

Giorgia Meloni, una nuova artefice della “colonizzazione delle coscienze”

Come promettere a cittadini ed elettori di diventare protagonisti e trasformarli in inconsapevoli comparse

Come promettere a cittadini ed elettori di diventare protagonisti e trasformarli in inconsapevoli comparse

La ‘cappa’ di Veneziani e la ‘gabbia’ reale

Come promettere a cittadini ed elettori di diventare protagonisti e trasformarli in inconsapevoli comparse

Quando da analoghe considerazioni sulla realtà sociopolitica attuale destra e sinistra prendono strade ben diverse per immaginare il futuro

Lunedì, 26 settembre 2022 (in

Italia)

Come promettere a cittadini ed elettori di diventare protagonisti e trasformarli in inconsapevoli comparse

Un sogno, forse un incubo, nel sonno o forse al risveglio, nella giornata post-elettorale

Disruption? No, grazie!

Come promettere a cittadini ed elettori di diventare protagonisti e trasformarli in inconsapevoli comparse

In Svizzera esiste uno *Swiss Institute for Disruptive Innovation*. Qual è il suo scopo? [Dal sito](#) leggiamo che esso (corsivi nostri) “identifica, studia ed esplora le opportunità e i rischi legati alle tendenze e tecnologie emergenti che hanno il potenziale di sconvolgere i processi esistenti e di produrre un cambiamento significativo nei sistemi economici e sociali, per aiutare imprese, istituzioni e amministrazioni pubbliche a liberare il loro potenziale di crescita”. Il prossimo 14 settembre si terrà al Lac di Lugano [un evento](#) (ingresso su prenotazione), dal titolo: *La rivoluzione dell'industria delle costruzioni e del real estate*. Nella presentazione è scritto: “L'industria delle costruzioni (AEC) e il Real Estate stanno per affrontare un *cambiamento epocale*. Sono tantissime le innovazioni tecnologiche, i cambiamenti sociali e geopolitici, e le nuove esigenze abitative che ne ridefiniranno i *paradigmi*. Conoscere con anticipo quali saranno i fattori che innescheranno questa *rivoluzione* significa soprattutto acquisire le conoscenze necessarie per prendere le decisioni migliori per *assicurarsi un importante vantaggio competitivo sul mercato*”.

Queste citazioni ci permettono di fare qualche riflessione sulla *filosofia* dell'innovazione tecnologica, poi cercheremo di capire cosa si intende con *disruption*.

Partiamo dalla *neolingua* che da decenni accompagna ogni promozione dell'innovazione tecnologica da parte delle imprese. *Neolingua* (e rinviando anche a 1984 di Orwell) perché sostituisce la vecchia visione del mondo e le vecchie abitudini mentali, rendendo impossibile ogni altra forma di pensiero che non sia, nel nostro caso, pro-innovazione tecnologica a prescindere dalla sua sostenibilità sociale e ambientale e dalla sua effettiva utilità. E pensiamo alle parole usate sopra: *epocale*, *paradigma*, *rivoluzione*, *potenziale di crescita*. Ma pensiamo a *smart-working*, che *sembra tutto nuovo* e appunto *smart* (il suono stesso della parola evoca qualcosa di piacevole e intelligente), ma che è in realtà il *vecchio lavoro a domicilio* di cui scriveva già Marx e dove l'innovazione è solo nel *mezzo di connessione* (la rete, un algoritmo/app) che permette di *organizzare*, *comandare* e *sorvegliare* (come ieri) i dipendenti che lavorano da casa; pensiamo ad Amazon, per eccellenza il *nuovo che avanza* e che *non si deve fermare* secondo lo storytelling tecno-capitalista ma che, a parte un po' di algoritmi si basa sulle *vecchie vendite per corrispondenza* nate negli Usa nel lontano 1872; pensiamo (ci ripetiamo, scusate) alla *propaganda* capitalista e tecnologica degli anni '90 del '900, secondo la quale *grazie alle nuove tecnologie* avremmo lavorato meno, fatto meno fatica e avuto più tempo libero da dedicare alle cose belle della vita, mentre oggi (e non è stata una *eterogenesi dei fini* ma lo sviluppo inevitabile dell'essenza della tecnica) ci ritroviamo invece a lavorare e a consumare *h24*, con ritmi esasperati di lavoro – un pessimo *taylorismo digitale* invece della magnificata e propagandata Industria 4.0 – con non più solo il *nostro lavoro* ma *tutta la nostra vita* (relazioni, pensieri, emozioni, eccetera) messa a profitto da imprese private, attraverso i dati che noi *produciamo* in rete. Se volessimo usare Marx, potremmo dire che, *grazie alle nuove*

tecnologie ormai siamo a un *pluslavoro* (quasi) totale, per la massimizzazione del *plusvalore* capitalistico (*farci lavorare gratis*: la più grande *magia* del capitale).

