

- [LECTORINFABULA](#)
- [#TRALEPAGINE](#)
- [DOSSIER](#)
 - [LA MORTE DI PANNELLA – Luglio 2016 – Numero V/Anno IV](#)
 - [LA RUSSIA, L'EUROPA E L'ITALIA FRA PASSATO E PRESENTE – Luglio 2015 – Numero IV/Anno III](#)
 - [SUD, IL DESERTO PUÒ ATTENDERE – Luglio 2014 – Numero II/Anno II](#)
 - [LE INCERTE PROSPETTIVE DELL'UNIONE EUROPEA TRA CITTADINANZA E DEMOCRAZIA – Marzo 2014 – Numero I/Anno II](#)
 - [PARTITI E MOVIMENTI – Novembre 2013 – Numero I/Anno I](#)
- [CHI SIAMO](#)
 - [GLI AUTORI](#)
 - [LA FONDAZIONE](#)
- [CONTATTI](#)

[#tralepagine/politica/Primapagina](#)

Elezioni Usa, quando la guerra era tra Hillary e Obama

Publicato su [21 ottobre 2016](#) da [Luciano Clerico](#) [Lascia un commento](#)



Nel libro [Barack Obama. Come e perché l'America ha scelto un nero alla Casa Bianca](#) (Dedalo 2008), l'autore Luciano Clerico racconta la storica vittoria di Obama alla Presidenziali Usa del 2008 ripercorrendo tutta la sua lunghissima campagna elettorale, che seguì da vicino come corrispondente dell'agenzia Ansa. Parte del volume è dunque dedicata allo scontro con Hillary Clinton, sua sfidante alle primarie (e attuale candidata alla Presidenza degli Stati Uniti). In questo estratto, che pubblichiamo con il consenso dell'editore, Clerico racconta in particolare l'accesa atmosfera alla vigilia delle importanti elezioni primarie in Ohio e in Texas del marzo 2008, che furono segnate da un cambio di atteggiamento di Hillary Clinton nei confronti di Obama: addio alle buone maniere, spazio a toni aggressivi e al «populismo urlato». Nelle due consultazioni prevalse Hillary, ma le primarie furono comunque vinte da Obama che, nel novembre successivo, divenne il primo presidente nero

della storia degli Stati Uniti.

Quando la campagna elettorale arriva in Ohio e in Texas non c'è un solo giornale al mondo che non descriva l'imminente appuntamento come quello definitivo, la svolta finale per la nomination. Manca solo la ratifica del voto, ma è quasi un dettaglio a giudicare dall'euforia collettiva – e un po' isterica – che accompagna analisi, commenti e sondaggi delle consultazioni ormai prossime. Tra i Repubblicani la nomination di John McCain è data per scontata dai numeri: gli mancano una manciata di delegati per raggiungerla, è statisticamente impossibile che il populista Huckabee riesca a impedirglielo. Tra i Democratici, invece, l'11-0 tra Obama e Hillary e il vantaggio di 1369 a 1267 delegati a favore del senatore dell'Illinois porta ogni commentatore a dipingere questo quadro: per Hillary siamo all'ultima spiaggia. O «stravince» o muore. Deve interrompere il *momentum* di Obama. E sarà difficile perché Barack Obama è nel frattempo diventato qualcosa di più di un candidato: ovunque, a New York, Parigi, Francoforte, Londra la sua immagine è ormai accolta come una sorta di fenomeno di moda, una specie di mania da comunicazione di massa. In America questa mania collettiva lo ha portato a raccogliere nel solo mese di febbraio 55 milioni di dollari, contro i 35 della campagna Clinton. Hillary capisce che deve fare qualcosa per interrompere tutto ciò, deve riuscire a cambiare il clima, a riportare l'attenzione su di sé. Perché – anche se non lo dice – è convinta di una cosa: in Ohio dovrebbe farcela. Lì l'86% della popolazione è bianca. In Texas invece sarà un testa a testa nonostante lo zoccolo duro pro Hillary dell'elettorato ispanico

«Bisogna fare qualcosa, devo fare qualcosa, è di vitale importanza fare qualcosa, altrimenti sono fuori», si dice Hillary alla vigilia del voto. Con i suoi collaboratori si chiude in una stanza, studia, elabora, analizza, proietta e alla fine decide: basta con le buone maniere. Ecco la nuova strategia: se si vuole diventare il presidente degli Stati Uniti bisogna essere in grado di cambiare il corso delle cose. E così fa. Con machiavellico cinismo, Hillary di colpo cambia tono. Solo una settimana prima si diceva «onorata» di fare la campagna in concorrenza con un politico come Barack Obama, si diceva «orgogliosa» che uno come lui militasse nel suo stesso partito, e che qualunque cosa fosse successa lei non sarebbe mai stata *contro*. Una settimana dopo passa all'insulto. Obama non è solo un «inesperto», è addirittura un «bugiardo», e – letteralmente – «si dovrebbe vergognare». Il suo è un cambio di strategia calcolato e disperato a un tempo, della serie «o la va o la spacca». Lo staff Clinton comincia a fare le pulci a Obama in modo assillante. Viene scandagliato ogni possibile angolo della sua vita, di quella di Michelle e di qualsiasi persona, riferimento o circostanza possa essere messa in relazione con lui. Hillary poi, dal palco, prende quello che lo staff ha trovato e lo ingigantisce a dismisura. Basta con le buone maniere, via qualsiasi (remota) tentazione di *fair play*, è tempo di essere aggressivi, forti, frontali. E – alla vigilia del Texas – ecco in tre punti la nuova strategia di Hillary: 1) attacchi a Obama, diretti, espliciti; 2) avvertimenti impliciti al partito, della serie «guarda che se poi vinco mi ricordo di chi era con me e di chi no»; 3) populismo urlato e facile con l'elettorato, nessuna analisi politica, ma messaggi semplici che facciano presa sulla semplicità della gente, dalle donne ai latini ai neri. Sarà la stessa strategia che di lì a sei mesi seguirà John McCain gettando nella mischia la governatrice-pitt bull Sarah Palin.

When Hillary Clinton Battled Barack Obama | NBC News



Hillary parte all'attacco fin dal giorno successivo, mettendo in campo la sua triplice strategia. La prima mossa prevede attacchi a Obama e lei comincia subito: sale su un palco in Ohio e, davanti alle telecamere, dice: «Barack Obama, sei un bugiardo. Vergognati!». Lo dice sventolando una brochure elettorale targata Obama che lui probabilmente non ha mai nemmeno visto. In quella sorta di volantino, pubblicato su iniziativa di qualche sostenitore locale, viene descritta la posizione di Obama in materia di sanità e commercio. Le sue proposte sanitarie vengono messe a confronto con quelle di Hillary e risultano – ovviamente – migliori. Guai! «Bugiardo, Barack Obama! Vergognati! Non è questo il modo di far politica» tuona dal palco una Hillary furiosa. L'ex First Lady se la prende in particolare con quanto il senatore nero dell'Illinois ha espresso sul cosiddetto NAFTA, il North American Free Trade Agreement, l'accordo tra Stati Uniti, Canada e Messico in materia di commercio e di libero scambio di merci. Secondo Hillary, riguardo a quel trattato Obama dice una cosa agli elettori e un'altra in sede ufficiale. Per lei è la prova che Obama ha un «doppio linguaggio».

Citando una non meglio precisata «fonte governativa canadese» (il governo canadese, conservatore, chiederà in seguito ufficialmente scusa a Obama per questa «fuga di notizie» che ha involontariamente intralciato la sua campagna), Hillary accusa Obama di fare il doppio gioco: ai dirigenti canadesi avrebbe detto di stare tranquilli, di non temere, non è vero quanto lui sostiene nei comizi in materia di NAFTA, la sua è solo una posizione elettorale, non abbiano paura, il NAFTA andrà rinegoziato insieme, lui quell'accordo intende vederlo in sintonia con il Canada; i cittadini di Ohio e Texas sono contrari al NAFTA, vogliono che sia abolito e Obama li avrebbe rassicurati sostenendo che avrebbe pensato lui a trovare il compromesso giusto, l'importante è che adesso Ohio e Texas gli diano i

loro voti.

Shame on You, Barack Obama



La seconda mossa prevede invece attacchi al partito. Hillary li conduce in questi termini: annuncia che i suoi legali potrebbero entrare in azione e contestare le modalità di voto in Texas. Lo Stato assegna 228 delegati, di cui 35 «superdelegati». Per determinare la loro attribuzione in base al voto il sistema texano prevede un complesso meccanismo definito *two steps*, che è un'anomalia nel panorama americano. In pratica, alle primarie gli elettori entrano ai seggi per votare con il voto segreto, e scelgono 126 delegati. Pochi minuti dopo la chiusura dei seggi, però, chi vuole partecipa ai caucus dove, con il metodo dell'alzata di mano, si assegnano altri 67 delegati. Apriti cielo! È un sistema dalla dubbia costituzionalità – tuona Hillary – non è affatto detto che sia legittimo, e dà mandato ai suoi legali costituzionalisti di studiare il caso.



Nei confronti dell'elettorato, infine, l'ex First Lady gioca la carta della paura. Alla vigilia del voto esce con uno spot elettorale straordinario per efficacia populista. Il messaggio è questo: «Cari americani, una minaccia latente incombe su di voi e sui vostri figli, dunque se volete dormire sonni tranquilli non potete affidarvi a un inesperto, ma dovete e potete fidarvi di me». Questo messaggio viene diffuso in forma di spot a 48 ore dal voto, e apre quella che la campagna di Obama definirà una nuova strategia della tensione in termini di comunicazione. Lo spot è di dubbio gusto, ma di sicuro effetto: propone una serie di immagini di bambini molto americani e molto innocenti che dormono nei loro lettini il sonno dei giusti, mentre una musica via via sempre più inquietante li avvolge arrivando da chissà dove, lasciando presagire un imminente pericolo. Un telefono comincia a squillare, nessuno risponde, i bimbi dormono, la musica cresce e il telefono squilla, squilla, finché ecco che nel cuore della notte una porta si apre, una donna – calma, seria, forte – alza il ricevitore e risponde: è Hillary Clinton. Lo spot fa leva sulle corde più profonde del sentimento nazional-popolare americano: l'irrazionale bisogno di protezione e sicurezza. La paura di un attacco terroristico, il timore che figli innocenti siano in pericolo anche mentre dormono perché c'è un nemico invisibile che incombe su di loro. Per fortuna c'è lei, Hillary, che li protegge. Proprio quando la musica raggiunge il suo apice ecco infatti l'immagine chiave: il telefono che squilla è quello rosso della Casa Bianca, al quale solo il presidente degli Stati Uniti ha accesso. Ed è lei, la comandante in capo, che senza svegliare nessuno va a rispondere. Mentre l'America di notte dorme, lei veglia sul suo sonno.