

Guido BAGGIO

I MITI TRA MODERNITÀ E POSTMODERNITÀ

*Voilà! C'est le Siecle d'enfer!
Et les poteaux télégraphiques
Vont orner; – lyre aux chants de fer,
Tes omoplastes magnifiques!*
(Rimbaud)

Premessa

È necessario innanzitutto distinguere, per maggior chiarezza di esposizione, i differenti significati che il termine “mito” assume e ai quali qui si fa riferimento. Seguendo le definizioni che ne dà il dizionario Zanichelli, il termine “mito” ha tre significati: 1) «Narrazione sacra di avvenimenti cosmogonici, di imprese, di fondazioni culturali e di gesta e origini di dei e di eroi»; 2) «Esposizione di un'idea, di un insegnamento astratto sotto una forma allegorica o poetica»; 3) «Immagine schematica o semplificata, di un evento, di un fenomeno sociale, di un personaggio, quale si forma o viene recepita presso un gruppo umano». Viene inoltre aggiunta a quest'ultima un'ulteriore definizione: «Convincimento spesso illusorio che, per il vigore con cui si estrinseca e l'adesione che suscita, provoca mutamenti nel comportamento di un gruppo umano».

Se le prime due accezioni del termine “mito” fanno riferimento a fenomeni narrativi espliciti (pensiamo ai miti omerici nel primo caso, al mito della caverna di Platone nel secondo), la terza e la quarta sono invece più complesse da delineare ma sono anche le più ricche di conseguenze soprattutto in ambito di pratiche sociali, poiché da un lato sono prevalentemente prodotti della società, e dall'altro fanno riferimento diretto alla percezione da parte di chi subisce il fascino del mito e alle azioni che tale fascinazione può comportare.

Rimane, però, che il termine “mito”, così come utilizzato anche nelle ultime due accezioni, ha il suo motivo e la sua ragione nelle prime due accezioni, giacché esse trovano la propria ragion d'essere nella cultura di una società a cui sono destinate, tanto per il loro carattere pratico di legittimazione di un certo legame sociale (pensiamo ai miti dei popoli primitivi, così come studiati da Malinowski o Lévi-Strauss), che di strumento pedagogico (così come Platone li utilizza nella *Repubblica*).

Il mito, quindi, è espressione della cultura di una società e ha come scopo il convalidare il legame tra gli appartenenti a quella società, tanto come fondazione delle origini di tale società, quanto come pratica di legame sociale.

Le ultime due accezioni – immagine semplificata e convincimento illusorio – sono strettamente intrecciate l'una all'altra. L'immagine di un personaggio, di un fenomeno culturale può infatti spesso essere la conseguenza di un convincimento illusorio che a sua volta muta il comportamento di un gruppo sociale. Si parla al riguardo del mito della razza ariana come conseguenza del convincimento illusorio alimentato dalle parole e dalle azioni dell'immagine mitizzata del führer; oppure si parla del mito di Marylin Monroe come il simbolo del mito della bellezza e della celebrità nella cultura di massa, simbolo che alimenta un mutamento del comportamento sociale e dei costumi.

Il mito, ieri e oggi

Il mito è una forma espressiva che si serve della metafora per indicare verità trascendenti.

Esso è in grado di evocare un'idea attraverso una sua rappresentazione ideale (o archetipo). Come afferma Julien Ries, con la sua funzione simbolica il mito «svela il legame dell'uomo con il sacro»,¹ intendendo per sacro ciò che trascende l'uomo e il cosmo e che rappresenta l'ordine di esso. Il mito, prosegue Ries, è «portatore di un linguaggio e di un messaggio» riguardante la condizione umana. Esso ha valore normativo per il comportamento umano».²

Il carattere normativo del mito, ovvero la dimensione etica, di legame sociale, del mito in quanto portatore di valori universali (con “universale” indichiamo qui ciò che è socialmente “condiviso” e “condivisibile” da tutti, o per meglio dire “intersoggettivo”)³ si ritrova anche in altri campi di studio della mitologia.

In filosofia Ernst Cassirer identifica nella coscienza mitico-religiosa la condizione del sentimento di appartenenza alla vita della comunità e della possibilità di una relazione di unità e opposizione tra individuo e comunità.⁴ In campo antropologico, Claude Lévi-Strauss e Bronislaw Malinowski concepiscono il pensiero mitico come il contributo alla costruzione dell'identità dell'individuo all'interno di una comunità, al senso di appartenenza culturale e spirituale ad una società e alla legittimazione di un ordine sociale condiviso. Nonostante i due antropologi abbiano impostazioni differenti – il primo strutturalista, alla ricerca di costanti universali rintracciabili in tutte le culture, il secondo funzionalista, interessato ad un approccio “sul campo” e all'osservazione partecipante – entrambi sviluppano l'idea che la creazione culturale di un popolo sia una creazione artificiale che risponde ad esigenze di spiegazione della realtà, cosmologica e naturale, e di ordine morale e sociale.⁵ Lévi-Strauss, inoltre, teorizza una identità tra pensiero mitico – o “selvaggio” – e pensiero “scientifico”, giustificando tale identità attraverso la dimostrazione che la stessa logica opera nella maggior parte delle forme della vita sociale: l'universo è “oggetto di pensiero”, proprio per la tendenza innata dell'uomo ad introdurre una qualche specie di ordine rispondente all'ordine che, probabilmente, è presente nell'universo.⁶ Da tale teoria se ne deduce che niente è offerto alla soggettività dell'individuo sociale che non sia integrato in una “proliferazione concettuale”; modello, prova e origine ne è il *totemismo*, un insieme di idee, simboli e pratiche rituali e sociali facenti riferimento a credenze, usi, regole legittimate da un legame di parentela che risponde anche ad un rapporto gerarchico di organizzazione sociale.⁷

In realtà, però, l'interpretazione del mito come metafora di verità trascendenti, di essenze, di

¹ J. Ries, *Il mito e i suoi primi passi*, in J. Ries (a cura di), *Il mito: il suo linguaggio e il suo messaggio attraverso le civiltà*, Jaca Book, Milano 2005, p. 11.

² Ivi, p. 18. Con parole analoghe Zimmer, indologo tedesco, nel 1942 scriveva: «I concetti e le parole sono simboli, come le visioni, i rituali e le immagini; analogamente le maniere ed i costumi della vita quotidiana. È attraverso tutti questi strumenti che si rispecchia la realtà trascendente. Essi sono tante metafore che riflettono e che implicano qualcosa che, benché variamente espresso, è ineffabile, e, benché multiforme, rimane imperscrutabile» (H. Zimmer, *Philosophies of India*, pp. 1-2 (cit. in J. Campbell, *Mitologia creativa. Le maschere di Dio*, Mondadori, Milano 1992, vol. 2, pp. 770-1).

³ Nel suo interessantissimo lavoro *La verità del mito*, Kurt Hübner afferma in riferimento al valore veritativo del mito nella cultura greca: «il mito coincide in gran parte con il mondo della vita, in quanto determinava il commercio quotidiano dell'uomo con la natura e con gli altri uomini. Se si tiene conto del ruolo quasi ovunque dominante svolto a questo proposito dagli dei e dalle *archai*, se si tiene conto del fatto che praticamente ogni fenomeno era interpretato in riferimento alla loro azione, che in base ad essi era regolata l'intera vita in comune degli uomini e veniva padroneggiata la vita in generale, tanto nella “teoria” quanto nella “prassi”, allora non può sussistere alcun dubbio circa l'univocità e la chiarezza intersoggettive delle asserzioni relative ad essi» (K. Hübner, *La verità del mito*, Feltrinelli, Milano 1990, pp. 306-7).

⁴ E. Cassirer, *Filosofia delle forme simboliche*, 2. *Il pensiero mitico* (1923), La Nuova Italia, Firenze 1923. Cf. A. Carandini, *Archeologia del mito. Emozione e ragione fra primitivi e moderni*, Einaudi, Torino 2002, p. 91.

⁵ Cf. B. K. Malinowski, *Il mito e il padre nella psicologia primitiva*, Newton & Compton, Milano 1976; C. Lévy-Strauss, *Il pensiero selvaggio*, Il Saggiatore, Milano 1964.

⁶ C. Lévi-Strauss, *Il pensiero selvaggio*, cit., p. 26.

⁷ Cf. C. Lévi-Strauss, *Il pensiero selvaggio*, cit., pp. 15-16. Per un'esposizione del pensiero di Lévi-Strauss rimandiamo a C. Backès-Clement, *Lévi-Strauss*, Accademia Sansoni, Milano 1971 e S. Moravia, *Lévi-Strauss e l'antropologia strutturale*, Sansoni, Firenze 1975.

valori universali rappresentati dall'ideale, ovvero dalla rappresentazione in un essere singolo – nell'eroe, nel racconto religioso, nell'epopea – di ciò che Kant chiamerebbe un'idea trascendentale,⁸ non risponde alla nozione odierna di mito.

Nel saggio *Il mito, oggi*, il semiologo Roland Barthes sostiene che il mito è un *valore*, esso non fa riferimento a nessuna verità, lavorando piuttosto sull'ambiguità che l'immagine di cui si serve offre all'interpretazione.⁹ Se per Ries, così come per altri autori come Zimmer, o Vidal, il mito indica delle realtà trascendenti, dei valori universali, degli esempi in carne ed ossa (gli eroi sono semidei, essi si presentano come il “termine medio” tra dei e uomini; le loro azioni ambiscono alla divinità e si offrono come azioni salvatrici dell'umanità), i “nuovi miti” non fanno più riferimento a caratteri eroici, etici, divini, non ambiscono più alla divinità e non si preoccupano più di liberare i “mortalità” dalla miseria, rivelandosi piuttosto miti vissuti in termini tendenzialmente infiniti, ma strumentali ai fini persuasivi della comunicazione pubblicitaria. Si ha, in breve, un passaggio dal valore universale del messaggio proposto dal mito ad un valore particolare, limitato. I miti entrano a pieno titolo in ciò che Vattimo chiama il «conflitto delle interpretazioni», che coinvolge tanto le differenti forme di conoscenza (scientifica e narrativa) quanto l'agire etico e politico.¹⁰ Nel marasma comunicativo in cui la forma del messaggio si rivela più importante del suo contenuto,¹¹ i miti hanno cambiato la loro connotazione e da metafore di realtà trascendenti di valore etico, sociale, educativo, diventano semplici forme vuote da riempire a piacimento da parte del produttore del mito allo scopo di persuadere, illudere, corrompere il destinatario. Servendosi dell'immagine del “nuovo eroe” essi ricadono all'interno dei “riti della comunicazione”, dalla pubblicità ad internet, dal cinema ai reality, caricando l'immagine di significati resi “trascendenti” grazie alla mitizzazione formale del prodotto, della celebrità, dell'avvenimento.¹²

Ma cosa ha portato a mutare la nozione di mito da espressione di verità e valori trascendenti a mero strumento di persuasione? E soprattutto, cosa c'entra la pubblicità, la comunicazione commerciale, la televisione, se dobbiamo parlare della relazione tra filosofia e mito?

