

## Dalla retorica alla mediatizzazione. Nuove prospettive di studio su populismo ed emozioni

Luana Fedele\*

Riflessioni a partire dal libro *The Emotional Life of Populism: How Fear, Disgust, Resentment, and Love Undermine Democracy* di Eva Illouz (Polity Press, 2023)

Nel contesto mediale contemporaneo, caratterizzato da un flusso costante di contenuti audiovisivi e dalla pervasività dei social network, la politica ha subito una trasformazione radicale. Leader, partiti e candidati hanno progressivamente adottato le grammatiche proprie di questo ecosistema, riconoscendo l'importanza centrale di spettacolo, immagine, seduzione ed entertainment nei processi di creazione e diffusione dei messaggi. Tale evoluzione ha stimolato una vasta produzione accademica che ruota intorno al paradigma della mediatizzazione politica, in cui si inserisce anche il recente lavoro di Eva Illouz *The Emotional Life of Populism*.

Secondo quanto delineato da Andreas Hepp e Nick Couldry in *Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments* (2013), la mediatizzazione rappresenta il fondamento del modello attuale di comunicazione politica: il sistema dei media non è più un semplice intermediario, ma si configura come uno spazio pubblico che genera le sue stesse dinamiche. In altri termini, i media agiscono sia come ambiente che come agente della relazione comunicativa tra politica e cittadini. Al centro di questo paradigma vi è il concetto di *media logic*, che definisce i criteri narrativi, gli imperativi estetici e organizzativi nella selezione e presentazione degli eventi. Questa si dimostra cruciale per comprendere l'ascesa dei populismi contemporanei, poiché impone agli attori politici, per ottenere visibilità e consenso, di conformare tempi, forme e contenuti alle esigenze mediatiche. Parallelamente, i media tendono a rendere la politica più appetibile per attrarre l'attenzione del pubblico.

Per descrivere questo scenario, Gianpietro Mazzoleni in *Populism and the Media* (2008) introduce il concetto di *media populism*, che si sviluppa in almeno due direzioni principali. Da un lato, per rispondere agli imperativi commerciali e sod-

\* Luana Fedele, Sapienza Università di Roma, luana.fedele@uniroma1.it.

disfare i gusti del pubblico, i media si ‘popolarizzano’ e adottano un approccio populista nella narrazione della politica. Ciò si traduce nell’uso di un linguaggio semplice e diretto, nell’attenzione dedicata alle *soft news* e al gossip, e nella predilezione per temi capaci di interrompere la routine informativa, diventando così ‘notiziabili’. Inoltre, si concentrano su questioni tipicamente dominate da attori populistici, come immigrazione, identità regionali, corruzione e criminalità. Dall’altro lato, i media abbracciano cornici interpretative proprie del populismo, quali anti-elitismo e anti-politica, privilegiando narrazioni sensazionalistiche ed emotive. Questa dinamica si estende anche alla capacità dei media di riflettere e sfruttare linguaggi e immaginari tratti da opere audiovisive, attraverso riferimenti espliciti o impliciti a forme narrative proprie della cultura popolare contemporanea. Il cinema e le televisioni, infatti, offrono narrazioni archetipiche e simboliche che i politici evocano, per rafforzare il loro legame emotivo con l’elettorato, adottando temi e retoriche che richiamano e risemantizzano i codici della *fiction*. Tale commistione rafforza l’attrattività della politica spettacolarizzata, amplificando il potenziale di *engagement* dei pubblici e favorendo una narrazione politica sempre più personalizzata ed emotiva: un esempio emblematico è rappresentato dai tabloid, dai *popular news media* e dai talk-show televisivi.

È così che, accanto ai tradizionali studi di matrice politologica, che teorizzano il populismo come ideologia (Laclau 2008), fioriscono sempre più ricerche che non si limitano allo studio del discorso politico in senso stretto, ma esplorano gli ambienti mediatici e culturali in cui questi discorsi prendono forma, insieme agli stili politici adattabili a diversi contesti ideologici. In questo senso, non stupisce che molte delle riflessioni più recenti sul populismo ricorrano ai concetti derivanti dai *film and media studies*. Un esempio emblematico di questa prospettiva è offerto da Benjamin Moffitt nel suo lavoro *The Global Rise of Populism: Performance, Political Style and Representation* (2016). Pur operando nell’ambito della politologia, nel tentativo di tenere insieme aspetti retorici ed estetici, Moffitt centra la sua analisi stilistica attorno al concetto di ‘performance’, inteso come l’insieme di azioni simbolicamente mediate e incarnate, rivolte a un popolo che è anche audience, che contribuiscono a costruire e a navigare il campo del potere politico, dal governo alla vita quotidiana.

Concepire il populismo come stile presenta numerosi vantaggi, soprattutto apre ad analisi in cui diventano centrali le forme espressive degli attori politici, come il costante ricorso all’interpellazione emotiva. Le emozioni a cui fare ricorso

possono essere positive – come orgoglio, entusiasmo e speranza (Marcus *et al.* 2006) – o negative – paura o rabbia (Caiani, Graziano 2016) – al fine di attirare l'attenzione, coinvolgere gli utenti, creare allarme, fino a influenzare il comportamento e le scelte dei cittadini, degli elettori e dei pubblici. L'appello al 'popolo' (e la sua apparente partecipazione) si configura quindi come il risultato di processi narrativi e della costruzione di affetti, piuttosto che su una struttura ideologica. Ed è qui che si inserisce il volume di Illouz.

