

Laboratorio cinese

di Oscar Marchisio

V

È UNO SCONTRO fra fondamentalismo e capitale molto meno eclatante del wargame televisivo dell'11 settembre, più lontano nel tempo e più sottile come visibilità, ma sicuramente centrale. E' il dominio sul tempo e dunque sulla forma della vita. Infatti obiettivo attuale del motore del capitale è la sussunzione del tempo del consumo e della macchina collettiva del linguaggio. Cibo e parola sono i veicoli attraverso i quali, nei secoli, si è metabolizzato il sapere collettivo sapientemente alimentato e selezionato. Sapere collettivo vivo e pulsante che si è metabolizzato in corpi e soggetti, in carne e sangue.

Tale catena ininterrotta di sapere tradotto nel corpo e di corpi produttori di sapere metabolico oggi è al centro del processo di sussunzione da parte del motore capitale, che assume valore d'uso e contabilizza valore di

CIBO E LINGUAGGIO:

I NUOVI OGGETTI

DEL DESIDERIO

DEL CAPITALE.

LA CINA RAPPRESENTA

IL CONSUMO COATTO.

E LE OLIMPIADI SONO

LA SUA CELEBRAZIONE

scambio. Dopo Taylor, Ford ed il toyotismo, al centro è il consumo da industrializzare e taylorizzare.

Il consumo, ovvero il tempo sociale entro cui le donne e gli uomini riproducono se stessi e i codici linguistici e biochimici. In altri termini, cibo e lingua sono gli oggetti del desiderio per l'insaziabile idrovora del capitale che metabolizza il sociale in cristalli di scambio, bloccando nel ghiaccio del lavoro morto la feconda alacrità del lavoro vivo.

Ma contabilizzare nello scambio tutto il simbolico processo del cibo e del linguaggio significa affrontare il luogo sacro della vita e secolarizzare la riproduzione, da immemore epoca materia base della religione. Il capitale con le sue istituzioni e cliniche «private» affronta lo scontro titanico con la Chiesa, che da sempre sa illuminare la riproduzione con il sacro. La riproduzione biochimica della forza-lavoro viene sussunta dalla valorizzazione, per cui «perfino la prima colazione in casa si trasforma in uno spot pubblicitario» [R. Kurz 2000, «Sein come design», in Agalma, Castelvecchi, Roma, 2000].

Quando si diventa audience e share mentre mangiamo il «Mulino Bianco», si sta intaccando il dominio simbolico di «Io sono il pane di vita» [San Giovanni 1:6]. Cibo e linguaggio: i luoghi della trasmigrazione genetica diventano apparati della nuova fabbrica, passando da McDonald's si arriva a Microsoft ed alla Genentech.

Tradurre il grande bacino collettivo che sforna ogni giorno il legame collettivo del linguaggio in una polarizzata tecnologia del software vuole essere il segno esplicito della nuova divisione del lavoro, il luogo della gerarchizzazione fra comando e subalternità della lingua.

Sussumere la socialità come oggetto da valorizzare al-

la fiera dello scambio è lo scontro in atto che si esprime nelle decine di gare di Umts, nella concorrenza sui satelliti e nell'appropriazione delle banche dati dell'immagine, televisiva, filmica e altro. Si delinea una nuova cartografia, da parte del tritattutto scambista, tutta la complessa varietà linguistica e gastronomica con cui si è moltiplicato il mondo viene deglutita dal modello del valore di scambio e risputata apparentemente intatta, in realtà avvelenata dalla schizofrenica razionalità scambista.

