

FABBRICHE E GRANDI MAGAZZINI

Macchine per moltiplicare i desideri

I dilemmi tra lavoro e spinte al consumo dalla rivoluzione industriale alla robotizzazione dei nostri giorni

di **Remo Bodei**

La civiltà delle macchine, con il conseguente avvento della civiltà industriale, ha radicalmente modificato non solo la struttura dei nostri desideri e della nostra vita, ma anche la natura del consumo e, ovviamente, del lavoro.

In tutte le culture umane e per millenni il desiderio è stato, infatti, frenato o inibito dalla scarsità delle risorse disponibili. Nella *Regola celeste* Lao-Tse diceva: «Non c'è colpa maggiore / che indulgere alle voglie! Non c'è male maggiore / Che quel di non sapersi contentare. / Non c'è danno maggiore / Che nutrire bramosia d'acquisto». Nella nostra tradizione occidentale sono stati soprattutto gli Stoici, in forme meno radicali dei Cinici, a invitare alla rinuncia ai desideri di possesso. Cleante ha così potuto affermare: «Se vuoi essere ricco, sii povero di desideri», seguito da Seneca nel ripetere che «è povero non chi possiede poco, ma chi brama avere di più». La tecnica messa in atto per combattere la *pleonexia*, il desiderio insaziabile di avere sempre di più, consisteva nell'abbassare la soglia delle pretese degli individui piuttosto che alzare quella delle loro attese.

Alla base di tutte queste prescrizioni cautelative vi è non solo la consapevolezza che i desideri umani, abbandonati a se stessi, sono inesauribili, ma anche la constatazione che il desiderio è in sé, per definizione, una passione legata al futuro e segnata, di conseguenza, dall'incertezza sul conseguimento dei suoi obiettivi. Per questo motivo, seppure con finalità differenti, già nel mondo antico, pagani e cristiani avevano cercato di mettere argini all'insaziabilità dei desideri proponendo, rispettivamente, la saggezza in questa vita e l'attesa della beatitudine nell'altra. L'età moderna si caratterizza invece per la caduta di tale divieto e, spesso, per l'esplicito riconoscimento della legittimità di soddisfare i desideri nella vita terrena.

Sono, soprattutto, le macchine a provoca-

re questa mutazione antropologica. Già con Galilei – allorché la meccanica passa da pratica disprezzata a scienza, adornandosi dell'aggettivo «razionale» –, la costruzione di macchine esattamente programmabili rende i suoi prodotti a buon mercato rispetto a quelli prima ottenuti dallavoro servile e artigianale. Nel corso della rivoluzione industriale, l'accentuata divisione del lavoro grazie alle macchine, tuttavia, innesca una grave crisi. Infatti, come dimostrerà nel 1817 l'economista svizzero Sismondi, l'allargamento della forbice tra sovrapproduzione e sottoconsumo – nel senso che la società industriale produce troppo rispetto alle possibilità di acquisto da parte della maggior parte dei possibili consumatori – provoca la disoccupazione di massa e la conseguente distruzione delle macchine da parte dei luddisti inglesi, che davano loro la colpa della perdita del lavoro.

Una soluzione che tamponerà a lungo questa crisi verrà trovata da alcuni altri economisti francesi negli anni Quaranta dell'Ottocento grazie alla proposta di aumentare i consumi per far fronte all'enorme produttività di macchine sempre più efficienti. Dalle loro teorie, ben presto messe in pratica, discende sia la nascita dei grandi magazzini, sia la parallela, vertiginosa crescita della pubblicità, tesa a orientare e far crescere i consumi.

Il primo grande magazzino al mondo è l'*Au Bon Marché*, aperto nel 1852 da Aristide Boucicault, che esiste ancora a Parigi. Diverse le novità qui introdotte. In primo luogo, vi si stabiliscono prezzi fissi, cosa non ovvia (anche in Europa si procedeva allora a mercanteggiare come ancora oggi nei *suk* arabi). L'acquisto di enormi *stock* di merci portava, in secondo luogo, all'abbassamento del prezzo unitario dei prodotti. Veniva, poi, concessa la possibilità di restituire la merce che non piaceva e si accettavano, infine, acquisti rateizzati. Si aprì così la strada alla «democratizzazione del lusso» e all'attrazione fatale per le merci. Lo avrebbe mostrato ben presto, nel 1883, Émile Zola nel romanzo *Au bonheur des dames*, dove si descrive l'espandersi dei supermercati a detrimento del piccolo commercio.

Un altro momento simbolicamente importante è costituito dalla scoperta delle vetrine, nel 1902, da parte di un certo Foucault (che non è né quello del pendolo, né il filosofo, ma un bravo artigiano). Prima era impossibile fabbricare grandi superfici di vetro senza che si rompessero per gli sbalzi di temperatura. Rispetto al grande magazzino, in cui per essere indotti a comprare occorre prima entrarvi, la vetrina attira e seduce la gente già dalla strada, esibendo, si potrebbe dire, il trasparente oggetto del desiderio. Nuovi strumenti (il carrello negli anni Trenta del secolo scorso, la carta di credito

nel 1949 da parte di Frank X. McNamara, fondatore del Diners Club), incrementano ulteriormente le brame acquisitive.

I discorsi moralistici sul consumismo, sulla «abbondanza frugale», possono avere una loro intrinseca giustificazione solo se non si dimentica che il consumo è legato alla produzione, che nel nostro attuale sistema economico, se non si consuma, non si produce, e, se non si produce, ne risulta la catastrofe di questa società. Il consumismo ha, infatti, finora salvato la società industriale, ma mostra ormai la sua inadeguatezza perché non è in grado di soddisfare le esigenze di una popolazione mondiale in continua crescita in società che continuano a sprecare risorse non rinnovabili.

È in corso un'altra mutazione che trasformerà, assieme alla dinamica dei nostri desideri e dei nostri stili di vita, anche il lavoro come fino a pochi decenni fa lo abbiamo concepito. A differenza dell'artigianato, in cui conoscenza e lavoro convergono nell'apprendimento e nella pratica di un mestiere, il tipo di sapere che s'impone nell'epoca del fordismo-taylorismo, impersonato dalla catena di montaggio, è quello inglobato nella macchina, che richiede al lavoratore l'esecuzione di pochi, semplici e ripetitivi movimenti fisici e si concentra invece in un numero ristretto di addetti negli alti livelli della progettazione e del *management*.

Si è, quindi, avvertita l'urgenza di riunire nuovamente lavoro e conoscenza. Oggi è, tuttavia, facile accorgersi del fatto che il trionfale affermarsi delle tecnologie informatiche, della robotica e dell'intelligenza artificiale rischia, almeno per una fase di transizione di indefinibile durata, di portarci a una situazione analoga a quella della prima industrializzazione.

Si ridurrà cioè inesorabilmente il numero degli occupati, sostituiti da macchine non più assistite dall'uomo in processi che espropriano solo il corpo del lavoratore (come, appunto, accade nella catena di montaggio), ma macchine autonome nello svolgimento predittivo delle loro funzioni e capaci di espropriarne anche l'intelligenza. La sostituzione di posti di lavoro umano sarà accentuata dalla nuova generazione di robot dotati di maggiore destrezza fisica, di riconoscimento visivo tridimensionale e, presto, della capacità di collegarsi a «potenti hub computazionali centralizzati», ossia al *cloud*, da cui attingeranno sia una messe di dati dalle risorse della rete, sia l'aggiornamento continuo del loro *software*.

Ecco alcuni esempi: l'automazione nella raccolta del cotone o del grano è negli Stati Uniti ormai quasi completa; la preparazione del cibo nelle catene di *fast food* sta anch'essa cancellando un gran numero di occupati,

grazie a una macchina che «riesce a preparare circa 360 *hamburgers* all'ora, tosta anche il pane e affetta gli ingredienti freschi come i pomodori, le cipolle e i cetrioli sott'aceto, inserendoli nel panino una volta ricevuto l'ordine»; la raccolta delle arance sta per essere compiuta da robot a forma di polipo in grado di riconoscere, localizzare i frutti e coglierli con i loro otto tentacoli.

