

Commentary

Il sogno e la politica da Roosevelt a Obama

Il futuro dell'America nella comunicazione politica dei *democrats*

Debora Spini e Margherita Fontanella
Firenze University Press, Firenze, 2008

Riccardo Furi

riccardo.furi@humana-mente.it



Mai quanto oggi possiamo constatare come, usando le moderne forme di comunicazione, la politica riesca a diventare un fenomeno mediatico.

Attraverso la potenza e l'enorme diffusione dei canali d'informazione contemporanei (radio, internet, tv) il *leader* di un paese o di un partito può influenzare e smuovere quantità impensabili, fino ad un paio di decenni fa, di persone. Un suo discorso può essere ascoltato in tutto il mondo perciò le conseguenze della sua *ars* retorica, luogo d'espressione di valori sociali e programmi politici, nonché strumento principale della relazione tra la politica e la società, implica una risonanza globale.

A quasi un anno dal discorso di insediamento alla Casa bianca, tenuto il 20 Gennaio 2009 a Washington, seguito da centinaia di milioni di spettatori e diffuso quasi in tempo reale attraverso internet, si può affermare che, sia per la campagna per le primarie del *democratic party*, sia per la seguente propaganda politica per la presidenza, Barack Hussein Obama, 44° presidente U.S.A., abbia saputo costruire un modello di comunicazione politica moderno ed efficace, in grado di riavvicinare una generazione che aveva perso l'entusiasmo per la partecipazione politica. Durante la sua campagna, l'allora senatore dell'Illinois ha smosso i giovani ad impegnarsi nel sociale, tanto che, in un articolo del Boston Globe del 2008 durante per le primarie, l'editoriale firmato da R.D. Putnam *The Rebirth of American Civic Life* (Boston Globe, 2 Marzo 2008) sottolinea questo rinato impegno civile augurandosi il sorgere di una nuova grande generazione, in omaggio alla *Great Generation* che difese i valori della libertà e della democrazia durante la Seconda guerra mondiale. Una generazione capace di impegnarsi contro le disuguaglianze e le sottili sfide poste dall'attuale sistema globale.

Il successo di Obama, del suo carisma, del suo modo di porsi e di comunicare entusiasmo ed impegno alle persone è divenuto un fenomeno mondiale osservato molto da vicino anche nel nostro paese, influenzando più o meno direttamente anche la politica italiana. In un momento in cui la partecipazione politica e la crisi economica negli Stati Uniti segnano il minimo storico e gli ultimi mandati dell'amministrazione repubblicana hanno contribuito a dissipare quello che Putnam definisce il capitale sociale¹, con i *liberals* in crisi d'identità, il volto fresco e ottimista di Obama e la sua retorica improntata (sull'impegnarsi) sul cambiamento hanno toccato le corde della passione sopita per la partecipazione alla vita politica del paese. Le analogie con l'Italia, se le cerchiamo, si sprecano, e sull'onda dell'*obamania* parte della sinistra italiana ha tentato di ricalcare un modello senza dare il giusto peso a quelle che sono le differenze culturali tra le due nazioni.

¹ Putnam 1995; Putnam 2000.



Lo hanno capito bene Margherita Fontanella e Debora Spini che nel saggio *Il sogno e la politica da Roosevelt a Obama* (Firenze University Press, 2008) propongono una selezione di discorsi pubblici di alcuni importanti *leaders* democratici, di cui vengono analizzati i temi e le strategie comunicative. Un lavoro che permette di chiarire il modo in cui viene posta e percepita negli Stati Uniti la relazione tra politica e società, rendendo manifeste indirettamente le differenze con la situazione italiana e permettendo così la riflessione sugli equivoci nati da una frettolosa trasposizione.

IL DISCORSO. COMUNICAZIONE LIBERAL NEL CONFRONTO PUBBLICO

Il sogno e la politica da Roosevelt ad Obama rappresenta uno strumento nelle mani del lettore che può, attraverso una selezione dei discorsi dei maggiori leaders politici del Partito Democratico, capire in maniera diretta la dialettica tra il sistema politico e la società statunitense. L'ottimo lavoro esplicativo viene parimenti diviso tra la Spini e la Fontanella: ciascuna infatti introduce nei due capitoli iniziali gli stili e le tematiche ricorrenti che si sono evolute nella comunicazione politica dei *liberals*.

Mentre Margherita Fontanella si occupa di chiarire dal punto di vista strategico e funzionale gli elementi che costituiscono un discorso, la Spini ne chiarisce i contenuti contestualizzandoli nella società americana.

Un discorso deve essere in grado sia di informare che di persuadere su ciò che l'oratore dice: queste due caratteristiche possono essere più o meno esaltate a seconda che si voglia dare più enfasi all'una o all'altra; un discorso pronunciato durante l'insediamento da presidente avrà dei tratti informativi molto spiccati in quanto lo scopo del nuovo presidente sarà rassicurare circa la propria imparzialità, tanto i suoi elettori che gli oppositori, nel tentativo di riconciliare una nazione divisa dalla propaganda elettorale. Un mirabile esempio è costituito dal discorso di insediamento di J. F. Kennedy che di fronte all'emergenza della *'guerra fredda'* invoca, in quanto presidente, una partecipazione collettiva per la costruzione della società futura.

Celebriamo oggi non una vittoria di partito, ma un'affermazione di libertà, che simboleggia una fine e al tempo stesso un principio, segno di cambiamento e rinnovamento. Poiché ho prestato dinnanzi a voi e a Dio onnipotente lo stesso giuramento che i nostri padri prescissero quasi centosettantacinque anni or sono. (p. 76)

E continua «nelle vostre mani, miei concittadini, più che nelle mie, stanno il successo o il fallimento definitivo della nostra azione» (p. 76).

Durante le campagne elettorali, tuttavia, raramente si riscontrano toni così concilianti, sebbene vero è che in alcuni *leaders* democratici si ritrovino appelli anche alla cooperazione con i repubblicani per lavorare alla costruzione di una grande società; molto più spesso, però, l'avversario politico viene demonizzato, cosicché il discorso acquista una grossa caratterizzazione persuasiva nei confronti di coloro che saranno chiamati a scegliere a chi dare il voto.

Nell'analisi della comunicazione politica in campagna elettorale la Fontanella sottolinea il progressivo aumento dell'*importanza dei media e dei tempi televisivi*. Pioniera della comunicazione politica mediatica, lo stesso Roosevelt ritenne importante far conoscere il programma di governo al popolo americano attraverso quelle che venivano chiamate le *fireside chats*, 'chiacchierate al caminetto' con cui il Presidente entrava per radio nelle case dei suoi connazionali. L'attuale evoluzione dei sistemi di comunicazione ha necessariamente alterato lo stile e l'approccio dei politici verso il pubblico; dai toni soffusi degli anni '40 la politica statunitense ha dovuto adattarsi, iper-semplificando i concetti e cercando sempre di



più la spettacolarizzazione nel messaggio: è la politica degli slogan, delle frasi ad effetto, del marketing pubblicitario; non vengono risparmiati i toni duri neanche dagli esponenti democratici. Nel '92, nella campagna di Bill Clinton contro l'uscente George Bush, il candidato dell'Arkansas asseriva:

questa sera dieci milioni di nostri compatrioti americani sono al lavoro. Altre decine di milioni lavorano molto più duro per una paga più bassa. Il presidente uscente ha detto che la disoccupazione aumenta sempre un po' prima che la ripresa cominci.

La disoccupazione deve aumentare di una sola persona prima che una vera ripresa possa cominciare. E, signor presidente, quella persona sei tu. (p. 124)

Oltre alla frase d'effetto la logica dei media prevede un accresciuto interesse per la figura, anche privata, del candidato. La *focalizzazione sul leader* è un elemento tipico della comunicazione politica contemporanea; un individuo è più semplice da rappresentare di un partito, costituito da equilibri interni e macchinoso per il mezzo televisivo, mentre il *leader*, diventato un divo, viene seguito nelle attività che svolge tanto nella sua sfera privata quanto in quella pubblica. Da vent'anni a questa parte ogni *leader* democratico si presenta nei suoi discorsi non come politico, ma come uomo; ad esempio Jesse Jackson, leader della *Rainbow Coalition* che nel 1984 raccolse un ampio voto nero e delle altre minoranze nella sua presentazione:

ho un messaggio per i nostri giovani. Li sfido a mettere la speranza nel cervello e non droga nelle vene. Ho detto loro che come Gesù anche io sono nato in uno *slum*, ma essere nato in uno *slum* non significa che lo *slum* sia nato con te e dentro di te. Puoi sollevarti al di sopra dello *slum* se veramente lo vuoi. (p. 122)