*The Emotional Life of Populism* sviluppa una riflessione centrata sulle emozioni come leve cruciali nella formazione del consenso. La paura, il disgusto, il risentimento e l'amore, secondo l'autrice, sono il vero motore che struttura il discorso e l'azione populista. La politica, in quest'ottica, diviene una battaglia per definire chi appartiene alla comunità e chi no, in un gioco che si fonda sulle emozioni condivise e sulla polarizzazione degli affetti. Queste, mobilitate dai leader attraverso narrazioni potenti, generano antagonismi sociali, alienazione istituzionale e una percezione deformata della vita sociale, creando 'spazi immaginari' emotivi in cui il confine tra realtà e immaginazione diventa sempre più sfumato. È per questo che Illouz teorizza che il populismo viva tanto nella realtà quanto nell'immaginazione, poiché gli spazi immaginari creati dalle emozioni populiste sono riempiti di proiezioni emotive. Gli immaginari che da qui emergono ricodificano questioni tecniche o economiche in battaglie morali. Ad esempio, temi come l'immigrazione o l'economia vengono interpretati non come problemi da risolvere, ma come minacce all'identità e ai valori morali del 'vero popolo': una moralizzazione che intensifica il conflitto, trasformando il terreno politico in un'arena dominata dalle emozioni.

La metodologia adottata da Illouz consta di un lavoro empirico basato su interviste ad attori politici, attivisti locali e cittadini comuni provenienti da diversi schieramenti politici, insieme all'analisi di discorsi pubblici, documenti storici e istituzionali, messi al vaglio degli strumenti della sociologia degli affetti, degli studi culturali, la teoria politica e la psicologia sociale. Nonostante l'analisi sia localmente limitata al contesto israeliano, il valore profondo del libro risiede proprio nella capacità di adottare una metodologia sistemica, applicabile ad altri contesti. Il ruolo centrale del contesto mediatico nella diffusione delle emozioni politiche è trattato in maniera parziale e indiretta, ma il quadro teorico che Illouz costruisce consente di guardare al populismo sotto una nuova luce. In questa visione, il populismo non è solo ideologia o strumento retorico, ma una performance emotiva,

che trova la sua forza e il suo impatto amplificati nel contesto della mediatizzazione.

È proprio questa interazione tra emozioni, media e politica che ci suggerisce come la cultura, e in particolare quella audiovisiva, oggi così pervasiva nelle industrie mediatiche, possa giocare un ruolo fondamentale nella ‘performance emotiva’ del populismo. Ciò che sorprende, tuttavia, è che il legame tra cultura e populismo sia stato ancora (relativamente) poco approfondito in ambito accademico, nonostante le evidenti connessioni tra le trasformazioni sociali e culturali in atto. Un’importante eccezione a questa mancanza è il recente volume di Juha Herkman *A Cultural Approach to Populism* (2022), che affronta il tema in modo significativo. La sorpresa di questa lacuna è ancora maggiore se si considera che i movimenti populistici si presentano spesso come difensori della tradizione minacciata da cambiamenti sociali profondi, i quali sono, in realtà, spostamenti nei valori culturali stessi, sfruttati e rielaborati nelle cosiddette ‘guerre culturali’, discusse da Frank Furedi in *How Fear Works: Culture of Fear in the Twenty-First Century* (2018). In questo contesto, la cultura emerge come un veicolo privilegiato per le narrazioni populiste, un mezzo attraverso cui queste vengono ancorate e rafforzate, conferendo loro un significato condiviso e potente.

Le narrazioni politiche e gli immaginari audiovisivi si manifestano attraverso un flusso costante e frammentato che caratterizza la quotidianità dei cittadini nel loro consumo mediatico. Nonostante ciò, le diverse discipline tendono a focalizzarsi su aspetti specifici e disgiunti. Alcuni ricercatori si sono concentrati sulla manipolazione delle informazioni da parte degli attori politici, mentre altri, in maniera disgiunta, hanno analizzato la politica delle narrazioni di finzione. Le intersezioni tra queste due prospettive – come gli attori politici si avvalgano delle storie di finzione o come le narrazioni finzionali possano evocare sentimenti populistici – sono ancora poco esplorate e mai trattate in modo sistematico, con alcuni parziali eccezioni (Schober 2019, tra le altre).

Il potenziale di Illouz nel supportare lo studio del legame tra populismo e cultura, anche audiovisiva, risiede nella sua capacità di superare la tradizionale separazione tra politica, cultura e società. La sua metodologia offre un’opportunità per esplorare come gli immaginari audiovisivi agiscano da potenti strumenti di mobilitazione emotiva, contribuendo a creare le ‘strutture di sentimento’ (Williams 1977), che non solo riflettono le dinamiche dei movimenti popolari, ma spesso li anticipano, influenzando le loro modalità di diffusione e ricezione. Que-

sto approccio ci invita a considerare la cultura come un campo strategico, capace di plasmare e contestare le narrazioni populiste. Al contempo, il testo sottolinea l'importanza di un'analisi integrata per comprendere appieno le dinamiche emotive che alimentano il populismo e ne favoriscono la sua diffusione.

### Riferimenti bibliografici

- CAIANI M., GRAZIANO, P., *Varieties of Populism: Insights from the Italian Case*, in «Rivista Italiana di Scienza Politica», vol. XLVI, n. 2, 2016, pp. 1-25.
- LACLAU E., *La ragione populista*, Laterza, Roma-Bari 2008.
- MARCUS G.E., MACKUEN M., WOLAK J., KEELE L., *The Measure and Mismeasure of Emotion*, in *Feeling Politics: Emotion in Political Information Processing*, a cura di DP. Redlawsk, Palgrave Macmillan, New York 2006, pp. 31-45.
- MORAN M., LITTLER J., *Cultural Populism in New Populist Times*, in «European Journal of Cultural Studies», vol. XXIII, n. 6, 2020, pp. 857-873.
- Popularisation and Populism in the Visual Arts: Attraction Images*, a cura di A. Schober, Routledge, Abingdon-New York 2019.