

# Mamdami, nel cuore di tenebra della stupidità o finalmente fuori?

William Davies, *Stupidology. The Outsourcing of Judgment*, n+1, Issue 51, Fall 2025.

## Parole chiave

Conoscenza, protocolli, immaginazione

Tito Vagni è professore associato presso Universitas Mercatorum, dove insegna Sociologia della cultura e dei media (tito.vagni@unimercatorum.it)

C'è una parola che si fa largo nel profluvio di tentativi di azzeccare la definizione di un momento politico e sociale che non è ancora del tutto intellegibile: stupidità. Ne ha scritto William Davies in *Stupidology. The outsourcing of judgment*, pubblicato nell'autunno del 2025 sulla rivista *n+1*. La stupidità di cui scrive Davies è una intelligenza ridotta a mero calcolo, condizione tipica della società contemporanea, che si pensa intelligentissima per via di tecnologie che, dal computer agli algoritmi, consentono di misurare, registrare, archiviare, produrre in maniera artificiale. Ogni forma di stupidità sembrerebbe con le spalle al muro, bandita, anzi impensabile; eppure, di fronte a questa inedita possibilità computazionale, molte azioni politiche continuano ad apparire stupide. La risposta a cui giunge Davies è in realtà una domanda, che potrebbe suonare più

o meno così: siamo sicuri che la potenza matematica di cui disponiamo rappresenti una vera forma di intelligenza? La risposta è no. La potenza numerica si rivela meno intelligente del previsto, cioè meno capace di capire, perché preferendo i numeri alle parole, anzi trasformando le parole in numeri, finisce per appaltare meccanicamente la conoscenza a protocolli di raccolta e analisi dei dati, per loro natura impersonali, anche se usati da persone in carne e ossa: “Una volta quantificato tutto, fino ai nano-dettagli, non è necessaria nemmeno la misurazione, solo il riconoscimento algoritmico di pattern”. Per Davies, la piattaformaizzazione della vita umana implica che ogni azione sociale, ogni parola, ogni gesto, in quanto essenza datificata, abbia pari valore. In questo passaggio emerge la critica ai modi contemporanei di conoscere fondati sulla formalizzazione e sulla correlazione, nei quali la conoscenza non coincide più con la comprensione, ma con la capacità di individuare regolarità statistiche. Il problema, però, non è l’uso dei numeri in sé, bensì la loro esoterica sacralizzazione e la loro trans-mutazione in surrogati del pensiero. Stupido non è quindi il gesto irrazionale, ma la (presunta) razionalizzazione radicale che ha intrapreso una violenta lotta contro l’immaginazione.

Davies riconduce l’odierna brama computazionale al neoliberalismo di Friedrich Hayek, che sosteneva la potenza taumaturgica dei mercati, intesi come intelligenza del mondo: sistemi impersonali capaci di organizzare le forme di conoscenza di una società. In questa ricostruzione genealogica c’è una malizia intellettuale stimolante: per una classica eterogenesi dei fini, a proseguire con analoga pervicacia l’azione neoliberista è oggi la compagine progressista, divenuta paladina di quella che Davies definisce l’“ortodossia degli esperti”. Una posizione che risulta ignara del fatto che erigere altari al culto dei dati, inibendo la facoltà di giudizio, costituisca un invito alla stupidità. Nelle sue conclusioni, Davies si spinge a ipotizzare il secondo mandato di Trump come una sorta di stress test storico, il momento in cui emergono i limiti politici dell’ortodossia della competenza. Trump non appare qui come la causa della stupidità contemporanea, ma come il suo sintomo più rumoroso, il prodotto di una politica che ha pervicacemente avvertato l’immaginazione in nome di chiarezza banale e cadaverica.

