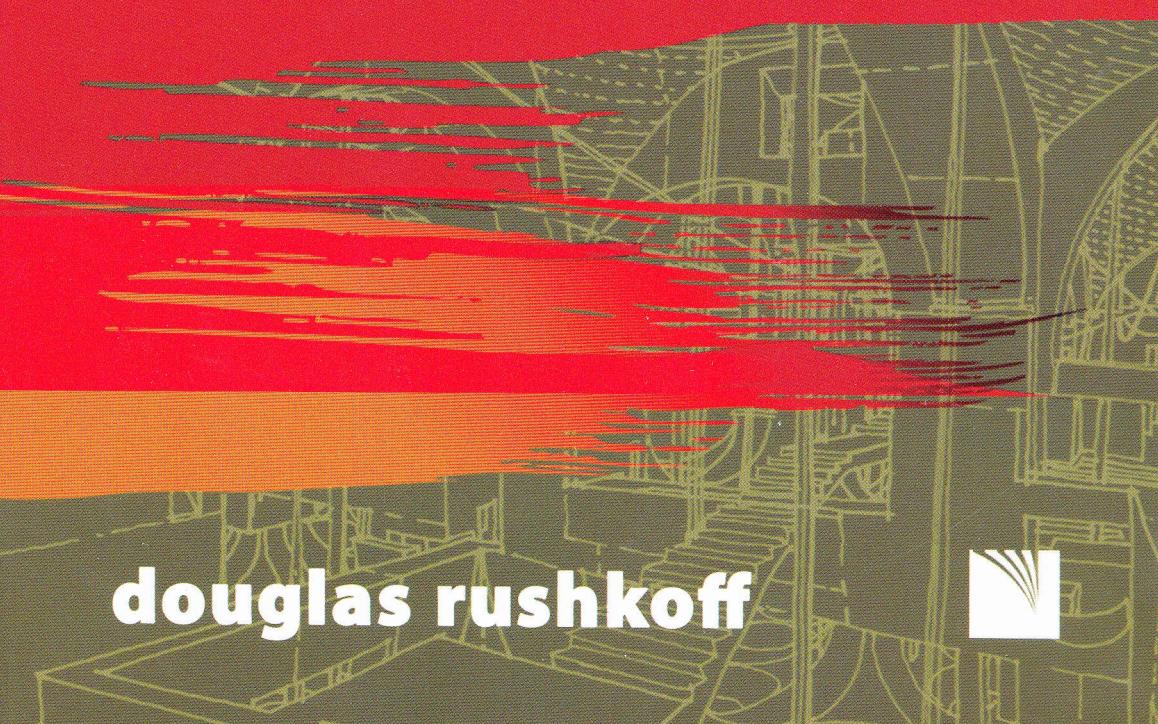


NICULESCU



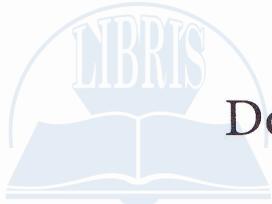
# aruncând cu pietre în autobuzul **Google**

cum dezvoltarea devine inamicul  
prosperității



**douglas rushkoff**





Douglas Rushkoff

# ARUNCÂND CU PIETRE ÎN AUTOBUZUL GOOGLE

*Cum dezvoltarea devine  
inamicul prosperității*

Traducere:  
Eugen Gasnaș  
Elena-Marina Ciocoiu





# CUPRINS

## Introducere

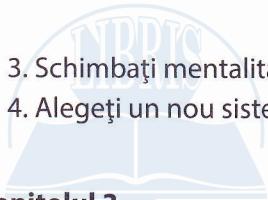
CE ESTE ÎN NEREGULĂ CU ACEASTĂ IMAGINE? .....	9
---	---

## Capitolul 1

ELIMINAREA OAMENILOR DIN ECUAȚIE .....	21
Industrialismul digital .....	21
Mase, mesă și mass-media .....	24
Piața economică: Câștigătorul ia totul .....	31
Economia Like-urilor .....	37
Jocul de-a Big data .....	46
Economia de partajare:	
Cum pot fi puși din nou oamenii „în cărți” .....	50
Soluția şomajului .....	60
1. Munciți mai puțin: reduceți săptămâna de lucru de 40 de ore .....	63
2. Reformulați contractul angajat – companie: împărțiți câștigurile din productivitate .....	65
3. Predați-vă în fața abundenței: venitul minim garantat .....	67
4. Redefiniți munca: cum să fiți plătit pentru a vă ocupa de nevoile reale .....	70

