

La destra americana e le grandi imprese non parlano più la stessa lingua. Per anni il partito che fu di Ronald Reagan ha messo al centro della propria agenda il taglio delle imposte e la deregolamentazione dell'economia: a trarre i maggiori vantaggi da queste politiche liberali sono state le *big corp*, che però oggi si allontanano dagli storici alleati repubblicani. I consumatori sono infatti sempre più "responsabili" e questo ha spinto il mondo del business a spostare il proprio peso a sostegno di una serie di cause per la giustizia sociale e razziale. Al punto che adesso sempre più conservatori vedono nell'ex alleato il nemico principale, o poco ci manca. Si tratta di una "guerra culturale", che ha raggiunto un nuovo livello di escalation col trumpismo.

ytali è una rivista indipendente. Vive del lavoro volontario e gratuito di giornalisti e collaboratori che quotidianamente s'impegnano per dare voce a un'informazione approfondita, plurale e libera da vincoli. Il sostegno dei lettori è il nostro unico strumento di autofinanziamento. Se anche tu vuoi contribuire con una donazione clicca [QUI](#)

Solo nella scorsa settimana, American Airlines e il gigante dei computer Dell si sono opposte duramente al tentativo del Grand Old Party (GOP) di restringere il diritto di voto nello stato in cui sono basate, il Texas. In maniera simile, la Major League del baseball ha disertato Atlanta come sede del suo All-Star Game, sempre per protestare contro le restrizioni al diritto di voto, che, come nel caso del Texas, colpirebbero soprattutto le minoranze etniche, in particolare gli afroamericani.

In South Dakota, poi, la governatrice repubblicana Kristi Noem, molto apprezzata da Donald Trump, s'è detta costretta, a malincuore, a non firmare una legge che avrebbe di fatto bandito gli atleti transgender. Perché? Noem ha fatto capire di temere le ritorsioni del mondo dello sport. O ancora: i conservatori continuano ad attaccare l'idea dei "passaporti vaccinali", che invece le imprese sostengono per ritornare alla normalità.

In particolare, la decisione della Major League del baseball di disertare Atlanta ha mandato su tutte le furie i repubblicani.

Il senatore della Florida Marco Rubio ha twittato:

Perché ascoltiamo ancora queste aziende ipocrite quando si tratta di tasse, regole e anti-trust?

Da un lato, tra i repubblicani, il tradizionale accento sul liberismo economico lascia sempre più il

posto alle guerre culturali, che appassionano di più l'attuale base del partito e, in particolare, il "movimento" di Trump. Dall'altro lato, le grandi aziende si allineano sempre più con la sinistra su questioni come diritti di voto, battaglie LGBTIQ e sforzi per combattere il razzismo.



New York, Times Square: sui cartelloni pubblicitari, lo slogan Black Lives Matter affianca la bandiera arcobaleno e quella americana

Si pensi a quando, all'inizio dell'anno, la casa editrice che pubblica i libri per bambini di Dr. Seuss - lo scrittore Theodor Seuss Geisel, ha scelto di smettere di distribuirne sei, a causa del loro contenuto razzista. O alla recente decisione del produttore di giocattoli Hasbro di cambiare il nome di uno dei suoi prodotti più famosi, "Mr Potato Head" (Il signor testa di patata) - un marchio che include i personaggi di Mr e Mrs Potato Head, "il signore e la signora testa di patata". Il prodotto si chiamerà semplicemente "Potato Head", per essere più inclusivo dal punto di vista del genere.

Queste operazioni hanno scatenato lo sdegno tra i repubblicani, che le hanno bollate come tentativi di "cancel culture", ovvero di sforzi estremamente politicamente corretti per cancellare la cultura del paese e la storia che porta con sé.

Ciononostante, per ora sono ancora pochi i repubblicani che hanno preso le distanze dall'agenda

tradizionale di riduzione delle tasse e deregulation economica. Lo stesso Trump durante la sua presidenza ha promosso un abbassamento delle imposte di cui i principali beneficiari sono stati proprio le grandi aziende contro le quali oggi i conservatori puntano il dito.

C'è chi però prova a giocare la carta del "populismo economico", come il già citato Marco Rubio, con un'atteggiamento di ostilità verso il mondo del business che potrebbe ridefinire i perimetri della politica americana.

Lo si è visto lo scorso 6 gennaio in occasione dell'assalto a Capitol Hill, quando si è consumata una delle fratture fin qui più profonde tra business e repubblicani. Nei giorni successivi all'attacco al Campidoglio, i grandi donatori - banche e grandi gruppi, hanno tagliato i finanziamenti ai deputati e ai senatori che volevano fermare la conferma dell'elezione di Joe Biden. Con conseguenze impreviste: il senatore del Missouri Josh Hawley, uno dei falchi pro-Trump, abbandonato dai *big donors*, ha visto aumentare i finanziamenti a suo favore, frutto di mini-donazioni, nel primo quarto del 2021. Per lui, opporsi ai "poteri forti" si sta quindi dimostrando finora un'ottima pubblicità. Se i conservatori sembrano chiusi nell'angolo di una strategia che li porterà, presto o tardi, a prendere davvero le distanze dal mondo delle imprese, un discorso analogo può essere fatto per queste ultime, che hanno tutto l'interesse a perseguire un'agenda progressista, in sintonia coi gusti dei loro consumatori. Di questo passo, le grandi società potrebbero essere obbligate a scegliere tra il partito che promuove i valori cari ai loro clienti - i democratici - e i repubblicani, sostenitori dei loro interessi in materia di tasse e deregolamentazione.