



Mr Tweet et Mrs Big Data

Dans un livre publié chez Slatkine, Stéphane Bussard et Philippe Mottaz racontent avec talent l'ascension du candidat Donald Trump vers la candidature à la présidence des Etats-Unis. Si l'investiture de ce magnat de l'immobilier a pu vous paraître inouïe, déconnectée, incompréhensible, elle vous apparaîtra, une fois le livre fermé, comme prévisible, issue d'une tradition politique américaine et totalement en phase avec l'époque.

Les deux journalistes qui furent en poste à Washington et New York connaissent bien ce pays immense et divers, qui paraît si exotique aux Européens. Ce sont aussi des lecteurs, qui nourrissent leurs analyses des meilleurs essais sociologiques. On comprend mieux à les lire, l'émergence de « The Donald » et les raisons profondes qui font son succès.

Ce qui court au fil des pages, presque entre les lignes, c'est que ce candidat hors norme est l'enfant de l'élection Obama. Il en est la revanche, la figure en négatif. Celle d'une présidence Obama, que l'Amérique fondée par des migrants, mais taraudée par la question raciale, n'a toujours pas digérée. Son premier fonds de commerce n'a-t-il pas été le mouvement des Birthers, contestant à Barack Obama, son lieu de naissance et sa nationalité, même après la publication de l'acte de naissance à Hawaï.

«The Donald» est aussi le candidat du rejet de la mondialisation et des élites qui en profitent. Un héraut paradoxal, puisqu'il profite lui-même des opportunités offertes par les traités de commerce qu'il rejette dans ses discours. L'homme qui fait fabriquer ses costumes sur mesure en Chine dénonce le pays qui vole les emplois à l'Amérique depuis dix ans. So what? N'en déplaise « à la connivence des discoureurs », déjà épinglée par Raymond Aron dans les années 70, Donald Trump n'est pas simplement un provocateur, un bonimenteur voire une baudruche. Il est charismatique, a quelque chose de la candidature Reagan et mouline des thèmes développés par Pat Buchanan, qui fut la plume de Nixon, puis de Reagan et candidat à la primaire.

Mais l'aspect le plus original du livre concerne la stratégie de communication du candidat Trump, qui s'est formatée sur la technologie de son époque et se trouve en adéquation avec l'air du temps. Trump parle comme il tweette. Et il a basé sa campagne sur ce réseau « antisocial », où l'insulte est banalisée, le vocabulaire, basique et la diffusion, immédiate, réflexe, reptilienne, brutale.

Ce positionnement est d'autant plus intéressant que la campagne d'Hillary Clinton est, elle, basée sur le ciblage des électeurs, grâce aux données, au Big Data. Pour la candidate démocrate, aussi, le discours est en phase avec la technologie. Hillary parle en connaissance de cause, en nuances, avec un vocabulaire plus riche qui fait appel à la raison, et s'appuie sur des données réelles.

Bussard et Mottaz pointent enfin que ce candidat a fait campagne sur le déclin de l'Amérique et l'abandon du peuple en se présentant comme l'homme à poigne, seul capable de redresser le pays et de redonner leur fierté aux Américains. Admirateur de Poutine, voire de Mussolini, Trump est-il fascisant?, s'interrogent les auteurs.

Ce rejet de l'establishment, l'affirmation d'une souveraineté protectionniste dans un monde interconnecté, un racisme assumé, ne son pas une particularité trumpiste. L'Europe aussi est travaillée par cet air du temps, qui ressemble, écrivent les auteurs, à l'Allemagne de Weimar. On connaît la suite.

"#Trump, De la démagogie en Amérique", par Stéphane Bussard et Philippe Mottaz, Editions Slatkine, sept 2016, 222 pages .