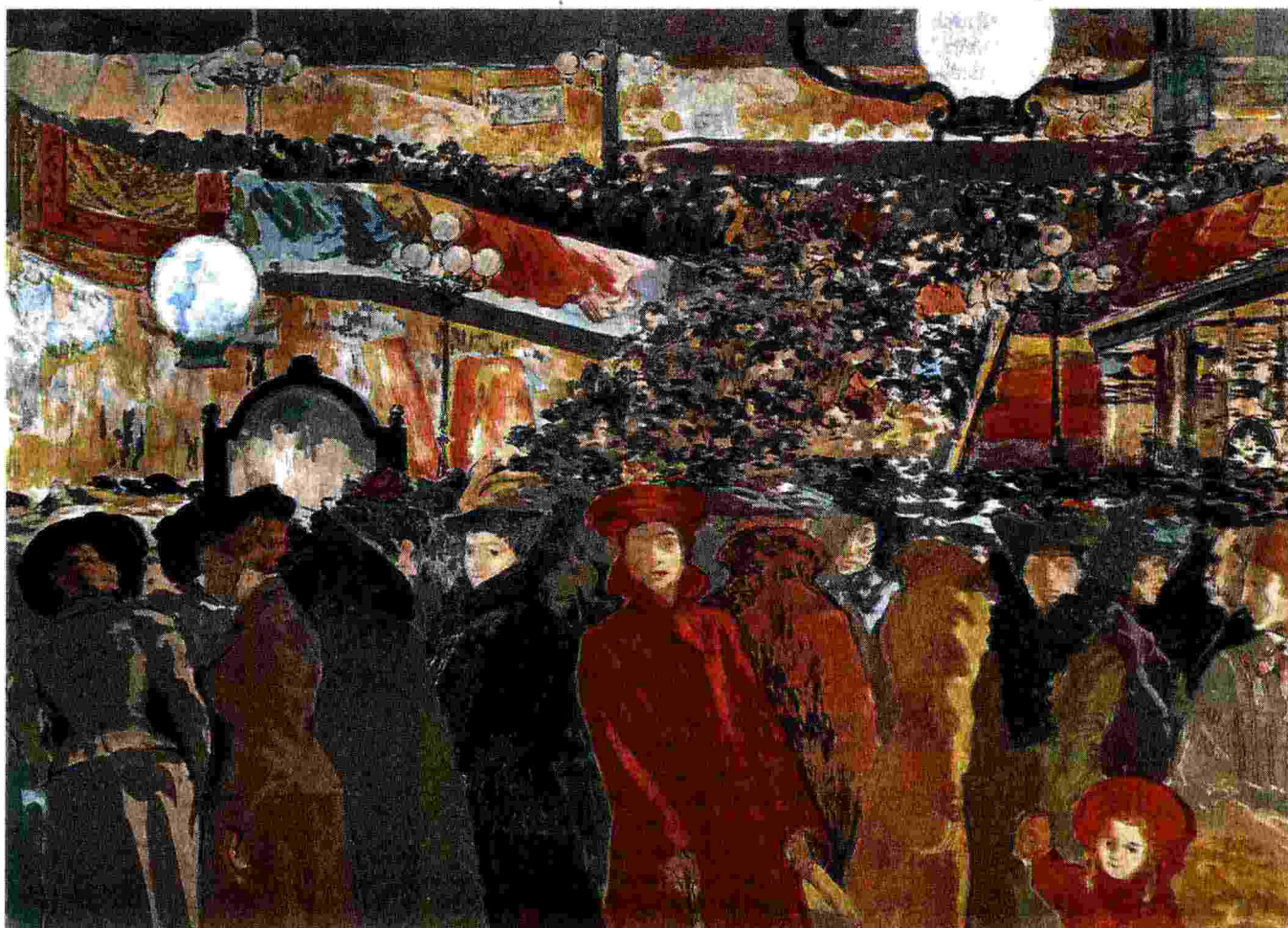
Se il lavoro umano non manterrà un margine insostituibile di intelligenza e di creatività rispetto all'automazione e se la società non sarà capace di auto-sovertirsi per far

fronte alle nuove tecnologie, le conseguenze saranno molteplici e, certo, non piacevoli. In primo luogo, come aveva immaginato, già nel 1949, Norbert Wiener, il padre della cibernetica, a causa dell'avvento di «una rivoluzione industriale di una crudeltà assoluta», vi saranno macchine capaci di «ridurre il valore economico del comune operaio al punto che non varrà più la pena di assumerlo. A qualunque prezzo». In secondo luogo, la disoccupazione e la sottoccupazione ridurranno drasticamente i consumi, di modo che il rimedio del consumismo, che ha

salvato la rivoluzione industriale, non sarà più utilizzabile. In terzo e ultimo luogo, in che modo gestiremo e organizzeremo i nostri desideri e la nostra vita nella prospettiva dell'enorme quantità di tempo lasciato libero dal lavoro delle macchine?

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'autore sarà venerdì 15 alle ore 18 in Piazza Grande a Modena, sabato 16 alle 18 in Piazza Martiri a Carpi e domenica 17 alle 10 in Piazza Garibaldi a Sassuolo



A PARIGI | «Le Magasin de nouveautés (Le Bon Marché)», illustrazione di Alexandre Lunois, 1902, Petit Palais

