente degli Stati Uniti d'America, governando la prima potenza economica del pianeta a partire dal 20 gennaio 2017, il giorno del suo insediamento ufficiale. Il *The economist* ha condotto una ricerca, nel 2016, sulla sua carriera imprenditoriale e ha definito i risultati ottenuti assolutamente mediocri se paragonati a quelli di altri proprietari di New York. Tuttavia un'analisi completa non può essere fatta vista la parzialità delle informazioni a disposizione sugli affari condotti da Trump.

³⁰ Washington Post 19 febbraio 2016

Nonostante quanto riportato dal *The economist*, proprio nel 2016 quello che poco tempo dopo sarebbe diventato il 45esimo presidente degli Stati Uniti possedeva un patrimonio stimato in 3,7 miliardi di dollari³¹. Gli investimenti di Trump spaziano su più fronti, dal settore immobiliare, che gli frutta milioni di dollari ogni settimana tra appartamenti, hotel e resort, allo sport in cui ha sempre investito. Nel periodo alla guida degli Stati Uniti la sua ricchezza si è notevolmente assottigliata, complice anche la pandemia da COVID-19. Nel 2020 Trump risultava essere possessore di un patrimonio di poco superiore ai 2 miliardi di dollari.

In realtà lo stesso Trump ha, più volte, fatto riferimento al proprio patrimonio sostenendo che questo fosse superiore ai 12 miliardi, ma le stime di *Forbes* sono nettamente inferiori. Il problema principale nel riuscire a stimare le ricchezze possedute da Trump risiede nel fatto che non possiede aziende quotate e, dunque, l'unico modo per conoscere il suo patrimonio è stimare la sua ricchezza basandosi sulla documentazione rilasciata alla *Federal Election Commission*.

Accanto al progetto imprenditoriale e alle passioni per lo sport e per la TV, l'imprenditore del *Queens* si è sempre dimostrato interessato alla politica. Nel 2015 il settimanale *Politico* ha definito Trump come un individuo "eclettico, improvvisato e spesso contraddittorio"³². Negli anni ha, infatti, mostrato opinioni diverse su un gran numero di temi, affiliandosi a vari partiti. Alla fine degli anni 70 sostenne il repubblicano Ronald Reagan nella sua corsa alla Casa Bianca e, dal 1987, dopo un periodo passato ad appoggiare i democratici si schierò attivamente con i repubblicani. Nel 1999 fu vicino, per breve tempo, al Partito Reformista, tanto da essere considerato nel 2000 il possibile candidato alla presidenza del partito stesso. Tra il 2001 e il 2008 si avvicinò nuovamente ai democratici prima di appoggiare il candidato repubblicano McCain per la presidenza e tornare a militare tra le fila dei repubblicani di cui attualmente fa parte. Già nel 2010 dichiarò un suo possibile interesse a ricoprire il ruolo di presidente. Infatti, alla trasmissione *American Morning* il 4 ottobre del 2010 disse che stava concretamente considerando la possibilità di candidarsi tra i repubblicani alle elezioni presidenziali del 2012.

Quella che ha portato Trump ad essere il candidato del partito repubblicano nel 2016 è stata una vera e propria scalata. Senza aver mai ricoperto alcuna carica politica, si è inaspettatamente imposto eliminando alle primarie 16 candidati. Il programma economico, fortemente centrato sul messaggio del declino commerciale degli Stati

³¹ *Forbes 400: Donald Trump*, 21 ottobre 2016

³² Noah, *Timothy Will the real Donald Trump please stand up?* *Politico*, 26 luglio 2015

Uniti e la politica estera che aveva visto in parte fallire i precedenti governi di Obama e, ancor prima, di Bush sono stati i punti su cui maggiormente Trump ha costruito la sua fortuna. Lo slogan assai noto che ha portato Trump alla vittoria delle elezioni presidenziali nel 2016 “*Make America great again*” rappresenta una vera e propria “esortazione a far sì che lo Zio Sam tornasse ad acquistare vigore, dopo le umiliazioni subite all’estero e -soprattutto- a seguito degli acciacchi dovuti alla crisi economica”³³.

La politica estera di Trump è stata tendenzialmente isolazionista. Ha messo in discussione dei valori fondanti della diplomazia americana affermando che gli alleati storici fossero troppo costosi e rappresentassero un onere particolarmente gravoso sulle spalle dei contribuenti. In particolare il riferimento era alla NATO, dispendiosa economicamente ma incapace di risolvere le problematiche di geo-politica che affliggevano il pianeta e gli Stati Uniti in quel periodo, con particolare menzione al terrorismo islamico. Trump chiedeva agli alleati europei di fornire maggiori sostegni economici a queste organizzazioni e ha portato avanti una linea che coinvolgesse gli Stati Uniti all’estero unicamente con interventi per questioni che avrebbero avuto ripercussioni sulla sicurezza nazionale che restava, comunque, una delle prerogative del presidente. “La NATO è obsoleta. Non è attrezzata per combattere il terrorismo islamico e i suoi membri si appoggiano sull’America, non pagano quello che dovrebbero pagare”³⁴.

Seppur nato in un contesto apparentemente lontano dalla politica e cresciuto, facendo la sua fortuna in settori diversi, Trump ha saputo cogliere aspetti che altri non hanno colto, parlando direttamente al popolo e discostandosi dalla professione politica, apparendo come l’individuo giusto in grado di portare gli Stati Uniti a “tornare ad essere grandi”.

2.3 Dal 2016 al 2020: le “campagne social”

La forza di Donald Trump è sempre stata nel suo rapporto con le folle. Un approccio fondamentalmente plebiscitario che lo connetteva direttamente ai cittadini,

³³ Graziosi, Stefano *Apocalypse Trump* Edizioni Ares; Milano, 2018

³⁴ Trump, Donald *Sunday Times*; 15 gennaio 2017 int. di Michael Gove

non solo fisicamente, nel corso, ad esempio, dei suoi numerosi comizi elettorali, ma anche virtualmente, attraverso il web.

L'uso parossistico che il magnate ha fatto di Twitter aveva (e ha) esattamente questo obiettivo: quello di instaurare una relazione diretta con l'elettore (o con il potenziale elettore), che scavalchi del tutto ogni tipo di intermediazione giornalistica. Una strategia che salda un'esigenza smaccatamente pratica (l'immediatezza del messaggio politico) a una di carattere più ideologico: non dimentichiamo infatti che il circuito mediatico costituisce da sempre, per Trump, uno dei rappresentanti più potenti di quell'establishment che lui ha sempre sostenuto di voler combattere (Graziosi, 2018).

In un contesto come quello appena descritto l'intromissione dei mass media sarebbe inutile e, anzi, controproducente, rischiando di distorcere il messaggio stesso del leader.

L'uso dei social e, nello specifico di *Twitter* che Trump fa è opposto rispetto al suo predecessore Obama, l'unico che aveva potuto sperimentare questi nuovi mezzi di comunicazione dalla guida degli Stati Uniti. Infatti, mentre Obama usa *Twitter* per comunicare dall'alto della sua presidenza verso i cittadini, per Trump è l'esatto opposto: *Twitter* diviene un mezzo con cui attaccare l'*establishment* e comunicare dal basso tentando di arrivare ai vertici. In effetti Obama, così come la maggior parte dei candidati democratici che lo hanno preceduto, non ha mai dato alla politica un'accezione negativa; per Trump il professionismo politico era, invece, il nemico da abbattere. Proprio per questo, quel processo di disintermediazione, che lo stesso Obama aveva avviato, è stato portato a conseguenze estreme dall'imprenditore newyorkese. Trump è riuscito ad unire alla disintermediazione rivoluzionaria una figura popolare e nota a tutti gli statunitensi, dando vita a una sorta di eroe che combatte e vince contro tutti.

Alle urne nel 2016 la maggioranza degli elettori ha votato per Hillary Clinton, 65.853.514 voti contro i 62.984.828 per Donald Trump: il 48,2% contro il 46,1% ma il Repubblicano ha vinto per 304 a 227 nel voto del collegio nazionale in cui affluiscono i risultati dei "Grandi Elettori" assegnati ai candidati Stato per Stato. Quella del 2016 negli Stati Uniti è, probabilmente, la prima campagna elettorale in cui i social media hanno giocato un ruolo decisivo. Ci sono dei dati, infatti, che sorprendono maggiormente: la campagna elettorale di Hillary Clinton per la corsa alla presidenza nel 2016 è stata 5 volte più costosa di quella del suo avversario repubblicano. La candidata democratica avrebbe, infatti, speso 96.4 milioni di dollari in attività

pubblicitarie, contro i 17.3 milioni spesi da Trump. I social cancellano definitivamente l'equazione che aveva caratterizzato le campagne elettorali del millennio scorso e la vittoria di Trump ne è una dimostrazione: investimenti più cospicui in pubblicità non corrispondono necessariamente a risultati elettorali più soddisfacenti.

Quella dell'imprenditore repubblicano è stata una vera e propria strategia *digital first* grazie alla quale Trump è riuscito a raccogliere un'ampia fetta di elettorato non propriamente repubblicano. Un aspetto che più di altri ha distinto la campagna elettorale statunitense del 2016 è stato proprio il grado di specificità dei messaggi nei confronti di un determinato pubblico. Infatti, mentre Hillary Clinton ha parlato al Paese, a tutti gli americani di ogni etnia o ceto sociale, Donald Trump ha parlato alla media e alta borghesia bianca a suon di slogan.

Il 16 giugno del 2015 Trump ha annunciato ufficialmente la propria candidatura alle elezioni presidenziali del 2016 con un evento che si è tenuto nella *Trump Tower* nel quale l'imprenditore, durante il suo discorso, ha tracciato il ritratto di un Paese sconfitto nel commercio a causa dell'incompetenza dei suoi leader.

Gli Stati Uniti erano diventati, per Trump "la discarica dei problemi di chiunque altro". Per la prima volta un candidato presidente, nel giorno, tra l'altro, in cui presenta la propria candidatura, attacca direttamente gli immigrati e coloro che hanno consentito lo sviluppo di questo fenomeno. La destra, che fino a quel momento aveva evitato di esporsi direttamente con affermazioni dirette contro l'immigrazione per paura di perdere consensi, ne ha guadagnati. Il politicamente corretto, contro cui Trump si schiera e che aveva invece caratterizzato le campagne elettorali dei suoi predecessori è la sua arma in più.

Tutto ciò è apparso fin da subito evidente nel seguito appassionato che Trump ha sviluppato nella sua campagna contro il 'politically correct': invece di farlo sprofondare nei sondaggi, come molti si aspettavano dopo la sua prima e molto controversa conferenza stampa, il suo indice di apprezzamento è cresciuto. Poi è cresciuto ancora. E ha continuato a crescere"³⁵.

La comunicazione politica che ha permesso a Trump di vincere le elezioni nel 2016 è stata caratterizzata da slogan diretti ad attaccare il suo avversario e ad accrescere il proprio elettorato. Dai comizi nelle piazze ai messaggi sui social, Trump ha trattato diverse tematiche. Tralasciando lo slogan principale della sua campagna, di cui si è detto, un tema assolutamente rilevante e, forse, decisivo è stato quello del

³⁵ Neiwert, David *Alt-America* trad. Coppola Bologna; Minimum fax, 2019

“*wall*”. L’unico modo per contrastare l’immigrazione clandestina sarebbe stato quello di erigere un muro, lungo il confine col Messico, a spese di quest’ultimo. Una grande opera, diventata uno dei cavalli di battaglia di Trump in campagna elettorale, con un messaggio che arrivava diretto e chiaro all’elettorato bianco, cui Trump si rivolge, in forte difficoltà economica. In realtà, però, anche molti ispano-americani, conquistata la loro posizione negli Stati Uniti, non avendo alcuna voglia di dividerla con altri, sostenevano il candidato newyorkese che continuava ad acquisire consensi.

