

La sconfitta di Kerry, più della vittoria di Bush, offre motivi di lettura decisivi sulla società americana di oggi, ma anche suggestioni sul suo complicato rapporto con media e tv. Anzi, gli elementi che emergono parlano pure alla vecchia Europa. Riguardano anche noi.

La società americana appare in trasparenza attraverso questa gigantesca indagine demoscopica che sono le elezioni presidenziali; e le tendenze socio-culturali parlano un linguaggio persino più netto delle cifre. A parità di condizioni, la mobilitazione dei valori e soprattutto l'insistente lavoro sulla paura prevalgono nettamente sulla rappresentanza degli interessi economici e sociali messi in discussione dalla crisi. Ma bisogna dirlo più chiaramente: il conflitto elettorale negli USA si è manifestato, senza ambiguità, come un contrasto culturale. Da un lato, l'America colta, intellettuale, giovanile (neanche tutta) e filo-europea, protesa a elaborare la paura del terrorismo in un tentativo generoso ma illuministico di razionalizzazione e di passaggio d'epoca. Dall'altro, l'America profonda, invisibile ai media e persino poco leggibile per la geografia dei sondaggi perché senza voce, senza una rappresentanza simbolica della sua paura. Ripiegata nel suo guscio nazionale. A questa seconda America, Bush ha saputo offrire risposte convincenti e selettive, ha saputo soprattutto sintonizzarsi senza snobismi sulle frequenze d'onda dell'ansia sociale e interpretarla.

Non c'è allora da domandarsi perché questa America sia quantitativamente più forte. Certo, è facile parlarne dopo. Ma la risposta è nelle cose, nei precedenti, nella storia e psicologia di quella grande nazione che vive, come altre, il disagio della modernità. Intanto, la rendita di posizione: un Presidente uscente occupa nell'immaginario sociale uno spazio ingombrante, che si può rimuovere soltanto facendo un diverso appello alla mitologia collettiva. Kerry ci ha provato, ma con un arsenale linguistico e un set di argomenti concepiti più per l'opinione pubblica e per i media che per quella che chiamiamo convintamente opinione-pubblica. Si può anzi azzardare il paradosso che l'abbraccio dei media sia stato un indizio pericoloso per lo sfidante, perché ha ufficializzato le differenze rispetto all'appel popolare di Bush, sanzionando quasi diverse affinità e alleanze sociali. Persino le adesioni dello star-system hanno rappresentato un abbraccio mortale, configurando un'élite politica contrapposta a una moltitudine senza voce.

E quando una moltitudine è senza voce cerca un'identificazione nel personaggio che le sembra meno distante sul piano culturale, che parla un linguaggio riconoscibile, a metà tra paternalismo rassicurante e stile predicatorio, quasi evocando sullo sfondo la garanzia di curare la paura. Colpisce che i media e i sondaggi abbiano vissuto quasi un'altra campagna: hanno immaginato di essere alla vigilia di un cambiamento

culturale, ignorando che la diffusione della paura e l'emergenza terroristica militano sempre per rinviare il cambiamento e chiedono di rafforzare la rassicurazione e lo status quo. Dobbiamo prendere atto che il nuovo mondo è quello in cui evapora, almeno in parte, la forza politica dei media. Essi sono capaci di rimettere in corsa un candidato ma non di dargli la vittoria. La dinamica dei "vaticini" circa la vittoria dell'uno o dell'altro candidato ne sono una prova indiretta. La rielezione di Bush, data quasi per scontata nella prima fase delle Presidenziali, quando ancora le Primarie non avevano consegnato a Kerry lo scettro di front-runner, è stata progressivamente avvolta da un'aurea di incertezza per poi quasi sfumare dopo la prima conta dei voti, la notte scorsa. In realtà, già poche ore dopo il primo dibattito presidenziale le certezze sulla rielezione di Bush avevano cominciato a vacillare pesantemente quando anche l'autorevole Gallup aveva dichiarato Kerry in vantaggio di una manciata di punti. Lo stesso risultato si è ripetuto nelle analisi che hanno seguito i dibattiti successivi quando un freddo e professionale Kerry "imponesse" i suoi temi a un Bush sulla difensiva che non riesce a sfoderare sino in fondo l'arma della guerra al terrore. Bisogna tornare indietro di qualche mese con la memoria per ricordare come siano stati proprio i "media" a portare avanti la battaglia più dura contro il Presidente in carica. Basta pensare a quanto si sono spesi in favore del candidato Democratico (o, più propriamente, contro quello Repubblicano) personaggi di rilievo internazionale come Springsteen o Eminem che gira addirittura un video in odore di spot anti-Repubblicano. O, ancora, ricordare l'endorsement dei più autorevoli quotidiani statunitensi e, ancora, non sottovalutare il peso di MoveOn, movimento della società civile pacifista che attraverso Internet ha raccolto circa due milioni di aderenti, un numero impressionante per un Paese che aveva raggiunto picchi di apatia politica senza precedenti. Cosa è successo allora? Cosa non ha funzionato o ha provocato un cortocircuito nella complessa macchina mediale statunitense? Forse, con queste elezioni è anche finita un'epoca in cui si poteva sostenere con confortante tranquillità che i media, se non determinanti per l'esito politico di un partito o di un candidato, erano comunque in grado di rappresentare gli umori, la pancia della società civile nelle moderne democrazie occidentali. In questo caso, non solo la televisione ha restituito un'immagine distorta della società civile americana ma neanche è stata in grado di mantenere le "promesse elettorali" della vigilia. Pur con i dovuti distinguo, un caso non molto dissimile da quanto accaduto in Italia nelle ultime elezioni europee quando il partito mediaticamente più forte ha dovuto registrare un'emorragia di consensi elettorali (dati Mediamonitor - DISC 2004). Si tratta, ovviamente, di un dato in questo momento secondario rispetto alla gioia dei vincitori e allo stile che, comunque, va riconosciuto agli sconfitti. Ma quando le acque dell'America laica e di quella confessionale si saranno calmate sarà necessario che su questo dato si promuova una seria riflessione.

Media e elezioni USA

L'eroe medio dell'America invisibile e le nuove dinamiche della comunicazione politica