Discorso:

**La nostra presentazione** sarà suddivisa in **3 parti**:

1. **Introdurremo il concetto di populismo**, così da contestualizzare il fenomeno, visto che l’articolo è molto discorsivo.
2. In secondo luogo, **approfondiremo le connessioni tra social e populismo** dal punto di vista dell’autore.
3. Infine, **analizzeremo dei dati su come le popolazioni europee e statunitensi si informano**: visto che l’autore in una parte specifica del paper, dà un paio di percentuali su come venga percepita l’informazione dei media, da parte della popolazione statunitense.

Innanzitutto, siamo voluti partire da due definizioni di **Margaret Canovan** (una teorica politica), **Cas Mudde** (un politologo) e **Cristòbal R. Kaltwasser** (professore universitario).

Secondo **Canovan** il termine **populismo** ha una connotazione molto ampia e vaga, può riferirsi a diversi contesti e ad una grande varietà di fenomeni.

Mentre la definizione di **Mudde** e **Kaltwasser** si concentra di più sulla **lotta** tra persone pure (popolo) e contro la corruzione (élite). Questa si affianca perlopiù al tentativo di raggiungere il concetto di bene comune. **Chi definisce il bene comune?**

**Il bene comune** sarebbe un qualcosa da definire a priori da parte di un organo ulteriore, andando a diminuire ancora di più il concetto intrinseco di democrazia rappresentativa, e perdendo in termini pluralistici: visto che attualmente noi non possiamo fare a meno dei partiti che hanno una **funzione ineliminabile**.

Il **populismo** nasce in **America** e in **Russia** nel trentennio **1860/90** , presentava delle **idee agrarie** (basate su miglioramento delle condizioni di vita dei contadini), **progressiste** (si ponevano contro le grandi ideologie industriali e finanziarie), considerando il **“popolo”** come virtuoso, **al centro di tutto**, ma comunque **schiavo delle autorità statali**.

**Il populismo** si pone come unica via da seguire per poter riuscire a **scavalcare** le **élite** e risolvere i problemi in modo **semplice**, senza tener conto delle **limitazioni** che a livello legislativo/sociale/culturale potrebbero esserci.

**Il leader populista** è parecchio **carismatico**, riesce a persuadere e farsi seguire dalle persone, facendo leva sui **problemi**, richieste ed **esaltando** il popolo. **Il** **populismo** senza le idee delle persone sarebbe come una scatola vuota. Molte volte si tende a creare una **visione stereotipata** del leader in modo tale da riuscire ad avere più seguito (Berlusconi donnaiolo/presidente ricco, Putin ex agente segreto, Trump ricco imprenditore..).

L’articolo che abbiamo analizzato è stato scritto da **Paolo Gerbaudo**, come espresso dalla sua definizione, **il populismo** si afferma come il **”partito piglia tutto”**: aggrega interessi indipendentemente dal loro grado di realizzabilità, pur sempre a fini democratici ma con dietro interessi egoistici. **Il populismo** in senso stretto si afferma come un fenomeno che nasce e muore con le campagne elettorali. Quando eventualmente **vincono le elezioni**, inizialmente, per un breve periodo di tempo, si comportano come se volessero andare **contro le istituzioni**, per poi accorgersi che **non è tutto così semplice**; quindi, in **governo** iniziano ad atteggiarsi come un **partito tradizionale**.

In molti casi i **partiti populisti** perdono (**si sfaldano**) quello che è il loro largo supporto, dato che entrando a far parte del **governo/potere** diventano la stessa **élite/casta/gruppo** che loro “insultavano” per anni. Solo in alcuni casi (**Putin, Trump**) i **partiti populisti** mantengono quello che è la loro retorica popolo vs élite, presentando quest’ultimi come “**nascosti**”: manipolando media, giornali e altri partiti come marionette o come nemici irraggiungibili (Putin contro l’Occidente in generale).

**Opinion-building** (**Social Media as the people’s voice**)à **i social media** sono progettati come canali di comunicazione alternativi, nei ​​quali la gente comune può esprimersi. Questo ha fornito ai **movimenti populisti**, un luogo adatto per **contrastare il pregiudizio** percepito a favore **dell’establishment** dei media mainstream, così che, vengano creati canali mediatici alternativi in ​​grado di intercettare la rabbia popolare.

Alex Johns: le torri gemelle le hanno buttate giù gli americani, Trump inviato da dio.

Vladimir Soloviev: patriota sovietico, definisce le manifestazioni contro Putin come se fossero gestite da figli di **funzionari corrotti** e se non la polizia la gente gli avrebbe fatti a pezzi; Navalny (manifestazioni contro Putin) è stato paragonato a Hitler solo che Hitler era più coraggioso.

**Movement-building** (**Social Media as the people’s rally**)à le funzionalità dei **social media**, nella loro architettura algoritmica e nelle loro tendenze creano delle “**Filter** **bubble**”. Queste hanno consentito agli individui scontenti, che abbracciavano *idee considerate improprie*, di ritrovarsi e formare **aggregati di persone online**, riuscendo a svolgere un ruolo cruciale nel fornire sostegno ai candidati anti-establishment.

**Gamer-gate**: controversa campagna di **molestie** organizzata soprattutto tramite l'uso dell’hashtag **#GamerGate**, incentrata sul **sessismo** e **l'anti-progressismo** nella cultura dei videogiochi, dopo la pubblicazione di un **videogame** che simulava una situazione depressiva da parte di una sviluppatrice, arrivato poi a sostenere la campagna elettorale **pro-Trump**.

**Non esiste una vera e propria forma** che nasce dall’incontro di questi due elementi, proprio perché il **populismo** acquisisce una sorta di **malleabilità** ulteriore, che sicuramente **senza i social** **non** sarebbe stata così **evidente**: vedi *i partiti di destra che fanno molto leva con il problema dell’immigrazione* che oltretutto è molto sentito dalla popolazione (Trump), *i partiti di sinistra contro i ricchi imprenditori*(Podemos, Benny Sanders). Bisognerebbe capire (*se è possibile*) quanto i social possano favorire più partiti di sinistra rispetto a partiti di destra o viceversa.

Le piattaforme social sono gli **attori chiave** poiché offrono **molte più opportunità** per **mobilizzare** il **supporto** e **interagire** con i propri **sostenitori**, consentendo una **più ampia personalizzazione** dei **discorsi**, cosa che sicuramente nei **media tradizionali** è più **difficile** fare. Oltretutto possono utilizzare **strategicamente** questo metodo, per far sì che i media tradizionali estrapolino queste info dai social, per poi *venire diffuse ulteriormente* attraverso i media tradizionali.

È molto difficile definire il confine tra hate speech e free speech, proprio perché avendo una maggiore **libertà di espressione** nei **social** i partiti populisti possono **nascondersi dietro la retorica del free speech**. Soprattutto è molto difficile moderare i discorsi e i comportamenti che vengono compiuti all’interno dei social (esempio Twitter che censurava i post di Trump per poi bannarlo, fino ad essere reintegrato dopo l’acquisizione della piattaforma da parte di Elon Musk).

**Grafici** 🡪 Volevamo concludere questa presentazione con **due grafici**, che mostrano da dove i **paesi Europei e gli Stati Uniti** ottengano le loro informazioni nel periodo tra il 2018 e il 2023. **Il primo** grafico è una media effettuata aggregando le percentuali di ogni paese europeo (**EU+Uk+Turchia, non è ponderata**), **il secondo** riguarda solo gli **Stati Uniti**. Possiamo generalmente notare dei numeri simili che puntano verso una **certa omogeneità** delle popolazioni **europee e statunitensi** nell’ottenere notizie. È inoltre importante osservare che generalmente **diminuisce la quantità di “news”** che vengono consumate dalla popolazione europea e americana. Su questo lasciamo una domanda: **“Secondo voi a cosa potrebbe essere dovuto questo calo di tutti i media?”. La diffusione dei partiti populisti e il loro utilizzo nei social può aver influito su quanto le persone utilizzino i media per l’informazione?**