“Costruirò un grande muro – e nessuno costruisce muri meglio di me, credetemi – e lo costruirò molto economicamente. Costruirò un grande, grande muro sul nostro confine meridionale, e farò sì che sia il Messico a pagare per quel muro. Segnatevi le mie parole”. Donald Trump, facendo riferimento alle sue origini e al settore che ha fatto la sua fortuna porta avanti la propria campagna di contrasto all’immigrazione. Proprio quello dell’immigrazione e del “muro” col Messico è uno dei temi di scontro principali fra i candidati alla presidenza. “Abbiamo un confine sicuro. Non c’è alcuna necessità per questa retorica e demagogia che è ancora portata avanti dal lato repubblicano. Avete finito le scusanti. Passiamo a una riforma globale dell’immigrazione con un percorso alla cittadinanza”. Queste, invece, le parole con cui la candidata democratica Hillary Clinton esprimeva le posizioni del partito sul tema, risultato decisivo, dell’immigrazione.

Un’altra parola fondamentale in quella campagna elettorale è stata *crooked*. Riferita all’avversario Clinton il significato letterale è “corrotta”. La corruzione era uno degli aspetti su cui maggiormente ha fatto leva Donald Trump. Non c’era comizio o messaggio sui social in campagna elettorale nel quale l’imprenditore non facesse riferimento a questo aspetto. “*Crooked* Hillary sta spendendo una fortuna in spot elettorali contro di me. Io sono l’unica persona che lei non vuole come sfidante. Sarà un vero spasso.” Questo è solo uno dei tanti tweet nei quali il candidato repubblicano si riferisce alla sfidante definendola corrotta.

“*Such a nasty woman*”, anche in questi termini è stata definita Hillary Clinton in campagna elettorale. Una donna tanto odiosa e corrotta, appunto. Spesso, poi, a questi termini seguivano smorfie di disgusto che, in pochi minuti, facevano il giro dei social network, diventando virali e accrescendo la notorietà e il consenso del candidato repubblicano. Una strategia certamente discutibile e senza precedenti, ma, evidentemente, efficace.

C'è, infine, un ultimo aggettivo importante nella campagna elettorale di Trump. “*Rigged*”, riferito a quel meccanismo elettorale che, a detta dell'imprenditore, sarebbe truccato. In realtà, però, proprio quel meccanismo elettorale lo porterà alla presidenza degli Stati Uniti d'America. Quello stesso meccanismo, però, solo quattro anni dopo, al termine di alcune ore di incertezza, in cui il risultato elettorale sembrava poter confermare la presidenza di Trump, porterà alla Casa Bianca il democratico Joe Biden.

A partire dal 20 gennaio 2017, data del suo insediamento ufficiale, Donald Trump ha iniziato un processo di riforme non indifferente. Nella sola prima settimana alla presidenza degli Stati Uniti ha firmato sei ordini esecutivi, ha ritirato gli Stati Uniti dal Partenariato Trans-Pacifico, ha riaperto i progetti di costruzione di *Keystone XL* e *Dakota Access Pipeline* e ha firmato un ordine esecutivo col quale dare il via alla progettazione e alla costruzione del “muro” con gli Stati Uniti Messicani.

In tema di immigrazione sono state diverse le innovazioni apportate da Trump. Il 27 gennaio, ad appena una settimana dal suo insediamento, il Presidente ha firmato un ordine esecutivo col quale sospendeva l'ammissione di rifugiati per 120 giorni e negava l'accesso sul territorio statunitense ai cittadini di diversi Paesi asiatici e africani per 90 giorni, citando preoccupazione in tema di terrorismo.

Immediatamente, dopo essere stato eletto Trump ha espresso il desiderio di correre per un secondo mandato. Ha depositato la propria candidatura presso la commissione elettorale ancor prima di insediarsi ufficialmente alla Casa Bianca. La commissione per la campagna elettorale del 2016 si è trasformata in una commissione per la rielezione nel 2020. Il noto slogan “*make America great again*” si è trasformato in “*keep America great*”. Far restare grande quel Paese che grande è tornato grazie a lui. La campagna elettorale del 2020 è stata totalmente influenzata dalle vicende che hanno investito gli Stati Uniti e il pianeta intero nel periodo precedente e nelle settimane stesse della campagna.

Molti sono stati gli elementi comuni del 2020 con la campagna elettorale precedente. L'avversario era cambiato ma la comunicazione politica di Trump è rimasta fedele alla linea che lo ha portato al trionfo nel 2016. Il 25 aprile del 2019, appena appresa la notizia della candidatura di Biden il Presidente ha twittato “Benvenuto in gara *SleepyJoe*”.

Da *Crooked Hillary* a *SleepyJoe*, passando per *Crazy Bernie*, nomignolo affibbiato al socialista Bernie Sanders, *Pocahontas Warren*, soprannome dato alla

senatrice Elizabeth Warren o ancora *The rocket man* ovvero l'uomo razzo come è stato definito il dittatore nord-coreano Kim Jong-un a causa delle minacce avanzate dal leader asiatico di ricorrere all'uso di testate nucleari; pur cambiando le vittime della pungente strategia comunicativa di Donald Trump, il modo di agire è sempre rimasto costante.

“A volte dicono: "Non si comporta da presidente." [...] Con l'eccezione del grande Abraham Lincoln, potrei essere più presidenziale di chiunque altro abbia ricoperto questo ruolo.” (Donald Trump)

2.4 Investimenti in campagna elettorale e il ruolo di Cambridge Analytica

Le elezioni presidenziali americane del 2020, come e più delle precedenti, hanno rappresentato un grande campo di battaglia per comunicatori di ogni genere. Dai mezzi tradizionali ai social media, i due schieramenti hanno dato fondo a tutte le risorse per risultare vincenti, in un contesto in cui la pandemia galoppante ha reso difficili se non impossibili comizi e comunicazione *face-to-face*³⁶.

La campagna elettorale statunitense del 2020 è stata la consacrazione definitiva dei social come mezzo di comunicazione politica per eccellenza.

*Advertising Age*³⁷ ha condotto un'analisi post voto dalla quale emergono i numeri delle cifre spese dalle due fazioni che si contendevano la presidenza nel 2020. Alcuni Stati dei 50 che formano la repubblica federale statunitense sono, tradizionalmente, schierati con una o con l'altra fazione. Spesso, dunque, i candidati presidente concentrano i propri sforzi in campagna elettorale per cercare di portare dalla loro parte gli Stati che, invece, dai sondaggi risultano maggiormente contesi. La campagna elettorale del 2020 ha visto, nelle ultime settimane in particolare, investire cifre enormi nel tentativo, da parte dei candidati, di accaparrarsi gli Stati nei quali ancora non si registrava un predominio netto di uno dei due. I democratici hanno investito per ciascuno dei voti elettorali in palio 7,4 milioni di dollari per spot radio e TV in Pennsylvania contro 4 dei Repubblicani; in Arizona 6,5 milioni a fronte di 4,7 spesi dai repubblicani; in Wisconsin 7,1 contro 4; in Michigan 5,7 contro 1,9; per una

³⁶ <https://www.ilpost.it/spot/2020/11/10/pubblicita-e-social-network-nelle-elezioni-americane/>

³⁷ Advertising Age: global media brand

cifra totale, a livello nazionale, di 3820 milioni di dollari investiti dai democratici contro 2271 dei repubblicani.

“Le grandissime somme di denaro spese sono state in molti casi allocate con scarsa avvedutezza.”(Il Post, 10 novembre 2020). In particolare vi sarebbero, secondo la sopracitata *Ad Age*, spese poco sensate che non avrebbero fruttato al candidato alcun ritorno in termini di consenso elettorale, o, comunque, ritorni non proporzionati all’investimento fatto. Un esempio è l’idea dello staff di Joe Biden di spendere 6,1 milioni di dollari per uno spot su *Fox News* nel periodo dopo le primarie; uno dei media da sempre vicini al repubblicano Trump e con un pubblico principalmente schierato verso quest’ultimo.

Anche dal punto di vista creativo lo sforzo democratico è stato particolarmente importante. Un esempio, citato da *Ad Age*, è quello di uno spot, rivolto ai giovani, in cui questi giocavano su un ovale animato che riproduceva celebri affermazioni di Trump; affermazioni che venivano cancellate nel momento in cui si invitava ad annerire il simbolo di Biden sulla scheda elettorale. Spot certamente rilevanti dal punto di vista creativo ma, probabilmente, poco efficaci nel cambiare l’opinione di un pubblico con un’idea già parzialmente definita. Spot che, addirittura, potevano essere controproducenti per gli stessi democratici lasciando ai repubblicani appigli per rispondere come, nel caso dello spot suddetto, il messaggio “la sinistra che vuole cancellare gli avversari” usato dal team di Trump in replica.

La maggior parte degli sforzi in campagna elettorale sono stati volti, sottolinea ancora *Ad Age*, a screditare l’avversario piuttosto che a convincere del perché votare per un candidato. Azioni di questo tipo sono sempre più frequenti in campagna elettorale. “Un ruolo importante in questo predominio della comunicazione “contro-” è stato giocato da gruppi come *The Lincoln Project*” (Il Post, 10 novembre 2020). Conservatori, potenziali elettori repubblicani, dunque, hanno avviato un’offensiva comunicativa senza precedenti per tentare di evitare la rielezione di Trump.

I risultati apparentemente incredibili e, spesso, inaspettati ottenuti dal candidato Donald Trump nelle elezioni presidenziali del 2016, prima e del 2020, poi con investimenti nettamente inferiori in pubblicità e propaganda politica rispetto agli avversari sono certamente il frutto di un’ottima strategia online ma, in verità, fattori esterni potrebbero aver giocato un ruolo importante.

Nel 2013, a Londra viene fondata *SCL Group*, successivamente nota come *Cambridge Analytica*, una società di consulenza che, il 2 maggio 2018 dichiarerà

ufficialmente bancarotta a seguito degli scandali da cui è stata investita. Il 17 marzo 2018 *The New York Times*, *The Observer* e il *The Guardian* hanno riferito circa l'uso, da parte dell'azienda delle informazioni personali acquisite su 87 milioni di utenti, principalmente statunitensi, tramite *Facebook*, senza autorizzazione degli stessi, da Aleksandr Kogan, ricercatore dell'Università di Cambridge che ha dichiarato di averle raccolte con scopi puramente accademici. Il ricercatore sviluppò un'app chiamata *This Is Your Digital Life*, fornendola a *Cambridge Analytica* che a sua volta ha organizzato un processo di consenso informato per la ricerca in cui diverse centinaia di migliaia di utenti di *Facebook* avrebbero accettato di completare un sondaggio per solo uso accademico. Tuttavia il design di *Facebook* ha consentito all'azienda inglese di acquisire le informazioni personali di tutti gli utenti che avevano partecipato al sondaggio e di quelli collegati a questi ultimi fornendo a *Cambridge Analytica* i dati di milioni di utenti di *Facebook* (87 milioni di cui 70,6 residenti negli Stati Uniti). I dati sottratti, pagine piaciute, compleanno e città di residenza, erano abbastanza dettagliati da consentire all'azienda di creare profili psicologici dei possessori dei dati e, per una data campagna politica, i dati sarebbero stati abbastanza precisi da poter creare dei profili ai quali suggerire che tipo di pubblicità sarebbe stata più pertinente al fine di persuadere una particolare persona.