Seguendo la teoria di Davies, è interessante capire se Zohran Mamdani, il nuovo sindaco di New York e grande speranza della sinistra americana e mondiale, sia un bagliore di intelligenza nelle tenebre della stupidità o se la sua comunicazione politica si basi ancora su modelli di ingegneria gestionale. In altri termini, la sua capacità di riattivare un immaginario politico seducente rappresenta una discontinuità rispetto alla tradizione recente del progressismo gestionale, oppure una sua riformulazione più efficace sul piano comunicativo?

Scorrendo la pagina Instagram di Mamdani, emerge con chiarezza una forte riconoscibilità dei formati, che si consolida nel tempo come una vera e propria grammatica visiva e discorsiva. I reel parlati in prima persona costituiscono il nucleo più visibile della comunicazione: Mamdani si rivolge direttamente alla camera, spesso camminando per strada o stando in luoghi ordinari di New York, spazi anonimi e insieme familiari, che agiscono come ancoraggi semantici del discorso politico. Il corpo è presente senza essere esibito in modo regale, come corpo del potere: la postura rilassata, il volto sornione, lo sguardo diretto in camera e il tono colloquiale costruiscono una relazione immediata con chi guarda. La politica prende forma all'interno della dimensione urbana come pratica che si innesta nei luoghi dell'esperienza comune e ne assume il ritmo e la misura.

I video sono quasi sempre accompagnati da testi sovrapposti che anticipano o condensano il messaggio in frasi brevi e assertive, pensate per essere colte rapidamente e isolate dal flusso visivo. Espressioni come "Freeze the rent", "Free buses", "Housing is a human right" funzionano come enunciati autosufficienti, capaci di circolare autonomamente anche in assenza dell'audio o di una visione integrale del contenuto. Il testo non commenta l'immagine, ma la potenzia, rendendola disponibile a una fruizione distratta e intermittente. Ogni reel si presenta così come un frammento autosufficiente e al tempo stesso come parte di un mosaico narrativo più ampio, all'interno del quale ciascun elemento mantiene una propria autonomia pur contribuendo alla costruzione di un immaginario collettivo, di cui costituisce stilisticamente e politicamente un'icona.

Accanto ai video, i caroselli testuali svolgono una funzione complementare. Una singola proposta viene suddivisa in una sequenza di slide

graficamente omogenee, ciascuna affidata a un'affermazione semplice e diretta: "The rent is too high", "Landlords are winning", "Tenants deserve protection". La progressione non costruisce un'argomentazione nel senso classico del termine, ma rafforza per accumulo una posizione già riconoscibile. Il formato invita allo scorrimento, non alla lettura lineare; ogni slide può essere colta isolatamente, come un frammento autonomo. Tale modalità discorsiva non elimina la complessità dei problemi affrontati come il costo della vita, la crisi abitativa, i servizi pubblici, ma la traduce in un lessico che privilegia l'immediatezza, procedendo per giustapposizione di enunciati che condividono lo stesso orizzonte valoriale. Il pubblico non è chiamato a seguire un ragionamento, ma a riconoscere una costellazione di significati e a collocarvisi. In questo senso, la comunicazione di Mamdani appare perfettamente inscritta nel regime di visibilità della piattaforma. Instagram richiede chiarezza, rapidità, ripetibilità e serialità, e la comunicazione di Mamdani risponde con naturalezza a queste richieste. Tuttavia, proprio questa leggibilità solleva una tensione. Nei reel più condivisi, come quelli diffusi nella fase centrale della campagna sul blocco degli affitti, girati in strada e accompagnati dalla scritta "Freeze the rent", l'enunciazione della proposta raramente è accompagnata da una discussione delle sue condizioni di possibilità, dei conflitti che potrebbe generare o dei compromessi che implica. Il messaggio tende a fermarsi sulla soglia dell'affermazione: "questa è la cosa giusta da fare", "questo è il problema", "questa è la soluzione". Il tempo del video, breve per definizione, non viene utilizzato per aprire uno spazio di esitazione, ma per rafforzare l'adesione alla causa. La piattaforma premia contenuti che producono un coinvolgimento rapido, non riflessione lenta, e la comunicazione di Mamdani sembra accettare questa condizione e lavorarci dall'interno. Questo stile trova un prolungamento nei commenti della community, che tendono a riusare il lessico del post stesso. Commenti come "Freeze the rent now", "This is why I support you", "Finally someone who gets it" funzionano come segnali di riconoscimento e di conferma. Anche quando compaiono osservazioni critiche, esse tendono a essere rapidamente sommerse da risposte allineate,

che ristabiliscono il frame originario attraverso formule normalizzanti: “It’s about priorities”, “Other cities have done it”, “We can afford it”.

