POST HOC ERGO PROPTER HOC: COME INTERNET STA UCCIDENDO LA DEMOCRAZIA

Posted on 3 January 2021 by Alice Delli Pizzi

Category: Letture

Recensione a
M. Barberis, *Come internet sta uccidendo la democrazia. Populismo digitale*

Chiarelettere, Milano 2020, pp. 224, €16,00.

Risale ormai a trent'anni fa l'annuncio di Francis Fukuyama della *fine della storia*, secondo il quale, dopo la caduta del muro di Berlino e il disfacimento di regimi dittatoriali di destra e di sinistra avvenuto nell'ultimo quarto del ventesimo secolo, si è reso evidente come la democrazia liberale costituisca il punto d'arrivo dell'evoluzione di ogni società. Quest'affermazione è stata oggetto di numerose critiche, non da ultimo a causa dello sviluppo di forme ibride di democrazia, quali le democrazie "illiberali", in cui è ostacolata l'organizzazione di un'opposizione e vengono spesso denunciate irregolarità elettorali, o le democrazie "imperfette", in cui è assicurato il funzionamento delle procedure democratiche ma si riscontrano problematiche quali basso livello di partecipazione e di cultura politica (cfr. C. Foliti, *Sulle vie della democrazia. Le teorie della democratizzazione nell'era globale*).

La perentoria accusa lanciata da Mauro Barberis con *Come internet sta uccidendo la democrazia* (Chiarelettere, Milano 2020) si innesta appunto sul filone dell'analisi delle distorsioni della democrazia liberale e prende le mosse

dal 2016 e dall'attenzione mediatica che a partire da quest'anno comincia ad attirare su di sé il *populismo*. Storicamente, con questo termine ci si è riferiti ai movimenti per l'emancipazione delle masse contadine sorti nella Russia di fine Ottocento: il lavoro di Barberis si riferisce alla categoria politica, di relativamente recente teorizzazione, inizialmente indirizzata ai regimi latinoamericani degli anni Settanta e successivamente circostanziata alle manifestazioni di neonazionalismo sviluppatesi nel ventunesimo secolo. Su di essa è spesso gravato il peso di una certa confusione semantica, anche dovuta all'utilizzo che se ne fa come *Kampfbegriff*, letteralmente termine di battaglia, per designare gli avversari politici (cfr. C. Mudde – C.R. Kaltwasser, *Populism: a very short introduction*): questo ha per esempio fatto sì che nel dibattito pubblico italiano "populismo" venga sovente adoperato alla stregua di sinonimo di "sovranismo".

Le analisi sui nuovi populismi possono essere grossolanamente divise tra quelle in cui il termine sta a indicare la coniugazione, da parte di una certa forza politica, di contenuti tipici dei fascismi con la prassi democratica (cfr. F. Finchelstein, *Dai fascismi ai populismi*), e quelle in cui sta a indicare il tentativo, attraverso un certo stile comunicativo, di costruire un rapporto plebiscitario tra il leader carismatico e le folle, scavalcando le intermediazioni parlamentari (cfr. U. Eco, *A passo di gambero*). È nel secondo insieme che sembrerebbe collocarsi lo studio di Barberis, vista la grande attenzione data all'elemento della *disintermediazione*, cioè il disconoscimento dei corpi istituzionali intermedi maggioritari (il Parlamento) e contromaggioritari (la magistratura). Risulta evidente dal lessico e dall'economia dell'opera la formazione dell'autore, giurista e teorico del diritto. Nella definizione del concetto di populismo con cui si apre il volume egli dà grande rilevanza all'interpretazione strettamente tecnico-giuridica dei principi base della democrazia (sovranità del popolo, uguaglianza, rappresentanza) e a come se ne discostano gli stilemi caratteristici della comunicazione populista, tramite il ricorso ad argomentazioni fallaci ricorrenti quali l'esaltazione della rappresentanza diretta.

