

# Iconomia e iconocrazia di Trump

Reality alla Casa Bianca.

di [Luca Acquarelli](#) – 7 Dicembre 2025



Parlare e scrivere di Donald Trump, nel bene o nel male, è partecipare al suo successo. La sua strategia, ormai di lungo corso, di saturare i media mondiali attraverso la dottrina dell'imprevedibilità, e della notiziabilità di quest'ultima poiché rispondente ad un criterio di economia dell'attenzione, lo ha portato per la seconda volta alla presidenza degli Stati Uniti. Tale strategia non è lontana da quella più specificatamente politica, indicata con l'espressione della *madman theory*, la "teoria del pazzo", già evocata per alcuni aspetti della presidenza di Richard Nixon. Essa consiste nel convincere il proprio avversario che si è capaci di intraprendere azioni senza nessun rispetto delle regole e questa imprevedibilità diventa una forma di coercizione che ha una sua potenza retorica e fattuale.

Il successo di tali manovre politiche dipende ovviamente anche dalla posizione di forza dalla quale Trump può giocare la sua partita, quella del presidente del Paese più potente al mondo. Ma esse hanno una loro efficacia propria, che hanno portato, per esempio, gran parte dei Paesi europei a tentare di adulare Trump piuttosto che ribattere su altri criteri di negoziazione. Come se l'adulazione fosse sufficiente per riportare "il pazzo", una volta rassicurato nella sua fame narcisistica, a più miti consigli; **prendere Trump**

**per pazzo o per un volgare e insensato narcisista, infatti, equivale ad essere un involontario complice del suo discorso.** Questa della *madman theory*, cioè avvalersi della forza dell'irregolarità del folle al fine di raggiungere obiettivi rispondenti ad uno schema razionale – per quanto quest'ultimo sia considerato insopportabile da molti – è dunque sia una strategia politica che una strategia mediatica, a ricordarci l'inevitabile sovrapposibilità delle due dimensioni.

La forma di populismo che ne deriva, inteso qui principalmente come tendenza a polarizzare la società in, da una parte un popolo considerato come portatore di una coscienza pura e giusta, e, dall'altra, un'élite corrotta e sprezzante, è stata oggetto di diversi studi. Essi hanno insistito anche su come la popolarità di Trump come personaggio televisivo nel *telereality* dei primi anni Duemila *The Apprentice* abbia preparato la sua ascesa politica (Zabunyan 2020). **Se infatti Ronald Reagan era una star del cinema, Trump, prima di irrompere nei *social networks*, si impone politicamente come *celebrity* della televisione.** Il dispositivo dello studio televisivo di *The Apprentice* sembra in effetti il modello emblematico del regime mediatico e politico di Trump. Non solo i video che vengono diffusi sui canali ufficiali di Trump presidente sembrano riprendere alcune delle forme di montaggio della serie televisiva, ma anche lo Studio Ovale sembra imparentarsi con la camera dei verdetti di *The Apprentice*.

**Nella serie televisiva Trump si arrogava il diritto non solo di scegliere il migliore fra i suoi potenziali apprendisti ma ancor prima di "licenziare" quelli che non avevano dimostrato le abilità richieste, attraverso un assertivo "you're fired" che era diventato il vero *leitmotif* della serie.** Nella campagna elettorale dell'anno scorso, più volte Trump ha utilizzato quest'espressione per rivolgersi direttamente alla candidata dei Democratici, Kamala Harris. Questa porosità fra l'estetica delle *celebrity* televisive e quella politica, se nel caso di Trump ha una sua specificità, non ci stupisce più di tanto, poiché la sua genealogia è ben ancorata nel secolo passato. Il modello berlusconiano in Italia resta uno dei casi più esemplari a livello teorico.

E come Berlusconi, anche Trump può beneficiare del suo carisma di uomo d'affari di successo. Questa sua aura di *businessman* vincente è richiamata senza sosta dal colore oro, onnipresente in molte delle sue apparizioni fino ad essere incarnato dal colore della

sua capigliatura iconica e dall'indoratura del suo viso che ne sta cambiando progressivamente la struttura dermica. Una comparazione della decorazione dello Studio Ovale di Trump con quella della presidenza di Joe Biden, sul lato caminetto, è eloquente quanto all'uso dell'onnipresenza della doratura. Se il lato scrivania è diventato il luogo di autenticazione del potere trumpiano, attraverso il ripetuto rituale della firma in una proliferazione di decreti, il lato del caminetto è diventato famoso per le sessioni di degradazione che sono state inflitte a Capi di Stato come quello ucraino o quello sudafricano. **Lo Studio Ovale è chiaramente la nuova sede del *telereality* dell'apprendista presidente.**

Non sbaglieremo nel dire che questa è una delle estetiche più *trash* che la Casa Bianca abbia ospitato nella sua storia; purtuttavia la politica e la sua estetica non è esattamente una gara di buon gusto. Sebbene con valori estetici diversi, possiamo dire che questa panoplia dorata occupa, al di là di una comune simbologia regale, la stessa funzione che l'oro aveva per Luigi XIV, quella di segnalare un'origine extrapolitica: se del Re Sole questo elemento ricordava un'ascendenza divina e mitologica, per Trump, più modestamente, la sua carriera di *tycoon* (termine quest'ultimo che la stampa continua ad utilizzare abbondantemente anche nel periodo del Trump politico).