La comunicazione di Mamdani può essere letta come una rielaborazione, adattata all’ecosistema delle piattaforme, di un vecchio slogan della sinistra globale: un altro mondo è possibile. Prima di lui, le strategie comunicative di Hillary Clinton e Kamala Harris, pur nella loro diversità, avevano inteso rivendicare una superiorità fondata sulla competenza operativa, sulla gestione efficiente dell’esistente più che sulla sua trasformazione. Hillary, nella campagna elettorale del 2016, ad esempio, aveva costruito un’immagine di sé come figura di custodia: custodia delle istituzioni e dei protocolli democratici messi a rischio dalla possibile irruzione del populismo trumpiano. Lo slogan “*Stronger Together*”, che ha orientato la sua campagna, era evidentemente una espressione democratica, ma lo era nel duplice senso di evocare la partecipazione popolare e, allo stesso tempo, la necessità di una resistenza strenua al vento nuovo. È proprio per raffreddare quest’immagine di argine monumentale alle temperie politiche che si può leggere la profusione di istantanee di vita ordinaria e di quadri familiari diffusi da Hillary sui social durante la campagna elettorale: un tentativo di rendere più vitale l’*ethos* istituzionale della comunicazione di Hillary. In modi inevitabilmente diversi, per via del differente momento storico e della biografia delle candidate, Kamala Harris e il suo “*We Choose Freedom*” della campagna elettorale del 2024 tornavano a collocarsi in posizione di difesa rispetto a un paventato pericolo antidemocratico. Vicepresidente in carica e già procuratrice, Harris ha provato a dotarsi di una identità porosa, in grado di accogliere le grammatiche delle piattaforme digitali oltre a quelle istituzionali, attraverso l’adozione di codici pop, come l’estetica *Brat* o la narrazione attorno al meme “Coconut Tree”. Ma la sua continuità dichiarata con l’amministrazione Biden le ha precluso la possibilità di essere percepita come reale *novitas*.

Mamdani, invece di movimentare l’immaginario tradizionale dei democratici, reintroduce una dimensione utopica benché concreta e ordinaria. Lo stacco narrativo netto con il passato prossimo dei democratici emerge con particolare chiarezza in un post di Instagram del 26

ottobre: Mamdani ha alle spalle una serie di televisori che mandano in onda commentatori intenti a qualificare la sua linea politica come radicale. Rivolgendosi direttamente alla propria community, e superando la mediazione dell'apparato televisivo, giornalistico e politico, Mamdani segnala l'esistenza di una lettura dominante che resta estranea al sentire popolare. La sfasatura tra queste due posizioni viene resa visibile dall'orizzontalità della relazione politica organizzata dallo spazio digitale, che si contrappone all'istituzionalità dell'arena tradizionale, incline a classificare come radicale un programma che si presenta invece come risposta a bisogni largamente condivisi dai cittadini newyorkesi.

Gli slogan di Mamdani promettono micro-trasformazioni immediatamente visualizzabili, su misura delle piattaforme digitali, ma non costituiscono una rottura dolorosa con il passato prossimo democratico, perché il suo corpo e la sua biografia sono pienamente iscritti nel sentire del progressismo recente, che riesce però a sottrarre alla tradizione tecnocratica, restituendo loro una forma attrattiva. La dimensione cittadina della campagna ha reso questa operazione praticabile, e ha probabilmente scongiurato l'ennesima *stupidity*.