Gli eventi che *Cambridge Analytica* sembra aver influenzato sono le campagne elettorali dei politici statunitensi Trump e Cruz, il caso *Brexit* del 2016 e le elezioni del Messico del 2018. Anche la campagna presidenziale statunitense del 2020 avrebbe potuto essere influenzata. Il CEO di *Facebook* Mark Zuckerberg, dopo essersi scusato con gli utenti vittima di violazione si è impegnato a rivedere e modificare la policy del social al fine di prevenire il verificarsi di situazioni analoghe, testimoniando al Congresso il 10 aprile 2018 ha dichiarato “è stato un mio errore e ne sono dispiaciuto. Io ho creato *Facebook*, io lo mando avanti, e sono io il responsabile di ciò che accade”.

La società inglese, che a detta di Alexander Nix, CEO di *Cambridge Analytica*, “gestiva tutta la campagna elettorale sulle piattaforme digitali di Donald Trump” potrebbe aver influenzato con decisione le elezioni presidenziali degli Stati Uniti d'America del 2016. Prioritario per le *big tech* era, allora, appunto, scongiurare in ogni modo per le presidenziali del 2020 la possibilità che potesse verificarsi una nuova *Cambridge Analytica*. “*Google* e *Facebook* erano stati tra i primi a dotarsi di apposite linee guida per chi volesse investire in sponsorizzate e annunci elettorali sulle proprie piattaforme ed erano linee guida ispirate soprattutto alla necessità che fosse

sempre chiaro all'elettore chi pagasse per veicolare quale messaggio"³⁸. Le suddette linee guida, all'avvicinarsi dell'*election day* si facevano sempre più stringenti con la possibilità, tra l'altro, di bloccare completamente la pubblicità politica.

Donald Trump ha avviato una vera e propria guerra contro le *big tech* dopo che *Twitter* ha, per la prima volta, segnalato come infondato un suo controverso *tweet* contro il voto via posta del 2020. L'allora presidente uscente aveva minacciato la modifica al *Telecommunication Act* del 1996 che solleva i social da responsabilità circa le condivisioni degli utenti. A differenza della piattaforma ideata da Dorsey, *Facebook* aveva assunto un atteggiamento decisamente più prudente sottolineando l'impossibilità per un social di ergersi ad "arbitro della verità".

"La privacy è talvolta collegata all'anonimato, al desiderio di passare inosservati e non farsi riconoscere in pubblico. Solitamente, quando si considera privato qualcosa, è perché ciò ha per noi un'importanza intrinsecamente speciale, o ci tocca personalmente"³⁹.

2.5 Parler: la comunità di Trump

Alla fine di maggio del 2020 la piattaforma *Twitter* ha deciso di segnalare un *tweet* in cui Donald Trump minacciava di sparare contro i saccheggiatori che hanno agito durante le proteste del movimento *Black Lives Matter*. Il social fondato da Jack Dorsey non è, però, l'unico ad essersi schierato contro i post del 45esimo presidente degli Stati Uniti. *Reddit*, social che nel 2018 contava oltre 500 milioni di utenti attivi mensilmente, ha deciso di chiudere la più grande tra le sue sezioni di sostenitori di Trump. Anche *Twitch*, piattaforma di *livestreaming* di proprietà di *Amazon*, ha sospeso temporaneamente il canale di Trump per aver violato i termini relativi alla "condotta che promuove odio". *Snapchat*, social basato sulla condivisione di immagini, video e brevi testi, ha, invece, smesso di promuovere i messaggi e le immagini sul canale di Trump al fine di "non amplificare voci che incitano alla violenza razziale". Infine anche il social che meno si era esposto ha preso posizione:

³⁸ <https://www.insidemarketing.it/social-media-durante-le-presidenziali-americane-2020/>

³⁹ Bauman, Zigmunt *Cose che abbiamo in comune. 44 lettere dal mondo liquido* 2010

Facebook ha comunicato che la *policy* di tolleranza zero verso post che incitano alla violenza non avrebbe fatto eccezioni per i politici.

Non avere la possibilità di comunicare sui social, per un politico che su questa comunicazione ha costruito la sua fortuna è, certamente, un duro colpo. Lo staff di Trump ha reagito duramente all'esclusione da queste piattaforme. In particolare Brad Parscale, ex capo della comunicazione di Trump, licenziato dopo il fallimento del comizio di Tulsa, ha minacciato di abbandonare *Twitter* e spostare su un'altra piattaforma tutto il peso, in termini di audience, dell'allora presidente degli Stati Uniti. Il 19 giugno 2020 alle 5,14 Parscale ha twittato "*Hey Twitter, your days are numbered*", allegando a questo "ultimatum" lanciato alla piattaforma di Dorsey un link che rimandava direttamente ad un altro social. La piattaforma in questione si chiama *Parler* e promette di essere il regno della libertà di espressione, lontana dai pregiudizi di sinistra e dal politicamente corretto. Fondata nel 2018 dal ventisettenne John Matze, *Parler* ha rapidamente raggiunto un pubblico vastissimo.

Rafael Edward Cruz, candidato alle primarie del partito repubblicano in vista delle elezioni presidenziali del 2016, ha dichiarato in un video poi ripostato sui suoi profili social

Twitter, Facebook, Google, YouTube: questi sono alcuni dei siti più visitati al mondo. Sono guidati da *miliardari di sinistra della Silicon Valley*; hanno una capacità senza precedenti di dare forma a ciò che gli americani vedono, sentono e infine pensano. E usano questo potere per *mettere a tacere i conservatori* e promuovere la loro agenda di sinistra radicale.

Cruz si diceva fiero di iscriversi finalmente a *Parler*, un social network che rispetta la libertà di espressione.

"Su *Parler* non c'è censura, non ci sono *fact checker* e nessuna segnalazione che dica alle persone cosa dire e cosa pensare. La cosa migliore è che tutti possano esporsi con una pessima idea e poi venire zittiti attraverso il dialogo pubblico". Queste le parole di Matze, fondatore della piattaforma in un'intervista rilasciata a *Forbes*.

Nonostante la libertà di espressione che caratterizza questo social, però, non tutto è concesso su *Parler*. È vietato, ad esempio, fare spam, sostenere organizzazioni terroristiche, condividere materiali pornografici o che incoraggino l'uso delle droghe o diffondere minacce che infliggano danni fisici. Sembra essere, almeno apparentemente, un luogo in cui la destra, anche nella sua componente più estrema è maggiormente libera di esprimersi.

Ancora Matze, in un'altra intervista, ha dichiarato di non volere che il social, nonostante la sua propensione marcata, si trasformi in un "covo di estrema destra". Per questo motivo il fondatore della piattaforma ha offerta 20mila dollari a "opinionisti di sinistra con almeno 50mila *follower*" per unirsi a *Parler*. I risultati non sono stati positivi e *Parler* sembra confermarsi un social che tende a raccogliere un pubblico di destra, più o meno estrema.

La notorietà della piattaforma di Matze è cresciuta vertiginosamente dopo la vittoria nelle elezioni presidenziali del 2020 del candidato democratico Biden. Gli iscritti erano infatti quasi raddoppiati, passando da 4,5 milioni ad oltre 8 milioni. Dopo i tragici eventi del 6 gennaio 2021, però, *Apple*, *Google* e *Amazon* hanno bloccato *Parler*: le prime due rimuovendo il social dal loro *app store*; *Amazon* l'ha, invece, estromessa dal proprio servizio di *web hosting* a seguito di violazioni alle sue regole contando, sulla piattaforma 98 post ritenuti di incitazione alla violenza.

A beneficiare del blocco a *Parler* è stata un'altra piattaforma: *Gab*. Il social, graficamente simile a *Twitter*, fondato nel 2016, per *policy* non giudica cosa sia *hate speech* e cosa non lo sia e, a differenza di *Parler*, dispone di propri server. *Gab*, a seguito del blocco del social di Matze, il 9 gennaio 2021 ha dichiarato in un post di crescere al ritmo di 10.000 nuovi iscritti ogni ora.

Conservatori più moderati fino agli esponenti dell'Alt-Right statunitense stanno migrando dai social tradizionali, che hanno sospeso o bloccato gli account ufficiali del presidente uscente a causa di "messaggi violenti", verso piattaforme alternative che assicurano di non moderare i contenuti dei post se non nei casi più estremi. Con la conseguenza che i messaggi di odio, razzismo e violenza si moltiplicano velocemente⁴⁰.

⁴⁰ <https://tg24.sky.it/mondo/2021/01/10/parler-gab-social-supporter-trump>

“Dobbiamo prendere atto che l'assalto armato al Congresso della prima potenza mondiale che non ha esitato a scatenare guerre in tutto il Mondo nel nome della democrazia, ci fa toccare con mano la crisi profonda della democrazia come sistema rappresentativo della volontà popolare, garante della sovranità popolare, fulcro dello stato di diritto fondato sulla certezza e sul primato della legge, ma anche come l'istituto costituzionale atto a assicurare la governabilità dello Stato.” (Magdi Allam)

3.1 Gli ultimi mesi della presidenza Trump

L'ultimo periodo di Donald Trump alla presidenza degli Stati Uniti d'America è stato caratterizzato da avvenimenti che, certamente, hanno influito in maniera decisiva sulla mancata rielezione dell'imprenditore newyorkese. Tra questi si colloca la pandemia da COVID-19 che ha sconvolto gli equilibri mondiali nonché avvenimenti interni al Paese come l'uccisione, avvenuta il 25 maggio 2020 a Minneapolis, dell'afroamericano George Floyd.

Il 4 ottobre del 2019 è stato registrato, negli Stati Uniti, un tasso di disoccupazione pari al 3,5%, il più basso dal 1970. Artefice principale del grande risultato ottenuto fu proprio Donald Trump che, grazie alle sue politiche in tema di occupazione è riuscito ad ottenere un risultato che forse, senza l'intromissione di eventi esterni e incontrollabili, avrebbe potuto portarlo a riconfermarsi presidente nel quadriennio successivo.

Il 2020 è stato un anno nel quale il mondo intero si è trovato a dover combattere contro il COVID-19, un virus probabilmente proveniente dalla Cina e che, in poco tempo, ha fatto registrare casi di positività in tutto il mondo. Trump ha proclamato, il 3 marzo del 2020, lo stato di emergenza a causa della presenza di casi positivi fra alcuni cittadini statunitensi. A poco più di un anno di distanza negli Stati Uniti si erano registrati quasi 30 milioni di casi totali ed oltre mezzo milione di

decessi⁴¹. Quel tasso di disoccupazione che aveva raggiunto minimi storici comincia a salire nuovamente a causa della crisi dovuta alla pandemia tanto che, l'8 maggio del 2020 si registra la percentuale di disoccupati più alta dal dopoguerra con oltre 20 milioni di statunitensi che avevano perso il proprio posto di lavoro, il 14,7% del totale.

“Trump ha reagito al coronavirus con il *Cares Act*, una legge bipartisan da 2200 miliardi di dollari che ha fornito le risorse urgenti necessarie al sistema sanitario e che, nel contempo, ha offerto aiuto immediato e diretto alle piccole e medie imprese con meno di 500 dipendenti”⁴². Nonostante i tentavi di arrestare la rapida e imminente discesa dell'economia del Paese e l'incremento del tasso di disoccupazione, la crisi dovuta al COVID-19, unita a scelte poi rivelatesi controproducenti, ha, probabilmente, rappresentato la “fine politica” di Donald Trump. “Mai come in queste elezioni i dati sulla disoccupazione dei mesi precedenti il voto, da maggio a ottobre, modelleranno l'umore finale della gente. In parallelo con gli indici della borsa, i senza lavoro saranno il termometro più immediato della velocità e dell'intensità con cui l'America uscirà dalla crisi” (Maggi, 2020).

