

# Il populismo smart



di Alfredo Somoza

Il populismo ha origini ottocentesche, risalenti ai movimenti antizaristi e socialisti della Russia. Successivamente il concetto fondamentale del populismo, cioè l'autoproclamarsi unici e legittimi rappresentanti di un intero "popolo", ha avuto differenti derive ed evoluzioni.

Anche se vengono classificati in altro modo, **nazismo e fascismo nacquero come movimenti populistici**, poi degenerati verso il totalitarismo. Una delle varianti più note del populismo è quella latinoamericana, variamente declinata da Getúlio Vargas e Juan Domingo Perón fino a Hugo Chávez. Più recentemente, **con Donald Trump hanno conosciuto il populismo anche gli Stati Uniti**, così come in Europa, e in particolar modo in Italia, sono cresciuti diversi partiti, di destra o di sinistra, che ricalcano quell'impronta.

Una delle caratteristiche politiche del populismo è **l'arrivare al potere in nome dell'interesse esclusivo di un popolo**, o di un ceto sociale "popolare", per poi agire nel senso opposto. **Tra i casi più clamorosi si possono citare le esperienze di Alberto Fujimori e Carlos Menem, presidenti rispettivamente del Perù e dell'Argentina, che smantellarono il welfare e massacrarono i pensionati e la scuola.** Ma anche Trump, presentatosi come il "crociato" dei bianchi impoveriti, nei suoi quattro anni di mandato ha varato una sola riforma fiscale importante, ed era a favore delle grandi corporation.

**Esiste infine un altro populismo**, più subdolo e meno riconoscibile: **quello delle aziende della Silicon Valley.** Marchi che hanno lavorato per anni per essere percepiti come rivoluzionari, presentandosi perfino come salvatori del genere umano, come profeti di un futuro mondo *smart* nel quale tutto sarà più bello e facile. **Uber, AirBnb, WeWork, JustEat, Amazon**, e ovviamente i venditori di software e *device* ipertecnologici, promettono un futuro migliore e più democratico. L'autonarrazione di questi marchi è sempre la stessa: lavorano esclusivamente per il nostro bene, ci rappresentano, ci danno ciò di cui abbiamo bisogno e che avremmo sempre voluto avere.

Questo populismo mediatico appare rassicurante anche perché usa in malafede la fiducia nella scienza e nell'innovazione. In malafede perché solo di

business si tratta, senza altro scopo che non sia vendere un prodotto, veicolarlo attraverso la pubblicità.

Si tratta di gruppi talvolta sostenuti da investitori pericolosi, come l'Arabia Saudita, e che sfuggono a uno dei presupposti fondamentali del capitalismo: redistribuire una parte del profitto a favore della comunità attraverso le tasse. Così, piattaforme che per alcuni hanno reso il mondo più smart lo hanno imbarbarito per molti altri. **Il lavoro ridotto a un precariato estremo e senza vie d'uscita, l'imposizione di prodotti e prezzi, la desertificazione dei tessuti produttivi locali sono solo alcune delle criticità prodotte dai populistici della Silicon Valley.** Che non hanno bisogno di elezioni per governare e, per di più, hanno trovato una formidabile alleata nella pandemia di Covid-19. Che continuano indisturbati ad accumulare miliardi nei forzieri dei paradisi fiscali caraibici. E che hanno accumulato una massa enorme di informazioni sulle nostre vite, sui nostri gusti e sulle nostre paure, come mai nessuno aveva nemmeno sognato di poter fare nell'intera storia dell'umanità.

Questi populistici ci accompagnano continuamente, tramite le app che tutti abbiamo installato nei nostri smartphone e ogni volta che acquistiamo i loro servizi e prodotti. Non è come quando si va dal fornaio sotto casa e si sa che quel signore vende semplicemente un bene che ha prodotto, destinato a uno scopo preciso. **I populistici californiani della Silicon Valley non si limitano a venderci farina e acqua: ci vendono l'idea che saranno loro a cambiarci la vita, a renderci più liberi e democratici anche se viviamo sotto un regime, a renderci tutti fratelli anche se tre quarti dell'umanità non possono spostarsi liberamente, a cancellare le differenze di genere e di etnia anche se nella vita reale femminicidi e xenofobia sono in crescita.**

È un bel mondo quello dei populistici della Silicon Valley. Nessuno prima aveva mai pensato che per vendere una merce ci fosse bisogno di una fantastica narrazione, di spiarla così grossa. Loro lo hanno fatto, e per questo sono diventati miliardari. Grazie a noi che facciamo finta di crederci. Almeno per ora.