

La politica come reality: la recita emotiva dei leader nell'era della post-democrazia

L'ANGOLO DEI BLOGGER. Il libro di Alberto Negri, *La fiducia sono io. Il format comunicativo populista nella post-democrazia dei leader*, analizza il format comunicativo populista, fondato sulla seduzione emotiva e sulla teatralizzazione dei leader. Una strategia che, tra tattiche calcolate e intimità costruite, rischia di trasformare la democrazia in un palcoscenico permanente. Perché le persone sono sedotte dalla comunicazione, spesso autoritaria e borderline, dei leader populistici? Che cosa hanno in comune il format populista e i format dei reality televisivi come quello di *Temptation island*? Esiste il rischio che questo format comunicativo contribuisca a favorire il passaggio dalla democrazia alla post-democrazia, ovvero a una democrazia apparente, minata nei suoi principi fondamentali e svuotata dei suoi contenuti costituzionali? E, infine, è possibile proporre un format comunicativo alternativo ma altrettanto efficace e vincente? Per provare a rispondere con acutezza e strategica intelligenza a queste quattro domande, vi metto a cuore il libro di Alberto Negri da oggi in libreria: *La fiducia sono io. Il format comunicativo populista nella post-democrazia dei leader* (per le edizioni **Franco Angeli**). Si tratta di un lavoro articolato intorno al rapporto tra emozioni e politica nella nostra società contemporanea-digitale. Scorrendo le pagine del lavoro dello studioso milanese, ecco apparire l'immagine del politico istrione e trascinatori, a metà tra il mago e lo sciamano, che ha il dono di far fremere i cittadini, gli ascoltatori, il pubblico e trascinarli nella messa in pratica di riti sociali. Attraverso l'utilizzo di una prossemica studiata e una gestione razionale rispetto allo scopo delle emozioni da mostrare, manifestare e condividere a seconda del social utilizzato e del contesto sociale in cui si trova a recitare, il politico scopre l'arte della persuasione emozionale da palcoscenico. Della recita a soggetto. L'obiettivo è quello di dire ai cittadini quello che si aspettano di sentire. Di costruire un setting adeguato alla circostanza in cui si va a parlare. Di creare quell'empatia nei confronti degli ascoltatori che potrebbe rivelarsi fondamentale alleata nella costruzione del consenso. Si tratta di una specie di linguaggio seduttivo che Negri analizza magistralmente in questo libro. Un po' tutti i politici odierni, dunque, utilizzano strategicamente le emozioni nelle loro performance pubbliche con l'obiettivo di acquisire potere e consenso o mantenere quelli già ottenuti. Vi sono tattiche emozionali (e quindi un progetto razionale) che prevedono quali emozioni veicolare durante una determinata situazione sociale e nei confronti di specifici soggetti con i quali si interagisce. Il mio riferimento è alle cosiddette tattiche emozionali di micropolitica teorizzate dalla sociologa statunitense Candace Clark, ossia cinque modalità attraverso le quali le emozioni, lungi dall'essere puramente naturali e incontrollate, possono essere costruite in base alla situazione sociale in cui ci si trova e usate in maniera intelligente e funzionale al politico. Riassumendole, scopriamo che: 1) esprimere emozioni negative o trattenere emozioni positive ha lo scopo di indurre nell'interlocutore paura o vergogna, mettendolo quindi in una posizione di svantaggio; 2) viceversa, esprimendo emozioni positive e trattenendo quelle negative, gli altri soggetti saranno indotti a esprimere atteggiamenti di simpatia e solidarietà (si pensi al Silvio Berlusconi del partito dell'amore); 3) riuscendo a controllare il livello emozionale dell'altro (magari facendogli perdere la calma attraverso un atteggiamento di freddezza e distacco) si raggiunge il risultato di spiazzarlo e farlo sentire a disagio; 4) suscitando nell'interlocutore sentimenti di lealtà e obbligo si avrà una reazione non conflittuale da parte di quest'ultimo (in un certo senso, un altro modo per definire il rapporto do ut des che caratterizza gran parte della politica italiana); 5) esprimendo emozioni positive che segnalano la propria superiorità e l'inferiorità dell'altro si può assumere un atteggiamento di condiscendente superiorità verso l'altro. Si noti la marcata ambivalenza: da una parte, ci troviamo di fronte a soggetti che non hanno timore di emozionarsi in pubblico e di condividere con i cittadini quello che provano nella loro intimità, quasi come se non avvertissero preoccupazione di svelare quello che la maschera di professionista della politica può nascondere; dall'altra, però, seguendo l'analisi di Negri, è possibile scoprire come spesso, dietro a tali intimità calde, ossia comportamenti all'apparenza alquanto emozionali, si svelino sottili tattiche razionali di acquisizione del consenso e trasmissione di fiducia. Si tratta di un processo di teatralizzazione e commercializzazione delle emozioni: per i politici contemporanei sembra non contare se il proprio lato emotivo autentico possa venire represso: quello che importa è arrivare al pubblico, ottenere consenso, far breccia nella mente degli elettori. Così, in una politica sempre più social e, dunque, emozionalmente teatralizzata, l'analisi dell'identità personale da parte del soggetto rappresenta oramai un'utopia ben lontana dal realizzarsi.