## Capitolul 2

CAPCANELE CREȘTERII CU ORICE PREȚ .....	73
Corporațiile sunt programe .....	73
Platforma-monopol .....	86
Înregistrarea corporației .....	96
Întreprinderea cu sediu stabil .....	100
1. Depășiți ideea de creștere .....	105
2. Folosiți o abordare hibridă .....	108



3. Schimbați mentalitatea acționarilor .....	114
4. Alegeti un nou sistem de operare .....	119
<b>Capitolul 3</b>	
<b>VITEZA BANILOR.....</b>	125
Moneda regatului.....	125
Reprogramarea banilor – de la seifuri bancare	
la blockchain.....	138
Banii sunt un verb.....	150
1. Moneda locală.....	153
2. Banii liberi: Numerarul ca utilitate .....	155
3. Monedele cooperative: Cum să dăm viață banilor .....	158
4. De la extracție la responsabilizare: noua bancă locală .....	164
<b>Capitolul 4</b>	
<b>INVESTIM FĂRĂ SĂ EXISTĂM .....</b>	167
Finanțele nu înseamnă ceva personal .....	167
Visează algoritmii la derivative digitale? .....	177
Investiții gamificate: Startup-ul .....	182
Capitalul fără risc: perseverența mulțimilor .....	193
Integral investit – Factori dincolo de capital .....	203
1. Fără creștere, fără probleme: investiții pentru flux .....	204
2. Investiții delimitate .....	206
3. Conduceți-vă afacerile ca pe un bun comun:	
cooperativele-platformă .....	211
<b>Capitolul 5</b>	
<b>DISTRIBUIT .....</b>	219
Distributism digital .....	219
Renașterea, acum? .....	227
<b>Note .....</b>	233
<b>Bibliografie selectivă.....</b>	259



## Capitolul 1

# ELIMINAREA OAMENILOR DIN ECUAȚIE

### Industrialismul digital

La sfârșitul anilor '80, înainte de a putea trăi din scris, obișnuiam să dactilografez pentru a avea bani de chirie. Eram un grup de scriitori în devenire care mergeam la o firmă de avocatură din Park Avenue, noaptea după ce se închidea; ne puneam căștile și transcriam ore de depozită – majoritatea ale unor muncitori din fabrică care descriau accidentele de la locul de muncă, supraveghetori care explicau cu ce a greșit muncitorul respectiv sau doctori care detaliau de ce un deget de la mână sau de la picior a trebuit să fie amputat. Erau lucruri teribile, daunele colaterale umane ale producției industriale.

Noi, „procesorii de cuvinte”, eram plătiți pe oră mai mult decât majoritatea muncitorilor ale căror cazuri le transcriam fără să ne gândim. Asta este pentru că aveam cunoștințe de operare pe calculator într-un moment în care aproape nimeni nu știa cum funcționau aceste mașini. Ca scriitori, știam chichițele unor programe, pe atunci obscure, precum WordPerfect, și puteam scoate treizeci de dolari pe oră (o răsplată regală pentru niște pierde-vară), punând umărul la tranziția afacerilor „reale” spre era digitală.

În fiecare seară, în drumul meu spre acest tărâm al dactilografiei, treceam pe lângă o Tânără Recepționeră afișând un aer boem, din schimbul de zi, care își facea bagajul să plece. Făceam schimb de amabilități, presărate cu referințe vagi la muzică și benzi desenate, și-mi făceam curaj să o invit în oraș. Dar înainte de a avea ocazia, a fost înlocuită de un calculator. Ce dă digitalul, tot digitalul ia înapoi.

La fel ca multe alte companii de la sfârșitul anilor '80, firma de avocatură a adoptat o tehnologie nouă cunoscută ca operator automat. Din acel moment, în loc de a fi salutat și dirijat de o ființă umană, apelanții primeau acum familiarul răspuns dat de calculatorul operator: „Dacă știți extensia persoanei...” A fost, probabil, prima experiență reală când cei mai mulți oameni au interacționat cu un calculator. Dar această inovație mi s-a părut întotdeauna un pas înapoi – și asta nu doar pentru faptul că mi-a distrus șansa de a ieși cu recepționera boemă.

Din punctul de vedere al companiei, este pur și simplu o măsură de a face economii. După o investiție tehnologică inițială, se pot dispensa de operatori, ca și de plata salariilor, a beneficiilor de sănătate, de aerul condiționat, de procesele de hărțuire sexuală, precum și de alte costuri asociate cu angajații umani. Prin reducție, este o metodă grozavă de a crea iluzia unei dezvoltări de înaltă clasă.