Avvelenata dallo scambio, ogni lingua, immagine, cultura, cibo si ritrova nel grande mare «scambista» con il vantaggio di poter essere valutata, venduta, trasferita, diffusa, consumata in ogni angolo della terra, con il rischio di perdere il genetico sillabario del suo codice. **A questa nuova geografia, che avanza nell'immaginario e nel consumo, resistono due grandi produttori di codici, lo Stato nazionale e le chiese.** In particolare è stato ed è il fondamentalismo ad aver percepito lo scontro mortale che la secolarizzazione capitalista sta organizzando proprio intorno ai luoghi dei fondamenti del sacro, anima e riproduzione della vita, linguaggio e cibo, cellule e codici. Fondamentalisti: ma anche la Chiesa cattolica e le nazioni, in particolare la Francia, ognuno da punti diversi, procedono a difendere il proprio statuto di custodi dell'identità. Chi difende la scuola pubblica contro l'invasione dei videogiochi, chi attacca la Coca cola, chi rivendica alla Chiesa il diritto di decidere cosa è la vita.

In particolare, è di questi giorni la critica della Chiesa cattolica nei confronti degli esperti di clonazione, che non a caso lavorano negli istituti di ricerca della Chiesa anglicana avversaria, e guida della rivoluzione in atto. Non è un caso che lo sviluppo capitalista manifatturiero non avesse toccato Chiesa e Stato, che al contrario erano serviti come

La copertina di **Ipermarx** [SocialMente],
il saggio di Oscar Marchisio
da cui è tratto questo testo.



produttori sia di identità che di controllo della socialità, assorbita e distrutta dentro al ciclo della manifattura. Nella fabbrica si estraeva e si estrae valore, distruggendo varietà artigianale e codici sociali agricoli, omogeneizzando tutto il processo della valorizzazione. Si apre ora la fabbricazione del tempo di consumo attraverso nuovi codici e nuova divisione fra fabbrica dell'immagine e utenti e fruitori della pubblicità. Nasce la cucina della standardizzazione del gusto.

Ed è proprio con lo sviluppo della Cina che l'industrializzazione anche del gusto e il teatro del consumo come politica diventano realtà, trasformando la Cina nel possibile paradigma del «capitalismo a consumo coatto». Le Olimpiadi sono dunque finalmente lo spettacolo inteso come politica, sono il teatro entro cui la nuova Cina comunica a se stessa di esistere.

Milioni di cinesi che ristanno accalando alle biglietterie delle agenzie di viaggio e hanno creato il «tutto esaurito» per gli stranieri. Con grande imbarazzo, la Commissione olimpica cinese ha ridotto gli spazi per i turisti stranieri al 40 per cento, negli stadi e nei circuiti olimpici, e teme di dover forse ancora ridurli a vantaggio della pressante, enorme domanda dei connazionali desiderosi di «esserci», di partecipare al grande happening collettivo, che non è l'Olimpiade in sé, piuttosto la celebrazione del nuovo asse del mondo: il riconoscimento dello spostamento del baricentro del mondo in Asia, in Cina, questo sono le Olimpiadi e questo vive il popolo cinese.

In effetti, questa mancanza di posti e spazi per gli stranieri non ha solo un effetto turistico ma rappresenta bene come, con l'entrata in gioco della Cina, si riducano di fatto gli spazi economici e fisici per tutti gli abitanti del globo, come si vada rimpicciolendo il globo, soprattutto se manteniamo l'attuale ritmo di consumo e l'attuale modello basato su auto-petrolio.

Ed è proprio a partire dall'auto che si apre la crisi della città olimpica, Beijing, e della sua incertezza nell'affrontare i Giochi. Qualità dell'aria pessima, difficoltà degli atleti a reggere lo sforzo prolungato in un contesto ambientale rovinato dal traffico e dall'inquinamento provocato dalle emissioni delle auto. Ovvero, con l'entrata in gioco della Cina la globalizzazione non è più il punto di arrivo dello sviluppo. Al contrario, è il suo punto di partenza: meglio, la sua dimensione qualitativa, che altera la contabilità mondiale delle risorse e del sistema ambientale.

Le Olimpiadi, dunque, come messa in scena della Cina e in quanto teatro della dimensione come processo globale. ■