In realtà c'entra molto, poiché se la forma espressiva propria del mito ha perso il suo valore veritativo, senza perdere il suo carattere “evocativo”, ciò è dovuto ai mutamenti sociali e culturali avvenuti tra la seconda metà dell'Ottocento e il secondo dopoguerra e segnati da avvenimenti storici che hanno rimesso in discussione l'intero impianto teor-etico della filosofia occidentale e che hanno reso il linguaggio e le forme espressive, oltre che tema centrale della discussione filosofica del Novecento, anche elemento fondamentale per rendere merito dell'agonistica comunicativa che caratterizza le *démocraties médiatiques*.

Ciò che rende il linguaggio tanto importante quanto problematico è la crescente consapevolezza che esso sia “produttore” di sapere, in quanto nella dinamica comunicativa tra due soggetti subentra sempre il processo di interpretazione legato all'uso che del linguaggio si fa nei differenti contesti in cui ci si muove. Il significato delle parole non è più inteso come la loro capacità di indicare oggetti, cose, fatti, essenze; il significato della parola viene ricondotto alla *funzione* che essa riveste all'interno di un determinato gioco linguistico e non in un processo psicologico o esistenziale. È il *modo* in cui io utilizzo la parola che le attribuisce un certo

⁸ Kant parla dell'ideale come rappresentazione dell'idea di bello nella sua teoria sul giudizio estetico, ma non è affatto fuori luogo in questo caso, essendo l'idea di bello, insieme all'idea di vero e di bene un tema che il mito ha rappresentato spesso (Cf. I. Kant, *Critica del Giudizio*, Laterza, Roma-Bari 2005³, § 17).

⁹ R. Barthes, *Il mito, oggi*, in *Miti d'oggi*, Einaudi, Torino 1994, p. 205.

¹⁰ Cf. G. Vattimo, *Addio alla Verità*, Meltemi, Roma 2009, p. 26.

¹¹ Cf. M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare. Mass media e società moderna*, Net, Milano 2002, pp. 16-17: «“il medium è il messaggio”, perché è il *medium* che controlla e plasma le proporzioni e la forma dell'associazione e dell'azione umana. I contenuti, invece, cioè le utilizzazioni, di questi *media* possono essere diversi, ma non hanno alcuna influenza sulle forme dell'associazione umana».

¹² Una Mercedes diventa il simbolo della protesta sociale (GLK); il vincitore dell'isola dei famosi è il nuovo Ulisse, ecc.

significato.¹³

Utilizzare una parola significa usarla per comunicare qualcosa. E il *modo* di comunicare, ovvero il modo di usare la parola, è diventata la questione centrale nell'era della comunicazione di massa. Caratteristica peculiare dell'era postmoderna si rivela l'importanza sempre maggiore che ha assunto il sapere nella sua declinazione di "informazione" e il mutamento della sua componente comunicativa legata alla informatizzazione della società, alla omologazione dei media e in generale alla sempre maggiore uniformazione del linguaggio comunicativo.¹⁴ La omologazione dei *medium* comunicativi e la crescente importanza che essi hanno acquisito nelle società occidentali¹⁵ ha portato ad un progressivo appiattimento delle differenze fra i diversi saperi e all'estremizzazione del valore funzionale di essi al dominio sulla realtà e sugli altri. La partita non si gioca più nei distinti centri di sapere (conoscitivo, etico, politico, religioso), ma nell'arena comunicativa dei *medium* (in particolare tv ed internet), in cui l'uniformità del *medium* comunicativo prevale sulla differenza qualitativa delle informazioni, ovvero sul contenuto, evidenziandone solamente il valore *persuasivo* legato all'impatto emotivo che favorisce una immediata interpretazione di un fatto, avvenimento, fenomeno. In *La morte della pubblicità*, Bruno Ballardini afferma:

«In principio era il verbo. Poi il verbo si nascose e la persuasione divenne occulta. La mimesi operata dai primi comunicatori sovvertì completamente le regole del gioco. Non si trattava più di un rapporto basato, come intendeva la teoria della comunicazione, sull'innocente interazione fra emittente e ricevente. Nell'era della pubblicità, l'amore platonico fra i due attori principali della comunicazione si rivelò in realtà un *ménage à trois*. E tutt'altro che platonico».¹⁶

Questo nuovo contesto comunicativo coinvolge tutti i comparti della vita sociale, dalla religione alla politica; Geremek appunta che

«l'uomo politico, soggetto a regole della cultura dei media, dimentica ogni riferimento alla morale politica e alla qualità dell'argomento utilizzato. Di fatto, ecco la vera malattia: la voglia di piacere all'ascoltatore, all'elettore, al popolo. È una malattia incurabile».¹⁷

E proprio per tale voglia di piacere il politico ha bisogno di tecniche comunicative al fine di riuscire a rimanere nella memoria emotiva del destinatario, egli è quindi legato in linea diretta all'importanza che i tecnici e funzionari della comunicazione assumono per il suo scopo:

«Non si dimentichi mai – scrive Derrida – tutta la portata di questo segnale: quando un giornalista o un uomo politico sembra rivolgersi a noi, a casa nostra, guardandoci dritto negli occhi, egli (o essa) sta leggendo, sullo schermo, dettato da un "suggeritore", un testo elaborato altrove, in un altro momento, talvolta da altri, ossia da tutta una rete di

¹³ Cf. L. Wittgenstein, *Ricerche filosofiche*, Einaudi, Torino 1999, § 23. Ciò che realmente rende un segno "vivo", ovvero in grado di significare uno stato di cose, sostiene Wittgenstein, è l'uso che di questo segno se ne fa in un certo contesto (ivi, § 241).

¹⁴ Cf. J.-F. Lyotard, *La condizione postmoderna. Rapporto sul sapere*, Feltrinelli, Milano 2007, pp. 9 ss. Cf A. Touraine, *Critica della modernità*, il Saggiatore, Milano 1997.

¹⁵ Cf. K. R. Popper, *Una patente per fare tv*, in K. R. Popper, J. Condry, *Cattiva maestra televisione*, Edizione CDE, Milano 1996. Sul potere che ha assunto la televisione interessante è, fra gli altri, i lavori del filosofo e sociologo Jean Baudrillard, *Il delitto perfetto. La televisione ha ucciso la realtà?*, Raffaello Cortina, Milano 1996, e l'intervista di Bernard Stiegler a Jacques Derrida, *Ecografie della televisione* (Raffaello Cortina, Milano 1997).

¹⁶ B. Ballardini, *La morte della pubblicità. La stupidità nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Castelvecchi, Roma 1998³, p. 15.

¹⁷ DUBY e GEREMEK, *La storia e altre passioni*, a cura di Philippe Sainteny, Laterza 1993, pp. 162 ss.

redattori anonimi.»¹⁸

In questo contesto la discussione sul valore del mito e sulla forma espressiva che lo caratterizza assume una prospettiva differente, forse apparentemente meno “accademica”, ma di certo cogente per una riflessione sulla società d’oggi. Come vedremo, infatti, la “volontà di piacere” da parte dei politici, e il ruolo che i media rivestono in questo, si rivela strettamente connesso alla possibilità di legittimare una immagine attraverso l’espressione mitica.

La domanda sul ruolo che i media rivestono all’interno della relazione tra mito e filosofia rientra, allora, nella più ampia discussione che vede nell’abbandono di ogni pretesa veritativa – mitologica, filosofica, etica, religiosa, scientifica – la cifra caratteristica della postmodernità.

Nelle prossime pagine tenteremo di dimostrare attraverso un’esposizione storico-teoretica – che, premettiamo, sarà senz’altro lacunosa, a causa della volontà di cercare di dare un quadro il più possibile esteso in poche pagine – delle dinamiche e degli elementi che hanno coinvolto il valore del pensiero mitico dall’illuminismo sino all’avvento del nazismo e del fascismo e alla successiva diffusione della società dei consumi, è che la tentazione irrazionale del mito non appartiene, o almeno non appartiene esclusivamente, alla postmodernità, ma essa affonda le proprie radici in un “contesto” storico-socio-culturale cronologicamente precedente. Ne risulterà un’immagine dei miti postmoderni come conseguenza diretta della banalità del male che ha colpito l’occidente con il nazismo e il fascismo. Infatti, proprio l’uso che della narrazione mitica, grazie alla sua forma espressiva evocativa, ha permesso l’ascesa al potere e il dominio delle masse da parte dei sistemi totalitari nazista e fascista, e ad una delegittimazione del valore veritativo del mito. Ciò che con l’era postmoderna si è avuto, poi, è stata una mera strumentalizzazione della capacità evocativa del mito in seguito alla delegittimazione di ogni pretesa veritativa.

Il ruolo persuasivo del mito

Come abbiamo detto, compito principale del mito è di evocare realtà trascendenti, di indicare le essenze, le idee; nel suo ruolo di promotore di valori etici, esso cerca tramite l’immaginazione di persuadere della bontà di certi valori, del loro carattere universale.

Rimane che il mito è «un sistema di comunicazione», «un messaggio», «un modo di significare, una forma» espressiva, «una parola».¹⁹ Il mito si basa sulla parola, sulla comunicazione; in quanto sistema espressivo significativo, in quanto simbolo («[i] simboli – scrive Zimmer – portano la mente alla verità»²⁰), esso ha lo scopo di significare, ovvero rendere fruibile ciò che rappresenta, e nel caso della comunicazione mitica, quello di convincere sulla bontà e verità di tale messaggio. In breve, il mito deve *persuadere* il destinatario della verità che esprime.²¹ Per persuadere esso fa leva sugli elementi emotivi, sul carattere sensibile, sull’attrattiva delle immagini e delle parole, indicando attraverso di esse ciò che è imperscrutabile alla sola conoscenza logico-razionale. Travalicando i confini della logica esso stimola l’emotività, gioca con l’immaginazione, si serve dei sentimenti di piacere e dispiacere, di amore e odio, per dare corpo ad una rappresentazione che supera il concetto.

Prendendo a prestito da Schopenhauer la distinzione tra concetti dell’intelletto e idee della ragione, potremmo sostenere che il mito stimola l’intuizione dell’idea, la quale è mobile, plasmabile, priva di confini definiti. Il mito si ritrova ad essere l’unità trasformata in pluralità sensibile, esso è l’*unitas ante rem* «simile ad un organismo vivo, dotato di facoltà accrescitiva e

¹⁸ J. Derrida, B. Stiegler, *Ecografie della televisione*, cit., p. 4.

¹⁹ R. Barthes, *Il mito, oggi*, in *Miti d’oggi*, Einaudi, Torino 1994, p. 191. L’etimologia della parola riporta al greco *mythos*, parola, discorso, immagine.

²⁰ H. Zimmer, *Philosophies of India*, cit. p. 2.

²¹ Vorrei già parlare di consumatore del mito per rendere merito del mutamento che nell’era postmoderna ha assunto il destinatario. La spiegazione di questo mutamento avverrà nel corso della presentazione.

procreatrice». ²² Esso chiama in causa l'immaginazione, quella facoltà intermedia tra sensibilità e intelletto, giocando sul carattere sensibile per richiamare elementi di ordine concettuale. Come sostiene Cassirer, «[i]l mito non sorge unicamente da processi intellettuali, esso germina da profonde emozioni umane». ²³ Ciò non significa che il mito sia emozione, ma che esso è «l'espressione dell'emozione. L'espressione di un sentimento non è il sentimento stesso: è l'emozione trasformata in un'immagine». ²⁴ Ed è proprio questo elemento essenziale del mito che rende merito del carattere persuasivo: il mito infatti, dà forma al sentimento e all'ambiguità di ciò che non è esclusivo prodotto dell'intelletto, esso è l'espressione simbolica della reazione emotiva, una "oggettivazione" dei sentimenti. ²⁵

Ma proprio perché la forma mitica presenta il carattere dell'ambiguità, essendo rappresentazione di ciò che non può rientrare totalmente nei concetti per l'ineffabilità del messaggio che porta, essa si è vista derubare del suo valore veritativo con l'avvento dell'era dei lumi e la conseguente esaltazione della conoscenza scientifica come unico sapere certo e affidabile. L'ambiguità, infatti, è nemica dell'argomentazione logica, l'ambiguo sfugge alle strette maglie dell'intelletto e così facendo la sua interpretazione può essere duplice: elemento di "apertura" a ciò che va oltre il mondo degli oggetti fisici, o elemento di fuga dalla realtà, da una situazione che crea disagio, confusione, spaesamento perché non richiudibile negli stretti anfratti del concetto razionale e del linguaggio scientifico. Ed è proprio quest'ultima interpretazione di mito, che si lega, come vedremo poco oltre, al suo carattere di "tentazione" verso l'irrazionale, che ha dato il via al processo di delegittimazione del mito e di svuotamento dei suoi contenuti per liberarne l'uso strumentale della sua capacità evocativa.

Questo processo di delegittimazione del mito presenta a mio parere tre fasi: la prima risale all'avvento dell'illuminismo (il cui esempio paradigmatico è rintracciabile negli scritti di storia di Kant); la seconda trova le proprie cause proprio nella reale espressione irrazionalistica del mito che sistemi totalitari come fascismo e nazismo hanno promosso, servendosi della narrazione mitica come strumento di dominio e potere sulle masse; la terza fase fa riferimento alla conseguente disillusione nei confronti di qualsiasi pretesa di verità che qualsivoglia forma di sapere – narrativo, scientifico, mitico – ha subito a seguito degli esiti tragici della Seconda Guerra Mondiale e del boom economico che dagli anni cinquanta e sessanta ha introdotto nel mondo occidentale un nuovo modello culturale e un nuovo modo di intendere il progresso e il benessere.

Richiamandoci alle parole di Vidal, il quale afferma che il mito esige l'equilibrata reciprocità di linguaggio e messaggio per evitare la prevaricazione dell'uno sull'altro, possiamo teorizzare che con l'avvento dei sistemi totalitari nazisti e fascisti (le cui "mitologie" analizzeremo fra poco) l'equilibrio tra linguaggio e messaggio è saltato a favore di quest'ultimo, il cui fascino ha alimentato «mitologie complici» al dominio; mentre con la fine della seconda Guerra Mondiale e con il boom economico successivo il linguaggio ha preso il sopravvento sul messaggio, dando corpo a «mitologie balbuzienti». ²⁶

²² A. Schopenhauer, *Il mondo come volontà e rappresentazione*, Mursia, Milano 1991, p. 275. Va ovviamente tenuto conto che la distinzione schopenhaueriana, presa da Kant, risulta qui maggiormente fruibile ai nostri scopi poiché in essa l'idea risulta la sorgente dell'opera d'arte e, nel nostro caso, della narrazione mitica. La distinzione qui è strumentale a ciò che intendiamo delineare come capacità evocativa del mito, e non certo come espressione della volontà annihilante che Schopenhauer indica come origine del mondo.

²³ E. Cassirer, *Il mito dello stato*, Longanesi, Milano 1971, p. 88.

²⁴ Ibidem.

²⁵ Ivi, pp. 91-2. L'origine emotiva della simbolizzazione mitica affonda le sue radici nelle teorie psicologiche sull'origine della coscienza dall'emozione, a cui fa riferimento anche Cassirer. La discussione al riguardo è troppo ampia per poterla affrontare qui; in sintesi possiamo però indicarne l'origine nella teoria darwiniana dell'espressione delle emozioni e nella teoria di William James sulla base fisiologica della coscienza (Cf. W. James, *The Physical Basis of Emotion*, «Psychological Review», 1894, Vol 1, 516-529) a cui fa riferimento anche il neurologo Damasio (cf. A. R. Damasio, *Emozione e coscienza*, Adelphi, Milano 2000). Per la relazione tra emozione e mito vedi anche A. Carandini, op. cit., pp. 115-20.

²⁶ J. Vidal, *Il mito: linguaggio e messaggio di solidarietà universale*, cit., p. 26.

Il lume della ragione e il conforto dell'immaginazione mitica. Mito e storia tra illuminismo e romanticismo

Secondo l'antropologo Lévi-Strauss la causa della separazione tra pensiero mitico e pensiero scientifico è riconducibile al periodo tra XVII e XVIII secolo, periodo in cui si andava affermando l'idea che la conoscenza sensibile fosse fallibile e il prodotto dell'immaginazione ingannevole e che solamente la facoltà razionale che segue il metodo logico-deduttivo della geometria secondo il principio di causalità dei fenomeni osservati potesse garantire una conoscenza certa della realtà e che solo l'uso della ragione permettesse di emancipare dall'ignoranza e dall'errore.²⁷

L'idea di una emancipazione attraverso l'azione critica e illuminatrice della ragione si accompagnava alla consapevolezza storica della modernità come identità fra valore e novità, fra reale e razionale: l'idea che ciò che è nuovo è meglio e ciò che è meglio è frutto della ragione si accompagna all'idea necessaria del progresso nella storia. La stessa radicalizzazione del fattore tempo nel progresso finiva per accentuare, in una visione lineare e progressiva del procedere temporale – visione sorta propriamente con l'idea di salvezza escatologica del pensiero cristiano che rinvia la salvezza ad un oltre-il-tempo – l'idea stessa di *novum* in quanto migliore di ciò che precede.²⁸ Paradigmatico al riguardo è lo scritto kantiano, *Se il genere umano sia in costante progresso verso il meglio*, in cui il filosofo di Königsberg, formulando il progetto di una «storia predittiva» della «totalità degli uomini riuniti in società sulla Terra» rintracciava nella Rivoluzione francese il «segno storico» della tendenza dell'umanità verso il meglio.²⁹

Nuovi ideali si affermarono, quindi, tra il XVIII e il XIX secolo, parallelamente ad avvenimenti storico-culturali quali le rivoluzioni in America e in Francia e alla crescente industrializzazione dovuta allo spopolamento tra scienza e tecnica: l'emancipazione dell'essere umano dall'oppressione, la Repubblica come espressione del potere del Popolo, la Nazione come elemento di identificazione, l'affermazione dello Stato come soggetto che assume su di sé il compito di educare i propri cittadini, lo sviluppo economico come via di salvezza.

A questi fenomeni culturali si veniva affiancando anche una nuova idea della fede religiosa, che, proprio a seguito dell'esaltazione della capacità razionale dell'individuo umano veniva mutando la sua natura da oggetto di coercizione a prodotto di risorse interiori all'uomo stesso, quali la ragione e la coscienza.³⁰ Paradigmatico al riguardo fu l'introduzione, nel novembre 1793, a Notre-Dame del culto della *déesse Raison* e l'inaugurazione da parte di Robespierre, l'anno seguente, del culto dell'"Ente Supremo" come religione di Stato.³¹

²⁷ C. Lévy-Strauss, *Mito e significato*, cit., pp. 20-1.

²⁸ Cf. G. Marramao, *Potere e secolarizzazione*, Bollati Boringhieri, Torino 2005; Id., *"Idola" del postmoderno*, in *"Filosofia '87"*, Laterza, Roma-Bari 1988, pp. 163-181. Al progetto illuministico fa riferimento anche il termine "moderno" come riferimento a tutto ciò che segna il distacco con la cultura pre-illuministica. Sebbene il termine *Modernus* fosse utilizzato già nel medioevo per indicare con accezione negativa ciò che è recente in paragone alla superiorità degli *antiqui*, custodi di valori veri, originari e assoluti, già nel XII secolo Bernardo di Chartres, in un'immagine simbolica del rapporto fra antico e nuovo testamento poneva una novità che comporterà, nella sua progressiva secolarizzazione, l'introduzione del valore di un'accumulazione del sapere e della storia: *nanus positus super humeros gigantis*. Il cambiamento di prospettiva, il fatto che per quanto piccolo il moderno possa vedere più in là dell'antico proprio perché posto sulle sue spalle dà il via alla formazione di una autoconsapevolezza che porterà un cambiamento dell'accezione di moderno da negativa a positiva, da decadente a progressiva e di sviluppo.

²⁹ I. Kant, *Se il genere umano sia in costante progresso verso il meglio*, in *Scritti di storia, politica e diritto*, Laterza, Roma-Bari 2004, pp. 223-239.

³⁰ D. Outram, op. cit., p. 151.

³¹ M. Frank, *Il dio a venire*, Einaudi, Torino 1994, p. 126. Frank riporta, inoltre, che il 15 gennaio 1797 viene celebrata la prima funzione pubblica della "teofilantropia", «la nuova religione di Stato sostenuta dal direttorio: una cerimonia a base di discorsi edificanti destinati a toccare "naturalmente" il cuore dei fedeli».

Kant e la narrazione mitologica come "ristoro"

In questo quadro di cambiamenti storico-culturali e politico-sociali anche il sapere mitico venne inglobato all'interno di un quadro di razionalizzazione. In particolare, il mito intraprese un processo di mutazione che lo portò man mano a perdere il suo valore veritativo storico-sociale. Se in Giambattista Vico il sapere mitico si mostrava ancora prodotto dell'immaginazione collettiva e veniva considerato fonte di conoscenza storica, in quanto espressione della natura mitico-fantastica dei popoli primitivi,³² in Kant la narrazione mitica assunse l'accezione di narrazione romanizzata. In particolare, in scritti come *Idea per una storia universale dal punto di vista cosmopolitico* e *Inizio congetturale della storia degli uomini*, la narrazione mitico-religiosa, in quanto frutto della facoltà dell'immaginazione (facoltà delle intuizioni a priori), non riveste nessuna funzione conoscitiva, essa serve esclusivamente a "ristorare" dalle sofferenze necessarie del progresso. Essa serviva per legittimare l'idea razionale di progresso, i cui segni erano sì rintracciabili nelle narrazioni presenti nei testi sacri, ma la loro interpretazione poteva essere solamente frutto di congetture messe in atto dall'immaginazione e non di conoscenze certe basate sul metodo scientifico che legava l'effetto manifesto ad una causa necessaria. Le frasi congetturali dovevano, a dire di Kant, «presentarsi comunque come un esercizio concesso all'immaginazione, accompagnata dalla ragione, per il ristoro e la salute dell'anima».³³ E tale salute dell'anima era riferita al destinatario del racconto, e, in *prima facie*, al primo dei destinatari, l'autore stesso, il quale definiva il proprio scritto un «viaggio di piacere».³⁴

La congettura risultava una progressione dell'immaginazione che «riunisce senza concetto il materiale eccedente dell'esperienza naturale dell'uomo storico, offerto simbolicamente dal testo della Genesi e ipotizzato analogicamente dal racconto congetturale».³⁵ Effetto ne era il conforto etico. Così, Kant affermava in conclusione a *Inizio congetturale della storia degli uomini*:

«E allora il risultato della storia più antica degli uomini, tentata per mezzo della filosofia, è questo: *soddisfazione* nei confronti della provvidenza e dell'andamento delle cose umane nel loro insieme, andamento che non comincia dal bene per proseguire nel male, ma che si sviluppa gradualmente dal peggio al meglio».³⁶

Sembra qui esemplificato, a mio parere, un passaggio nella storia del mito da fonte sapienziale³⁷ a rifugio o, come lo chiama Kant, a strumento di «ristoro e salute dell'animo».³⁸ Il mito religioso della Genesi perde man mano il suo valore di narrazione storica,³⁹ mantenendo però

³² Vico identifica mito e poesia, includendo nella sapienza poetica tanto la metafisica e la logica, quanto la politica, la scienza fisica, l'astronomia, la geografia e la cronologia, limitando così, almeno in parte, la pretesa della ragione sulla possibilità di ridurre la conoscenza ad un «unico standard di verità, atemporale e assoluto, imposto dalla ragione» (A. Carandini, op. cit., p. 20. Vedi anche P. Rossi, *Introduzione* a G. Vico, *La scienza nuova*, BUR, Milano 2008, p. 33).

³³ I. Kant, *Inizio congetturale della storia degli uomini* [1786], in *Scritti di storia, politica e diritto*, cit., p. 103.

³⁴ Ivi, p. 104.

³⁵ Ivi.

³⁶ Ivi, p. 116. Corsivo mio.

³⁷ Come riporta Gianfranco Ravasi, il termine *mythoi* assumeva nelle lettere pastorali paoline una accezione negativa, come «invenzioni fantastiche, favole, creazioni prive di verità» che si contrappongono «all'annuncio cristiano nella sua autenticità fondata sull'evento storico e sulla testimonianza». L'ermeneutica biblica del Novecento, però, ha sdoganato l'idea del mito inteso come invenzione fantastica, attestando sempre più «la convinzione che il mito nel senso genuino del termine sia ben altro che favola o leggenda fantasiosa, bensì da considerare come una rappresentazione simbolica della realtà profonda del mondo, dell'umano e del divino» (G. Ravasi, *Mito e storia nel modo biblico*, in J. Ries (a cura di), op. cit., p. 107).

³⁸ Ivi, p. 103.

³⁹ Ritenendo che l'esercizio dell'immaginazione di congetturare con l'aiuto della ragione un inizio della storia basandosi sul racconto biblico non possa nemmeno paragonarsi «con quella storia che è stabilita e creduta come vero resoconto del medesimo evento, e la cui prova riposa su tutt'altri fondamenti da quelli della semplice filosofia della

il carattere di racconto allegorico che contiene un messaggio etico.⁴⁰

Paradossalmente, però, è proprio la funzione di conforto, di rifugio contro la sofferenza alla base del progresso umano attribuita al mito che contribuirà al mutamento da metafora di verità e di legame sociale a rifugio irrazionale dinanzi alla crisi dei valori promossi dalla modernità, divenendo così strumento di dominio politico.

Se assumiamo, infatti, l'idea di Malinowski secondo la quale i racconti mitici non sono né immaginari, né reali, ma rappresentano una realtà primordiale che determina «la vita attuale, i destini e le attività umane»,⁴¹ possiamo in modo analogo interpretare la narrazione della Genesi presa a riferimento da Kant come un racconto atto a giustificare l'idea illuministica del progresso dell'umanità verso il meglio attraverso l'uso della ragione. La differenza fondamentale, però, che caratterizza la funzione della narrazione del mito delineata da Kant rispetto alla funzione che essa riveste, secondo Malinowski, per le popolazioni primitive, sta proprio nell'azione kantiana di ricondurre la narrazione biblica a prodotto dell'immaginazione, la quale nel sistema kantiano è considerata una facoltà limitata rispetto alla capacità intellettuale di progresso della conoscenza vera – scientifica – e della ragione come facoltà le cui Idee permettono l'emancipazione etica dell'individuo.⁴²

Il romanticismo tedesco. La forza culturale del mito

Nel suo scritto del 1767 *Vom neuern Gebrach der Muthologie (Sul nuovo uso della mitologia)* Herder esponeva un'idea totalmente differente sul ruolo del mito, optando per la possibilità di un "uso euristico" della mitologia. Come scrive Manfred Frank, Herder rintracciò nei miti dell'antichità l'espressione di verità religiose e storiche e auspicò «una rielaborazione creativa del patrimonio storico tale che le rappresentazioni mitiche possano acquistare un nuovo significato e una nuova attualità». ⁴³ Herder rimaneva all'interno del pensiero illuministico ma apriva la strada ad una concezione romantica del mito nei termini di una nuova mitologia che riuscisse a dare delle origini alla cultura di lingua tedesca, non avendo ancora i tedeschi, un proprio Stato nazionale, al tempo in cui Herder scriveva.⁴⁴ Egli si muoveva all'interno di una ricerca delle radici mitologiche del popolo tedesco, di quella mitologia germanica che serviva a «dimostrare l'esistenza di una tradizione tedesca a cui anche le classi inferiori possano richiamarsi, contrapponendola alla tradizione greco-romana che era privilegio delle classi colte e dell'aristocrazia».⁴⁵

Ma Herder superava Kant anche in un altro punto: derivando la stessa ragione dalla facoltà

natura», Kant pone già un punto di discriminazione tra ciò che legittima il sapere del mito e ciò che legittima la conoscenza storica guidata dalla razionalità (Ivi, p. 103)

⁴⁰ G. Ravasi, op. cit., pp. 107-8: «È [...] indubbio che anche la Bibbia adotti un procedimento mitico, soprattutto nelle sue pagine iniziali ove è di scena la genesi del mondo e dell'umanità (Gn 1-11). È altrettanto indubbio che in questo percorso ideale essa attinga a materiali documentari mitici preesistenti e appartenenti alla cultura in cui è inserita: non si dimentichi che la Rivelazione ebraico-cristiana è di sua natura storia e "incarnata".» Ravasi sostiene anche, però, che nella Bibbia si registri ad una «demitologizzazione» del mito: «Non si ha più un tempo primordiale animato da dèi in contrasto, ma si configura un tempo "umano", normativo non in quanto è divino ma in quanto è originario, in quanto sorgente e spiegazione di quello che sostanzia l'intero arco della storia». (Ivi, p. 110).

⁴¹ B. Malinowski, *Il mito e il padre nella psicologia primitiva*, Newton Compton, Roma 1976, p. 18.

⁴² Scrive Malinowski: «Il mito in una società primitiva di selvaggi, vale a dire nella sua originale forma di vita, non è solo una storia raccontata ma una realtà vissuta. Non è invenzione, come potrebbe essere un romanzo, ma è realtà vivente, che si crede accaduta in tempi primordiali, e che perdura tanto da influenzare il mondo e i destini umani» (Ivi, p. 9. Corsivo mio).

⁴³ M. Frank, *Il dio a venire. Lezioni sulla nuova mitologia*, Einaudi, Torino 1994, p. 114. Il testo di Frank, e in particolare il capitolo dedicato ad Herder è utile per avere un quadro dello sviluppo del pensiero mitologico nella cultura romantica tedesca.

⁴⁴ Ivi, p. 122.

⁴⁵ Ivi, p. 123.

immaginativa⁴⁶ egli apriva la strada alla possibilità di creare una mitologia che facesse riferimento al presente e che considerava le origini mitologiche di un popolo (di una lingua) in continuità con l'attuale visione del mondo.⁴⁷ Per fare questo era necessario, quindi, percepire nella mitologia antica – e, nel caso di Herder, nella mitologia nordica – lo spirito della nazione, poiché «chi conserva lo spirito come tale non conserva il passato: fa un passo verso il “mondo futuro”»; richiamarsi al mito antico significava così «metter mano ad un'eredità che [avrebbe potuto] guidare anche le nuove generazioni verso l'esperienza di una coesione mitica e legittimante: di una legittimazione alla luce di un valore supremo».⁴⁸

Herder anticipò la concezione romantica del mito, a cui si legava anche un'idea della storia che si distanziava da quella illuminista. Se per gli illuministi i problemi della natura e i problemi storici dovevano essere affrontati con il solo metodo della ragione,⁴⁹ nella cultura romantica tedesca dell'Ottocento si andò sempre più affermando la concezione di uno studio della storia il cui metodo non ricalcasse quello delle scienze naturali; la storia non veniva intesa come un fenomeno unico, unitario e lineare, quanto piuttosto come molteplice e mutevole.

E se, come sostiene Cassirer, per i pensatori illuministi lo studio della storia era necessario per poter «preparare un migliore avvenire» per l'umanità, in cui un nuovo ordine sociale e politico si affermasse,⁵⁰ ciò che invece caratterizzava gli scrittori romantici era l'estrema importanza affidata alla realtà storica:

«I romantici amano il passato per il passato. Per loro, il passato non è soltanto un fatto, ma è anche uno degli ideali più alti. Questa idealizzazione e spiritualizzazione del passato è una delle maggiori caratteristiche del pensiero romantico. Ogni cosa diventa comprensibile, giustificabile, legittima non appena si possa risalire alle sue origini».⁵¹

Se i pensatori del Diciottesimo secolo vedevano nella storia una guida per l'azione, i romantici negavano qualsiasi autorità sopra la storia, poiché ritenevano la cultura umana «una “necessità più alta”», di carattere metafisico, secondo la quale «è lo spirito naturale che opera e crea inconsciamente».⁵²

Ed è proprio secondo questa concezione metafisica che, seguendo Cassirer, cambia il valore del mito rispetto all'illuminismo. Nel sistema dei filosofi romantici

«il mito diventa non soltanto un argomento del più alto interesse intellettuale, ma anche un oggetto di reverenza e venerazione. È considerato come la fonte della cultura umana. L'arte, la storia e la poesia hanno origine nel mito. Una filosofia che trascura o neglige questa origine viene dichiarata superficiale e inadeguata».⁵³

Non è possibile, però, ricondurre al romanticismo la nascita del concetto dello “stato totalitario”, proprio perché l'idea di nazione ha per gli scrittori dello *Sturm und Drang* un carattere romantico, prodotto dell'amore. Egli difende una concezione “totalitaria” dei romantici che fa riferimento esclusivo alla cultura umana e non alla politica.⁵⁴ Il “nazionalismo” dei romantici non era imperialistico, né di predominio di una cultura – quella tedesca – sulle altre culture:

⁴⁶ Ivi, p. 129.

⁴⁷ Ivi, p. 134.

⁴⁸ Ivi, pp. 135-36.

⁴⁹ A. Carandini, op. cit., p. 21.

⁵⁰ E. Cassirer, *Il mito dello stato*, cit., pp. 310-11

⁵¹ Ivi, p. 310.

⁵² Ivi, pp. 312-13.

⁵³ Ivi, p. 313. Testimonianza paradigmatica è l'opera di Schelling sulla *filosofia della mitologia*.

⁵⁴ Ivi, p. 315.

«La loro preoccupazione era quella di conservare, non di vincere. Cercavano, con un'estrema tensione di tutte le loro forze spirituali, di conservare la peculiarità del carattere tedesco, ma non intesero mai di imporlo e di farlo subire ad altri popoli».⁵⁵

Il nazionalismo romantico era «un prodotto dell'amore e non, come tante forme successive di nazionalismo, dell'odio».⁵⁶

Hegel. La sintesi tra romanticismo e illuminismo

La sintesi tra illuminismo e romanticismo viene indicata da Cassirer nelle lezioni di filosofia della storia di Hegel, in cui è possibile ritrovare le basi filosofiche dei totalitarismi a venire. Seguendo Cassirer, Hegel rintracciava due elementi che giocavano nell'attuazione delle azioni storiche: l'Idea e il complesso delle passioni umane in cui si esprime il sacro egoismo come principio "ideale" delle azioni storiche degli eroi. Come scrive Cassirer, tale idea dell'egoismo come principio di azione ribaltò la concezione tra Idea e individuo in quanto "agente" dello spirito del mondo: «le "idee" diventarono agenti degli individui, che sono i veri "capi"».⁵⁷

«il tragico destino di Hegel fu questo, che, inconsapevolmente, egli scatenò le forze più irrazionali che mai siano comparse nella storia sociale e politica dell'uomo. Nessun sistema filosofico ha tanto contribuito a preparare il fascismo e l'imperialismo quanto la dottrina dello stato di Hegel, dello stato come "idea divina quale esiste sulla terra"».⁵⁸

Questo tragico destino deriva, a mio parere, da un elemento che rappresenta appunto la sintesi migliore tra l'"eroe mitico" e il "soggetto" concepito da Hegel. Come questi affermava già nel 1802, solo quando si accetta che l'idea del limite è solo un momento del processo dell'idea, si può riuscire a superare tale limite.⁵⁹ Con la filosofia di Kant, Jacobi e Fichte, la soggettività veniva intesa come attaccamento al finito quale limite invalicabile, palesando il limite di una concezione puramente negativa dell'assoluto e dell'infinito poiché l'assoluto e l'infinito venivano definiti attraverso quello che non sono. Secondo Hegel, invece, soltanto dando alla filosofia l'idea della libertà assoluta, senza limiti, ovverosia accettando che l'idea del limite è solo un momento del processo dell'Idea, si poteva riuscire a superare tale limite e far risorgere la totalità suprema.

Ora, riferendo questa idea della soggettività come luogo di superamento del limite al suo capovolgimento in cui è lo stesso soggetto storico che rende l'idea agente ritroviamo quella esaltazione dell'eroe epico che agisce nella storia come guida e creatore della storia stessa.⁶⁰ Lo

⁵⁵ Ivi, p. 316.

⁵⁶ Ivi, p. 318.

⁵⁷ E. Cassirer, *Il mito dello stato*, cit., p. 455.

⁵⁸ Ivi, pp. 462-63. In un altro punto Cassirer sostiene: «Il bolscevismo, il fascismo e il nazionalsocialismo hanno disintegrato e fatto a pezzi il sistema hegeliano» (Ivi, p. 421).

⁵⁹ G. W. Hegel, *Fede e sapere o la filosofia della soggettività nella completezza delle sue forme come filosofia di Kant, di Jacobi e di Fichte*. in *Primi scritti critici*, Mursia, Milano 1981.

⁶⁰ Ritroviamo un'affermazione in linea con ciò che stiamo sostenendo anche negli Scritti teologici giovanili (Cf. E. Mirri, N. Vaccaro, in G. W. Hegel, *Scritti teologici giovanili*, Guida, Napoli 19 p. 41). Contro la riproducibilità che nega al soggetto la possibilità di una libera autodeterminazione, infatti, Hegel afferma: «L'uomo deve agire, operare, decidere da sé, non lasciare che altri agiscano per lui, se non è semplicemente una macchina». E paradigmatica a riguardo dell'opposizione tra la visione concettuale kantiana dell'agire umano e quella visione in cui il carattere sensibile del soggetto gioca un ruolo predominante nelle azioni morali, rimandiamo all'articolo di C. Cesa, cit., in cui egli afferma: «E' comunque certo che, assai per tempo, egli [Hegel] manifestò la sua perplessità nei confronti della separazione della 'pura moralità' dalla 'sensibilità', per passare poi ad una critica esplicita contro il dover-essere, espressione del 'dominio del concetto', che irrigidiva e aggravava tale separazione». Non possiamo ritrovare qui già quell'elemento soggettivo che caratterizzerà poi l'agire del soggetto storico?

stesso Lyotard, riprendendo in particolare l'hegeliano negativismo dell'ideale moderno di libertà, argomenta la politica del terrore propria del nazismo con la subordinazione delle istituzioni repubblicane legittimate dall'Idea di libertà alla legittimazione attraverso il mito. Infatti, sostiene Lyotard, la dialettica del singolare e dell'universale che Hegel ha dispiegato sotto il titolo della libertà assoluta non poteva che sfociare nel terrore, poiché per l'ideale della libertà assoluta ogni realtà data era sospettata di essere un limite: il terrore suppone che niente sia abbastanza emancipato.⁶¹ Il filosofo francese riconduce, quindi, il successo del mito nazista ad una vera e propria distorsione dell'idea illuminista di progresso.⁶²

Il mito della razza superiore promosso dal nazismo servì come autorità legittimante proprio perché in esso persisteva l'ideale dell'universalizzazione dei valori propri dell'Idea kantiana di progresso universale dell'umanità.

Il nazismo fece leva non tanto sulla purezza della germanità quanto sulla purezza dell'umanità intera, per cui il messaggio che il pensiero mitico nazista promosse non fu: "*Diveniamo ciò che siamo, Ariani*"; ma: "*Che tutta l'umanità sia ariana*".⁶³ L'elemento di universalità che caratterizza il mito venne strumentalizzato ai fini del dominio e dell'organizzazione delle masse.

La distorsione, però, è avvenuta proprio per il capovolgimento tra idea e soggetto indicato da Cassirer. Solo nel momento in cui il soggetto – il popolo tedesco – si identifica con l'assoluto esso ha la possibilità di distorcere le idee di progresso e di emancipazione a proprio favore. E solo nel momento in cui la guida, l'eroe assume in sé l'infinito, diventando sacro esso stesso, egli diventa guida delle masse.

Ma per fare questo, la legittimazione di un'origine mitica era necessaria, così come necessaria era l'evocazione propria del linguaggio mitico è fondamentale.

I miti moderni: Nazione, Razza, Popolo.

Di certo, il ruolo che il sapere mitico ha avuto negli accadimenti sociali e culturali, e negli avvenimenti politici e storici del Novecento hanno radici ben più profonde che non in un movimento filosofico-culturale quale quello del romanticismo. Così come tali avvenimenti non sono l'esclusivo prodotto dell'ideale di emancipazione promosso dall'illuminismo. Ciò che è accaduto nel Novecento è il prodotto di una immistione tra, da una parte l'applicazione degli ideali moderni e del metodo razionale applicato al sistema dello Stato, e dall'altra il carattere del nazionalismo romantico alimentato dal mito connesso alla prerogativa affidata ad un «linguaggio non di concetti, di "idee chiare e distinte", bensì di geroglifici, di simboli segreti e sacri».⁶⁴ L'esaltazione delle origini mitologiche dei tedeschi, connessa al carattere ambiguo ma prolifico che gli scrittori romantici rintracciavano nella narrazione mitica, hanno senz'altro offerto una base teorica alla narrazione mitica nazista. Possiamo dire che il carattere "ristoratore" del mito è diventato il "rifugio" per far fronte alle sofferenze, alla crisi culturale e sociale che l'idea di progresso e di sviluppo proprio dell'illuminismo aveva portato nel cuore dell'Ottocento.

Dalla seconda metà dell'Ottocento, infatti, si assistette ad una serie di cambiamenti tanto sul piano sociale e culturale, quanto su quello politico. In questo periodo gli stati subirono un cambiamento che vide un passaggio dal potere centralizzato nell'aristocrazia a un ampliamento di potere dei governi locali, gestiti da una piccola nobiltà di idee moderne e da una borghesia

⁶¹ J.-F. Lyotard, *Mémoire sur la légitimité*, in *Le postmoderne expliqué aux enfants*, Galilée, Paris 1986, pp. 70-71.

⁶² Secondo Cassirer, sebbene Hegel utilizzasse espressioni illuministiche come "progresso nella coscienza della libertà", i significati dei suoi termini sono completamente differenti: «né la parola "libertà", né la parola "progresso", e nemmeno la parola "coscienza", significavano la stessa cosa nel sistema kantiano e in quello hegeliano» (E. Cassirer, op. cit., p. 457).

⁶³ J.-F. Lyotard, *Mémoire sur la légitimité*, cit., p. 84.

⁶⁴ E. Cassirer, op. cit., p. 314. Dello stesso parere è Frank, il quale afferma che il recupero della mitologia germanica è sì accompagnato da un sentimento nazionale, ma non nazionalistico (Cf. M. Frank, op. cit., p. 123).

ambiziosa e colta; con l'industrializzazione, poi, le stesse masse cominciarono ad entrare in politica e dalla fine dell'Ottocento si formarono i primi partiti socialisti e di associazioni sindacali. L'industrializzazione portò con sé anche la nascita di nuove potenze, come gli Stati Uniti, il Giappone, la Germania, con la conseguente ulteriore variazione degli assetti tradizionali che l'Europa aveva tentato di mantenere saldi, assetti in cui Gran Bretagna e Francia erano state le massime potenze industriali e coloniali.

Come possiamo ben immaginare, però, ogni periodo di cambiamento porta con sé non solo nuove idee e modi di agire e di pensare, ma anche e soprattutto un periodo di grande confusione, una sensazione di smarrimento, di perdita di valori riconosciuti ancora validi da alcuni e rinnegati come obsoleti da altri (a riguardo i romanzi di Dostoevskij, di Stendhal, di Musil, credo disegnino bene il quadro socio-culturale, e in qualche modo psicologico, di questa crisi). I cambiamenti susseguitesì in pochi decenni fra la seconda metà dell'Ottocento e i primi decenni del Novecento si accompagnarono ad una profonda crisi sociale, culturale, valoriale. Se per un certo avanguardismo culturale solo il nuovo veniva inteso come positivo, per un'altra parte della società e dell'arte i primi decenni del ventesimo secolo assistettero al rafforzamento di una «profonda sensazione di *fin de siècle*» e da un forte «senso della perdita: dell'innocenza, delle certezze morali, dei valori sociali, della solidità culturale.»⁶⁵

La prima guerra mondiale aggravò ulteriormente il malessere e la confusione, oltre ad alimentare un grande senso di delusione nei confronti degli ideali di miglioramento ed emancipazione della società; tanto che, sebbene nel 1919 con la conferenza di pace di Parigi venne suggellata la fine della guerra e vennero dichiarati come obiettivi comuni gli ideali di pace e di sicurezza internazionale, la speranza di un futuro migliore si rivelò più illusoria che reale. La Grande guerra venne infatti accolta da alcuni intellettuali come una purificazione, un annientamento di vecchi valori che avrebbe sgomberato la strada per l'avvento dei nuovi, sulla scia del rinnovamento auspicato da Nietzsche (l'esercito tedesco, scrive sempre Overy, si era premunito di migliaia di copie di *Così parlò Zarathustra* da distribuire agli ufficiali di leva),⁶⁶ ma nella realtà le sue conseguenze si mostrarono nelle inquietudini sociali, nella stagnazione economica e nelle conflittualità politiche, oltre che culturali.

A seguito della sconfitta di Germania e Austria-Ungheria nel 1918 si assistette ad una frammentazione dei loro stati in una moltitudine di entità che rifletteva le divisioni etniche della regione. Nuove forze politiche subentrarono alle vecchie dinastie aristocratiche e di conseguenza anche i vecchi ordini sociali e politici crollarono. Il conflitto portò con sé anche la fine della crescita economica legata ad una cooperazione internazionale: subentrò un periodo di crisi finanziaria legata a debiti di guerra, inflazione e tassazioni onerose.⁶⁷

Questi disagi si manifestarono in maniera ancor più palese nella scienza, nell'arte, nella filosofia. La scienza subì una duplice e ancor più importante variazione: da un lato, il culto "scienziata" della razionalità e dei metodi scientifici che con il Positivismo aveva alimentato la convinzione che la scienza potesse risolvere tutti i problemi, anche quelli politici, sociali ed etici, entrò in crisi sin dagli inizi del Novecento, soprattutto grazie a scoperte come la teoria della relatività di Einstein, la nuova meccanica quantistica, la teoria del caos, la teorizzazione del

⁶⁵ R. Overy, *Crisi tra le due guerre mondiali. 1919-1939*, Il Mulino, Bologna 2009, p. 9.

⁶⁶ Cf. F. Nietzsche, *Crepuscolo degli idoli*, Adelphi, Milano 1983, p. 114: «Che cos'è infatti la libertà? [...] Libertà significa che gli istinti virili, gli istinti che gioiscono della guerra e della vittoria, hanno la signoria su altri istinti, per esempio la "felicità". L'uomo divenuto libero, e tanto più lo spirito divenuto libero, calpesta la spregevole sorta di benessere di cui sognano i mercantucoli, i cristiani, le mucche, le femmine, gli Inglesi e altri democratici. L'uomo libero è *guerriero*».

⁶⁷ Al riguardo Overy offre una illuminante analisi del ruolo che la recessione economica degli anni '30 ha giocato sul fallimento diplomatico che ha portato alla seconda guerra mondiale (Cf. R. Overy, *Le origini della seconda guerra mondiale*, il Mulino, Bologna 2008, in part. pp. 55-80).

principio di indeterminazione di Heisenberg e i teoremi di incompletezza di Gödel.⁶⁸ L'altro aspetto della variazione della scienza ne vide il connubio con la tecnica, i cui frutti furono una serie di innovazioni e rivoluzioni industriali, fra le quali l'automobile, l'aeroplano, i grattacieli di acciaio, calcestruzzo e vetro.

Anche i fenomeni artistici, culturali, filosofici, oscillavano tra l'esaltazione del *novum*, della ricerca, della sperimentazione, dell'innovazione e la sensazione di disagio riguardo a strutture logico-concettuali non più in grado di interpretare la realtà. L'arte moderna, come scriverà in seguito De Micheli, trovò la propria causa nella rottura dell'«unità spirituale e culturale dell'Ottocento»;⁶⁹ si sperimentarono nuove forme di espressione, si scandagliarono i recessi dell'inconscio e si esaltarono le potenzialità dell'irrazionale e dello spontaneismo (pensiamo all'*élan vital* di Bergson o in arte ai Surrealisti, a Picasso, a Dalí, fra i tanti), tutto contro un razionalismo illuminista che invece promuoveva una civiltà linearmente e progressivamente in crescita.⁷⁰

Ricordiamoci inoltre che *Essere e Tempo* di Heidegger vide la luce nel 1927, nel pieno di questo periodo di crisi, con la nota denuncia dell'inadeguatezza del pensiero metafisico a rispondere alla questione fondamentale sul fondamento, inadeguatezza dovuta proprio alla volontà della metafisica di racchiudere anche il fondamento ultimo della realtà all'interno delle proprie maglie logico-concettuali. Ma se Heidegger esprimeva nel limitato mondo accademico questo senso di inadeguatezza e di incompiuto, grande diffusione e successo trasversale ebbe invece una delle opere più significative sulla crisi del vecchio continente: *Il tramonto dell'Occidente* di Oswald Spengler.⁷¹ Oltre che per il grande successo dovuto all'eterogeneità dei lettori, tale opera è significativa anche e soprattutto per un aspetto che ha portato Cassirer a paragonarla ai trattati di astrologia del medioevo: il motivo mitico del fatalismo che in essa si veniva a delineare. Sebbene, infatti, *Il tramonto dell'occidente* facesse eco ad un reale disagio sociale diffuso, la sua prospettiva quasi profetica, che predeterminava la storia attraverso la previsione, chiaramente “congetturale”, predittiva, del futuro dell'occidente, portava ad interpretare la storia, «il cadere delle civiltà», in modo indipendente «dalle cosiddette leggi di natura».⁷² Si trattava quindi della previsione di un “filo conduttore” con un atto mistico, insondabile da concetti astratti, scientifici o filosofici.⁷³

Fra le due Guerre si presentavano quindi contrasti sociali e di idee per quanto riguarda il futuro dell'umanità; l'innovazione culturale veniva vista, in maniera contrastante, sia come liberatoria e

⁶⁸ Sebbene i lavori di Heisenberg e di Gödel vedano la luce negli anni venti e trenta le loro elaborazioni partono da problemi teorici e metodologici che affondano le proprie origini a cavallo tra la fine del XIX e gli inizi del XX secolo.

⁶⁹ M. De Micheli, *Le avanguardie artistiche del novecento*, Feltrinelli, Milano 2004, p. 9. Interessante a riguardo è una frase di Goethe a Eckermann riportata dallo stesso De Micheli, frase che esprime in maniera apodittica di concepire gli ideali del progresso umano fondato su idee di emancipazione rispetto alla crisi di legittimazione di tali idee e il ritorno al soggetto singolo: “Tutte le epoche in regresso e in dissoluzione sono *sogettive*, mentre tutte le epoche progressive hanno una direzione *oggettiva*”. (p. 13) Sulla linea goethiana Kandinski affermava: “Quanto più questo mondo diventa spaventoso (com'è appunto il mondo d'oggi) tanto più l'arte diventa astratta, mentre un mondo felice crea un'arte realistica”. (V. Grohmann, *Kandinsky*, Il saggiatore, Milano 1959, p. 28).

⁷⁰ L'evoluzione darwinista avrà, invece, un risvolto molto più problematico sia per la diatriba tra creazionisti ed evolucionisti, sia, in termini filosofici, per una messa in discussione delle antiche categorie concettuali aristoteliche e scolastiche.

⁷¹ Longanesi, Milano 1978.

⁷² E. Cassirer, *Il mito dello stato*, cit., p. 490.

⁷³ Potremmo qui rintracciare il riferimento al Kant delle *Idee per una storia universale dal punto di vista cosmopolitico*, per quanto, però, un elemento differenziante essenziale divide le due prospettive predittive: Kant nella Rivoluzione francese vedeva un segno storico dell'idea del progresso e dell'emancipazione dell'essere umano, aveva quindi una visione ottimistica; Spengler, invece, era «un profeta del male» (ivi, p. 492). Tale pessimismo non risponderà, però, nemmeno ai capi politici promotori del nazismo, i quali ispireranno nel popolo tedesco le speranze di un futuro vittorioso.

intrisa di fini sociali, come movente di reazione sociale, di resistenza a forme di dominio, sia come simbolo di degenerazione, di caos, di distorsione, come ad esempio la ritraeva Hitler negli anni Trenta.⁷⁴ Allo stesso modo le idee di Nazione e di Popolo, promosse dall'illuminismo si ritrovavano oggetto di disquisizioni che rendevano la possibilità della loro strumentalizzazione pericolosamente attuale. Ritroviamo così scritto nel *Mein Kampf* di Hitler:

«Oggi moltissime cose che nei loro obiettivi essenziali divergono enormemente vengono comunemente denominate “nazionale”. [...] Il concetto di “nazionale” appare impostato in modo poco chiaro, aperto a varie interpretazioni e dal significato pratico praticamente senza limiti perlomeno quanto la parola “religioso”. Anche questa parola difficilmente riesce a rappresentarci qualcosa di preciso sia nel senso spirituale che nell'azione vera e propria. La parola “religioso” diviene limpida e finalmente comprensibile solo se la uniamo a una certa forma d'azione».⁷⁵

E proprio questo caos veniva visto da alcuni, soprattutto da poteri imperanti o in corsa per il governo, come tutto ciò che di distorto e decadente apparteneva alla modernità: la rivolta culturale promossa dalle avanguardie artistiche veniva tacciata come il frutto di una degenerazione della civiltà.

In breve, la crisi che aveva preso il via nella seconda metà dell'Ottocento trovò il proprio apogeo nel periodo fra la prima e la seconda guerra mondiale, periodo in cui ad un internazionalismo pacifista à la Kant venne opposto il nazionalismo sfrenato; accanto a democrazia e giustizia sociale si sviluppò un rigido autoritarismo controrivoluzionario; ad un materialismo legato al simbolo della velocità e ai nuovi prodotti dell'industrializzazione si affianca un'esasperata ricerca di ripristino dei valori spirituali tradizionali.⁷⁶

Il mito nel nazismo

In questo contesto di grande confusione sociale, culturale, spirituale, di identità, il pensiero mitico, nella sua capacità di simboleggiare verità e principi morali trascendenti, venne strumentalizzato al fine di dominare politicamente e organizzare le masse. È paradigmatico al riguardo notare che sia il nazismo che il fascismo sono stati i primi movimenti politici del XX secolo a strumentalizzare la forma di sapere mitico al servizio dell'ascesa al potere, consacrandolo «come forma superiore di espressione politica delle masse e fondamento morale per la loro organizzazione».⁷⁷

⁷⁴ Nel *Mein Kampf* Hitler affermava: «Quanto più illogiche sono le condizioni di uno Stato, tanto più astruse, artefatte, inspiegabili sono le definizioni del fine a cui mira. Che poteva scrivere ad esempio un imperiale regio professore sul significato e sul fine di uno Stato in un paese la cui organizzazione statale rappresenta il più grande fallimento del ventesimo secolo?» (A. Hitler, *Mein Kampf (La mia battaglia)*, La Lucciola editrice, Varese 1992, p. 14).

⁷⁵ Ivi, p. 8.

⁷⁶ R. Overy, op. cit., p. 20: «L'idea di progresso come qualcosa in qualche modo di inarrestabile e prestabilito fu moralmente annientata negli anni Venti».

⁷⁷ E. Gentile, *Partito, Stato e Duce nella mitologia e nella organizzazione del fascismo*, in K.D. Bracher e L. Valiani (a cura di), *Fascismo e nazionalsocialismo*, Il Mulino, Bologna 1986, p. 268. Wolfgang Altgeld fa discendere l'ideologia del nazionalsocialismo dalla corrente ideologica definita attorno al 1900 *völkische* (nazionalistico-popolare), sviluppatasi come variante più radicale della “coscienza particolare” tedesca, le cui origini sono da rintracciare: nella debolezza del ceto borghese nel processo di modernizzazione iniziato con l'illuminismo a causa dell'arretratezza economica della Germania rispetto all'Europa occidentale, e alla correlata importanza del ruolo svolto dall'elemento colto presente all'interno della classe borghese; nella frammentazione politica e nella divisione religiosa della Germania; «nella particolare posizione intellettuale rispetto al rapporto tra Stato, società e individuo – o anche: rispetto al rapporto di autorità e libertà – che, può venir inteso quale risultato della consapevole dipendenza dal potere illuminato ed innovatore dello Stato, nonché nell'elaborazione del concetto di “nazione culturale” (*Kulturnation*), in opposizione alla frantumazione politica e ai contrasti religiosi»; «nella ripresa di queste posizioni politico-spirituali di

Riprendendo la citazione dal *Mein Kampf* di Hitler, notiamo che l'idea di Nazione venne affiancata all'idea di Religione e con un'argomentazione analogica venne legittimata l'idea di Nazione come verità trascendente, al pari dell'Essere Supremo a cui la religione fa riferimento:

«La fede innalza l'uomo al disopra della vita animale e coopera a fortificare ed assicurare l'esistenza. Si privi la odierna umanità dei principi religiosi ed etici, rinvigoriti dalla sua comunicazione, ed aventi per essa il valore di dottrina pratica. Togliendo l'educazione religiosa senza sostituirle niente di eguale valore ne conseguirà un danno profondo alle fondamenta dell'esistenza. Si può decretare che non solo l'uomo vive per essere soggetto ad ideali superiori ma questi stessi ideali danno la base della sua esistenza umana. E così il circolo si chiude. Come ben s'intende già nel termine vago di "religioso" si trovano alcuni contenuti o idee fondamentali, per esempio quella dell'indistruttibilità dell'anima, della sua eternità, dell'esistenza di un Essere Supremo, ecc. Ma queste idee, per quanto persuasive per l'uomo, sono soggette ad una attenta considerazione dell'uomo stesso e al dubbio se accettare o respingerle, fin quando il presentimento o la comprensione sentimentale non assumono il vigore di una fede che esclude ogni contraddizione. Questo è il primo fra i fattori di lotta che apre un varco nell'ammissione di principi religiosi e facilita il compito.

Senza una fede decisamente contenuta entro certi limiti, la religiosità imprecisa e multiforme non solo non avrebbe valore per la vita umana, ma porterebbe, quasi sicuramente, al caos generale.