A fine maggio del 2020 un altro dramma ha colpito gli Stati Uniti: l'omicidio dell'afroamericano 46enne George Floyd, commesso dal poliziotto Derek Chauvin. L'agente dopo aver arrestato Floyd, sospettato di aver tentato di effettuare un acquisto con una banconota contraffatta, lo ha immobilizzato a terra impedendogli di respirare. I media internazionali diffusero il filmato dell'arresto che ebbe una vastissima diffusione e portò a molte manifestazioni di protesta contro l'abuso di potere da parte della polizia, accusata, anche, di comportamenti razzisti. “La morte di George Floyd nelle strade di Minneapolis è stata una grave tragedia. Non sarebbe mai dovuta accadere. Ha riempito gli americani in tutta la nazione di orrore, rabbia e dolore”. Questo il commento dell'allora presidente Trump, rilasciato il 30 maggio del 2020.

Quando molti Stati, poi, si apprestavano a riaprire le attività commerciali al termine della prima “ondata” di COVID-19, il presidente ha dovuto fronteggiare l'emergenza delle sommosse organizzate dal gruppo delle “marxiste addestrate”. “Sono il vostro presidente della legge e dell'ordine. Porremo fine ai tumulti e alla situazione di illegalità che si sta espandendo nel Paese. E lo faremo presto”. Con queste parole, rilasciate il primo giugno del 2020, a pochi mesi dalle elezioni, Trump ha spronato governatori e sindaci a usare il pugno di ferro contro i criminali che devastavano molte città.

⁴¹ Centers for Disease Control and Prevention 20 marzo 2021

⁴² Maggi, Glauco *Il guerriero solitario* Milano; Mind edizioni, 2020

Nei mesi di giugno e luglio del 2020 i sondaggi hanno mostrato l'allora presidente in grave difficoltà. Secondo *Gallup*⁴³ il suo rating di popolarità al 6 luglio era del 38%, 11 punti in meno rispetto ad appena due mesi prima. A favorire questo risultato sono stati, soprattutto, senza dubbio, gli eventi sopracitati.

“Nell'accidentata campagna del 2020 a Trump sono rimasti favorevoli soltanto la statistica dei presidenti e il cosiddetto aneddoto del cavallo di Abraham Lincoln” (Maggi, 2020). Il vantaggio dei presidenti che cercano la rielezione, in campagna elettorale, è quello di poter sfruttare il palcoscenico della Casa Bianca per rafforzare la propria immagine; un fattore decisivo può essere proprio il “cavallo di Lincoln”.

Nel 1864 Lincoln, primo repubblicano ad essere eletto alla Casa Bianca, era alle prese con una contestata rielezione, criticato anche all'interno del suo stesso partito. L'allora presidente raccontò la storia di un vecchio contadino olandese che aveva ricordato al suo compagno di lavoro come “cambiare cavallo mentre si attraversa un torrente” non fosse la cosa migliore da fare. In quel caso il “torrente” era rappresentato dalla Guerra di Secessione; nel caso del Presidente Trump, invece, il torrente che gli Stati Uniti stavano attraversando era quello della lotta al COVID-19.

Spesso, dopo Lincoln, i presidenti hanno cercato la rielezione durante gravi crisi nazionali giocando la carta della continuità. “Nella storia americana, più spesso che no, le elezioni in tempo di guerra si sono concluse con guadagni inattesi di voti a favore del presidente in carica e del suo partito”⁴⁴. Donald Trump, come molti dei suoi predecessori non è riuscito ad ottenere un secondo mandato per governare per altri 4 anni la prima potenza economica del pianeta. Da Adams a Ford, da Carter a Bush la lista dei presidenti non rieletti è lunga e, a volte, coincidente con periodi di crisi che il Paese e il suo leader si sono trovati ad affrontare.

3.2 3 novembre 2020: Election day

⁴³ Gallup Inc. società americana di analisi e consulenza con sede a Washington DC

⁴⁴ Norpoth, Helmuth *New York Post*; 29 marzo 2020

“In queste elezioni la vera sfida non è tra Trump e Biden. Ma tra Trump e la democrazia. Trump contro la scienza. Trump contro il salario minimo. Trump contro la possibilità di rendere accessibile a tutti il college. Trump contro l'assistenza sanitaria. C'è troppo in ballo.” (Bernie Sanders)

Il 3 novembre del 2020 si sono tenute, negli Stati Uniti, le 59esime elezioni presidenziali della storia del Paese. Gli elettori sono stati chiamati a eleggere i cosiddetti Grandi Elettori che il 14 dicembre 2020 si sono riuniti nel collegio elettorale per eleggere il nuovo presidente e il suo vice. L'affluenza al voto è stata al 66,7%, la più alta dal 1900 ed entrambi i candidati hanno battuto il record totale di preferenze precedentemente detenuto da Barack Obama. Il vincitore delle elezioni del 2020 è stato Joe Biden, che ha interrotto una tradizione di presidenti rieletti al secondo mandato che andava avanti dal 1992.

Biden, candidato alla presidenza dal Partito Democratico, è stato senatore per lo stato del Delaware tra il 1973 e il 2009 e vicepresidente degli Stati Uniti tra il 2009 e il 2017. L'11 agosto del 2020, dopo aver già ufficializzato la propria candidatura, Biden annuncia a sorpresa di aver individuato in Kamala Harris, già senatrice democratica e Procuratrice Generale per la California, la candidata alla vicepresidenza.

Donald Trump, candidato alla presidenza dal Partito Repubblicano, ha, invece, da subito annunciato di voler confermare la candidatura del vicepresidente Mike Pence. I repubblicani non si sono schierati in massa a sostegno del presidente uscente ma, alcune frange del partito, in particolare quelle più moderate, hanno ostacolato la ricandidatura del newyorkese. Il primo politico repubblicano a sfidare apertamente la candidatura di Trump è stato l'ex governatore del Massachusetts Bill Weld cui sono seguiti Walsh e Sanford. Nessuno degli oppositori però è riuscito a primeggiare.

Candidata del Partito Libertario è stata, invece, Jo Jorgensen, docente di psicologia all'università di Clemson. La candidata Jorgensen è stata l'unica candidata donna alla presidenza del 2020 con accesso ad almeno 270 voti dei grandi elettori e ha ricevuto il sostegno del candidato libertario alle elezioni del 2012 e del 2016 Gary Johnson e del primo membro libertario del Congresso Justin Amash. Per il partito verde, invece, il candidato scelto per concorrere è stato Howie Hawkins, co-fondatore del partito stesso.

Un ruolo decisivo nella vittoria del candidato democratico alla presidenza lo ha giocato il voto postale. Complice la pandemia da COVID-19 che nelle settimane precedenti le elezioni continuava a mietere vittime, molti degli elettori statunitensi hanno deciso di non recarsi fisicamente alle urne per scegliere il loro presidente. La maggior parte dei voti spediti via posta, come previsto da Trump, sono stati a favore del democratico Biden.

Joe Biden ha vinto le elezioni presidenziali del 2020 ma, sin dalle ore immediatamente successive allo spoglio, il presidente uscente si è rifiutato di riconoscere la vittoria dello sfidante, minacciando ricorsi legali e paventando brogli elettorali. La decisione che Trump ha preso di non riconoscere la vittoria dell'avversario democratico non aveva precedenti ed ha scatenato i media internazionali insieme alle dichiarazioni del Segretario di Stato Mike Pompeo secondo il quale la transizione dei poteri sarebbe avvenuta “verso una seconda amministrazione Trump”. Le azioni suddette hanno suscitato critiche da parte dei media e degli stessi repubblicani tra cui Bush e Romney che, invece, si sarebbero limitati a esprimere le proprie congratulazioni al candidato vincente.

Donald Trump ha continuato nei giorni immediatamente seguenti l'*Election day* a diffondere, prevalentemente tramite i suoi canali social, accuse riguardanti presunti malfunzionamenti dei sistemi per la trasmissione del conteggio dei voti dai seggi e ha insistito nel sostenere la tesi secondo cui quelle elezioni sarebbero state affette da una serie di irregolarità: voti effettuati da persone decedute, mancanza di corrispondenza tra i numeri delle schede elettorali e quelli dei votanti registrati o, ancora, situazioni nelle quali sarebbe stato vietato l'accesso ai seggi agli osservatori repubblicani nel corso dello spoglio elettorale. L'Organizzazione per la sicurezza e la cooperazione in Europa ha definito infondate le affermazioni del presidente uscente e ha accusato Trump di portare avanti un abuso di potere.

Il team legale dell'imprenditore ha provato a ribaltare il risultato elettorale individuando nella legislazione dello stato del Michigan una legge in base alla quale in caso di risultati elettorali contestati la scelta dei delegati spetterebbe alla legislatura dello stato, indipendentemente dal voto popolare. Sono, dunque, stati convocati alla Casa Bianca i due membri repubblicani del consiglio elettorale dello Stato del Michigan, che hanno espresso, però, un parere negativo circa un possibile rovesciamento del voto popolare. Lo stesso consiglio elettorale con 3 voti favorevoli e un astenuto ha certificato, il 23 novembre 2020, i risultati delle elezioni. Lo stesso giorno, a seguito del fallito rovesciamento, Trump ha comunicato tramite la sua

pagina *Twitter* di aver messo a disposizione la sua squadra per gestire il periodo precedente l'insediamento dello sfidante vincitore.

3.3 Dalle contestazioni sui social alle manifestazioni di piazza

Una serie di manifestazioni di contestazione, non sempre organizzate o autorizzate, si sono tenute in diverse città statunitensi a supporto del presidente uscente Donald Trump o dello sfidante vincitore Joe Biden, dopo il 3 novembre del 2020. Già dalla notte tra il 3 e il 4 novembre, appena i seggi sono stati chiusi, il presidente Trump ha contestato il conteggio dei voti paventando operazioni illecite di manipolazione del voto. “Vinceremo. Per quanto mi riguarda, abbiamo già vinto”⁴⁵.

Le proteste sono iniziate già dalle ore immediatamente successive la chiusura dei seggi elettorali. Il 4 novembre 2020, a Phoenix, Arizona si sono riuniti i manifestanti pro-Trump per chiedere che venissero contati i voti rimanenti nella città. Lo stesso giorno in diverse città tra cui Los Angeles, Seattle, Minneapolis e San Diego manifestazioni analoghe hanno portato a disordini e costretto le forze dell'ordine a intervenire.

Il 5 novembre, appena due giorni dopo le elezioni, il social network *Facebook* ha rimosso una pagina chiamata “*Stop the Steal*” che letteralmente significa “fermare il furto”. Il furto in questione sarebbe quello commesso da Joe Biden ai danni del presidente uscente Trump che sarebbe il vincitore reale delle elezioni. La pagina era stata utilizzata, prima della chiusura, per organizzare proteste contro i presunti brogli elettorali. Nel momento in cui *Facebook* ha ufficialmente dichiarato la chiusura della pagina perché questa “incitava alla violenza”, la stessa cresceva al ritmo di 1000 *follower* ogni 10 secondi e aveva raggiunto oltre 300mila iscritti in tutto il territorio degli Stati Uniti. Lo stesso giorno i manifestanti pro-Trump si sono riuniti ad Atlanta, all'esterno della *State Farm Arena* nella quale venivano conteggiati i voti protestando affinché venisse interrotto “l'imbroglio” in corso.

⁴⁵https://www.realclearpolitics.com/video/2020/11/04/trump_we_did_win_this_election_this_is_a_major_fraud_on_our_nation.html

Il 6 novembre, a 3 giorni dal voto, mentre il duo Biden-Harris si apprestava a vincere ufficialmente le elezioni del 2020 diverse manifestazioni, anche violente, si sono tenute negli Stati Uniti. A Detroit un gruppo di manifestanti armati pro-Trump si è radunato all'esterno della sala di conteggio dei voti del *TFC Center*. Un episodio analogo si è verificato a Youngstown, Ohio dove circa 50 manifestanti armati si sono radunati davanti l'emittente televisiva *WKBN*. Lo stesso è avvenuto in altri stati tra cui Arizona, Pennsylvania o Michigan.