**Il primo punto dell'estetica trumpiana è infatti adottare una retorica che sottolinei continuamente come la sua forma di governo abbia poco a che fare con la politica come istituzione.** È una retorica molto comune dei leader post-moderni – che a volte finisce per riprodursi come *ersatz* della mitologia monarchica – ma Trump sembra incarnarla con un maggior disprezzo dell'istituzione stessa. La retorica della negazione del politico a vantaggio di un'altra dimensione, qui quella del *business*, finisce in ogni modo sempre per recuperare il politico, come se fosse una sorta di "volontario rimosso" che ritorna inesorabilmente e strategicamente.

Un altro elemento cruciale permette all'estetica trumpiana di riappropriarsi del politico da una posizione non politica. Trump è infatti diventato il modello più iconico di quella che lui stesso ha chiamato «rivoluzione del senso comune» in uno dei suoi discorsi inaugurali a questa nuova legislatura (Young 2025). Tra gli autori che si sono occupati di questo nodo cruciale della cultura politica, il senso comune, vi è senza dubbio Antonio Gramsci, che, dalla sua prigionia inflitta dal fascismo mussoliniano, manteneva la lucidità di sottolineare, fra le altre cose, la dialettica tra spirito nazional-popolare e senso comune. Il primo riguarda l'obiettivo a cui dovrebbe tendere una filosofia della prassi attraverso l'opera pedagogica ma non paternalista degli intellettuali – quest'ultimi da intendere non in senso tradizionale, cioè come casta lontana dalle preoccupazioni dei più demuniti intellettualmente o peggio come "commessi" del

potere, ma piuttosto come attori di una revisione delle soglie fra alta e bassa cultura.

A questo proposito mi sembra pertinente richiamare un passaggio dove Gramsci sottolinea come la filosofia di questi intellettuali debba essere in contatto con "la vita":

Un movimento filosofico è tale solo in quanto si applica a svolgere una cultura specializzata per ristretti gruppi di intellettuali o è invece tale solo in quanto, nel lavoro di elaborazione di un pensiero superiore al senso comune e scientificamente coerente non dimentica mai di rimanere a contatto coi "semplici" e anzi in questo contatto trova la sorgente dei problemi da studiare e risolvere? Solo per questo contatto una filosofia diventa "storica", si depura dagli elementi intellettualistici di natura individuale e si fa "Vita" (Gramsci 1977, p. 1382).

Il politico e teorico sardo definisce invece il senso comune come «la concezione del mondo assorbita acriticamente dai vari ambienti sociali e culturali in cui si sviluppa l'individualità morale dell'uomo medio» (*ivi*, p. 1396). Per il fatto che tale assorbimento si radica saldamente e con una certa «imperatività» nelle «norme di condotta» dei soggetti, una filosofia che possa parlare direttamente alla coscienza popolare è necessaria per l'emancipazione dal senso comune. **Gramsci differenzia il senso comune dal buon senso: il primo avrebbe «mummificato», «imbalsamato» una reazione giustificata – quest'ultima dettata dal secondo, dal buon senso – facendone un «canone», frutto di una «pigrizia mentale degenerativa»** (*ivi*, p. 959). Questa pigrizia, diremmo noi oggi, è quella indotta anche dai cosiddetti *bias* di conferma, cioè quel fenomeno che spinge gli individui a selezionare le informazioni solo allo scopo di consolidare le proprie credenze.

Questi processi di naturalizzazione di eventi legati a specifiche pratiche, sono processi culturali decisivi nella sfera culturale e politica. I politici di destra, meglio forniti in questo di quelli che si definiscono di sinistra, si affidano spesso a richiamare le loro scelte in termini di "buon senso", facendo in realtà riferimento a ciò che Gramsci chiama

senso comune. E lo fanno per svuotare il peso politico delle loro posizioni, sottintendendo che esso non può essere partigiano e dunque si situa al di fuori della controversia politica. Contestualmente, a sinistra sembrano non essere riusciti a rispondere al dilemma che Roland Barthes poneva in riferimento alla sua lettura della *bêtise* di Bouvard et Pécuchet di Flaubert: **«Come denunciare la stupidità senza dichiararsi intelligenti?»** (Barthes 2002, p. 291). Il senso comune utilizzato da un campo politico, infatti, attira l'altro campo nella trappola di apparire intelligente, che non è altro che una forma di *bêtise* ancora più insopportabile della *doxa* del senso comune. La sinistra, come un topo attirato dal formaggio, sembra destinata a cadere senza eccezioni in questa trappola. La *bêtise* genera consenso poiché intorno a sé genera *bêtise* più grandi.

