La caduta degli DEI

written by Luca Ricolfi | 1 Aprile 2025

Ci sono parecchi equivoci nelle polemiche degli ultimi giorni sulle misure adottate da Trump conto le politiche DEI, acronimo che sta per Diversity, Equity, Inclusion. In estrema sintesi, per politiche DEI si intendono un vasto insieme di misure di sensibilizzazione, controllo e reclutamento con cui, da parecchi decenni (ma con particolare veemenza dal 2012), aziende e organizzazioni hanno cercato di tutelare, proteggere o privilegiare varie minoranze definite per lo più su base sessuale, razziale, etnica, nonché altre varie caratteristiche (disabilità, orientamento sessuale, ruoli di genere). L'effetto più tangibile della politiche DEI è stata la modificazione dei criteri di reclutamento e assunzione nelle imprese, nella pubblica amministrazione e nelle università, con la parziale sostituzione del criterio del merito (capacità di svolgere bene il compito per cui si viene reclutati) con criteri estrinseci, come il colore della pelle e il sesso biologico. Di qui la frustrazione, talora il risentimento, delle categorie penalizzate, cui non sempre era chiaro perché – ad esempio – una ragazza bianca di oggi dovesse essere penalizzata per le colpe, vere o presunte, dei suoi antenati colonialisti e/o padroni di schiavi. È il caso di aggiungere che, nella storia americana, la pressione a praticare politiche DEI ha rappresentato un completo capovolgimento del sogno di Martin Luther King, che aspirava a una società color blind (cieca al colore, o "daltonica") in cui finalmente i suoi figli potessero essere giudicati non per il colore della pelle ma per il tipo di persone che erano. Viste con gli occhi dei loro critici, le politiche DEI – recentemente messe in discussione – altro non erano che forme di "discriminazione alla rovescia", oltreché violazioni del principio della responsabilità individuale, che vieta di far cadere sul singolo colpe del suo gruppo, o peggio dei suoi antenati.

Ed eccoci al primo equivoco: quello che a noi europei spesso appare come un attacco ai valori occidentali di inclusione, per l'amministrazione Trump è semmai una affermazione del principio occidentalissimo di equità, che vieta di valutare le persone per le loro caratteristiche ascritte (di nascita) o non pertinenti (orientamento sessuale ecc.). Insomma: il confronto non è fra difesa (europea) dei valori occidentali e attacco (americano) ai medesimi valori, ma semmai è fra due diverse – e incompatibili – interpretazioni dei valori occidentali, dove Trump sta con Luther King, mentre Macron – indignato per l'attacco USA alle politiche DEI – sta con la cultura woke.

Ma c'è anche un secondo equivoco. Dalle cronache di questi giorni sembrerebbe che lo smantellamento delle politiche woke sia il nefasto effetto dell'autoritarismo trumpiano. In parte è vero, ma non dobbiamo dimenticare che sia negli Stati Uniti sia nel Regno Unito il processo era iniziato ben prima della vittoria di Trump. Sono centinaia le grandi imprese e organizzazioni che, specie negli ultimi 4-5 anni, hanno fatto retromarcia rispetto alle politiche DEI, anche se per ragioni non sempre simili. Nel Regno Unito la retromarcia è stata favorita dagli eccessi delle lobby LGBT+ e da scandali come quello che ha coinvolto la clinica Tavistock, un tantino leggera nelle autorizzazioni alle transizioni di genere di ragazzi e ragazze. Negli Stati Uniti, invece, decisive sono state le prosaiche leggi dell'economia. Dopo anni di infatuazione per le politiche DEI, grandissime aziende come Jack Daniels, Harley-Davidson, Tesla, Microsoft, Google si sono rese conto degli inconvenienti a esse associati: i costi elevati degli staff DEI, l'inefficienza delle politiche del personale (non poter scegliere i migliori per una data mansione ha un ovvio costo economico), la ribellione di una parte degli utenti e dei dipendenti. Anche qui Trump non c'entra molto: se nel primo mandato non aveva fatto quasi nulla, e ora pare scatenato, è perché allora l'onda woke era fortissima e invincibile (anche grazie agli scandali sessuali

che, fra il 2016 e il 2017, innescarono il MeToo), mentre oggi al neo-presidente è bastato fare surf sull'onda di una ribellione anti-woke in corso da alcuni anni.

E non è tutto, a proposito di equivoci. Noi europei troviamo scandaloso che l'amministrazione americana discrimini le aziende europee che ancora adottano politiche woke. Anche a me non piace, ma per ragioni diverse da quelle invocate da Macron (la presunta ingerenza negli affari interni di un paese). Quel che trovo pericoloso (e alla lunga controproducente) è, in generale, il fatto che gli acquirenti di un bene o servizio anziché scegliere in base alle sue qualità intrinseche, lo valutino in base a fattori esterni, di tipo morale, etico, politico o ideologico. All'amministrazione americana non dovrebbe interessare nulla il fatto che l'azienda che fornisce i pasti al personale dell'ambasciata a Parigi sia più o meno impegnata nelle politiche DEI. Un tramezzino è un tramezzino è un tramezzino, direbbe Gertude Stein. E invece no: ora pare diventato importante se l'azienda ha o non ha una determinata politica del personale. E, orrore degli orrori, per l'amministrazione Trump conta che l'azienda non abbia una politica inclusiva, basata sui principi DEI.

E qui incontriamo l'ultimo equivoco. Che sta in questo: non ci rendiamo conto che quel che fa Trump è solo una variante di quel che, da molti decenni, fanno le imprese e i consumatori occidentali, ossia includere la virtù nel calcolo economico. Le imprese hanno capito, già molti decenni fa, che la reputazione di un marchio è fondamentale, e può essere migliorata con politiche di pura immagine, molto meno costose di quanto lo sarebbero modificazioni effettive del prodotto o miglioramenti delle condizioni di lavoro dei dipendenti. Ma i consumatori non sono stati da meno: quanta gente compra un prodotto anche perché è pubblicizzato come green, eco-sostenibile, agganciato a qualche pandoro benefico? Quanti consumatori smettono di comprare determinati beni o servizi perché detestano chi li produce? Oggi tocca a Fratoianni e

consorte dismettere la loro Tesla in odio a Trump, ma quante volte abbiamo assistito a campagne di boicottaggio contro i prodotti israeliani, o contro le aziende di Berlusconi, a partire dalla campagna Bo.Bi (Boicotta il Biscione, 1993)?

La realtà è che, ormai da tempo, viviamo in un mondo in cui anche il mercato è drogato dall'ideologia. Un mercato che noi stessi abbiamo contribuito a drogare. E in cui Trump sguazza benissimo.

[articolo uscito sul Messaggero il 31 marzo 2025]