Nei giorni seguenti, all'avvicinarsi della conferma della vittoria di Biden, le manifestazioni si sono intensificate e hanno visto un numero sempre maggiore di città coinvolte. A North Las Vegas, Nevada circa 100 sostenitori di Trump hanno manifestato davanti al dipartimento elettorale della Contea di Clark; a Lansing, Michigan più di 500 sostenitori del newyorkese si sono incontrati per protestare davanti al Campidoglio; a Raleigh, Carolina del Nord il movimento *Student for Trump* ha guidato le proteste in diversi punti della città; a Salem, Oregon due diverse contestazioni contro i presunti brogli elettorali hanno portato all'arresto di 4 persone.

Il 14 novembre, a 11 giorni di distanza dal giorno delle elezioni, a Washington DC migliaia di manifestanti si sono mobilitati per sostenere Trump. Tra i partecipanti vi erano nazionalisti bianchi ma anche membri di gruppi di estrema destra con elmetti e giubbotti antiproiettile e alcuni membri repubblicani del Congresso. Il presidente Trump ha salutato i manifestanti mentre, scortato da forze dell'ordine e servizi segreti attraversava la *Pennsylvania Avenue*, una delle strade principali di Washington DC. Quel giorno diversi individui sono stati arrestati sia tra i sostenitori di Trump che tra gli oppositori. Infatti, diversi manifestanti anti-Trump si sono riuniti rubando e incendiando cappelli e bandiere del *MAGA*⁴⁶. I disordini sono giunti al culmine quando, a pochi passi dalla Casa Bianca sono scoppiate risse tra manifestanti e contro-manifestanti, alcuni dei quali armati.

Le manifestazioni anti-Trump sono state un fenomeno che si è sviluppato accanto e insieme a quello delle manifestazioni a favore del presidente uscente. Già a partire dal giorno dopo l'*Election Day*, in importanti città degli Stati Uniti come Chicago, Houston o Minneapolis migliaia di manifestanti hanno protestato contro le dichiarazioni di presunti brogli rilasciate dal presidente. Il 5 novembre a Filadelfia, Pennsylvania gruppi di dimostranti anti-Trump si sono riuniti all'esterno del *Philadelphia Convention Center* dove venivano conteggiati i voti elettorali con cartelli

⁴⁶ Make America Great Again

e striscioni che invitavano a contare ogni voto. Al contrario, i manifestanti pro-Trump presenti invitavano a interrompere il conteggio.

Non sono mancate proteste di oppositori di entrambi i candidati. A Portland, Oregon centinaia di antianarchici e antifascisti hanno protestato contro entrambi i candidati alla presidenza. La *Oregon Army National Guard* è stata costretta, dopo l'acuirsi delle proteste a intervenire ponendo in arresto 17 manifestanti.

Le manifestazioni, organizzate in molti casi via social, sono andate avanti per i mesi di novembre e dicembre senza sosta e in molte fra le città più importanti del Paese. Il culmine è stato raggiunto il 6 gennaio 2021 con l'assalto al Campidoglio degli Stati Uniti d'America a Washington DC.

3.4 Il 6 gennaio 2021 come l'11 settembre 2001: i giorni neri della democrazia

“Sappiamo che sono tempi difficili, ma non avremmo mai potuto immaginare che ci sarebbe stato un assalto alla nostra democrazia. A tutti coloro che celebrano questa desacrazione del nostro tempio della democrazia e della democrazia americana, diciamo che giustizia sarà fatta. Dove c'è disperazione possiamo portare speranza.” (Nancy Pelosi)

Il 6 gennaio 2021 a Washington DC è stata organizzata l'ennesima manifestazione dei sostenitori di Trump, proprio nel giorno della conferma ufficiale dell'elezione di Biden dal Congresso degli Stati Uniti. I manifestanti si sono radunati la mattina del 6 gennaio nel parco *Ellipse* della capitale per la “*Save America March*”, un ultimo tentativo col quale i sostenitori di Trump speravano venissero alla luce i brogli di cui quest'ultimo sarebbe, secondo loro, stato vittima. Quella mattina diverse persone hanno tenuto discorsi nel parco di Washington DC tra cui il consigliere e avvocato del presidente uscente Rudy Giuliani. Trump ha tenuto il proprio discorso da dietro una barriera di vetro e ha dichiarato che non avrebbe mai riconosciuto la vittoria

di Biden, criticando fortemente i media e chiedendo all'allora vicepresidente Pence di ribaltare i risultati elettorali, pur non rientrando questa tra le competenze dello stesso.

Donald Trump ha invitato i presenti a marciare, pacificamente, verso il Campidoglio, dove, il Congresso riunito ufficializzava la vittoria di Joe Biden.

You'll never take back our country with weakness. You have to show strength and you have to be strong. We have come to demand that Congress do the right thing and only count the electors who have been lawfully slated. I know that everyone here will soon be marching over to the Capitol building to peacefully and patriotically make your voices heard today. [...] Fight. We fight like hell. And if you don't fight like hell, you're not going to have a country anymore. [...] We're going to walk down Pennsylvania Avenue - I love Pennsylvania Avenue - and we're going to the Capitol and we're going to try and give [Republicans] the kind of pride and boldness that they need to take back our country⁴⁷.

Trump, con queste parole, invitava i presenti a marciare verso il Campidoglio, a far sentire la propria voce pacificamente così da portare i repubblicani a riprendersi ciò che gli spettava.

Intorno alle ore 13 centinaia di partecipanti alla “*Save America March*” hanno lasciato l'evento per avanzare verso l'edificio del Campidoglio. Alcuni sono giunti sul luogo a seguito di inviti ricevuti su social come *Parler* o *Gab* che invitavano i sostenitori di Trump a riunirsi in quel luogo per evitare la conferma dell'elezione di Biden. Intorno alle 14 le proteste sono diventate più violente a seguito, tra l'altro, dell'arrivo di manifestanti di gruppi di estrema destra. Alle 14,15 le barricate attorno al perimetro del Campidoglio, presidiate dalla polizia, sono state violate.

Al momento dell'irruzione, la sessione congiunta del Congresso votava per accettare i voti elettorali dell'Alabama e dell'Alaska. Alcuni dei rivoltosi, muniti di bandiere confederate, emblemi nazisti ed armati con equipaggiamento militare, hanno iniziato a saccheggiare e distruggere quello che era da molti definito il “tempio della democrazia”. Dopo qualche istante di incertezza gli edifici sono stati bloccati, impedendo l'ingresso o l'uscita delle persone. Tutti i membri del Congresso che si trovavano all'interno dell'edificio sono stati invitati a rinchiudersi nei propri uffici.

Eugene Goodman, agente di polizia quel giorno a protezione del Campidoglio è riuscito a evitare un contatto diretto tra membri del Congresso e manifestanti, portando i rivoltosi lontano dalla stanza in cui molti senatori si erano rinchiusi e,

⁴⁷ Trump, Donald Ellipse Washington DC 6 gennaio 2021

dunque, evitando uno “scontro” che sarebbe stato certo. Alle 14,24 un *tweet* di Trump recitava “Pence non ha avuto il coraggio di fare quello che avrebbe dovuto essere fatto”. Nelle sale del Campidoglio, allora, è iniziata una vera e propria caccia all’uomo dei rivoltosi nei confronti del vicepresidente Pence che, invece, era stato scortato fuori dall’edificio dai servizi segreti. Alle 14,25 un agente in borghese spara un colpo di pistola colpendo una partecipante all’assalto, Ashley Babbitt mentre la stessa tentava di introdursi tramite una finestra nell’aula della Casa dei Rappresentanti. La manifestante è morta poco dopo. I morti, in totale, quel giorno saranno 5.

Alle 14,30 la camera del Senato è stata evacuata e i manifestanti hanno preso, in poco tempo, il controllo dell’edificio. Per disperdere la folla le forze dell’ordine hanno iniziato a sparare gas lacrimogeni facendo indossare maschere antigas ai membri del Congresso. I danni causati dall’assalto sono stati importanti. Le immagini che ritraevano i rivoltosi all’interno delle sale del Campidoglio hanno fatto, in poco tempo, il giro del web. Gli uffici del presidente della Camera Nancy Pelosi sono stati letteralmente saccheggianti. Le finestre e molti dei mobili presenti nell’edificio sono stati distrutti insieme alle apparecchiature di alcuni giornalisti presenti all’esterno della struttura per documentare l’accaduto.

Alle 14,31 il sindaco di Washington DC Muriel Bowser ha ordinato il coprifuoco alle 18; anche il governatore della Virginia ha emesso la medesima ordinanza per le città limitrofe e ha inviato, a sostegno delle forze dell’ordine della capitale decine di membri della *Virginia National Guard* e 200 *Virginia State Troopers*. I funzionari del Pentagono hanno, in un primo momento limitato il dispiegamento di forze. Le truppe inviate, inoltre, avevano l’ordine di non attaccare se non per autodifesa. Il segretario della Difesa Miller e il segretario dell’esercito McCarthy hanno poi deciso di schierare 1100 agenti della Guardia Nazionale di Washington per tentare di reprimere la violenza.

Con l’aiuto di scudi, equipaggiamento antisommossa e manganelli, dopo oltre 3 ore le forze in campo sono riuscite a riprendere il controllo dell’edificio. La lenta risposta degli agenti è stata dovuta, secondo il capo della polizia del Campidoglio, alla preoccupazione per la presenza di ordigni esplosivi rudimentali. Infatti, in diverse località sono stati rinvenuti esplosivi improvvisati. Nell’area adiacente all’edificio del Comitato Nazionale Repubblicano è stato ritrovato un tubo-bomba; un altro è stato rinvenuto, invece, nei pressi della sede del Comitato Nazionale Democratico. Alle 17,40 è stato ufficialmente annunciato che il Campidoglio era stato messo in sicurezza.

In un primo momento Trump si dichiarò soddisfatto nell'apprendere la notizia di un imminente ingresso dei rivoltosi in Campidoglio. Alle 14,47, con un *tweet*, il presidente uscente invitava a “sostenere” la polizia e le forze dell'ordine e a cessare ogni tipo di manifestazione armata. Alle 15,25 dopo forti pressioni del Primo Ministro, Trump ha in parte condannato le azioni in atto *twittando* “Chiedo a tutte le persone presenti al Campidoglio degli Stati Uniti di rimanere pacifici. Nessuna violenza! Ricorda, NOI siamo il Partito della Legge e dell'Ordine - rispetta la Legge e i nostri grandi uomini e donne in blu”. Anche in questo caso, Trump non invita a cessare la rivolta e, alle 16,22 posta su *Twitter* un video, successivamente rimosso per violazione delle policy della piattaforma, nel quale riconfermava la propria idea del broglio elettorale e elogiava i propri sostenitori.

Dopo che i rivoltosi sono definitivamente stati cacciati dal Campidoglio il Congresso ha ripreso le sue attività certificando definitivamente la vittoria di Joe Biden. Il portavoce di Trump, Dan Scavino, ha allora rilasciato una dichiarazione dello stesso Trump

Anche se sono totalmente in disaccordo con l'esito delle elezioni e i fatti mi confermano, tuttavia ci sarà una transizione ordinata il 20 gennaio. Ho sempre detto che avremmo continuato la nostra lotta per garantire che venissero conteggiati solo i voti legali. Anche se questo rappresenta la fine del più grande mandato nella storia presidenziale, è solo l'inizio della nostra lotta per rendere l'America di nuovo grande⁴⁸.

