



Le paure dell'Europa davanti alla sfida americana

David W. Ellwood

1. Introduzione

Fin dalla fine dell'Ottocento l'America degli Stati Uniti si è sempre presentata come una società industriale capace di costringere il resto del mondo – e l'Europa in particolare – a *fare i conti* con i modelli di innovazione da essa inventati ed esportati. Su tre fronti specifici, quelli della modernità, dell'identità e della sovranità, gli americani hanno ripetutamente messo gli europei davanti alla scelta di adottare, in quelle sfere, le loro norme, standard, prassi, prodotti, modelli ecc. o di rischiare la marginalizzazione e l'arretratezza. Naturalmente, gli americani sostengono di riconoscere che tutto è in qualche modo e misura negoziabile, ma nel contempo minacciano di travolgere gli europei se essi preferiscono non accogliere il loro invito/sfida. Sono numerosi i modi che gli europei occidentali hanno elaborato per confrontarsi con questa realtà nel corso del Novecento, ma è innegabile che ciò *li abbia divisi*, producendo contrasti tra nazioni, classi, generazioni e culture politiche, condizionando radicalmente l'evoluzione delle varie società nel tempo e facendo nascere alcune cruciali differenze tra di esse (Ellwood 2012). Questo breve saggio sposterà il discorso avanti fino a giorni nostri, con particolare attenzione per il mondo digitale e per quello può essere chiamato *soft power coercitivo*.

Pur correndo il rischio di una certa schematizzazione, dovuta ai limiti di spazio, analizzerò di seguito i tre principali terreni in cui si può vedere in azione questo colossale incontro/confronto transatlantico, che ci accompagna quotidianamente¹.

2. La modernità

È ai sociologi che dobbiamo guardare quando vogliamo identificare un concetto di "modernità" utile per i nostri scopi. Peter Wagner – nel suo libro del 2012 intitolato semplicemente *Modernità. Comprendere il presente* –, parlando della Rivoluzione francese e di quella industriale britannica, segnala la natura "universale" delle promesse intrinseche a questi grandi movimenti,

perché si presumeva contenessero rivendicazioni normative che ogni essere umano avrebbe sottoscritto [e] si stimava avrebbero consentito la creazione di assetti funzionalmente superiori per i principali aspetti della vita sociale.

Erano considerati globalizzanti nella loro applicabilità, prosegue Wagner, “per via del potere interpretativo e pratico della loro normatività e funzionalità” (Wagner 2012). Stiamo parlando di quello che un altro sociologo britannico, Gerard Delanty, definisce come la “inespugnabile rilevanza normativa” che caratterizzerebbe i modelli di modernità egemonici, la loro capacità di proporre, e in qualche modo imporre, nuovi standard di prassi e di pensiero (Delanty 2013: 18-19; 2014). È proprio la “rilevanza normativa” espressa da Uber che i tassisti di tutto il mondo – e dell'Europa in particolare – temono di più e combattono sotto i nostri occhi².

Il discorso di Wagner prosegue mostrando come nell'Ottocento le società orientali, dalla Russia fino alla Cina e al Giappone, si siano comportate davanti ai modelli europei di modernità, resistendo alla loro presunzione, riconoscendo la forza potenziale della minaccia ai loro equilibri sociali tradizionali, ma comprendendo che la dinamica irrefrenabile della loro sfida imponeva a queste società tradizionali certe scelte. Quello che infine emergeva, comunque, non era l'“occidentalizzazione” o qualche artificiale ibridazione, sostiene Wagner, ma una “percezione selettiva, un'interpretazione attiva e l'introduzione modificata di certi aspetti ritenuti utili e compatibili nei vari contesti” (Wagner 2012: 161), in altre parole quello che Phillip Curtin riassume nell'espressione “modernizzazione difensiva” (Curtin 2002: parte II).

Tutto ciò corrisponde perfettamente alle conclusioni cui è giunto, negli ultimi vent'anni, il dibattito tra storici sulla presunta “americanizzazione” dell'Europa dalla fine dell'Ottocento in poi, un dibattito in qualche modo terminato con l'affermazione del concetto – introdotto dall'antropologo olandese Rob Kroes (1996: 164) – di “appropriazione selettiva”, ossia una forma di negoziato permanente tra nazioni, classi e generazioni con quanto di innovativo è prodotto a getto continuo dalla società americana. Esempi grandi e piccoli sono sotto i nostri occhi. Ogni 31 ottobre, ormai, assistiamo alla versione italiana di Halloween; e, ogni novembre, a quel momento di incomprendibile frenesia consumistica noto come *Black Friday*, importato in Italia da Amazon e Google. Il fenomeno è stato denunciato formalmente da Papa Bergoglio nei termini di una “contaminazione”, in linea con le prediche di Papa Wojtyła contro l'uomo consumatore/consumista³.

Un libro ponderoso attende qualunque studioso si proponga di tracciare l'evoluzione della critica cattolica, implicita o esplicita, della modernità nella versione statunitense. Il Vaticano denunciò il cosiddetto “americanismo” già nel 1899, parlando di un'invasione del barbarismo e dell'attacco di un nuovo potere contro la società cristiana [...] è il denaro contro l'onore, la brutalità volgare contro la finezza [...] le macchine contro la filosofia (Ellwood 2012: 28).

Ai nostri tempi, Halloween è contestato a livelli sempre più alti dalla Chiesa: ho una spessa cartella che raccoglie e documenta tali denunce.

Si tratta dell'ennesima versione di un grido europeo contro l'“obbligo”, vero o pre-

² Per la versione torinese di questo scontro, si veda Genta (2018). Nonostante tentativi espliciti di farlo, Uber non è riuscito ad affermarsi sulla piazza torinese, dove i tassisti hanno sviluppato o adottato loro versioni dell'app di Uber. Per la variante messicana dello stesso confronto, Ferrigo (2019).

³ RAI, TG2 del 22.11.2018, edizione ore 20.30.

sunto, di trovare i modi per fare i conti con le innovazioni americane – o con la reinterpretazione americana di antiche prassi europee – prodotti negli ultimi 150 anni da autorità religiose, intellettuali, politiche, giuridiche, educative ecc.; espressioni di ansia documentate da numerosi storici (de Grazia 2006; Kroes 1996; Debray 2017). Ma il discorso non si esaurisce in una semplice denuncia di quella componente del cosiddetto “anti-americanismo” che consiste nel rigetto dei modelli americani di produzione e consumo, e che resiste alla pressione volta a convincerci che questi rappresentano *la* modernità nelle loro varie epoche. È perfettamente ovvio, infatti, che grandi masse di europei abbracciano queste novità con entusiasmo, e così facendo tracciano un solco evidente, a livello di idee e di azioni, rispetto alle loro élites benpensanti di riferimento. Tale dimensione è presente anche nei movimenti giovanili del '68, tanto celebrati a cinquant'anni di distanza (Nolan 2012: 268-279).

Senza ritornare alla *belle époque* di Hollywood e alla sua straordinaria presa sui mercati popolari europei negli anni '20 e '30, guardiamo all'attualità: nell'autunno 2019, Uber ha 45.000 autisti solo a Londra, nonostante il vigoroso protezionismo esibito dai tassisti londinesi e dal sindaco laburista; si contano circa 385 milioni di utenti di Facebook al mese in tutta Europa; Google controlla il 93.57% del mercato delle ricerche online europee. E a chi contesta questo tipo di dominio, Google ha una semplice risposta: “l'Unione europea”, ha affermato il Presidente di Google in Europa nel 2017, “sembra aver come scopo principale della sua esistenza la difesa del passato contro il futuro”⁴.

3. L'identità

In tema di questioni identitarie, già negli anni Novanta era evidente che la combinazione della fine della Guerra fredda e dell'affermazione della globalizzazione produceva in ogni nazione occidentale un nuovo tipo di dibattito attorno alle vecchie questioni: “chi pensiamo di essere oggi, come nazione, popolo, società?”, e “qual è il nostro posto nell'Europa, nel mondo?”. Ma la direzione generale di tutte le discussioni era chiara: come in altre epoche di rapido cambiamento, si cercavano affannosamente i mezzi e i modi per costruire e difendere una via verso il futuro che ciascun popolo – o l'UE nel suo insieme – potesse considerare propria, bilanciando la parte presumibilmente migliore dell'eredità del passato con gli elementi che si ritenevano essere più utili ed attraenti del nuovo. Molto tempo fa, nel 1940, il celebre scrittore irlandese Sean O'Faolain scrisse:

Il nocciolo della questione per noi è trovare un modo o una formula di vita che sappia congiungere le vecchie tradizioni e il nuovo mondo che ci assale da ogni parte (Ellwood 2012: 12).

Negli anni Novanta e nei decenni successivi, questa ricerca è stata riproposta con un'intensità e una complessità del tutto nuove, aprendo un confronto interminabile attorno a questioni di identità, diversità e convergenza, della definizione dei confini

⁴ http://www.nytimes.com/2016/10/31/technology/google-europe-antitrust.html?emc=edit_th_20161031&nl=todaysheadlines&nlid=58280402.

tra gli esclusi e gli inclusi. Anticipando il tormento attuale sulla Brexit, nel 1999 il politologo Joel Krieger osserva che, in Gran Bretagna, “i confini dell’inclusione e dell’esclusione [sono] fluidi e contestati, le rappresentazioni della nazione vivacemente discusse, i legami simultaneamente robusti ed insicuri” (Krieger 1999: 137).

Ma quello che voglio suggerire qui è che, in questi dibattiti, un’America in parte vera, in parte immaginaria ha avuto un ruolo inconsapevole ma di grande rilievo, offrendo una specie di schermo o specchio sul quale le società spesso si proiettavano e si giudicavano, se non altro perché l’America di quell’epoca era all’apice del suo prestigio economico e culturale nel mondo uscito dalla guerra fredda. Ma le risposte che le varie società ricavano da questo confronto con i modelli di oltreoceano non potevano essere più diverse. È sufficiente notare, a questo riguardo, il contrasto tra l’esperienza inglese e quella francese.

Secondo quanto scrive lo storico Richard Weight, nel suo libro del 2002 intitolato *Patriots. National Identity in Britain 1940-2000*, la Gran Bretagna ha vissuto negli anni '90 la più intensa indagine sulla natura della *britannicità*, dall’epoca della crisi di Suez (1956) in poi (Weight 2002: 665). In ballo erano le più elementari idee di cittadinanza, comunità, etnicità, nazionalità. Si discuteva dell’immigrazione, dell’unità del Regno medesimo, della monarchia, di forze armate, welfare state, media, sistema scolastico e universitario. Il primo ministro Gordon Brown ha ispirato un libro del 2009 intitolato *Being British. The Search for the Values that Bind the Nation*, che raccoglie una serie di saggi sull’identità nazionale scritti da elevate personalità intellettuali, religiose, politiche e altre celebrità (D’Ancona 2009). In particolare Michael Wills, ministro per le Riforme costituzionali, annota:

la comunità immaginaria [britannica] una volta popolata da re e regine e dai nostri ufficiali dell’esercito vestiti di rosso ora deve contendere quello spazio a Tom Cruise, Starbucks e sogni di auto-realizzazione.

Nei passi successivi l’autore insiste sulla necessità di ricostruire la forza dell’identità nazionale, non per riflettere sulla posizione che l’America occupa al suo interno – come lascerebbe presumere la logica delle sue parole precedenti –, ma per chiedersi dove inserire l’Islam (Wills 2009: 190). E ciò si riferisce al membro di un governo laburista che ha importato un lunghissimo elenco di prassi dagli Stati Uniti, e ne avrebbe importate ancora di più se Blair e Brown fossero riusciti a farlo. Si è trattato di una sorta di “americanizzazione dall’alto” del paese, di una crociata per “modernizzare” il Regno unito tramite l’importazione di modelli americani in tutto il settore pubblico: dalle scuole agli ospedali, dai media al sistema giudiziario, dal mercato del lavoro all’idea di cittadinanza, un *trend* che aveva avuto le sue origini con la signora Thatcher e la sua ammirazione sconfinata per tutto quello che vedeva oltreoceano (Ellwood 2020).

Niente di tutto ciò avveniva dall’altra parte della Manica. Mentre in Gran Bretagna nessuno ha pensato di promuovere una minima discussione sull’americanizzazione nazionale, reale o presunta, in Francia negli stessi anni la questione ha avuto un ruolo egemonico nel dibattito identitario. Nel 2002 comparve il grande libro di Phillipe Roger, *L’ennemie américain. Généalogie de l’anti-américanisme français*, un testo che confermava come, lungo i vari decenni, la critica all’America non derivasse dalle azioni for-

mali compiute o proposte dagli Stati Uniti, ma fosse sempre una discussione *interna* su quali alternative creare, su come re-inventare l'eccezionalismo francese e offrire i modelli culturali francesi a tutti quei popoli che si presumeva avrebbero voluto sottrarsi all'egemonia americana (Roger 2002).

Perfino i ministri della Cultura e degli Esteri, nonché il presidente Chirac in persona, suggerivano metodi e principi per realizzare questo sogno, e non è casuale che la Francia si sia messa alla testa dell'opposizione alla guerra in Iraq del 2003 e sia stata la prima nazione a organizzare un progetto per contrastare il domino emergente di Google dopo il 2005, tramite la creazione di un motore di ricerca e un'enciclopedia europea alternativi (Jeanneney 2007). Con l'arrivo di Nicolas Sarkozy all'Eliseo nel 2007, questi progetti, oggettivamente fallimentari, sono stati accantonati e il nuovo presidente presentava tutta un'altra immagine all'America di quegli anni, almeno in termini di politica estera ed economica. Ma la grande eredità della diffidenza culturale francese permane, come ricordato da Richard Kuisel – il grande esperto americano della *politics of modernization* in Francia – nel suo libro del 2012, che reca come sottotitolo *How France Embraced and Rejected American Values and Power* (Kuisel 2012), e ultimamente dal vecchio combattente Régis Debray, nel volume del 2017 intitolato *Civilisation*, con il sottotitolo dolce-amaro: *Comment nous sommes devenus américains*. Ed è tutt'altro che una resa.

Allargando l'orizzonte, si potrebbero citare i casi della Germania, della Spagna, dell'Irlanda (Ellwood 2012). Ma preferisco concludere questa sezione parlando di due settori interessati dai dibattiti identitari degli anni Novanta e rimasti tuttora centrali: cibo e linguaggio. Quanto al cibo, va ricordato che nel novembre 2000, a un convegno organizzato alla Casa Bianca dalla signora Clinton su *Cultura e Diplomazia*, l'ambasciatore americano a Parigi, Felix Rohatyn, disse:

malgrado certi fattori favorevoli, la reazione francese alla globalizzazione è sempre caratterizzata da un grande nervosismo. Lo si nota in due settori importanti: l'atteggiamento verso la scienza incorporata nei cibi geneticamente modificati e quello verso il capitale mobile e la proprietà delle grandi aziende francesi [...] la reazione ai cibi geneticamente modificati è stata fortemente negativa, a dir poco. Il che dipende tanto da fattori culturali ed identitari, quanto da quelli commerciali⁵.

Negli anni '90 è nato il movimento dell'agricoltore-sindacalista José Bové contro le *malbouffe* e, in generale, la diffusione del fast-food in Francia. Per decenni la catena di McDonald's ha attirato vaste ondate di protesta, e Bové si è messo a capo di un movimento nazionale di attivisti che usavano le tecniche dei contestatori del '68, attuate in strada, per promuovere i propri obiettivi. Era quanto di più diverso dall'invenzione di Carlo Petrini in Italia, nonostante anch'egli partisse dallo stesso rigetto delle regole della produttività e del marketing nella produzione e nel consumo di cibo incarnati da McDonald's. Non essendo necessario soffermarsi sui successi di Petrini e del suo movimento (oppure sul lancio, in parallelo, della catena internazionale di *Eataly* nel 2007 a Torino), il punto è piuttosto di dimostrare la differenza tra un atteggiamento "antagonistico" verso la sfida americana – impersonata dalla figura di Bové, successivamente

⁵ I materiali del convegno sono consultabili all'indirizzo www.state.gov/r/whconf/001124_bkgd_whccd.html.

mimetizzatosi nel Parlamento europeo – e la costruzione nel tempo di “alternative”, o al massimo di “sintesi”, uno stile di vita intermedio tra le vecchie tradizioni e il nuovo mondo che ci assale da ogni parte. McDonald’s continua a crescere – ha ormai più di 7000 ristoranti in Europa, di cui 570 nel Bel Paese, un numero in costante crescita – ma si moltiplicano le forme di recupero, reinvenzione, rilancio delle tradizioni culinarie in Italia come in Francia e in tanti altri luoghi, sempre incoraggiate da Petrini. L’Italia si sta lanciando nel campo della “gastrodiplomazia” e, rispetto ai rivali francesi, ha il grande vantaggio dovuto al fatto che i suoi prodotti più tipici – pizza, pasta ed espresso – sono disponibili a prezzi popolari (Ellwood 2012: 272; 2017).

La questione linguistica, invece, si è posta all’attenzione generale con l’affermazione di Internet: nei suoi primi anni, si calcolava che più dell’86% dei materiali disponibili erano presentati in lingua inglese. Dibattiti sulle conseguenze di questa tendenza sono sorti, intorno all’anno 2000, non solo in Francia – peraltro sempre ultra-sensibile al tema, alla luce della difesa militante della *Francophonie*, che accomuna tutti i partiti politici –, ma anche in Germania, Svizzera, Italia e nel Parlamento europeo. Mentre il leader del partito liberale tedesco denunciò “lo tsunami di anglicismi che ci travolge provenendo dai media, dalla pubblicità, dai prodotti e dalla tecnologia”, un celebre intellettuale tedesco come Peter Schneider rimarcò invece che la diffusione dell’inglese come lingua condivisa in Europa stava allargando la partecipazione culturale, promuovendo il dialogo e facilitando la gestione dei diversi strati identitari dell’individuo: locale, nazionale ed europeo. Sarebbero stati gli anglo-sassoni ad aver di più da perdere da questa situazione, perché privi di accesso ai modi di pensare degli altri. Ancora una volta la sfida generava divisioni⁶.

Intanto, nel 2001, il Parlamento europeo a Strasburgo si trovò nell’impossibilità di definire una politica linguistica comune, poiché mentre tutti erano d’accordo sulla necessità per ciascun cittadino di imparare una seconda lingua, nessuna delle 11 lingue allora disponibili era disposta ad accettare il ruolo di numero 2, o di numero 3, se l’inglese fosse stato considerato inevitabile. Oggi la politica ufficiale dell’UE auspica che ogni cittadino impari altre due lingue oltre la propria. Sulla carta, l’Unione ha una forte politica linguistica, con un’enfasi molto spiccata sul rispetto per la diversità e la pari dignità di ciascuna delle 24 lingue riconosciute ufficialmente oggi dall’organizzazione⁷. È significativa l’evoluzione della politica francese su queste questioni, da una posizione che enfatizzava l’“eccezionalismo” culturale francese – ed era quindi di fatto fortemente votata all’isolamento e perciò fallimentare – a quella dei nostri giorni, che pone l’accento sulla difesa del diritto alla *diversità* (Ellwood 2014). All’inizio della sua Presidenza, Macron ha scelto una giovane donna nata in Marocco e vincitrice del Prix Goncourt, Leïla Slimani, come suo rappresentante personale all’Organizzazione per la *Francophonie*, elevando considerevolmente il prestigio del ruolo⁸.

⁶ La citazione del leader liberale è tratta da *The Economist*, 24 febbraio 2001, mentre le affermazioni di Schneider si trovano in *Corriere della Sera*, 6 maggio 2001. Si vedano inoltre le parole di Quentin Peel in *Financial Times*, 8 gennaio 2001.

⁷ <http://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/142/language-policy>.

⁸ <https://www.theguardian.com/world/2017/nov/06/emmanuel-macron-appoints-author-leila-slimani-to-champion-french-language-and-culture>.

4. Sovranità/sicurezza

Rivisitando, in un testo in corso di pubblicazione, la tematica che l'ha a lungo affascinato – l'utilità o meno per gli storici dell'Europa contemporanea del concetto di "americanizzazione" –, Richard Kuisel offre questa riflessione:

La premessa teorica resta intatta: l'essenza dell'americanizzazione si trova nello sviluppo in Europa della società dei consumi e della cultura di massa. Gli studiosi dovrebbero proseguire lungo le linee suggerite da questa premessa ma modificando le loro strategie di ricerca. Ciò significa spostare l'enfasi nella dialettica appropriazione-imposizione [sviluppatasi negli studi degli ultimi decenni] dalla prima alla seconda di queste due dinamiche. L'americanizzazione non è stata semplicemente una narrativa di addomesticamento, poiché c'è sempre stato molto spazio per trasformazione, spostamento e coercizione [...] gli studiosi dovrebbero comunque persistere nell'uso del concetto di americanizzazione come strumento euristico inteso a comprendere meglio le fonti di tante ansie europee⁹.

Kuisel è convinto che l'uso così diffuso del concetto di "appropriazione selettiva", sviluppato in origine dall'antropologo olandese Rob Kroes, sia diventato esagerato: attribuisce troppa libertà – o *agency*, per usare la parola tanto di moda – a coloro che vogliono o devono negoziare quale pezzo dell'America desiderano prendere e quale respingere. Kuisel invece suggerisce che gli interessi americani hanno il potere di imporre i loro modelli e preferenze per via della loro ubiquità, dinamicità, determinazione e grazie al capitale. Specialmente, aggiungo io, in virtù di quest'ultimo elemento: i soldi¹⁰.

Ecco alcuni esempi attuali: nel corso del 2019, Netflix ha programmato di investire 12 miliardi di dollari solo nella fiction, mentre l'intero giro di affari della BBC – la più grande organizzazione del genere nel mondo con 34 piattaforme – è di 6 miliardi¹¹. La valutazione data dai mercati finanziari a Uber nel marzo 2019 era di 120 miliardi di dollari e ha ottenuto un altro mezzo miliardo dalla Toyota nel settembre 2018. Eppure, come Netflix e Tesla, il suo flusso di cassa è pesantemente negativo e, secondo gli esperti, gli investitori in queste aziende sono disposti ad aspettare fino a 20 anni per vedere i ritorni che credono di meritare. Intanto, nel novembre 2018, Michel Barnier, che dirigeva per l'UE i negoziati sulla Brexit, ha fatto notare che i quattro giganti digitali – Google, Amazon, Facebook e Apple – godevano di un giro di affari equivalente al PIL della Germania¹². Ci sono tanti altri indici del loro gigantismo. Il Presidente di Uber ha dichiarato che la sua azienda – le cui attività si espandono in un numero crescente di settori – "vuole diventare il sistema operativo per la vita quotidiana di tutti"¹³.

Parlando di questi "mostri", si potrebbe rielaborare il concetto di "soft power coercitivo", introdotto da Eliot Cohen, docente alla Johns Hopkins e uno dei maggiori esperti di studi strategici e armamenti di Washington. Nel suo ultimo libro, egli ridicolizza

⁹ Saggio in corso di pubblicazione, offertomi dall'autore.

¹⁰ Discussione sulla BBC Radio 4 a proposito della potenza dei mercati di capitali americani, disponibile all'indirizzo: <https://www.bbc.com/news/business-45881963>.

¹¹ BBC Radio 4, *Today*, 17 ottobre 2018 (<https://www.bbc.co.uk/sounds/play/m0000qks>).

¹² Cfr. *The Guardian*, 8 novembre 2018; altre statistiche sono disponibili in Ellwood (2018).

¹³ *Financial Times*, 24 ottobre 2019.

il concetto di *soft power* e afferma che, al massimo, può essere considerato utile solo nella forma delle *sanzioni* economiche o politiche contro i nemici degli USA (Cohen 2016). Io credo invece che, se si parte da un'idea di *soft power* inteso come "la forza dell'esempio", allora non ci vuole molto per capire che di quella forza si può disporre in molti modi, e non sempre col consenso incondizionato di chi lo recepisce. Nell'Europa di oggi, la paura suscitata dalla forza dei giganti della Silicon Valley, sempre innovativa e, al contempo, morbida e coercitiva, è davvero diffusa. Nessun personaggio politico può fare a meno oggi di essere presente su Facebook e Twitter – come tutti noi sarebbe in astratto libero di scegliere, ma comunque costretto a fare una scelta – ma come ha scritto il noto intellettuale inglese John Lanchester a proposito di Facebook:

Facebook, in realtà è la più grande impresa di sorveglianza mai inventata nella storia dell'umanità. Conosce molte più cose su di te di quante il governo più invadente di tutti nella privacy dei suoi cittadini ne abbia mai conosciute (Lanchester 2017).

Per un altro esempio degli effetti del *soft power coercitivo*, basta leggere i commenti giornalistici sul Black Friday (Panarari 2018). Il fatto che le stesse paure si trovino anche in certi ambienti americani non è una consolazione.

Il 6 luglio 2018, il *Financial Times* ha presentato le argomentazioni di John Lanier, il primo ribelle americano della Silicon Valley. Egli considera i giganti digitali come "imperi di manipolazione del comportamento" in cui la "sorveglianza perpetua e forme di manipolazione sottili ma costanti sono immorali, crudeli, pericolose e disumane". In breve, questa forma di "pubblicità armata sta polarizzando le nostre società, distruggendo il dibattito democratico e trasformando tutti in persone disgustose". Discorsi analoghi si leggono su vari numeri di *Internazionale*, *The Guardian*, *The Economist*, *Le Monde*.

Nel fascicolo di *Limes* dell'ottobre 2018, troviamo una serie di articoli – riuniti sotto il titolo "Dove e come gli americani comandano" – che denunciano le minacce portate dai giganti digitali ai nostri concetti di democrazia, sicurezza, privacy e diritti individuali. Molto del linguaggio qui utilizzato risente di un vetero anti-imperialismo stile anni '70, condensato in frasi come "Internet è il versante virtuale dell'impero statunitense [...] non può sottrarsi alle imposizioni dell'amministrazione federale"¹⁴; secondo questi autori, tutto è riconducibile al Pentagono. Ma laddove i contributi parlano della dittatura degli algoritmi e della perdita di umanità, dell'incontrollabile diffusione di *hate mail* e *fake news*, della penetrazione sempre più capillare della sorveglianza, è evidente che essi trovano eco in tutte le sfere politiche ed economiche che contano in Europa.

È possibile identificare un lungo elenco fattori che legano l'antica egemonia di Hollywood degli anni '20 e '30 a quella dei giganti digitali di oggi. Ovviamente si parte dall'incredibile squilibrio tra le dimensioni e le dinamiche dei pochi grandi *studios* di Hollywood e i cinema dell'Europa dell'epoca, per arrivare alla stessa asimmetria tra i

¹³ *Financial Times*, 24 ottobre 2019.

¹⁴ *Limes*, 10/2018, p. 9.

mostri della Silicon Valley e i loro aspiranti competitori europei¹⁵. Se Hollywood ha fatto nascere tante forme di protezionismo economico e culturale, lo stesso vale per Facebook, Twitter, Uber e soggetti analoghi. Su uno di questi fronti, comunque, vi è stato un indubbio progresso. Come Hollywood ha stimolato i primi tentativi organizzati di costruire un'industria cinematografica transnazionale europea – un progetto ovviamente fallito –, oggi l'Unione europea cerca di sviluppare una forza giuridica e politica tale da opporsi allo strapotere dei giganti digitali. Solo l'Europa ha prodotto un personaggio come Margrethe Vestager, commissario per la concorrenza a Bruxelles, con la sua concezione – ammirata in tutto il mondo per sua applicabilità normativa – dell'"abuso di una posizione dominante" (Lyall 2018). Come in diversi Stati degli USA, anche in Francia e Germania sono in via di sviluppo azioni per contrastare la capacità dei giganti di porsi al di sopra della legge, o delle leggi, in tanti settori della vita quotidiana. Poiché tutto si sta digitalizzando, ragiona la Vestager, occorre che – volenti o nolenti – ci adattiamo a questa realtà. Come difendere allora la nostra democrazia e le nostre sovranità individuali, locali e nazionali in un contesto come quello appena descritto (Harris 2019)?

5. Conclusioni

In questo contributo non approfondisco la discussione sui tipi di paura inculcati in noi europei dall'attuale presidente americano e le implicazioni della sua concezione del primato americano, *America first*. Un esempio clamoroso è la posizione del partito laburista britannico davanti alla prospettiva di un nuovo trattato commerciale anglo-americano dopo la Brexit. Il partito si è espresso formalmente contro la liberalizzazione dell'accesso commerciale al Sistema sanitario nazionale, partendo dalla convinzione che un nuovo trattato commerciale aprirebbe il sistema sanitario alle spietate aziende private americane e ai giganti del settore farmaceutico, motivati solo dalla prospettiva di un nuovo mercato da conquistare¹⁶.

Già nel 2017, i Laburisti avevano espresso timori sulla mancanza di trasparenza circa le prospettive di un accordo commerciale anglo-americano dimostrata dall'allora governo conservatore, temendo per esempio una *deregulation* degli standard da applicare ai prodotti alimentari eventualmente importati dagli Stati Uniti. Come disse il Ministro ombra per il Commercio internazionale, Gardiner,

gli accordi commerciali non sono semplicemente una questione di tariffe e barriere agli scambi, ma determinano gli standard, le regole e la regolamentazione alla base delle società in cui viviamo¹⁷.

Qui ho semplicemente voluto evidenziare una nuova fonte di paura che deriva dall'imprevedibile, incontrollabile capacità della società americana di metterci ogni giorno davanti a istanze di *disruptive innovation*, di novità che disturbano e sconvolgo-

¹⁵ Tra gli altri fattori: la ricerca di un mercato mondiale fin dall'inizio; la scala, la dinamica e l'ubiquità delle operazioni; la capacità di offrire in continuazione forme di innovazione nel prodotto; la capacità di reinventare i media da dove provengono; la reazione allarmata dei governi in patria e all'estero; la capacità di suscitare dibattiti sulla censura da parte dello Stato; l'accusa di liberalismo (in America); la reazione ufficiale transnazionale in Europa; i tentativi di costruire esempi indigeni all'estero in vari paesi.

¹⁶ <https://labour.org.uk/jonathan-ashworth-mp-comments-on-tories-voting-down-a-motion-to-rule-out-privatisation-and-any-future-trump-style-deals/> (23 ott.2019).

¹⁷ <https://labour.org.uk/press/empty-words-on-trade-transparency-from-fox/> (21 dicembre 2017).

no. Vengono in mente le parole usate da Susan Sontag nell'ambito del dibattito intellettuale euro-americano scatenato dalla guerra in Iraq del 2003. Seconda la Sontag, a rendere difficile il confronto con l'America era quella sua peculiare, permanente, commistione di eredità ed invenzione:

È qui che sta il genio degli Stati Uniti, paese profondamente conservatore in modi per gli europei difficili da comprendere: nell'aver escogitato una forma di pensiero conservatore che celebra il nuovo piuttosto che il vecchio (Sontag 2003: 215).

Jürgen Habermas e Jacques Derrida, protagonisti dello stesso dibattito, scrivendo insieme, furono ben disposti a riconoscere questa forma di eccezionalità americana, ma, come europei che avevano visto le conseguenze delle due rivoluzioni di cui abbiamo parlato all'inizio, erano più che consapevoli dei "paradossi del progresso", che fossero di origine democratico-politica o industriale-economica. In Europa, quindi, la ricerca di quella "formula d'esistenza", da collocare in qualche modo tra vecchio e nuovo, era approdata secondo loro alla valutazione di due alternative principali:

I vantaggi di un progresso chimerico hanno maggior peso delle perdite dovute alla disintegrazione di forme di vita protette e tradizionali? [In altre parole] i benefici futuri promessi dagli attuali processi di 'distruzione creativa' hanno maggior peso delle sofferenze di chi dalla modernità esce sconfitto? (Sontag 2003: 11).

A ciascun lettore o lettrice la sua risposta...

Bibliografia

Cohen Eliot A. (2016). *The Big Stick. The Limits of Soft Power and the Necessity of Military Force*. New York: Basic Books.

Curtin Philip D. (2002). *The World and the West. The European Challenge and the Overseas Response in the Age of Empire*. Cambridge: Cambridge UP.

D'Ancona Matthew (a cura di) (2009). *Being British. The Search for the Values that Bind the Nation*. Edinburgh: Mainstream.

Debray Régis (2017). *Civilisation. Comment nous sommes devenus américains*. Paris: Gallimard.

de Grazia Victoria (2006). *L'impero irresistibile. La società dei consumi americana alla conquista del mondo*. Torino: Einaudi.

Delanty Gerard (2013). *Formations of European Modernity. A Historical and Political Sociology of Europe*. London: Palgrave Macmillan.

Id. (2014). *Europe and the Emergence of Modernity*, relazione al convegno di Utrecht, giugno.

Ellwood David (2012). *Una sfida per la modernità. Europa e America nel lungo Novecento*. Roma: Carocci.

Id. (2014). *Reflections on the Political History of French Cultural Exceptionalism*, paper presentato al convegno "Culture and International History", IV, Berlino.

Id. (2017). *Eating for Your Country: Italy's Lead in Gastrodiplomacy*, <https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/eating-your-country-italys-lead-gastrodiplomacy>

Id. (2018). *Brexit and the top-down Americanization of Britain 1979 to the Present*. Roma, Aisna, 12 novembre.

Id. (2020). "Margaret Thatcher's American Dream: Origins and Outcomes". *Annali della Fondazione Einaudi* (in corso di pubblicazione).

Ferrigo Nadia (2019). "La protesta dei tassisti messicani contro Uber". *La Stampa*, 5 giugno.

Genta Federico (2018). "Il gelo dei sindacati sulla nuova App per i taxi. 'Non ci fidiamo più'". *La Stampa*, 27 novembre.

Harris John (2019). *Little by little, big tech's veneer of invincibility is starting to crack*, <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/oct/21/facebook-google-apple-amazon-big-tech-women>

Jeanneney Jean-Noël (2007). *Google and the Myth of Universal Knowledge. A View from Europe*. Chicago: Chicago UP.

Krieger Joel (1999). *British Politics in the Global Age*. Oxford: Oxford UP.

Kroes Rob (1996). *If You've Seen One, You've seen the Mall. Europeans and American Mass Culture*. Urbana: University of Illinois Press.

Kuisel Richard F. (1993). *Seducing the French. The Dilemma of Americanization*. Berkeley: University of California Press.

Id. (2012). *The French Way. How France Embraced and Rejected American Values and Power*. Princeton: Princeton UP.

Lanchester John (2017). "You Are the Product". *London Review of Books*. 17 agosto, <https://www.lrb.co.uk/the-paper/v39/n16/john-lanchester/you-are-the-product>

Id. (2019). "Document Number Nine". *London Review of Books*, 10 ottobre.

Lyall Sarah (2018). *Who Strikes Fear into Silicon Valley? Margrethe Vestager, Europe's Antitrust Enforcer*, https://www.nytimes.com/2018/05/05/world/europe/margrethe-vestager-silicon-valley-data-privacy.html?emc=edit_th_180506&nl=todaysheadlines&nid=582804020506

Nolan Nary (2012). *The Transatlantic Century. Europe and America, 1890-2010*. New York: Cambridge UP.

Panarari Massimiliano (2018). "Il black friday più lungo della storia del consumismo". *La Stampa*, 23 novembre.

Roger Philippe (2002). *L'ennemi américain. Généalogie de l'antiaméricanisme français*. Paris: Seuil.

Sontag Susan (2003). "Literature is Freedom". In: Daniel Levy, Max Pensky, John Torpey, (a cura di), *Old Europe, New Europe, Core Europe: Transatlantic Relations After the Iraq War*. London: Verso.

Wagner Peter (2012). *Modernity. Understanding the Present*. Cambridge: Polity.

Weight Richard (2002). *Patriots. National Identity in Britain 1940-2000*. London: Macmillan.

Wills Michael (2009). "Belonging and Being British". In: D'Ancona 2009.