Un articolo di qualche anno fa sottolineava come la comunicazione politica di Jair Bolsonaro, allora presidente del Brasile, alla stregua di quella di Trump durante il suo primo mandato, si appropriasse del discorso trasgressivo della parodia (Mendonça, Caetano 2020, pp. 1-26). Christian Salmon va nello stesso senso, teorizzando il grottesco come forma di potere (Salmon 2020), sulla scia dei corsi al Collège de France dedicati nel 1975 da Michel Foucault alla razionalità – paradossale poiché si manifesta con dei tratti di irrazionalità – di tale potere, trovando degli esempi nella Roma antica imperiale. Tramite l'ambiguità propria alla parodia, all'iperbole e al grottesco (termini che andrebbero indagati minuziosamente nelle loro differenze) pur impoverendo la legittimità dell'istituzione, il soggetto politico riesce ad operare uno spostamento del suo potere e, allo stesso tempo, a rafforzarlo.

La foto creata da un sistema di IA di Trump nelle vesti papali e postata nei suoi social network ufficiali, è un condensato di strategia politica che mirava a questo doppio versante, tra spostamento e rafforzamento, tra trasgressione carnevalesca – di un carnevale tragico – e senso comune. Non potendo superare mediaticamente la centralità mondiale del conclave per l'elezione del nuovo papa, attraverso questa immagine, Trump riesce non solo a far parlare di sé, ma a tracciare una nuova frontiera per ciò che è considerato accettabile nel marketing politico, senza che la riprovazione suscitata non sia maggiore del capitale trasgressivo immagazzinato. **Il potere fa la parodia di sé stesso, da una parte inglobando l'estetica dei *memes* nel suo discorso, e dunque neutralizzando la portata contestataria di quest'ultima, dall'altro prendendosi gioco del potere stesso, nutrendo così il corpo populista, già gonfio di senso comune.**

Allo stesso tempo, pur sfidando ogni soglia del ridicolo, il soggetto trumpiano si carica del corpo glorioso papale, in una iconografia che si piazza a ribasso tra Diego Velázquez e Francis Bacon. Non ultimo, il potere trumpiano sta facendo prova di adattamento

della sua estetica alle ultime implementazioni del realismo fotografico generato dall'IA. Il suo nostalgico completo da *businessman* spregiudicato degli anni Ottanta è efficace perché è continuamente nutrito da una vicinanza con gli *hype* tecnologici, prima incarnati da Elon Musk, e adesso, ancor più dopo il divorzio da quest'ultimo, con una moltiplicazione di riferimenti all'intelligenza artificiale.

**Il discorso mediatico trumpiano è, a suo modo, creativo e, pur rifacendosi più o meno volontariamente ad estetiche novecentesche, attraverso il piglio trasgressivo del *madman*, costringe le altre estetiche politiche ad inseguirlo.** Un'iconomia che si fa iconocrazia (dove **??????** è più potere che governo) non solo combatte la routinizzazione del carisma accumulato nel momento della sua rielezione, ma sigla un'avanguardia estetica del potere. Si può attendere che essa si autodistrugga dall'interno, ma niente ci garantisce che le rovine causate al suo esterno siano in grado di scrollarsi di dosso la sua presa. O allora, oltre che a combatterla politicamente, la si combatta anche sul piano estetico.

### Riferimenti bibliografici

R. Barthes, *Œuvres Complètes*, Tome III, Le Seuil, Parigi 2002.

A. Gramsci, *Quaderni del Carcere*, Vol. II, Quaderni 6-11, Einaudi, Torino 1977.

R. F. Mendonça, R. D. Caetano, *Populism as Parody: The Visual Self-Presentation of Jair Bolsonaro on Instagram* in *The International Journal of Press/Politics*, Sage Publications, 2020.

C. Salmon, *La tyrannie des bouffons. Sur le pouvoir grotesque*, Les Liens qui Libèrent, Parigi 2020.

D. G. Young, "How populist leaders like Trump use 'common sense' as an ideological weapon to undermine facts" in *The Conversation*, 6 febbraio 2025.

D. Zabunyan, *Fictions de Trump: puissances des images et exercices du pouvoir*, Le Point du Jour, Cherbourg-en-Cotentin 2020.