Alan Friedman il 7 gennaio 2021, l'indomani del blitz a Capitol Hill ha scritto in un *tweet* quattro date. Il 7 dicembre 1941, il 22 novembre 1963, l'11 settembre 2001 e il 6 gennaio 2021. Queste, secondo il giornalista, sono le date più tristi della storia degli Stati Uniti. I giorni in cui l'ideale democratico ha fallito. L'attacco condotto da una flotta di portaerei della Marina imperiale giapponese alla *United States Pacific Fleet* a Pearl Harbor, l'assassinio del presidente John Fitzgerald Kennedy mentre sfilava con la moglie per le strade di Dallas, gli attentati di *Al Qaeda* alle Torri Gemelle e, infine, l'assalto a Capitol Hill. Un paragone forse avventato. In realtà, però, sta di fatto che quella concezione politico-sociale che si fonda sul principio della sovranità popolare, sulla garanzia della libertà e dell'uguaglianza di

⁴⁸<https://web.archive.org/web/20210107111510/https://www.thedenverchannel.com/news/national/joe-bidens-win-in-the-electoral-college-confirmed-after-violent-protests-at-the-us-capitol>

tutti i cittadini⁴⁹; quella stessa concezione che gli Stati Uniti, fieri, avevano esportato nel mondo ha fallito.

Le immagini dei soldati della Guardia nazionale mentre dormono all'interno del Campidoglio mostrano che gli Stati Uniti oggi sono deboli. Ed è per questo che i suoi soldati vengono schierati in patria (a Washington in questi giorni ce ne sono oltre 20mila) al posto che all'estero (attualmente si contano solamente 5mila uomini in Afghanistan). E c'è chi invoca con ansia il Boogaloo. La seconda guerra civile americana⁵⁰.

L'illustre costituzionalista, già presidente emerito della Corte Costituzionale italiana Sabino Cassese, da tempo segnala le debolezze della Costituzione americana. La Carta americana, rigorosamente fondata sul principio di separazione dei poteri, ha finito per produrre ciò che più voleva scongiurare.

Il ruolo dominante degli Stati Uniti nel mondo, la forza conferita agli Stati Uniti dal dominio nucleare, gli equilibri internazionali costituitisi dopo la seconda guerra mondiale, hanno arricchito enormemente i poteri del presidente degli Stati Uniti, mentre la costituzione di quel paese è sostanzialmente immutabile, a causa delle difficoltà di emendarla⁵¹.

Un Paese che cambia e una Carta Costituzionale sostanzialmente imm modificabile.

3.5 I gruppi armati dell'estrema destra statunitense

“Quanto visto a *Capitol Hill* il 6 gennaio – le folle che hanno invaso il Campidoglio per la *Save America March* fomentate dall'ex Presidente Donald Trump per ribaltare l'esito delle elezioni presidenziali – è il culmine di un processo di radicalizzazione politica che negli Stati Uniti è ormai una realtà⁵². Negli Stati Uniti d'America sono attualmente presenti 838 gruppi d'odio e 125 movimenti suprematisti, la cui età media si attesta sui 20-35 anni, composti quasi unicamente da uomini (Spcl,

⁴⁹ <https://treccani.it/enciclopedia/democrazia/>

⁵⁰ <https://www.ilgiornale.it/news/cultura/male-allorigine-tutti-i-mali-cos-si-difende-democrazia-1915613.html>

⁵¹ <https://www.ilrifirmista.it/assalto-a-capitol-hill-parla-sabino-cassese-la-democrazia-usa-ha-fallito-187400/>

⁵² <https://www.orizzontipolitici.it/un-viaggio-nellestrema-destra-statunitense/>

2021)⁵³. Tuttavia occorre sottolineare che, tra i manifestanti che il 6 gennaio si sono resi protagonisti dell'assalto solo una parte costituiva gruppi estremisti. La maggioranza dei partecipanti erano semplici sostenitori di Donald Trump o attivisti repubblicani.

La più grande organizzazione di estrema destra negli Stati Uniti è *Oath Keepers*, un movimento che ha come scopo la difesa della Costituzione e che, all'inizio del 2021, contava oltre 30mila affiliati. Nata subito dopo l'insediamento alla Casa Bianca di Barack Obama, l'organizzazione è diffusa su tutto il territorio con lo scopo di difendere le libertà degli americani dai soprusi del Governo Federale. Il fondatore è Stewart Rhodes, ex paracadutista dell'esercito americano; l'organizzazione si caratterizza, infatti, per una visione militarista della società e, negli anni, ha reclutato reduci di guerra, poliziotti e membri delle forze dell'ordine.

Boogalo Bois è un altro movimento di estrema destra che, però, si contrappone a *Oath Keepers* e alla maggior parte dei gruppi radicali statunitensi. Gli appartenenti a questo movimento, infatti, si caratterizzano per un odio smodato verso le forze dell'ordine tanto che, durante le proteste causate dalla morte di George Floyd, alcuni membri dei *Boogalo Bois* sono scesi in piazza al fianco del movimento, idealmente opposto, dei *Black Lives Matter*. “Le autorità statunitensi credono che tale organizzazione si celi dietro alcune delle violenze che si sono verificate durante le proteste scoppiate a seguito della morte di George Floyd in tutti gli Stati Uniti”⁵⁴. Il gruppo è caratterizzato da uno stile anomalo. Gli appartenenti infatti tendono a indossare abiti civili piuttosto che militari, spesso sono stati identificati con indosso camice hawaiane; utilizzano inoltre un linguaggio in codice tramite il quale comunicano principalmente tramite i social media. La crisi seguita alla pandemia da COVID-19 ha moltiplicato le adesioni al movimento. “Un rapporto del 22 aprile del *Tech Transparency Project*, ha rilevato 125 gruppi su *Facebook* collegati alla parola “*boogaloo*”. Questi avevano attratto decine di migliaia di membri nei 30 giorni precedenti. Il rapporto specifica che la crisi del coronavirus è stata un fattore trainante dell'aderenza al movimento” (Rutigliano, 2020).

Proud Boys è, invece, un'organizzazione neofascista per soli uomini, definita dai gruppi di Intelligence statunitense come “un pericoloso gruppo della supremazia bianca”. I *Proud Boys* sono emersi come una frangia dell'*Alt-right*, un gruppo più

⁵³ Southern Poverty Law Center

⁵⁴ <https://sicurezzainternazionale.luiss.it/2020/06/07/stati-uniti-movimento-estrema-destra-dei-boogaloo/>

ampio dal quale, però, si sono distaccati ufficialmente nel 2017. L'organizzazione glorifica la violenza politica contro l'antifede e la sinistra e si schiera contro il femminismo e l'emancipazione femminile promuovendo stereotipi di genere in cui le donne sono sottomesse agli uomini. Il gruppo è stato bandito dalle piattaforme social *Facebook, Instagram, Twitter e YouTube*. Ad essere reclutati sono principalmente maschi bianchi di destra tra i 15 e i 30 anni che provengono in prevalenza da sobborghi e periferie. Donald Trump ha menzionato e difeso, durante un dibattito in campagna elettorale, i *Proud Boys* pronunciando la famosa frase "*Stand back, stand by*" con la quale invitava gli estremisti a stare indietro ma a stare pronti generando immediate polemiche da parte dell'opinione pubblica e degli avversari politici.

Decisamente filonazista è il gruppo paramilitare *The Base*. Fondato nel giugno 2018, il movimento è attivo negli Stati Uniti, in Canada, in Australia, in Sudafrica e in parte dell'Europa. Proprio il Canada, il 3 febbraio del 2021 ha dichiarato *The Base* un'organizzazione terroristica. Il reclutamento avviene principalmente tramite i social media. Il gruppo è particolarmente attivo; prima di partecipare all'assalto al Congresso del 6 gennaio, infatti, i membri si erano resi protagonisti di azioni violente verso luoghi di culto o nei confronti di individui spinti, principalmente, dall'odio razziale.

La maggior parte delle organizzazioni sopramenzionate tendono a diffondere notizie prive di fondamento e teorie complottiste. *QAnon* è una teoria del complotto di estrema destra smentita e priva di fondamento secondo cui ci sarebbe un'ipotetica trama segreta contro Donald Trump e i suoi sostenitori organizzata da poteri occulti. L'obiettivo del Presidente Trump sarebbe allora stato proprio quello di scardinare questo potere colluso, tra l'altro, con reti di pedofilia a livello globale, pratiche oscure e che avrebbe come obiettivo principale quello di dominare il mondo. Tutte le accuse mosse sono risultate assolutamente prive di alcun fondamento ma gli aderenti alla teoria sono molti non solo negli Stati Uniti. La lettera Q all'interno del nome si riferisce alla *Q clearance*, il presunto livello massimo di autorizzazione all'accesso di fonti top secret del governo americano. *QAnon* oltre alle affermazioni, puntualmente smentite, è stata protagonista di diverse previsioni. La più importante è quella del 2 luglio 2016 quando, un utente anonimo *FBIAnon* ha affermato che Hillary Clinton sarebbe andata in prigione qualora Donald Trump fosse diventato presidente.

Quanto accaduto a Capitol Hill è stato il culmine di un processo di polarizzazione politica che, negli Stati Uniti, ha progressivamente diviso il Paese. Una buona parte dell'elettorato conservatore ha, negli anni, abbracciato teorie più radicali principalmente a causa della spinta giunta da media come, ad esempio, Fox News.

Posizioni sempre più estremiste sono diventate parte integrante del dibattito politico statunitense, in particolare da opinionisti Fox, appunto, come Carlson o Hannity. Questo fenomeno, definitivamente esploso con l'avvento alla presidenza di Donald Trump ha spostato l'asse del partito sempre più a destra, legittimando, dunque, molti di quei movimenti più estremisti prima marginalizzati. Questa propensione del partito è apparsa sempre più chiara a seguito della elezione alla Camera della deputata Greene, sostenitrice di *QAnon* e di altre teorie cospirazioniste.

Sono sempre più stretti i legami che connettono i gruppi estremisti e le forze dell'ordine. Sono numerosi gli esempi di membri delle forze dell'ordine che militano attivamente tra le fila delle organizzazioni di destra estrema e che espongono simboli direttamente riconducibili alle milizie estremiste. I legami sono apparsi chiari dopo i fatti del 6 gennaio a seguito dei quali sono stati indagati o direttamente condannati circa 30 membri delle forze di polizia.

Mentre gli attentati di matrice islamica fanno registrare percentuali sempre inferiori negli Stati Uniti, quelli delle organizzazioni di estrema destra aumentano. Tra il 2008 e il 2018 il 73% degli omicidi ideologicamente motivati in America sono stati commessi da esponenti dell'estrema destra e appena il 23% sono, invece, di matrice islamica. Nonostante questo gli Stati Uniti continuano a investire la maggior parte delle risorse nella lotta al terrorismo internazionale non considerando adeguatamente i nemici interni allo Stato e le organizzazioni che continuano, incessanti, nella loro opera di reclutamento.

3.6 Il blocco dei profili

Il rischio di consentire al presidente di continuare a usare il nostro servizio è semplicemente troppo grande. Per questo estendiamo il blocco che abbiamo deciso sui suoi account Facebook e Instagram a tempo indeterminato e per almeno le prossime due settimane, fino a quando una pacifica transizione di potere sarà completata.

Con queste parole, Mark Zuckerberg, numero uno di *Facebook*, spiega in un post la decisione del social media di fermare Trump.

Facebook è stata la piattaforma che, probabilmente, più di ogni altra ha contribuito all'ascesa di Donald Trump, abile nello sfruttarne i meccanismi per ottenere consenso. Molte sono state le critiche che il social ha ricevuto a seguito della gestione non ottimale dei momenti dell'assalto; in particolare le critiche sono state dovute alla mancata rimozione immediata di un video in cui Trump si rivolgeva ai propri sostenitori ribadendo che le elezioni sarebbero state rubate. La rimozione del video è avvenuta solo dopo oltre due ore dalla sua pubblicazione e il responsabile di "sicurezza e integrità" della piattaforma, Guy Rosen ha dichiarato che "il video avrebbe potuto accrescere il rischio di nuove violenze".

