

VENECIA

Las protestas contra Bezos, viciadas por el antitrumpismo habitual

POLÍTICA

30_06_2025



**Eugenio
Capozzi**



Las protestas organizadas en Venecia contra la fastuosa boda en la ciudad entre el magnate estadounidense Jeff Bezos y Lauren Sánchez podrían considerarse un episodio menor en el contexto de la política internacional actual y sus repercusiones en la

situación interna italiana. Sin embargo, este asunto representa un ejemplo paradigmático de las distorsiones congénitas de la cultura política de Europa y Occidente.

¿Qué ha llevado a los colectivos “No space for Bezos” —en los que se han reunido franjas del ecologismo radical, la ultraizquierda de los centros sociales, los sindicatos e incluso la ANPI (Associazione Nazionale Partigiani d'Italia)— a arremeter con tanta virulencia contra la decisión del mega magnate y empresario, creador del gigante mundial del sector terciario Amazon, de celebrar su boda en la ciudad lacustre italiana, famosa en todo el mundo, invirtiendo en la operación nada menos que cuarenta millones de euros, donando tres a la administración local y dando trabajo a cientos de personas, sin mencionar la industria auxiliar y la publicidad gratuita?

Una primera respuesta es la que identifica la persistencia crónica y la aparición cíclica de un pauperismo hipócrita movido en realidad por la envidia feroz hacia cualquiera que destaque y tenga éxito en la economía, en la empresa, en la profesión. En Italia, las historias personales de éxito no tienen un gran valor ejemplar ni suscitan el deseo de emulación. Por el contrario, suelen provocar, por un lado, una adulación generalizada, utilitaria y conformista y, por otro, el deseo apenas oculto, a veces explícito, de que el ganador de hoy se arruine estrepitosamente mañana, sea humillado y los aduladores de los días felices puedan burlarse de él con saña.

Se trata de una tendencia estrechamente relacionada con una historia secular de modernización laboriosa, de economía de subsistencia a escala limitada, de industrialización parcial y tardía, de estatismo paternalista. Todo ello ha generado una aversión arraigada al capitalismo y a la lógica del mercado, victimismo y la convicción de que es el Estado, a través de los recursos drenados por el fisco, el que debe resolver los problemas económicos y sociales. Esto se ha reflejado ampliamente en la cultura política de la izquierda marxista/socialcomunista y de la derecha nacionalista/fascista, ambas confluentes en una idea sustancial de “Estado ético” promotor de la justicia; en el catolicismo social corporativista; y, por último, más recientemente, en la “antipolítica” populista que desemboca en el mito de una sociedad ampliamente subvencionada. Y se traduce históricamente en una “narración” conspirativa según la cual el éxito del empresario casi nunca se describe como fruto de la creatividad, la audacia o la inteligencia, sino *tout court* como el resultado del favoritismo político, el robo y la corrupción.

En un segundo nivel, en el rechazo radical a las lujosas celebraciones venecianas del señor Amazon y su señora, podemos identificar claramente un

prejuicio igualmente arraigado: el antiamericanismo. Más concretamente, el prejuicio hacia el estadounidense rico, visto como un grosero paleta, incapaz de comprender la sofisticación y la profundidad de la historia cultural europea, y que reduce esta última a un degradante parque de atracciones. El antiamericanismo como expresión de la frustración de las élites y las masas del viejo continente, desde el final de la Segunda Guerra Mundial, por el impacto de la abrumadora superioridad económica y la hegemonía política de Estados Unidos, se convierte en un complejo de superioridad vergonzoso, snob y persistente hacia los empresarios más destacados del Nuevo Mundo, que lleva a verlos de forma caricaturesca y minimizadora, en lugar de preguntarse seriamente por qué —y más aún en la era del capitalismo digital de las Big Tech— Estados Unidos produce tal abundancia y variedad de empresarios que, partiendo de cero o de muy poco, logran acumular fortunas tan enormes, mientras que Europa produce tan pocos, y a menudo con un apoyo decisivo de las ayudas públicas.

Pero el pauperismo anticapitalista y el antiamericanismo envidioso no bastan para explicar el caso específico de la campaña hostil representada por los “No a Bezos” venecianos. Para comprender plenamente, en su contexto, el obstinado intento de sabotear precisamente la boda del mayor “mercader digital”, cuyos servicios utiliza a diario gran parte del mundo, empezando por sus detractores, es necesario remitirse en primer lugar a la retórica y la polémica política que impera hoy en día en las izquierdas occidentales, cada vez más desprovistas de argumentos programáticos comunes, pero muy dispuestas a coordinarse como un solo hombre en el ataque a quienes son identificados en cada momento como enemigos “existenciales”. El procedimiento al respecto es ya habitual: se señala a un adversario como enemigo absoluto, se le demoniza y, por tanto, se demoniza a todos los actores públicos que lo apoyan, o incluso a aquellos que no se oponen lo suficiente.

Huelga decir que el “monstruo” en este caso tiene el pelo rubio y se llama Donald Trump. Es la posición frente al actual presidente estadounidense, con su ubicación en la actual polarización izquierda/derecha estadounidense, la que determina la forma en que el complejo político-mediático progresista occidental trata a los grandes empresarios y, en general, a las personas de éxito en cualquier ámbito.

Los grandes jefes de las Big Tech de Silicon Valley y alrededores han sido ampliamente alabados como benefactores de la humanidad y filántropos hasta que se alinearon de forma compacta y disciplinada en el campo del Partido Demócrata. Sin embargo, cuando uno de los más importantes, Elon Musk, cambió de posición, primero convirtiendo X (antes Twitter) en un templo de la *libertad de expresión* contra la férrea

censura de la era Biden, y luego apoyando explícitamente a Trump, pasó inmediatamente, en esa “narración” única, de genio a paria, cripto-nazista y peligro para la democracia. Y desde que el *Washington Post*, propiedad de Bezos, no dio su *respaldo* a Kamala Harris, y posteriormente incluso el jefe de Amazon asistió, junto con los de Facebook, OpenAI, Apple y Google— a la ceremonia de investidura de Donald Trump, dando a entender un cierto acercamiento a la nueva administración, se puso inmediatamente en marcha la máquina de demonización también contra él, como contra todos los demás grandes directivos, convertidos en “capitalistas enemigos del pueblo”. Incluso uno de los líderes de la protesta veneciana, el habitual Tommaso Cacciari, admitió con sinceridad desarmante que había atacado a Bezos ante todo porque “ha contribuido material, política y físicamente a la elección de Donald Trump”.

En definitiva, si el señor Amazon hubiera seguido siendo antitrumpista, no habría surgido ningún movimiento “No Bezos” en Venecia, y su boda se habría celebrado como un triunfo de la elegancia y un gran éxito para Italia.