Dopo Jackson i candidati democratici si sono sempre presentati come uomini che hanno vissuto esperienze difficili, o hanno avuto momenti di grande sofferenza superati grazie al sostegno della famiglia e al rifugio nella fede: come Clinton che asserisce di aver imparato di più nel negozio di suo nonno piuttosto che alle varie università o Al Gore che parla con coinvolgimento emotivo dei particolari dell'incidente con cui ha quasi ucciso il figlio.

Il linguaggio vincente nella retorica dei media è dunque un linguaggio personale, antipolitico, con cui il leader di sinistra ha cercato di staccarsi dall'immagine connessa ad un partito assistenzialista e burocratico che gli era stata attribuita durante gli anni '70 e '80.

ESSERE LIBERAL

La mancanza di riferimenti allo Stato è solo una delle prime vistose differenze che un lettore europeo potrebbe trovare; il motivo risiede in una diversa articolazione della relazione tra Stato e società. Il sentimento di socialità, negli Stati Uniti, *preesiste* allo Stato, rappresentato/a dall'organizzazione cooperativa tra gruppi eterogenei, di genere federalista, radicata fin dai tempi dei *Pilgrim Fathers* che sfuggiti alla persecuzione e alle lotte di religione approdarono nel Nuovo Mondo. Molte generazioni si sono succedute, crescendo nella difficile convivenza tra i diversi gruppi religiosi, intrecciando giorno per giorno il tessuto sociale americano. Gli Stati Uniti diventano un paradigmatico esperimento politico di separazione tra Stato e Chiesa:

Il fatto che nessuna confessione possa vantare un predominio indiscusso sul potere politico non significa però che la società americana non sia profondamente impregnata di religione. (p. 6)

Nei propri discorsi gli esponenti democratici non usano il termine Stato per riferirsi all'istituzione governativa, prediligendo il più tecnico *Government*, o il più sbrigativo *the*



system, con cui si definiscono tutte le possibili applicazioni politiche.

Il Governo, nell'immaginario collettivo americano, rappresenta talvolta un controllore imposto, talvolta uno strumento per riequilibrare le tensioni sociali, sempre attento, tuttavia, a non invadere lo spazio delle libertà individuali.

Senza scendere nei particolari di un'analisi sociopolitica non richiesta e dispersiva, la differenza del modello americano rispetto a quello europeo si avverte anche nella vita quotidiana ben esemplificata, negli Stati Uniti, dalla possibilità di detenzione e uso delle armi e della violenza allo scopo di difendere se stessi e la proprietà. Realtà ben diversa da quella a cui siamo abituati, dove il cittadino delega allo Stato l'uso esclusivo della forza nell'interesse della sua sicurezza. Questo diritto, per gli americani, rappresenta l'affermazione della propria autonomia e indipendenza.

Il cittadino che reclama la propria libertà individuale acquisisce una profondità politica anche nell'ambito *liberal*, una vena di individualismo che ha lo scopo di richiamare al valore della responsabilità sociale e dell'impegno personale. Il richiamo alla responsabilità individuale diventa, infatti, estremamente sociale all'interno di gruppi di appartenenza identitaria.

Un'ulteriore differenza di rilievo riguarda i continui ricorsi dei leaders al lessico e alle tematiche religiose: anche nel caso della 'sinistra' americana le citazioni dalla Bibbia fanno parte del linguaggio politico. Il ruolo centrale dell'esperienza religiosa nella vita e nella comunicazione politica degli Stati Uniti lascia talvolta perplesso lo spettatore italiano non esperto della teologia e della prassi 'puritana'; al contrario, con il termine 'puritano' designamo erroneamente un individuo bigotto e moralista. Storiograficamente, nell'Inghilterra del Cinquecento e Seicento con *Puritanism* si definivano le varie correnti protestanti che volevano preservare la purezza della fede cristiana.

