

IL COMMERCIO DELLE ANIME CHE MINACCIA LA CONOSCENZA

di CARLO BORDONI

«**Q**u'y a-t-il entre nous?». «Che c'è tra noi?», si chiede Tim Etchells dalla scritta in neon rosso che campeggia sopra la parete di tubi metallici del Centre Pompidou di Parigi. Quasi a fare risaltare il substrato tecnologico che la sorregge, l'indispensabile sostegno alla vita che giustifica la domanda dall'evidente significato sociale.

Quell'installazione sarebbe piaciuta a Bernard Stiegler per illustrare il suo libro, *La miseria simbolica*, che risale al 2005 ma è uscito ora in due volumi da **Meltemi**, editore che ha già pubblicato *La società automatica* nel 2019. Per lui l'ha evocato la curatrice Rosella Corda nell'introduzione al secondo volume, *La catastrofe del sensibile* (pp. 226, € 18), mentre il primo volume, *L'epoca iperindustriale* (pp. 164, € 16), risale all'ottobre scorso: entrambi permettono di approfondire la conoscenza di questo filosofo dalla vita travagliata e dalla complessa incisività di pensiero.

Bernard Stiegler, scomparso nel 2020 a 68 anni, aveva infatti trascorso una giovinezza drammatica. Condannato a cinque anni di reclusione per avere compiuto quattro rapine a mano armata, aveva studiato in carcere, laureandosi in filosofia, entrando in contatto con Jacques Derrida e iniziando una brillante carriera universitaria. Se il primo volume, *L'epoca iperindustriale*, ripercorre, approfondendole, le concezioni dell'autore sulla positività della tecnica e la sua critica al sistema capitalistico, proseguendo il lavoro di Gilles Deleuze sulle società di controllo; il secondo, *La catastrofe del sensibile*, si inoltra più in profondità nel discorso estetico. Nel suo controllo delle vite umane il capitalismo non si è appropriato solo dei corpi, ma anche delle anime, occupando lo spazio del simbolico e facendone un uso consumistico.

Nell'invasione di un campo che rappresenta l'ultimo baluardo di libertà individuale, l'estetico è stato piegato e riformulato artatamente secondo le regole del mercato. In questo processo involutivo il capitalismo ha superato la fase della proletarizzazione, dove il corpo era inteso come forza di lavoro, e ha trasformato l'anima del consumatore in «tempo di coscienza» disponibile sul mercato dell'audience. Il valore dell'individuo, in quanto consumatore, consiste adesso nella quantità di tempo che dedica al mercato della comunicazione: un consumo dell'esperienza audio-visiva del sensibile che prevede, come in ogni sistema industriale, una rapida obsolescenza.

Bisogna fare attenzione, avverte Stiegler, perché «i media in generale inducono a un indebolimento dell'apprendimento e a una

obsolescenza della cultura dei sensi». E necessario uscire da questa logica di consumatori dell'estetico e riappropriarsi della capacità di curare il simbolico. Per trovare una via d'uscita Stiegler parte dalla musica che, assieme al cinema e, in ultima analisi, alla scultura di Joseph Beuys, si fa indagine antropologica e ha il potere di rendere l'uomo «cultore», poiché la conoscenza è l'unica occasione per trasformare il *phármakon* della tecnica da veleno in rimedio per l'umanità.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

