

# TikTok, potere tecnologico e narrazione politica: cosa c'è davvero dietro l'accordo rivendicato da Trump

## Tabella dei contenuti

[Trump su Truth](#)

[A cosa è servito davvero questo accordo](#)

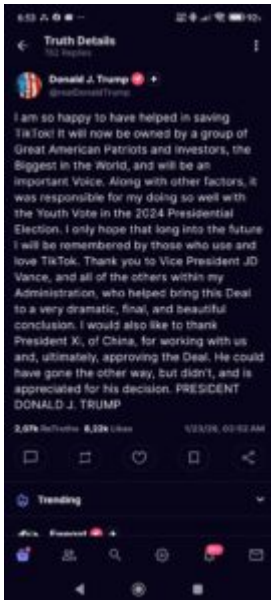
[Perché questo messaggio è un caso studio di comunicazione social nel 2026](#)

[Come funziona la comunicazione social nel 2026](#)

[La comunicazione individuale e collettiva](#)

Nel gennaio 2026, **Donald J. Trump** ha pubblicato su Truth un messaggio in cui rivendica un ruolo decisivo nel “salvataggio” di **TikTok**, affermando che la piattaforma sarà controllata da un gruppo di investitori americani e continuerà a operare come voce centrale nel panorama digitale globale.

Al di là della retorica politica, il messaggio offre uno spunto interessante per comprendere **come tecnologia, geopolitica e comunicazione social si intrecciano nel 2026.**



*“Sono così felice di aver contribuito a salvare TikTok! Ora sarà di proprietà di un gruppo di grandi patrioti e investitori americani, i più grandi al mondo, e sarà una voce importante. Insieme ad altri fattori, è stato responsabile del fatto che io abbia ottenuto risultati così positivi tra il voto dei giovani nelle elezioni presidenziali del 2024.*

*Posso solo sperare che, per molto tempo nel futuro, io venga ricordato da coloro che usano e amano TikTok.*

*Ringrazio il Vicepresidente JD Vance e tutti gli altri membri della mia Amministrazione che hanno contribuito a portare questo accordo a una conclusione molto drammatica, finale e bellissima.*

*Vorrei anche ringraziare il Presidente Xi della Cina per aver lavorato con noi e, in definitiva, per aver approvato l'accordo. Avrebbe potuto scegliere un'altra strada, ma non lo ha fatto, e la sua decisione è apprezzata.*

**PRESIDENTE DONALD J. TRUMP”**

# A cosa è servito davvero questo accordo

Dal punto di vista tecnologico e strategico, l'accordo su TikTok risponde a **tre esigenze chiave**:

## Sovranità digitale e controllo dei dati

TikTok è da anni al centro del dibattito occidentale per la gestione dei dati degli utenti, in particolare negli Stati Uniti. Il passaggio a una governance con forti interessi americani serve a:

- ridurre il rischio di accesso estero ai dati
- riallineare la piattaforma alle normative occidentali
- garantire continuità operativa senza ban o limitazioni

Non è un "salvataggio" tecnico, ma **un riequilibrio di potere sull'infrastruttura digitale**.

## Continuità dell'ecosistema creator

TikTok non è solo un'app: è un **ecosistema economico** fatto di creator, advertising, e-commerce e musica. Bloccarlo o ridimensionarlo avrebbe avuto effetti a catena su:

- creator economy
- brand digitali
- campagne politiche e istituzionali

L'accordo serve quindi a **mantenere stabile una piattaforma sistemica**, non sostituibile nel breve periodo.

# Strumento di influenza culturale

Nel 2026 i social non sono più “canali”, ma **ambienti culturali**. TikTok influenza linguaggio, estetica, musica, politica. Controllarne la governance significa **controllare una parte della narrazione globale**.

## Perché questo messaggio è un caso studio di comunicazione social nel 2026

Il testo di Trump è interessante non tanto per ciò che dice, ma per **come è scritto**. È un esempio perfetto di comunicazione social contemporanea.

## Come funziona la comunicazione social nel 2026

### 1. Comunicazione *post-fattuale*

Il messaggio non entra nei dettagli tecnici dell'accordo:

- niente numeri
- niente date
- niente strutture societarie

Conta la **percezione**, non il processo. Nel 2026 la comunicazione social non spiega: **afferma**.

### 2. Narrazione personalizzata (io = piattaforma)

TikTok non è presentato come:

- un asset tecnologico
- una società privata
- una piattaforma globale

Ma come qualcosa che **esiste grazie a una persona**.

È il passaggio chiave del social moderno: **la tecnologia viene umanizzata**, associata a un volto.

### **3. Linguaggio emotivo, non informativo**

Espressioni come:

- “very dramatic”
- “beautiful conclusion”
- “I hope I will be remembered”

sono totalmente inutili dal punto di vista informativo, ma **fondamentali per l’algoritmo**:

- aumentano engagement
- stimolano reazioni
- favoriscono la ricondivisione

Nel 2026 i social premiano **emozione > precisione**.

### **4. Pubblico giovane come certificazione di successo**

Il riferimento allo *youth vote* non è casuale:

nel linguaggio social moderno, **i giovani non sono un target, ma una legittimazione**.

Dire “i giovani mi hanno seguito” equivale a dire:

*“Sono rilevante nel presente, non nel passato”.*

## 5. Costruzione dell’eredità (legacy-driven content)

La frase sul “voler essere ricordato” è tipica del 2026:

- i post non parlano più del presente
- parlano di **come verranno riletti in futuro**

È comunicazione pensata per:

- screenshot
- citazioni
- archiviazione algoritmica

## La comunicazione individuale e collettiva

Il caso TikTok non racconta solo un **accordo tecnologico** o una scelta geopolitica. Racconta soprattutto come, nel 2026, la comunicazione venga sempre più spesso modellata per servire un obiettivo preciso, immediato, personale. Il messaggio **non nasce per chiarire**, per spiegare, per accompagnare il lettore nella complessità di un processo. Nasce per produrre un effetto, **per occupare uno spazio narrativo** e fissare un’interpretazione prima ancora che i fatti possano essere discussi.

In questo contesto, la comunicazione **perde progressivamente la sua funzione originaria** di ponte tra le persone e **diventa uno strumento**. Non più un mezzo per costruire comprensione, ma una **leva per orientare percezioni**, consolidare consenso,

**rafforzare identità.** La tecnologia, che dovrebbe ampliare il campo del confronto, finisce così per ridurlo a una sequenza di affermazioni emotive, facili da ricordare e **difficili da mettere in discussione.**

È qui che emerge la distanza profonda tra due modi opposti di intendere la comunicazione. Da un lato c'è una **comunicazione che potremmo definire filosofica**, nel senso più ampio e nobile del termine: *una comunicazione che accetta la complessità, che non ha paura del dubbio, che considera il tempo lungo come una risorsa e non come un limite.* È una comunicazione che non cerca l'applauso immediato, ma la crescita collettiva, perché sa che **una società matura nasce dalla comprensione, non dalla semplificazione.**

Dall'altro lato c'è la **comunicazione social contemporanea**, costruita per funzionare all'interno degli algoritmi. È rapida, emotiva, fortemente personalizzata. Non chiede di essere capita, ma condivisa. Non mira a far crescere una comunità, ma a **rafforzare una posizione individuale.** In questo modello, il valore di un messaggio non è dato dalla sua profondità, ma dalla sua capacità di generare reazioni, visibilità, memoria digitale.

Il rischio non sta nell'uso strategico della comunicazione, che è sempre esistito, ma nel fatto che questo approccio diventi l'unico linguaggio riconosciuto come efficace. Quando la **comunicazione pubblica rinuncia alla responsabilità** di spiegare e preferisce solo affermare, quando l'emozione sostituisce il ragionamento e la narrazione prende il posto dell'analisi, **lo spazio comune si impoverisce.** La tecnologia, invece di essere uno **strumento di emancipazione**, rischia di trasformarsi in un **amplificatore di consenso fragile** e di **verità semplificate.**

In definitiva, l'accordo su TikTok è un fatto tecnico. Il modo in cui viene raccontato è un fatto culturale. Ed è proprio su questo piano che si gioca una delle sfide più importanti del

nostro tempo: *decidere se la comunicazione digitale debba servire a costruire una **società più consapevole** o soltanto a **consolidare il successo** di chi sa usarla meglio.*