Apelanții sunt cei care plătesc. Cei mai mulți dintre noi suntem familiarizați cu sentimentul de frustrare atunci când parcurgem o serie de meniuri, introducând toate numerele, datele și codurile noastre și terminând prin a ne bloca într-o buclă fără sfârșit sau, mai rău, prin a ne deconecta. Eficiența dobândită de o companie este mai mult decât compensată de eficiența pierdută de toți ceilalți. Sigur, acționarii unei companii pot fi fericiți când reduc numărul angajaților – până când încearcă să ia legătura telefonică cu un investitor și sfârșesc prin a fi la fel de exasperați ca și ceilalți.

În esență, costurile aferente recepționerelor unei companii au fost externalizate către toți ceilalți apelanți, ceea ce duce la costuri mai mari de timp și bani pentru întreaga rețea de afaceri și clienți. Si, din moment ce fiecare companie face acest lucru, refuzul de a deveni digital înseamnă un dezavantaj concurențial. Rezistența la această automatizare este atât de nouă, încât unele bănci și furnizorii de televiziune prin cablu fac publicitate, spunând că au *oameni reali* care răspund la telefon.

Dar, pe termen lung, și mai ales într-o economie digitală extrem de conectată, nimic nu este extern. Timpul și cheltuielile pe care o companie le pasează clienților, furnizorilor și agenților de vânzări, în cele din urmă se vor întoarce sub forma unui volum redus de vânzări, costuri superioare și, respectiv, mai puțin feedback. O companie trebuie să vrea ca și clienților săi să *le facă plăcere* să interacționeze cu ea. Si noi trebuie să ne dorim ca pe furnizorii noștri să-i coste cât mai puțin posibil, astfel încât să ne poată oferi, la rândul lor, cele mai bune prețuri. Si trebuie să vrem să interacționăm direct cu furnizorii noștri, pentru a ști exact ce se întâmplă pe linia frontului. O interfață umană vie oferă o informație mai bună

decât orice sondaj pe care o companie îl poate oferi după ce a efectuat o operațiune. Pașii automați ai meniului aruncă fiecare persoană care are o cerere sau o problemă într-o categorie preconfigurată, ca părțile asamblate într-un lanț de producție. Apelul care intră într-o categorie neprevăzută, ei bine, acela este clientul pe care o companie îl pierde, ca și informația care alunecă printre fisurile acestei abordări lipsite de speranță pe care era industrială o are față de tehnologia digitală de la locul de muncă.

La fel ca și muncitorii înlocuiți, titlurile de presă dau vina pe calculatoare pentru această încurcătură. Dar nu este deloc vina tehnologiei digitale; mai curând este vina modelului de afaceri supralicitat digital, care accentuează eficiența și dezvoltarea companiilor în detrimentul oamenilor pe care ar trebui să-i servească. Si a fi în serviciul oamenilor nu înseamnă, pur și simplu, un sistem de valori al Noii Ere ce trebuie să fie protejat de realitățile lumii afacerilor reale. Este rațiunea afacerilor în primul rând de a crea încontinuu valoare pentru clienți, angajați și patroni.

Într-un fel, dezvoltarea a devenit un scop în sine – motorul economiei – și oamenii au ajuns să fie văzuți ca impedimente în calea funcționării sale. Doar în cazul în care oamenii și cererile noastre idiosincrazice ar putea fi eliminate, afacerile ar fi libere să-și reducă costurile, să crească consumul, să extragă mai multă valoare și să crească tot mai mult. Aceasta este una dintre moștenirile esențiale ale erei industriale, când eficiența miraculoasă a mașinilor a părut că ne oferă o cale de creștere infinită – cel puțin în măsura în care interferența umană putea fi redusă la minimum. Aplicând același spirit erei digitale, aceasta duce la înlocuirea receptiōnerului cu un calculator, a muncitorului din fabrică cu un robot, a managerului cu un algoritm. Este doar o modalitate nouă, digitală de a rula același vechi program.

Contragășteptărilor, poate cea mai mare oportunitate oferită de noul nostru mediu digital este de a recupera valorile umane pe care le-am lăsat în urmă în timpul ultimei mari mișcări tehnologice. Cuvântul *digital*, în sensul lui propriu, se referă la degete – cele zece degete cu care noi oamenii obișnuiam să creăm, să numărăm și, în primul rând, să programăm calculatoarele. Faptul că, acum, trebuie să fim martorii unei Renașteri a unor creații, meșteșuguri și producții artizanale nu este o coincidență. Peisajul digital încurajează producția de la periferie, comerțul lateral, precum și distribuția bogăției. În loc să depindem de instituții centralizate pentru existența noastră, începem să depindem unul de celălalt.

Transparența oferită de peisajul digital media are potențialul de a scoate la iveală resorturile industrializării. Între timp, tehnologia digitală însăși ne oferă mijloacele de a reprograma din temelii multe sectoare de activitate și moduri de a distribui valoare numeroșilor acționari umani, în loc doar să o extragă. Dar, acest lucru necesită o inversare destul de radicală a modului în care evaluăm procesele de afaceri și scopul tehnologiei însăși. Reducând oamenii la simple roți într-o mașină, am creat condițiile de a venera dezvoltarea în detrimentul tuturor celorlalte virtuți economice. Trebuie să reconsiderăm cum și de ce am făcut asta.

## Mase, mesă și mass-media

---

Timp de vreo două secole fericite, înainte de industrialism și era modernă, peisajul afacerilor era asemănător cu Burning Man, celebrul festival din deșertul Nevadei care reunește artizani digitali. Campaniile militare din timpul cruciadelor au deschis noi rute comerciale în toată Europa și dincolo de aceasta. Soldații se întorceau din locuri îndepărtațe, după ce erau expuși la tot felul de noi meserii și tehnici agricole și de construcție. Ei au copiat chiar și o piață pe care au remarcat-o în Orientul Mijlociu – bazarul – unde oamenii își puteau schimba nu numai bunurile, ci și ideile, ceea ce a dus la inovații în industria textilă, manufacturieră și finanțe.

Bazarul era o economie de tip peer-to-peer, ceva asemănător cu eBay sau Etsy, unde atenția acordată relațiilor umane și reputației era promotorul unor afaceri mai bune. Nu exista niciun intermediar, nicio platformă centrală prin care se efectuau schimburile, cu excepția timpului și locului stabilit pentru bazar.<sup>1</sup> Deoarece oamenii efectuau neîncetat tranzacții, s-au dezvoltat tot felul de interdependențe, care, la rândul lor, au alimentat un comerț pe o scară tot mai mare și de mai bună calitate. Pete, meșterul rotar, cumpăra ovăz de la Joe, vânzatorul de cereale, care trebuia să ofere un produs bun, nu numai pentru că voia să păstreze un client, ci și pentru că avea nevoie de roți bune pentru căruță. Dându-i lui Pete ovăz stricat însemnă nu numai să distrugă bunul mers al afacerii sale; însemnă că meșteșugarul ce îi făcea roțile căruței cu care mergea soția lui Joe să fie bolnav în loc să muncească. Era astfel o comunitate bazată pe comerț, unde tranzacțiile implicau o multitudine de valori.

Calitatea bunurilor și a serviciilor era menținută printr-un sistem de bresle care acoperau fiecare negoț important. Nu era un sistem perfect, deoarece breslele adesea îi favorizau pe copiii membrilor săi, dar era caracterizată mai puțin de o

concurență între membri decât de standardizarea prețurilor, pregătirea uceniciilor, precum și de schimbul celor mai bune practici. Membrii unei bresle puteau decide să facă o regulă, să zicem, să aibă duminicile libere. Acest lucru asigura o săptămână de lucru mai scurtă pentru toți membrii, fără a pune pe cineva într-un dezavantaj concurențial.

Mulțumită apariției bazarului, Europa de la sfârșitul Evului Mediu s-a bucurat de una dintre cele mai rapide expansiuni economice din istorie. Pentru prima dată în multe secole, economia *a crescut*. Oamenii mâncau mai mult, munceau mai puțin și erau destul de sănătoși – și nu doar datorită standardelor acelei epoci.<sup>2</sup> Problema a fost că, în timp ce clasa de comercianți dobândeau bogătie, aristocrația o pierdea. Familiile nobile s-au bucurat de avantajele feudalismului timp de secole, prin extragerea în mod pasiv a valorii produse de țărani care lucrau pământul. Ei nu s-au îngrijorat niciodată de creșterea economică, deoarece nu aveau de ce. Lucrurile au fost întotdeauna în regulă pentru ei, la fel ca și pentru stăpânii lor.

Însă, pe măsură ce noua economie bazată pe comerț a crescut, totul a început să se schimbe. Pentru că mulți foști țărani au intrat în afaceri pe cont propriu, aristocrația și-a pierdut monopolul asupra creării de valoare. Economia oamenilor de rând a crescut, în timp ce aristocrația a stagnat sau chiar s-a redus. Nobili nu aveau niciun mijloc să țină pasul. Observau noul fenomen de creștere și-și doreau o parte din el pentru ei însăși. Au obținut o creștere, dar numai prin mijloace de forță și artificiale. Dacă creșterea economiei rurale putea fi considerată naturală, sau chiar necesară, eforturile aristocrației de a o uzurpa nu mai aveau nimic natural sau necesar. Un lucru este ca această creștere să ajute țărani să-și asigure existența, și altceva este ca persoanele care deja au aproape totul să folosească această creștere numai pentru a-i împiedica pe ceilalți să se îmbogățească.

Nobili încă aveau puterea de a face legea, iar printr-o serie de mișcări care au avut loc în țări diferite, în momente diferite, au impozitat bazarul, au spart breslele, au scos în afara legii monedele locale și au dăruit licențe de monopol comercianților favoriți. În schimbul unor acțiuni, regii au acordat anumitor companii controlul exclusiv asupra domeniului lor. Natura economiei de la egal la egal – peer-to-peer sau P2P – s-a schimbat – nu peste noapte, ci în câteva secole – în economia de sus în jos pe care o cunoaștem astăzi.<sup>3</sup>

În loc de a produce și comercializa, meșteșugarii au trebuit să caute locuri de muncă la unul dintre monopolurile înregistrate. În loc de a-și vinde produsele, acum oamenii își vindeau orele. În pană de intuiție, poate, proprietarii au început

să caute muncitorii cel mai puțin calificați. Un pantofar calificat putea cere o plată adevarată expertizei sale. Un imigrant care caută un loc de muncă cu ziua putea fi plătit ieftin și înlocuit ușor cu un altul, dacă protesta împotriva orelor, condițiilor de lucru sau compensației. Dar, cum putea să creeze un grup de muncitori necalificați un produs viabil? Bine ați venit în era industrială!

Ceea ce noi numim acum industrializare a fost, de fapt, o extensie a efortului aristocrației de a uzurpa dezvoltarea la care a fost martoră pe piața țărănească și de a o imita prin alte mijloace. Industria a însemnat efectiv doar dezvoltarea proceselor de fabricație care necesitau mai puțină îndemânare din partea lucrătorilor. În loc să învețe cum să facă pantofi, fiecare lucrător putea fi pregătit, pe minute, să facă o mică parte a acestei meserii. Pe termen lung, multe procese industriale au ajuns să fie mai eficiente decât producția mesteșugarilor individuali, dar asta se întâmplă mai ales pentru că costurile lor totale sunt ascunse sau externalizate în altele. (Guvernul acoperă costurile războaielor pentru a procura petrol ieftin și rute pentru a transporta articole produse în masă, în timp ce noi toți plătim pentru deteriorarea mediului cauzat de agricultura corporativă și aşa mai departe). Poate prețurile sunt reduse, dar *costurile* sunt ridicate. Oricum, nu a fost niciodată cu adevărat vorba despre eficiență; industrializarea a fost despre restaurarea puterii celor de sus, minimizând valoarea și prețul muncii umane. Acest lucru a devenit sistemul de valori integrat al industrialismului, iar noi îl vedem în fiecare aspect al peisajului comercial, atunci și acum.

Bineînțeles că industrialismul nu ne-a fost prezentat drept lipsirea de putere a lucrătorilor, ci drept triumful tehnologiei. Încă de pe vremea Marii Expoziții a prințului Albert din 1851 – de fapt, Expoziția Mondială inițială – publicul a fost orbit de exponatele incorporând noi tehnologii minunate, care păreau să funcționeze fără niciun element uman. Participanții se minunau în fața războaielor de țesut mecanice utilizate să facă covoare în India, dar nu vedeau niciodată muncitorii care le operaau, care își pierdeau degetele sau care erau înlocuiți de acestea. În schimb, producătorii demonstrau cu mândrie cum covoarele lor produse de mașini nu arătau niciun semn de măiestrie umană. Târgurile tehnologice de astăzi, de la Expoziția de Electronice de Consum până la Festivalul interactiv Sud prin Sud-vest, oferă publicului cele mai recente gadgeturi digitale, fără să menționeze că arătau niciun semn de implicată de asamblarea lor, moartea minerilor sclavi care sapă pentru „mineralele conflictului” sau regiunile agricole distruse de poluanții folosiți în producție.