

«Capitalismo woke», politiche delle imprese e responsabilità sociale

Il libro/3

Sebastiano Maffettone

«Woke» è una parola, ora adoperata normalmente anche in italiano, che proviene dal gergo dei neri d'America. Alla lettera vuol dire "scetato" per dirla in napoletano, e in italiano "sveglio" nel senso di consapevole o all'erta. La frase *if you are woke, you dig it*, vuole proprio dire che essere woke è la condizione per mangiare la foglia, per capire fino in fondo. Negli anni, l'aggettivo ha preso un significato specifico, che implica essere a favore di versioni radicali di cause eticamente sensibili, dalla lotta a sessismo e razzismo al favore per l'ambientalismo e ai diritti LGBT. Col tempo, all'essere woke si è però associata una connotazione negativa, che designa una persona falsa che sposa pubblicamente una moralità politicamente corretta per apparire figa e alla moda. Di solito, comunque, essere woke è stato considerato tipico di un individuo o di un gruppo, influenzati dalla cultura mainstream liberal che ne condiziona i comportamenti e modi in cui si presenta in pubblico. Il libro di Carl Rhodes *Capitalismo woke*, che esce ora in edizione italiana per i tipi di Fazi (traduzione di Michele Zurlo, pagg. 314, € 20), ha il merito di estendere l'uso del termine rendendolo idoneo a descrivere un intero sviluppo del capitalismo contemporaneo.

Per comprendere che cosa vuol dire capitalismo woke, bisogna partire dal sottotitolo del volume, che recita "come la moralità aziendale minaccia la democrazia". In questo modo, si comprende che Rhodes mette in discussione tutto quel lungo processo che, partendo dalla cosiddetta *business ethics*, ha reso normale per le imprese fare propria una responsabilità sociale. Si tratta di un processo complesso, elaborato teoricamente dalle Business School americane nella seconda metà degli anni 70 e in Italia da Ethos Luiss tra gli altri. Parte dal principio che il comportamento giusto dell'impresa non sia soltanto frutto della volontà della proprietà e della dirigenza, ma dipenda da un complesso equilibrio tra tutti gli *stakeholder* (che includono lo staff, il territorio, la Pa, i consumatori e così via). Da questo principio, si deduce che compito nell'impresa non è soltanto quello di fare profitto ma anche quello di tenere conto di esigenze sociali più generali, come il rispetto per l'ambiente, l'equilibrio di genere, la condanna del razzismo. In questo modo, la nuova moralità aziendale interseca le tematiche woke. Esistono due critiche standard al capitalismo woke, che Rhodes correttamente discute per presentarne una terza a suo avviso più intelligente e profonda. Le due critiche standard al capitalismo woke possono essere etichettate rispettivamente come critica da destra e critica da sinistra. Per la critica da destra,

tutta la moralità aziendale è nel migliore dei casi una perdita di tempo. Il compito dell'impresa, in questa ottica, è semplicemente quello di stare sul mercato e fare profitto, perché – per dirla con un'espressione famosa di Milton Friedman – «business of business is business», e non c'è bisogno di tradurre. La critica da sinistra, invece, mette in dubbio la sincerità delle intenzioni dell'impresa che intende farsi carico di responsabilità sociali. Siamo sicuri – ci si dice – che non sia tutta fuffa, per fare *greenwashing* o – come si può dire in questo caso – *wokewashing*? In altre parole, dietro a un comportamento apparentemente morale dell'impresa ci potrebbe nascondere un sofisticato marketing: fingo di essere buono per sedurre e ingannare il consumatore potenziale. La critica di Rhodes intende essere più radicale di queste due. Ci suggerisce, in sostanza, che il problema non è il wokismo aziendale in quanto tale, ma le sue conseguenze politiche. Che vuol dire tutto ciò? Che le imprese che adottano strategie da capitalismo woke si fanno Stato, mettono una gerarchia privata (l'impresa) a fare cose di interesse pubblico. In questo, sono parte di un processo più generale di "de-democratizzazione della democrazia", spostando l'asse della sfera pubblica dal campo dell'antagonismo politico a quello dell'economia capitalistica. La tesi di Rhodes si comprende facilmente se si pensa al potere di imprese monstre (per dimensioni del bilancio) come Google, imprese che creano sistemi di welfare alternativi e un'intera cultura politicamente rilevante che progressivamente tende a sostituire quella dello Stato democratico. Si tratta, come si può constatare, di una critica seria, che per altro Rhodes presenta in maniera chiara e convincente. Tuttavia, due osservazioni in proposito sono possibili. La prima è che la tesi di Rhodes non è nuova. È anzi la tesi centrale del libro filosoficamente più importante in questo ambito, quello di Rob Reich su *Just Giving* (2018). Il libro di Reich, che è un professore di Stanford, in realtà ha di mira la filantropia, ma la sostanza della tesi è la stessa di quella di Rhodes. La seconda è che non bisognerebbe confondere l'atteggiamento woke con l'etica di impresa. Il primo è senza dubbio discutibile, mentre tutto sommato sembra migliore quell'impresa che – oltre a stare sul mercato – si preoccupa di responsabilità sociale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA