

Barthes, il mito
(Ttl, 7.4.2007)

I sordidi incontri di catch nelle periferie parigine, la bistecca al sangue e le eterne patate fritte, la pubblicità dei detersivi iperschiumosi, gli antichi romani nei film di Mankiewicz, l'epopea ciclistica del tour de France, le rubriche astrologiche nelle riviste femminili, la Citroën DS, il viso algido di Greta Garbo nella *Regina Cristina*, lo strip tease al Moulin Rouge, Gide in vacanza sul fiume Congo che legge Bossuet, le fotografie di pietanze ornamentali sui giornali di cucina, l'operaio di Chaplin in *Tempi moderni*, la capigliatura dell'Abbé Pierre, i monumenti e i ristoranti delle guide turistiche, la spasmodica ricerca degli extraterrestri, il cervello di Einstein conteso fra le università americane, l'invenzione della plastica, le tautologie della critica teatrale accademica, la stupefacente velocità dei jet, il consumo rituale del vino e le purificazioni del latte, le immagini dei candidati nei manifesti elettorali... Che cos'hanno in comune? Sono i miti d'oggi. Lo sappiamo almeno da cinquant'anni: da quando Roland Barthes, critico brechtiano militante e strutturalista in erba, li ha iscritti d'ufficio nell'ideologia piccolo-borghese della società di massa, osservando come la cultura mediatica, parlando e riparlato di fatti e persone apparentemente futili, tende a trasformarli in oggetti tanto superlativi quanto falsamente naturali. Pubblicato nel febbraio del 1957, *Miti d'oggi* (ma il titolo originale, *Mythologies*, trascura ogni riferimento all'attualità contingente) è destinato così a diventare uno dei più fortunati *livres de chevet* del Novecento. Inaspettato successo editoriale, questa raccolta di brevi articoli che Barthes pubblicava nella sua rubrica mensile sul "France Observateur" è uno di quei rari testi che, riaperti in momenti e circostanze diversi, non cessano di stupire. Direbbe Calvino: un classico. Scorrendo le pagine a caso e saltando fra argomenti eteroclitici, vi si trova sempre l'osservazione acuta, la battuta sarcastica, l'analisi approfondita, la prospettiva inusuale a partire dalla quale riflettere su dettagli a prima vista insignificanti della vita quotidiana, della cronaca e dello spettacolo mediatici.

Credete di sapere già tutto sull'estetica e sul valore sociale delle automobili? Provate a rileggere le due densissime pagine sulla celebre *Deesse*: vi troverete un accurato studio sul design delle giunture, dei finestrini e del cruscotto che ben giustifica l'idea secondo la quale "oggi l'automobile è l'equivalente abbastanza esatto delle grandi cattedrali gotiche". Pensate che la pubblicità non abbia più nulla di segreto? Riaprite le pagine che esaminano la differenza narrativa fra liquidi saponificanti e polveri detersive: verrà fuori che laddove i primi vengono pubblicizzati come prodotti eroici che uccidono brutalmente lo sporco, le seconde assumono il ruolo dell'infido agente di polizia che scopre la sporcizia nei meandri più segreti dei

tessuti. Avete visto mille volte il povero Charlot imprigionato negli ingranaggi delle catene di montaggio? Se tornate al fulminante articolo su *Tempi moderni* troverete una lettura del film in chiave brechtiana: ponendo l'operaio un gradino al di sotto della presa di coscienza politica, Chaplin costringe lo spettatore a riflettere sul senso profondo del socialismo. E potremmo ovviamente continuare.

Quel che è abbastanza evidente in questo libro sempreverde è che anche per Barthes, come già per Flaubert e per Warburg, Dio è nel particolare. In un'epoca in cui il gelido materialismo dialettico di Zdanov veniva contrastato dalla moda dell'esistenzialismo sartiano, in cui cioè si poteva riflettere soltanto sulle grandi questioni economico-sociali o sugli annosi, piccoli problemi del senso della vita, Barthes prova a invertire fortemente la rotta e a prestare attenzione alle *forme*. Il mito, dice, non sta nelle cose, nelle persone, nelle istituzioni, negli oggetti, nelle sostanze. Si trova semmai nel modo in cui questi vengono parlati. La potenza della cultura di massa, per Barthes, sta nella capacità di trasformare il culturale in naturale, nel far passare per ovvio ciò che in effetti essa ha costruito a suo uso e consumo. A forza di parlare e riparlare di un personaggio o di un evento, ecco che questi divengono naturali, iniziano a far parte della nostra esperienza quotidiana. Un giornale mostra in copertina un soldato nero che saluta la bandiera francese fra molti commilitoni bianchi? Apparentemente è soltanto una struggente immagine esotica; ma in effetti è un gesto giornalistico tende a giustificare le pretese imperialiste e coloniali della Francia. Il mito è così una "fisica dell'alibi". Al lettore che accusa il giornale di propaganda politica, il direttore può sempre rispondere: "io non volevo dire questo".

Di conseguenza, se volessimo interrogarci, a cinquant'anni di distanza, sul valore di questo prezioso libro di Barthes, su quanto esso può ancora dirci, non dovremo andare in cerca, come pure qualcuno ha provato a fare, degli attuali miti d'oggi, aggiornando euforicamente il catalogo delle nostre umane debolezze. Certo, non ci sono più Gide e Chaplin. La Garbo e gli antichi romani al cinema sono forse roba del passato, sostituiti da prodotti mediatici e spettacolari molto più potenti e seducenti. L'elegante Citroën d'un tempo ha ceduto il posto ai Suv e alle Smart. E i marziani non inquietano come gli informatici eroi di *Matrix*. Ma non è questo il punto. Quel che invece dovremmo constatare è che ai nostri giorni non esiste praticamente più qualcosa di paragonabile alla critica culturale di cui Barthes è stato un antesignano: una critica al tempo stesso formale e ideologica, che sappia trovare nelle pieghe strutturali dei discorsi i meccanismi di costruzione della cultura sociale, con tutte le sue implicazioni che essa può avere: economiche, politiche, etiche, estetiche. Forse Jean Baudrillard, fra i primi allievi di Barthes, era riuscito a esercitarla efficacemente. Sino a poche settimane fa.

Gianfranco Marrone