Tale formazione non impedisce tuttavia all'autore di incorrere in alcuni errori metodologici (tra cui una concettualizzazione poco coerente e alcune scelte lessicali poco accurate) che è impossibile non citare, in quanto arrivano a coinvolgere la tesi fondamentale del libro. Quest'ultima consiste nel tentativo di dimostrare come "internet", sineddoche per i social (principalmente Facebook), costituisca un "ambiente vitale" particolarmente propizio allo sviluppo del populismo fino al punto di definire la "rivoluzione digitale" (altro termine adoperato in modo piuttosto personale, con cui l'autore intende definire la diffusione a livello di massa degli *smartphone*) la causa *distintiva e decisiva* dell'avvento dei populismi del ventunesimo secolo, perciò rinominati *populismi digitali*. Non solo: la differenza fra totalitarismo e populismo risiederebbe esclusivamente nella pretesa di "democraticità" e *soprattutto* nell'avvento dei social. Altre cause probabili citate sono la crisi delle istituzioni democratiche dovuta ad un accentramento graduale dei poteri nell'esecutivo e la globalizzazione neoliberista, le quali passano tuttavia in secondo piano.

La dimostrazione della tesi prende le mosse da tre casi di studio allo scopo di dimostrare l'influenza, non esclusiva ma decisiva, esercitata dal populismo digitale sull'esito della Brexit, sulla vittoria elettorale di Trump e sulla formazione del governo di coalizione Lega – Cinque Stelle. Per quanto riguarda la Brexit, fondamentale risulta il ruolo di Cambridge Analytica, grazie alla quale è stata possibile la profilazione di migliaia di utenti di Facebook tramite la quale strutturare i messaggi elettorali di modo che risultassero più efficaci su ciascun utente e produrre delle *fake news* che ne influenzassero l'opinione politica. Cambridge Analytica è risultata coinvolta anche nella vittoria elettorale del *tycoon*: le si accompagna tuttavia, nell'esposizione del secondo caso, l'analisi del tristemente noto stile comunicativo di Trump . È qui che la concettualizzazione del "populismo digitale" si fa confusa: i social dovrebbero essere il perno della deriva populista del ventunesimo secolo, ma la costruzione del loro ruolo oscilla in maniera non organica tra la denuncia dello sfruttamento strumentale dei *big data* e l'analisi della distorsione linguistica e comunicativa prodotta sul dibattito pubblico dalle dichiarazioni che vi

rilasciano leader quali Trump (e Salvini, terzo caso di studio).

Il punto di vista dell'analisi si rovescia nuovamente con il proseguire dell'esposizione e l'elenco di cinque *bias,* o euristiche, vale a dire dei meccanismi psicologici (teorizzati per la prima volta dall'economista Herbert Simon negli anni Cinquanta) che spingono l'uomo ad agire irrazionalmente, ad esempio adattando inconsciamente la propria opinione a quella della maggioranza o ritenendo validi soltanto i dati (o nel caso dei social, le notizie) che la confermano. Tali meccanismi sono esasperati, nella comunicazione politica della base elettorale, dalla trasposizione del circuito di informazione sui social e diventano responsabili dell'estrema polarizzazione del dibattito pubblico tramite la formazione delle cosiddette *bolle mediatiche,* che ostacolano l'esposizione degli utenti a contenuti discordanti dalle loro posizioni.

Molti indizi, dunque, per l'autore formano una prova: per quanto gli elementi elencati possano essere ritenuti validi presi in esame singolarmente, fallisce una ricostruzione coerente e probante della responsabilità del mezzo comunicativo dei social nell'ascesa del populismo. Facebook rimane il filo conduttore della trattazione del populismo digitale (elemento comune a tutti i "capi d'accusa"), dalla cui onnipresenza però non si sviluppa una connessione di causalità necessaria convincente, tanto che non mancano alcune fallacie logiche delle più classiche, tra cui la dimostrazione della tesi *tramite la tesi stessa*: perché, si chiede Barberis, tra le tante crisi migratorie ed economiche del ventunesimo secolo, si sarebbe verificata l'ascesa del populismo proprio in seguito alla "rivoluzione digitale", *se non fosse la rivoluzione digitale la causa della deriva populista*?