La pluralità delle confessioni e delle chiese costituisce il cuore pulsante dell'America: gli *Evangelicals*, come si definiscono in senso ampio, propongono una spiritualità individuale e non mediata, invitando ad un rapporto personale con la fede e il divino. Ben diversamente dall'altra realtà religiosa degli Stati Uniti della *Christian Right*, movimento integralista dominato da personaggi come Pat Robertson o Jerry Falwell che rivendicano la creazione di uno *stato cristiano* ed il controllo del potere politico, ottimamente confutati nel suo *American Fascist* (2008) dal premio Pulitzer Chris Hedge.

Questi esempi dimostrano l'enorme diffusione della religione in America e la sua importanza sociale, perciò un atteggiamento laicista del tipo francese è quanto di più lontano dalla visione del mondo di un cittadino statunitense medio. La fede appassionata che viene vissuta dal credente è stata spesso il motore per grandi cambiamenti sociali; memorabile fu la lotta non violenta per i diritti degli afro-americani guidata da *Martin Luther King*, pastore della chiesa nera *Dexter Avenue Baptist Church*, a Montgomery in Alabama.

Infine un altro aspetto importante della retorica democratica, discordante da ciò a cui siamo abituati dai partiti di centrosinistra italiani, riguarda il patriottismo. Considerato un discorso di destra in Italia, gli Stati Uniti si considerano fortemente una grande patria, in un senso tuttavia molto peculiare: quello delle *hyphenated identities* così definite da Michael Walzer nella sua celebre opera *What Does It Mean to Be an American*:

La *hyphenated identity* è una identità col trattino, per cui ogni cittadino si trova ad essere "qualcos'altro-americano". In questa definizione, a sinistra del trattino sta una prima determinazione di identità culturale o etnica (*Afro, Hispano, Jewish* e così via) mentre a destra sta la parola *American* comune a tutti e a tutte. Con questa parola si intende quindi la parte di identità che è caratterizzata da una scelta, dalle norme, dai principi e dalle regole alle quali si è scelto di aderire. (p. 10)

Lo stesso Martin Luther King impostava i suoi discorsi su due linee sostanziali come il



riferimento alla Scrittura da un lato e i valori evocati dalla costituzione dall'altro; Clinton nei suoi discorsi durante la corsa alla presidenza incitava gli elettori a ritrovare lo 'spirito americano', ad essere all'antica per un'era nuova.

Persino durante uno dei periodi più critici della loro storia, come durante la guerra del Vietnam la rivendicazione dei valori civili è stata fondamentale per imporre un cambiamento.

La declinazione *liberal* del patriottismo può dunque essere considerata come un richiamo ad un *patriottismo costituzionale*, più che al nazionalismo europeo presente fino alla metà del secolo scorso.

ESSERE BARACK OBAMA

Barack Hussein Obama Jr. è nato ad Honolulu il 4 Agosto del 1961, il padre proveniente da una famiglia di pastori del Kenya era riuscito ad arrivare negli Stati Uniti grazie ad una borsa di studio, mentre la madre era originaria di una piccola cittadina del Kansas. Dopo la separazione dei genitori Barack segue per alcuni anni la madre in Indonesia, dopo di che torna ad Honolulu per terminare gli studi. Si laurea nel 1983 in Scienze Politiche alla Columbia University, nel 1988 si trasferisce a Chicago per dirigere il progetto no profit di assistenza per i residenti dei quartieri poveri nel South Side, nel 1991 si laurea ad Harvard alla Law School e torna a Chicago per esercitare la professione di avvocato, un anno dopo sposa Michelle Robinson, anch'essa avvocato. Nel 2004 si candida al Senato per il Partito Democratico e viene eletto senatore dell'Illinois, vincerà nel 2008, contro Hillary Clinton, le primarie del partito per la candidatura alla presidenza degli Stati Uniti venendo quindi largamente preferito al candidato repubblicano durante la tornata elettorale che ha visto il ritorno alle urne di molti giovani.

Barack Obama è il presente e il futuro del governo americano. Egli, primo presidente nero d'America, rappresenta la conseguenza di un voto che esprime voglia di radicale cambiamento in un paese che alla fine dell'amministrazione Bush contava una enorme percentuale di disoccupati, programmi di assistenza medica e di istruzione inesistenti, la crisi economica più grave dai tempi della *Grande Depression*, l'opinione pubblica avversa e relazioni politiche estere difficili a causa della prolungata guerra sul suolo iracheno e afgano.