La sua decisione di usare la piattaforma per giustificare invece di condannare le azioni dei suoi sostenitori all'edificio del Capitol hanno giustamente infastidito molte persone negli Stati Uniti e nel mondo. Abbiamo rimosso le sue dichiarazioni ieri perché abbiamo ritenuto che il loro effetto era quello di provocare ulteriore violenza.

Lo ha dichiarato Zuckerberg il giorno dopo l'assalto, aggiungendo "Dopo la certificazione dei risultati elettorali da parte del Congresso, la priorità per l'intero Paese deve essere ora quella di assicurare che i restanti 13 giorni e i giorni successivi all'inaugurazione trascorrono pacificamente e in linea con le norme democratiche".

Dopo l'assalto al Campidoglio del 6 gennaio, non solo *Facebook* ma tutte le principali piattaforme social hanno preso decisioni senza precedenti, affermando che Trump avesse violato le linee guida che vietano di condividere contenuti che possano promuovere la violenza o notizie false.

Nella notte tra venerdì 8 e sabato 9 gennaio *Twitter* ha sospeso, in maniera permanente, l'account personale di Donald Trump. La piattaforma ha spiegato che dopo una sospensione dello stesso account per 12 ore in seguito ad alcuni *tweet* del presidente che legittimavano l'attacco al Congresso, Trump aveva nuovamente, per due volte, incoraggiato la violenza violando le regole imposte da *Twitter*. Prima della cancellazione l'account del presidente uscente contava oltre 88 milioni di follower ed era lo strumento principale attraverso il quale Trump comunicava con i suoi elettori.

Le segnalazioni di *tweet* non conformi alla policy dell'azienda erano giunte sin dal mese di maggio 2020 a seguito della diffusione tramite il profilo incriminato di notizie false e insulti nei confronti di oppositori e avversari politici. Inoltre *Twitter* ha annunciato tramite un comunicato di aver chiuso oltre 70mila account sospetti di essere connessi a *QAnon* e di diffondere teorie cospirazioniste.

Dopo *Facebook* e *Twitter* si è schierata contro il 45esimo presidente degli Stati Uniti anche la piattaforma di condivisione di contenuti video *YouTube*. Il social ha comunicato di aver rimosso il video nel quale Trump incoraggiava i propri sostenitori ad attaccare perché questo violava le norme sulla comunicazione delle notizie connesse alle elezioni presidenziali. “Dal momento che i risultati delle elezioni sono stati certificati qualsiasi canale che dovesse postare nuovi video con queste false accuse riceverà un avvertimento e sarà sospeso temporaneamente; dopo tre avvertimenti nell’arco di un periodo di 90 giorni il canale verrà rimosso definitivamente da *YouTube*” queste le dichiarazioni del portavoce della piattaforma Alex Joseph.

Un’altra nota piattaforma di condivisione video e *livestreaming Twitch* ha più volte sospeso temporaneamente, già a partire dal mese di giugno 2020, il canale di Trump perché questo “inneggiava all’odio”. Sul canale erano state condivise dirette nelle quali il presidente aveva, ad esempio, accusato il Messico di inviare criminali negli Stati Uniti o, ancora, il comizio di Tulsa nel quale Trump non ha menzionato la morte di Floyd, alla base delle proteste di quei giorni, o la strage di Tulsa del 1921. Il giorno dopo l’assalto anche *Twitch* ha sospeso a tempo indeterminato il canale di Trump al fine di evitare la promozione di ulteriore odio. Il social ha, tra l’altro, rimosso anche un’emoticon molto usata per esprimere reazioni di entusiasmo, ma che, secondo la piattaforma, sarebbe stata utilizzata dai sostenitori di Trump per approvare l’assalto.

Particolare è il caso del servizio di microblogging *Parler*, cancellato dagli *Store* di *Apple* e *Google* appena 4 giorni dopo l’assalto perché cruciale nell’organizzazione della protesta. Dopo la segnalazione di centinaia di post che incitavano alla violenza senza riscontro *Amazon*, società che gestisce i server di *Parler* ha disabilitato questi ultimi mettendo definitivamente l’11 gennaio 2021 *Parler* offline.

Da *Facebook* a *Twitter*, da *Reddit* a *Snapchat*, molti sono stati i social costretti a prendere provvedimenti per arrestare l’opera di propaganda avviata da Donald Trump.

Riflessioni sul nuovo mondo e conclusioni

Oggi la politica si fa sul web. Fino agli ultimi anni dello scorso secolo la comunicazione politica era fondamentalmente basata sulla trasmissione da parte dei mass media tradizionali di messaggi unidirezionali. La politica al tempo dei social è una perenne campagna elettorale nella quale i cittadini divengono parte attiva del contesto politico grazie alla possibilità di interazione che queste piattaforme offrono.

La comunicazione politica oggi, confinata in 280 caratteri attraverso i quali si esprimono posizioni e opinioni, avanza, obbligatoriamente, mediante l'uso di metafore e immagini che possano velocizzare il processo di apprendimento degli elettori. Ne consegue un tipo di comunicazione sempre più breve, che necessita, dunque, di slogan e motti per risultare efficace. Un uso attento e calibrato di questo strumento può realmente fare la differenza e la fortuna di un candidato.

Donald Trump, 45esimo presidente degli Stati Uniti d'America è riuscito a sfruttare decisamente a proprio vantaggio i social network attraverso una *digital strategy* mirata che gli ha consentito di vincere le elezioni politiche del 2016. Trump ha sempre comunicato sulle piattaforme di *networking* “senza filtri”, utilizzando termini forti e criticando, spesso, direttamente i propri avversari. Proprio questo suo modo di comunicare ha probabilmente rappresentato il suo più grande punto di forza e, forse, la sua più grande debolezza: sempre pronto a twittare lanciando messaggi ai suoi sostenitori anche quando, probabilmente, non avrebbe dovuto; come nel caso della strage di Orlando del 12 giugno 2016 quando Trump, senza certezze al riguardo, ha subito diffuso la notizia di un attacco terroristico.

Decisamente imprudenti, infine, anche i tweet dei giorni precedenti l'assalto al Congresso, nonché il video diffuso dal presidente proprio durante l'attacco armato. È ovviamente difficile ricercare in un post, in un video o in un'immagine il punto di partenza dei terribili fatti del 6 gennaio. È certo che quanto accaduto è il frutto di una strategia comunicativa che, negli anni, si è trasformata radicalmente tanto da far diventare prassi metodi comunicativi certamente non convenzionali.

La forma di governo che gli Stati Uniti hanno per decenni tentato di esportare nel mondo, basata sul dialogo e sulla comunicazione ha fallito proprio in questi aspetti. La mattina del 6 gennaio 2021 Donald Trump, presidente degli Stati Uniti d'America, ha invitato i suoi sostenitori, tra cui uomini e donne appartenenti a gruppi

armati di estrema destra, a marciare verso la “sede” della Democrazia per impedire che questa facesse il suo naturale corso confermando l’esito del voto popolare.

“La libertà e la democrazia diventano scellerate quando hanno le mani imbrattate del sangue degli innocenti.” (Mahatma Gandhi)

Summary

Dominique Wolton defines political communication as the space in which the contradictory speeches of the three actors who have the legitimacy to express themselves publicly on politics are exchanged: politicians, journalists and public opinion. When we talk about political communication we always refer to these three actors.

The first forms of political communication are very old. Already in the rallies that took place in the city-states of ancient Greece we can identify forms of political communication; in reality, however, political communication as we understand it today was born together with political parties. From the 1900s to today, political communication is basically understood as a form of relationship between the elected and the elector. This is particularly important, for example, during election campaigns where good communication can make the difference between a winning campaign and a losing one.

Over the years, the means of communication have transformed and have undergone important changes; starting from newspapers, passing through the radio, then television and, finally, social networks. Today almost all politicians are present on social networks and publish posts or images daily. Social media are a fairly recent phenomenon; the first social network in history is called *sixdegrees.com* and was born in 1997. This platform, based on the theory of the 6 degrees of separation, had the goal of bringing people into contact through intermediaries.

In a short time *sixdegrees.com* has been very successful and many have tried to imitate it or, in any case, starting from this innovative idea, develop new projects. *Friendster* arrived first, then *MySpace*, *LinkedIN*, *Facebook*, *Instagram* and finally *Twitter*. A little over 20 years after the birth of the first social network, the evolution has been incredible.

Social networks have completely revolutionized the way of doing politics and, above all, of communicating politics. These platforms, in fact, allow a direct relationship between elected and elector. Citizens can follow their rulers on social networks and comment on their posts and images. It is crucial with the development of this new form of communication that politicians have a good digital strategy that can truly make a difference. Most politicians, as mentioned, are present on social media today, but not all make good use of it and manage to take advantage of it.

In this precise historical period, many citizens have distanced themselves from politics. Many are no longer interested in politics and very many no longer even go to vote. The role of social networks can be to bring together politics and citizens who, having the opportunity to interact with their rulers, can return to actively participate in political life. In fact, interaction is the aspect that more than any other characterizes social media. Despite this, many politicians do not exploit this aspect as they should and tend to turn to social media as if they were on television, thus excluding interaction with the public.

Obviously, in this era of transformation, the concept of the public sphere is also transformed. Jurgen Habermas has developed the concept of the public sphere by defining it as the democratic place where one meets to publicly discuss issues of collective interest. Within this public sphere theorized by Habermas, individuals, thanks to the comparison, can change their positions.

Oldenburg, in his book "*The Great Good Place*" theorized the third place. According to the American sociologist, in fact, there is a third place, after home and work, where you can go to feel good. Oldenburg identified this place in social centers, gyms or in general meeting places where social interactions took place. Today that third place can be perfectly interpreted by the internet and, in particular, by social networks.

Social media have played a fundamental role, and continue to play it in the rise of the populist phenomenon. Populist parties have taken more and more power in recent years and today they govern most of the countries of the world. Populism according to Mudde is a fluid ideology that considers society divided into two opposing and homogeneous social groups, the honest people and the corrupt elite, and which believes that politics must be an expression of the popular will. The populists have as their main objective precisely that of fighting this corruption and coming to power.

Within these parties a very important role is played by the leader who assumes greater centrality than traditional parties. The skill of the populists lies in being able to identify social problems and exploit them to obtain consensus. Even more important is the role of social media thanks to which the leaders of these parties are in constant contact with their constituents.

On social media, members of populist parties can express themselves freely and without censorship, if not that of the social networks themselves. This totally

revolutionizes a policy that, within traditional media, appeared to be rather limited. Slogans are therefore very important within this type of communication. There are many examples in recent years; one is the "Make American Great Again" slogan used by Trump in 2016.

Populist parties have enjoyed considerable success in recent years around the world. In Europe, exploiting important issues such as immigration, populist parties have come to power in various countries such as Italy, Greece or France. In the rest of the world, populist leaders are also gaining support, particularly in countries like Brazil or Mexico as well as the United States.

In the United States between 2017 and 2021 the president was the Republican Donald Trump. Trump is a wealthy New York businessman who is president of the Trump Organization, an organization that operates primarily in the real estate sector. Trump's character actually goes far beyond entrepreneurship; in fact even before becoming president he was well known to the American public in particular for several films in which he participated and above all for the show *The Apprentice* of which he was host and executive producer.

The investments of the 45th president of the United States were not limited to the real estate sector but ranged from sports to education. His fortune at the time of his election was several billion dollars: 3.7 according to *Forbes* and over 12 according to what he declared in an interview. In truth, it is not easy to have certain figures in this regard.

Politically, Trump hasn't always been loyal to Republicans. Throughout history he has in fact supported Democratic and Republican candidates as well as a period spent in the ranks of the Reformist Party in the late 90s, when he seemed to be the possible candidate of that party. In 2016 he became the Republican candidate after a real climb, eliminating 16 illustrious competitors in the party primaries.

Both electoral campaigns in which he was the protagonist, both in 2016 and in 2020, were strongly focused on social media. Certainly the digital strategy has made a difference. Trump was able to harness the strength of these media in his favor, particularly in 2016, when with significantly less investment in the election campaign he managed to get the better of Democratic candidate Hillary Clinton.

Thanks to the strategy defined as digital first, Trump managed to collect a slice of the electorate that is not exactly republican and to triumph in the 2016 elections. The use he makes of social media is very direct; he uses slogans and is not afraid to

attack his opponents by sometimes giving them nicknames such as, for example, Crooked Hillary, a nickname for Hillary Clinton. Trump has proposed himself as the right man to solve the most important problems for the United States such as immigration, to which Trump has responded with the wall with Mexico or terrorism.

The 2016 election campaign, however, as well as other important events such as the Brexit case or the 2016 American elections seem to have been influenced by *Cambridge Analytica*: a British company founded in 2013 that acquired the personal information of over 87 million users of *Facebook*. The information may have been instrumental in persuading that slice of the population.

Starting in early 2020, many of Donald Trump's traditionally most used social networks began reporting many of the then president's posts. Many of his supporters then moved to social networks that allowed greater freedom of expression and with less rigorous policies. One of these is *Parler*, a platform on which each individual can express himself freely. To use the words of its founder John Matze "There is no censorship on *Parler*, there are no fact checkers and no reports that tell people what to say and what to think. The best thing is that everyone can expose themselves with a bad idea and then be silenced through public dialogue ”.

The notoriety of the platform rose sharply after the election of Democrat Joe Biden in November 2020. Many of Trump's supporters gathered on this social network to organize protests and demonstrations. Precisely this social network was fundamental in the attack on the congress of January 6, 2021 which cost it, among other things, the blocking and removal from the main stores. To benefit from this was another app called *Gab*, graphically similar to *Twitter* and which, after the *Parler* block, has grown exponentially.

Donald Trump's last term in the presidency of the United States was rather complex and influenced by external factors. In particular, events such as the Covid-19 pandemic that hit the whole world and the death of African American George Floyd affected him. In January 2020, just before the outbreak of the pandemic, the unemployment rate in the United States had hit an all-time low. Trump seemed close to reappointing the White House but, just 4 months later, the unemployment rate was close to 15 percent and thousands of people were dying every day in the United States and around the world.

Probably the president's handling of the pandemic was not perfect. In addition, at the end of May 2020, a white policeman killed African American Floyd in the

streets of Minneapolis, sparking protests across the country. Policeman Derek Chauvin pinned him to the ground preventing him from breathing and killing him.

President Trump has begun to lose all the popularity he has acquired. On July 6, his popularity rating stood at around 38% after having reached 50% just 2 months earlier. Trump has joined the list of US presidents not re-elected to the second term. Before him famous names such as Ford, Adams, Carter or Bush.

On November 3, 2020, the 59th presidential elections were held in the United States of America. The turnout was very high, equal to 66.7% and both candidates broke the record of preferences obtained. The Democrat Joe Biden triumphed in these elections: senator for the State of Delaware between 1973 and 2009 and then vice president until 2017.

A very important role in Biden's victory was played by the postal vote; thanks to the coronavirus pandemic, many Americans, mostly Democratic voters, have decided not to go directly to the polling station, preferring to vote by post. Trump immediately refused to recognize this type of vote.

In the days immediately following the election, Trump continued to argue that there would be irregularities and that the real winner would be himself. A series of protests then began across the country. The first was in Phoenix the day after election day. Several pages have appeared on the social networks in which reference was made to alleged electoral fraud. Demonstrations were also organized on the same pages.

One of the most violent protests before the events of January 6 was that of Washington DC. On November 14, 2020, hundreds of pro-Trump protesters gathered in the capital. These included white nationalists but also members of far-right armed groups. On that same day, opponents of the outgoing president also gathered in the capital. In the streets of the city several clashes broke out between the 2 factions which also led to arrests and injuries.

On January 6, 2021, Trump's supporters gathered in the US capital for another protest, just on the day when Congress would definitively confirm Biden's victory. The demonstration, called the "*Save America March*" began in *Ellipse Park*, where many Republicans, including Trump himself, gave speeches. Donald Trump has called on his supporters to march peacefully to the Capitol to prevent confirmation of Biden's victory.

Around 2 pm the demonstrators broke in. The police forces, deployed in thousands, took over 3 hours to regain possession of the building. The building was

looted and many senators were stuck in their offices for hours. At 5.40 pm the Capitol had been definitively secured. Many members of extremist armed groups infiltrated the protest. Several explosives were found in the areas adjacent to the building and the toll of 5 dead and 13 injured could have been much higher.

In the United States, there are nearly 1,000 hate groups and supremacist movements, mainly made up of men between 20 and 35 years old. Many of these participated in the assault on January 6. The largest far-right organization is that of the *Oath Keepers*, a movement whose main purpose is the defense of the constitution and which has over 30,000 members.

Another important extremist movement is that of the *Boogalo Bois*, whose members are characterized by an immoderate hatred of law enforcement. Then there are the neo-fascists *Proud Boys*, an organization that glorifies violence against anti-faith and the left. The paramilitary group *The Base*, on the other hand, is decidedly pro-Nazi and operates in many areas of the world. At the heart of many violent groups are conspiracy theories like *QAnon*.

Social networks, fundamental for Donald Trump's political rise, took sides en masse against the events of January 6. In fact, starting from the first months of 2020, some social networks had lined up against the entrepreneur. After the attack, one after the other, almost all social networks blocked the entrepreneur's accounts.

The first was *Twitter*, which permanently suspended Trump's account on the night of January 8-9. Then there was the decisive stance of *Facebook* and, to follow, one after the other all the main social platforms have taken action against the 45th president of the United States, first *YouTube*, then *Twitch*, via *Reddit* and *Snapchat* . January 6, 2021 was one of the saddest days for US democracy.

Bibliografia

- Amenduni, Dino *Lavorare con i social media* Proforma, 2013
- Bauman, Zigmunt *Cose che abbiamo in comune. 44 lettere dal mondo liquido* 2010
- Bentivegna, Sara *A colpi di tweet La politica in prima persona* Bologna; il Mulino, 2012
- Bernays, Edward Louis *Propaganda* New York; Horace Liveright, 1928
- Botti, Fabrizio *La destra populista in Europa: una prospettiva economica* Roma; Università G. Marconi, 2019
- Chadwick, Andrew *The Hybrid media sistem* Oxford University Press, 2013
- De Blasio, Emiliana *Democrazia digitale, una piccola introduzione* Roma; Luiss University Press, 2015
- Forbes 400: *Donald Trump*, 21 ottobre 2016
- Giansante, Gianluca *La comunicazione politica online* Roma; Carocci Editore, 2014
- Graziosi, Stefano *Apocalypse Trump* Edizioni Ares; Milano, 2018
- Habermas, Jurgen *Discorso e verità*
- Habermas, Jurgen *Political Communication in media society*; 6 Novembre 2006
- Habermas, Jurgen *Habermas su web e sfera pubblica*; 22 luglio 2014
- Hessell, Stephane *Indignatevi!* Torino; Add editore, 2011
- Johnson, Steven *Berlin* Time 2009
- Maggi, Glauco *Il guerriero solitario* Milano; Mind edizioni, 2020
- Mayhew, Leon *The new public* Oxford University Press, 1997
- McCombs, M. E. Shaw, D. L. *The agenda setting function of mass media*, 1972
- Moontoast *Top social engagement lessons and case studies* 2012
- Mudde, Cas *Populism: a very short introduction* Oxford University Press, 2017
- Neiwert, David *Alt-America* trad. Coppola Bologna; Minimum fax, 2019
- Nimmo, Dan Combs, James *Mediated political realities* Longman Pub group, 1990
- Noah, Timothy *Will the real Donald Trump please stand up?* Politico, 26 luglio 2015

Norpoth, Helmuth *New York Post*; 29 marzo 2020

Oldenburg, Ray *The great good place*, 1989

Rodrik, Dani *Populism and the economics of globalization* Journal of International business politics, 2017

Rusconi, Gian Enrico *Introduzione a J. Habermas*, Agire comunicativo e logica, cit., p. 21

Soare, Sorina *Io sono (come) voi!* Firenze University Press, 2017

Sorice, Michele *La comunicazione politica* Roma; Carocci editore, 2011

Tarchi, Marco *Italia populista* Bologna; il Mulino, 2015

Trump, Donald *Sunday Times*; 15 gennaio 2017 int. di Michael Gove

Trump, Donald *New York Times* 3 giugno 2016

Washington *Post* 19 febbraio 2016

Wolton, Dominique *La communication politique: construction d'un modèle*, 1989

Sitografia

Boggs, Justin *Joe Biden's win in the Electoral College confirmed, President Trump concedes he is leaving office* 7 gennaio 2021 [ult. Acc. 27 maggio 2021]

<<https://web.archive.org/web/20210107111510/https://www.thedenverchannel.com/news/national/joe-bidens-win-in-the-electoral-college-confirmed-after-violent-protests-at-the-us-capitol>>

Carnelietto, Matteo *Il male all'origine di tutti i mali (così si difende la democrazia)* 17 gennaio 2021 [ult. Acc. 27 maggio 2021]

<<https://www.ilgiornale.it/news/cultura/male-allorigine-tutti-i-mali-cos-si-difende-democrazia-1915613.html>>

Dara, Virginia *Perché i social media durante le presidenziali americane 2020 hanno scelto la via "interventista" e cosa ne sarà in futuro* 20 novembre 2020 [ult. Acc. 27 maggio 2021] < <https://www.insidemarketing.it/social-media-durante-le-presidenziali-americane-2020/>>

De Giovannangeli, Umberto *Assalto a Capitol Hill, parla Sabino Cassese: "La democrazia Usa ha fallito"* 8 gennaio 2021 [ult. Acc. 27 maggio 2021]

<<https://www.ilriformista.it/assalto-a-capitol-hill-parla-sabino-cassese-la-democrazia-usa-ha-fallito-187400/>>

Democrazia [ult. Acc. 27 maggio 2021]

<<https://treccani.it/enciclopedia/democrazia/>>

Garavalli, Massimiliano *Un viaggio nell'estrema destra statunitense* 23 marzo 2021 [ult. Acc. 27 maggio 2021] <<https://www.orizzontipolitici.it/un-viaggio-nellestrema-destra-statunitense/>>

Piotto, Chiara *Parler e Gab, i social "senza censura" amati dai supporter di Trump* 10 gennaio 2021 [ult. Acc. 27 maggio 2021]

<<https://tg24.sky.it/mondo/2021/01/10/parler-gab-social-supporter-trump>>

Rutigliano, Maria Grazia *Stati Uniti: il movimento di estrema destra dei Boogaloo* 7 giugno 2020 [ult. Acc. 27 maggio 2021]

<<https://sicurezzainternazionale.luiss.it/2020/06/07/stati-uniti-movimento-estrema-destra-dei-boogaloo/>>

Sansone, Pietro *Pubblicità e social network nelle elezioni americane* 10 novembre 2020 [ult. Acc. 27 maggio 2021] <<https://www.ilpost.it/spot/2020/11/10/pubblicita-e-social-network-nelle-elezioni-americane/>>

Schwartz Ian *Trump: "We Did Win This Election," "This Is A Major Fraud On Our Nation"* 4 novembre 2020[ult. Acc. 27 maggio 2021]
<https://www.realclearpolitics.com/video/2020/11/04/trump_we_did_win_this_election_this_is_a_major_fraud_on_our_nation.html>