E *rivoluzione*. Che non è quella politica e sociale francese (illuministica) del 1789; che non è quella per abbattere lo sfruttamento capitalistico (direbbe sempre Marx), ma quella tecnologica del capitale che innova incessantemente a prescindere dai reali bisogni umani e da ogni *principio di responsabilità e di precauzione* verso la biosfera e le future generazioni, per soddisfare solo il proprio *desiderio compulsivo* di accrescere incessantemente il proprio profitto privato – e sempre Marx scriveva di un imprenditore “*fanatico della valorizzazione e che costringe l’umanità a produrre per amore del produrre*”.

E da *rivoluzione* arriviamo a *disruption*, che è oltre la vecchia *distruzione creatrice* di Schumpeter e tipica dell’imprenditore di un tempo ma che già allora era in realtà più *distruzione* (soprattutto di biosfera e di società) che *creazione*. Cosa significano dunque *disruption e innovazione distruttiva*? *Disruptiva* è una innovazione che crea un nuovo mercato e una nuova rete di valori e alla fine interrompe un mercato esistente, sostituendo aziende e prodotti. Significa (SIDI) una tecnologia che *sconvolge i processi esistenti e produce un cambiamento significativo nei sistemi economici e sociali*. E già da qui si evidenzia la *non democraticità* della *disruption*, perché imposta da imprese private che vanno però a *sconvolgere* – a prescindere appunto dalla democrazia e dal consenso di coloro sui quali impatta la *disruption* – *i sistemi economici e sociali*, imponendosi come un *dato di fatto* e così appunto violando tutti i principi di democrazia e di libertà. Un caso su molti, ancora Amazon, dove un *solo uomo*, Jeff Bezos, ha *sconvolto* a livello planetario – e molto velocemente, *grazie alla tecnologia digitale* – tutto il sistema della piccola e media distribuzione, oggi arrivando a mettere in crisi anche la grande distribuzione organizzata; e

questo senza farsi minimamente carico delle conseguenze economiche e sociali prodotte, massimizzando anzi i profitti per sé e sfruttando in massimo grado il lavoro e le persone – con la *correità* di noi consumatori compulsivi.

E “*disruption* viene dal latino *disrumpere*, che vuol dire *rompere, spezzare, mandare in frantumi*”, ricorda Éric Sadin nel suo [La siliconizzazione del mondo](#). *L'irresistibile espansione del liberismo digitale* (Einaudi). La *disruption* cioè distrugge, manda in frantumi (lo dice il nome stesso); ma si veste di *innovazione*, di *rivoluzione*, soprattutto di *neolingua* e questo la rende il *nuovo che non si deve fermare*. In realtà essa è sempre il *vecchio nichilismo del capitale con altro nome*; è sempre il *vecchio sfruttamento dell'uomo e della biosfera* – è la *morte della democrazia*. *Disruption* esprime cioè un processo molto stupido – molto simile alla guerra e alla concorrenza – soprattutto molto *irresponsabile e socialmente e ambientalmente insostenibile*. Produce una *sconfitta esistenziale dell'uomo*, ancora secondo il filosofo Sadin. Che aggiunge: “*Disruption* è il nome di questa *sconfitta*, una *catastrofe* che *rovescia la nostra società dalle fondamenta*, alla velocità della luce e in nome dell'interesse di pochi, e istituisce fin da subito il grado zero dell'immaginazione umana”.

Disruption? No, grazie!

Nell'immagine: un celebre fotogramma dal film “Arancia meccanica” di Stanley Kubrick (1971)

Viva il quiet quitting!

Come promettere a cittadini ed elettori di diventare protagonisti e trasformarli in inconsapevoli comparse

Contro il logorio della vita lavorativa, un'idea diversa di lavoro, che faccia vivere diversamente

Le 'non cose' e il virtuale

Come promettere a cittadini ed elettori di diventare protagonisti e trasformarli in inconsapevoli comparse

In un rapporto con il reale che diventa sempre più mediato rischiamo di vivere senza sapere né dove né come

Le due guerre mondiali

Come promettere a cittadini ed elettori di diventare protagonisti e trasformarli in inconsapevoli comparse

Un saggio profetico scritto nel 1934 dalla filosofa Simone Weil pare ancora attualissimo per descrivere quanto sta avvenendo oggi

**Resilienti a tutto,
consapevoli di nulla,**

oppositori di niente

Come promettere a cittadini ed elettori di diventare protagonisti e trasformarli in inconsapevoli comparse

Di fronte ai peggiori scenari, per nulla ipotetici, mostriamo sempre più un'eccitata propensione al passivo adattamento

Post-fascisti, sì/no?

Come promettere a cittadini ed elettori di diventare protagonisti e trasformarli in inconsapevoli comparse

L'Italia che si prepara ad andare al voto e quella che aspetta che la sinistra dica qualcosa di sinistra

I gigacapitalisti li arricchiamo noi

Come promettere a cittadini ed elettori di diventare protagonisti e trasformarli in inconsapevoli comparse

I "visionari" di oggi non sono più coloro che si battono per un mondo migliore, ma quelli che fanno di tutto per arricchirsi controllandoci (con la nostra benedizione)