La retorica del nuovo Presidente mira a suscitare la voglia di riscatto dei giovani e delle minoranze, ma riesce a conquistare anche il cittadino medio desideroso di riscoprire lo 'spirito americano' di cooperazione e reciproca assistenza. Obama ha saputo così coniugare le tradizionali tematiche *liberal* assistenzialiste e garantiste di politica interna nei confronti degli strati sociali più ingiustamente colpiti con un sistema moderno di comunicazione. Egli conia infatti uno slogan di potente impatto: 'Yes, we can' esprimendo una ideale continuità con il celebre 'I have a dream' di Martin Luther King. Lo slogan diventa persino un video musicale, visto in rete da più di dieci milioni di persone, prodotto con l'aiuto di artisti e cantanti famosi (tra cui il figlio di Bob Dylan, Jesse, i Black Eyed Peas, John Legend e Scarlett Johansson), e ispirato al discorso del gennaio 2008 in New Hampshire. Tuttavia, oltre al fenomeno mediatico suscitato dal suo efficace modo di comunicare, il successo di Obama si lega anche al coraggio da lui dimostrato nell'affrontare tematiche, quale quella religiosa, generalmente appartenenti al territorio politico repubblicano.

In una prospettiva più ampia, sbagliamo a non riconoscere l'importanza della fede nella vita della gente, nella vita degli americani, e credo che sia tempo di impegnarci in un serio dibattito su come riconciliare la fede con la nostra moderna democrazia pluralista. Ma se decidiamo di farlo, la prima cosa da capire è che gli americani sono un popolo religioso: il 90% di noi crede in Dio, il 70% aderisce a una comunità religiosa organizzata, il 38% si definisce cristiano praticante, e c'è più gente in America che crede agli angeli di quanta non creda alla teoria dell'evoluzione. Questa tendenza religiosa non è semplicemente il frutto della buona politica di marketing di abili



predicatori o della forza di trascinamento di qualche popolare mega-chiesa. In realtà ci descrive un bisogno che è più profondo, un bisogno che travalica ogni specifica causa o istanza. (p. 170)

L'approccio è didattico, con molti riferimenti alla vita quotidiana che esulano dalla politica: nel suo modo di comunicare Obama non esclude una certa complessità concettuale, sconsigliata dai manuali di comunicazione, ma che gli consente di mantenere viva l'attenzione e la concentrazione verso il messaggio che ha intenzione di comunicare, dimostrando al mondo dei media che la strategia emotiva largamente abusata non è l'unica modalità comunicativa possibile. Nel suo modo di rapportarsi agli elettori possiamo constatare in Obama la fiducia nelle capacità dei cittadini americani di poterlo aiutare a rendere gli Stati Uniti un paese migliore, in grado di ripensare il suo ruolo sia nella realtà quotidiana interna che nelle relazioni internazionali. Altre emergenze inoltre, proprie della globalizzazione, si impongono alle coscienze dei cittadini della terra: emergenze quali il clima, le risorse della terra e la disuguaglianza sociale che affligge il sud del pianeta. Se gli Stati Uniti intendono ritrovare quella *leadership* condivisa dovranno quindi ponderare bene l'immagine da presentare alla comunità internazionale.

Compito di Barack Hussein Obama, 44° presidente U.S.A., sarà cercare di tener fede al coraggio dimostrato in campagna elettorale e di far fronte alle inevitabili critiche, alcune già manifeste, senza disperdere il rinnovato *capitale sociale* con cui potrebbe realmente arrivare là dove nessun presidente è riuscito.

Non è esagerato sostenere che tutto il mondo si augura che Obama riesca a realizzare gli importanti cambiamenti da lui proposti.

BIBLIOGRAFIA

- Dreier, P. (2007). *Will Obama Inspire a new Generation of Organizers?* www.dissentmagazine.org.
- Hedge, C. (2009). *Fascisti americani*. (trad. it. di R. Bnà). Roma: Vertigo. [2007]
- Obama, B. (2009). *L'era delle responsabilità*. Roma: Cooper. [2009]
- Obama, B. (2009). *Un nuovo inizio*. Roma: Cooper. [2009]
- Putnam, R. D. (1995). Bowling Alone: America's Declining Social Capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65-78.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster.