Discorso:

Siamo voluti partire da due definizioni di **Margaret Canovan** (una teorica politica) e **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 **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) e 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, il **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, siano 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.

**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.

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.