

- **Economia**
4 luglio 2020
-

Masticare senza mangiare

Il modello chewing gum del populismo italiano per guadagnare consenso economico

Giorgio Arfaras

La spesa pubblica fatta a colpi di bonus e redditi di cittadinanza è la caratteristica dei partiti politici di massa. L'obiettivo non è solo la polarità tra la cittadinanza genericamente intesa, ma l'appoggio di quella interessata a dei provvedimenti specifici



Unsplash

Così come la globalizzazione non è il frutto amaro di un complotto “neo-liberista”, nemmeno la spesa pubblica fatta a colpi di bonus e di redditi di cittadinanza è il frutto amaro di un complotto “populista”. All’origine si hanno delle dinamiche storiche molto complesse e non dei personaggi demoniaci che si inventano dal nulla i succitati fenomeni.

Il sistema politico – in Italia e non – cerca il consenso economico e ideologico non della cittadinanza genericamente intesa ma di quella interessata a dei provvedimenti specifici. I provvedimenti a favore delle “clientele” servono a raccogliere i voti necessari per governare.

Si hanno due modalità del consenso che possono non coincidere. Quello economico sono per esempio nell’Italia di oggi le imposte ridotte fino a un certo montante per le partite Iva, così come nell’Italia di ieri erano le assunzioni di un numero esorbitante di guardie forestali. Quello ideologico sono per esempio le grandi opere bloccate per ragioni ecologiche come la Torino Lione di oggi, così come l’estensione dei diritti civili di ieri.

In Italia si ottiene il consenso economico delle clientele anche grazie alle caratteristiche di un Paese che è in una parte ricco come gli altri Paesi sviluppati e in una parte povero come i Paesi sulla via dello

sviluppo. Per esempio, la metà delle pensioni erogate dall'Inps non ha avuto un versamento all'origine, così come la metà dei contribuenti italiani paga solo il tre per cento della intera raccolta fiscale diretta. Abbiamo così una metà della popolazione che dipende dalla spesa dello stato per avere un tenore di vita appena decente per un Paese ricco.

In Italia oggi – rispetto al passato anche non molto lontano – si vive molto di più, si è molto più ricchi, si ha uno stato sociale che riduce l'ineguaglianza, e si ha una maggiore istruzione media. Eppure la corsa a cercare il consenso con la spesa corrente e non con lo sviluppo sembra la caratteristica del sistema politico italiano.

L'offerta politica populista si rivolge a una domanda. Se così non fosse, non avrebbe consenso. Ora, è vero che il *chewing gum* non lo ha chiesto nessuno, ma lo hanno imposto le imprese innovative, ma il desiderio potenziale di “masticare senza mangiare” doveva pur esserci, altrimenti nessuno avrebbe comprato questo pur strano prodotto.

La domanda potenziale di politiche populiste – il “masticare senza mangiare” – da dove mai viene? Si hanno due possibili spiegazioni, quella della crisi della egemonia delle élite, e quella del nanismo delle imprese. La prima afferma che da tempo il risentimento – sempre latente – è defluito. La seconda afferma che un sistema così frammentato e fragile non può che chiedere aiuti pubblici.

Un Paese enormemente più ricco e longevo di quanto fosse centocinquanta, cento, o cinquanta anni fa, come l'Italia, non necessariamente genera stabilità. Si può, infatti, sostenere che la democrazia liberale ha tratto stabilità dalla soggezione di un popolo in maggioranza semi analfabeta e povero verso le élite sia religiose sia laiche.

I partiti politici di massa sono stati lo strumento con cui gli intellettuali laici hanno sostituito la Chiesa. Il “risentimento” era alla fine controllato. Si aspettava più o meno pazientemente l'Aldilà per avere giustizia (la religione), o, in alternativa, l'Al di qua (il comunismo). Venuti meno ormai da tempo i partiti che gestivano il risentimento, questo è dilagato.

L'avvento della grande impresa è stato in Italia ostacolato fin dalla fine del XIX secolo dalla limitata estensione del mercato interno, e dalla scarsità di capitali per l'investimento industriale. Si sono così potute affermare poche grandi imprese, cresciute in mercati protetti. Molto numerose sono, al contrario, le piccole imprese. In Italia la percentuale degli addetti alle micro imprese sino a 9 addetti e alle piccole imprese da 10 a 99 addetti era, fino pochi anni fa, pari a due terzi del totale degli occupati nella manifattura.

In Francia, Germania, Regno Unito, e Stati Uniti la quota di occupati in queste classi di attività, invece, si situa fra un 30 e un 40 per cento del totale. Il nanismo delle imprese è legato al Dna italico o è frutto della storia? La Democrazia Cristiana mirava a infoltire i ranghi della borghesia minuta, come cardine dell'indipendenza economica in una società solidale. Lo stato come conseguenza doveva promuovere la piccola impresa e combattere le forme di proprietà “antisociali”, come i latifondi e le grandi concentrazioni private.