Ciò che accade per il concetto "religioso" accade anche per il concetto "nazionale". Anche in questo si trovano le idee di base. Ma esse, anche se di grande valore, sono, per il loro aspetto, determinate in modo così vago da non superare il valore di una supposizione, se non vengono inquadrare all'interno di un partito politico. [...] solo quando la brama ideale all'indipendenza viene resa adatta alla lotta e organizzata in potenza militare, solo allora la volontà di un popolo può trasformarsi in meravigliosa realtà.

[...]

Con le idee generali si deve formare un programma politico, con una vaga concezione del mondo una decisa fede politica». ⁷⁸

Questa lunga citazione è essenziale per capire il modo in cui l'idea di Nazione e di Popolo vennero rese idee "supreme", trascendenti, la cui origine non risiedeva nella ragione ma oltre essa. E richiamandoci ora nuovamente alle riflessioni sul ritorno del mito con il romanticismo, scopriamo che l'ambivalenza tra ragione illuminista e mito romantico trovava la propria sintesi nell'espressione in chiusura delle succitate parole di Hitler: «Con le idee generali si deve formare un programma politico, con una vaga concezione del mondo una decisa fede politica». La *fede* politica era promossa da una vaga "concezione del mondo" o *Weltanschauung*. La coniazione di tale termine viene da Wolfgang Altgeld ricondotta ai rappresentanti tedeschi della *Lebensphilosophie* (la filosofia della vita), la quale rintracciava nella capacità intuitiva ed istintiva, l'unica via per raggiungere la sola vera conoscenza della vita e delle sue leggi. Ed è nel «fondamento irrazionale di questo concetto di verità» che Altgeld colloca l'invito rivolto a tutti i tedeschi di «rinunciare ad un'oggettività comunque non realizzabile e a prendere consapevolmente posizione in favore di una *Weltanschauung* nazionalsocialista». ⁷⁹

Rintracciamo allora nelle parole di Hitler anche l'altro carattere che rendeva merito invece del valore attribuito alla razionalità proprio dell'epoca illuminista, ovvero il richiamo alle idee generali, il ricorso ad una pratica politica rappresentata dal partito nazionalsocialista che applicava in modo

fondo all'interno della discussione attorno alla Rivoluzione francese e poi, soprattutto, nella lotta contro l'egemonia francese e il dominio straniero durante l'epoca napoleonica» (W. Altgeld, *L'ideologia del nazionalsocialismo e i suoi precursori*, in K.D. Bracher e L. Valiani (a cura di), *Fascismo e nazionalsocialismo*, cit., pp. 162-63).

⁷⁸ A. Hitler, op. cit., pp. 8-9.

⁷⁹ W. Altgeld, op. cit., p. 141.

razionale e sistematico le idee generali, rendeva possibile l'attuazione della visione del mondo promossa dalla fede attraverso una organizzazione razionale dello stato:

«Questa fede, poiché la sua meta deve essere conseguita realmente, non dovrà soltanto essere soggetta all'idea in sé ma interessarsi anche dei mezzi di lotta che già esistono per portare quest'idea alla vittoria, e che devono essere usati.

[...] All'uomo che ricerca la verità deve unirsi l'uomo che ha piena cognizione della psiche del popolo per trarre dal regno della verità perpetua e dell'ideale ciò che è umanamente possibile a noi poveri mortali, e formarlo.

La trasmutazione di un'idea vaga, di una concezione del mondo precisa, in una comunità di individui che credono e che combattono, circoscritta con esattezza, severamente organizzata, unità di animi e di desideri, è il compito più rilevante: perché soltanto dalla precisa soluzione di questo problema deriva l'eventuale vittoria».⁸⁰

I mezzi di lotta erano il partito, le elezioni, il governo dello Stato tutti mezzi nati nel cuore dell'illuminismo. E la stessa idea di Natura assumeva agli occhi di Hitler il valore trascendentale sottostante il progresso dell'umanità e la scala gerarchica tra le razze. Ne risultava un'«idea nazionale razzista» che «[r]iconosce il bisogno di idealizzare l'umanità, vedendo solo in questa idealizzazione la base della vita dell'umanità stessa».⁸¹ La nazione, che abbiamo visto essere comparata alla religione, si ritrovava così identificata con la razza.⁸² Come dichiarò anche il Delfino di Hitler, Rudolf Hess, «Il nazionalsocialismo non è altro che una biologia applicata».⁸³ Ma una biologia che si radicava nel mito, che, come sostengono anche Édouard Conte e Cornelia Essner, trovava la propria ragion d'essere nella necessità di

«ripristinare un ipotetico stato originario di purezza e perfezione. Un ponte siffatto tra passato mitico e ritorno auspicato necessitava di una rappresentazione lineare della continuità della razza, la quale trovava espressione nel rifiuto di qualsivoglia mescolanza con “sangue non ariano”. La preservazione di un'ininterrotta “catena degli avi” rinviava a una duplice prospettiva: da un lato all’“eternità del prezioso sangue nordico”, dall'altro a divieti matrimoniali su base genealogica, in quanto garanti della “purezza del sangue”».⁸⁴

⁸⁰ A. Hitler, op. cit., pp. 9-10.

⁸¹ Ivi, p. 11.

⁸² «Uno Stato può essere ritenuto perfetto se corrisponde allo stato di vita della nazione che deve rappresentare e se, in realtà, proprio con la sua esistenza, conserva in vita quella nazione; qualunque sia il valore culturale di questo Stato riguardo al resto del mondo. [...] Invece si può dichiarare cattivo uno Stato, anche se di un elevato grado di civiltà, che ritenga finito il compito di portatore di questa civiltà nel suo ordinamento razziale. [...] Lo Stato non è un contenuto ma una forma» (Ivi, p. 21). È essenziale notare anche che le idee razziali del nazismo trovavano ampi riferimenti, tanto nella biologia quanto nell'antropologia. In particolare Louis Bolk, anatomista olandese, aveva teorizzato negli anni '20 il principio dell'evoluzione dell'uomo dal feto del primate. In breve l'essere umano sarebbe un primate non sviluppato, il risultato di una *fetalizzazione*. Tale teoria, ripresa anche da Lacan, viene normalmente indicata con il termine di “neotenia” (cf. L. Bolk, *Il problema dell'ominazione*, DeriveApprodi, Roma 2006). Questa teoria è stata però strumentalizzata da Arnold Gehlen per sostenere la superiorità della razza bianca. Come scrive sempre Altgeld: «il passaggio [...] dalle definizioni “pseudo-idealistiche” della diversità degli ebrei alle definizioni razzistico-biologiche, avvenne non solamente sullo sfondo generale della scientificizzazione nel senso delle scienze naturali dell'immagine del mondo, ma anzi proprio quale risultato della ricerca di motivazioni sempre più profonde della irriducibile diversità!» (W. Altgeld, op. cit., p. 167). Non possiamo, ovviamente, non citare l'opera di Gobineau nella quale la storia veniva ricondotta alla storia del conflitto tra le razze (cf. J. A. de Gobineau, *Essai sur l'inégalité des races humaines* (1853) - http://classiques.uqac.ca/classiques/gobineau/essai_inegalite_races/essai_inegalite_races.html).

⁸³ Queste parole di Rudolf Hess esprimono la convinzione che la soluzione in termini biologici alla questione della razza ha permesso di radicare la legislazione al riguardo dei non-ariani nella natura, per rivendicare la sacralità del sangue ariano (al riguardo cf. É. Conte, C. Essner, *Culti di sangue. Antropologia del nazismo*, Carocci, Roma 2000, in part. pp. 83-106).

⁸⁴ É. Conte, C. Essner, *Culti di sangue*, cit., p. 15.

D'altronde, le origini mitologiche erano presenti nel culto che i promotori dell'ideologia nazista avevano per il *Mein Kampf* di Hitler, manifesto della razza ariana, e considerato un testo sacro, «una bibbia» da studiare quasi a memoria.⁸⁵ Oltre al manifesto di Hitler, un'altra opera era un riferimento essenziale per i nazisti: il libro di Alfred Rosenberg, *Der Mythos des zwanzigsten Jahrhunderts (Il mito del XX secolo)*, nella quale, l'autore auspicava il ritorno alle origini pagane del popolo Tedesco, definendo il nazismo il “mito del sangue”.⁸⁶ Di questo mito Hitler era considerato l'eroe, anzi una divinità infallibile. Ritroviamo ancora il paragone tra religione e politica espresso con un'analogia tra il Papa cattolico e il *Führer* nelle parole di Hermann Göring, politico e militare nazista:

«Come il cattolico è convinto dell'infalibilità del Papa in tutte le questioni morali e religiose, così noi nazionalsocialisti dichiariamo, con la stessa convinzione interiore, che il *Führer* è assolutamente infallibile in tutte le questioni politiche o che comunque riguardano l'interesse nazionale e sociale del popolo».⁸⁷

O ancora, nel discorso pronunciato il 10 febbraio 1937 dal capo del Fronte tedesco del lavoro (DAF), Robert Ley:

«Adolf Hitler! Siamo legati solo a te! In questa ora vogliamo rinnovare il nostro giuramento: su questa terra noi crediamo solo in Adolf Hitler. Noi crediamo che in nazionalsocialismo sia l'unica fede portatrice di salvezza per il nostro popolo. Noi crediamo che esista un Signore Iddio che ci ha creati, che ci guida, che ci orienta e ci benedice apertamente. E noi crediamo che questo Signore Iddio ci abbia inviato Adolf Hitler affinché la Germania divenga un fondamento per l'eternità».⁸⁸

Una nuova fede sostituisce la fede delle chiese protestante e cattolica. Come scriveva Rosenberg, «al posto della concezione del mondo giudeo-romana si eleva la professione di fede dell'anima nordico-occidentale, aspetto interiore dell'uomo germanico-tedesco, della razza nordica».⁸⁹ Di questa nuova fede l'eroe indiscusso, il semi-dio, era rappresentato dal *Führer*.

Il mito nel fascismo

Scrivendo nel 1928 Julius Evola, controverso filosofo e esoterista e collaboratore della rivista *Dottrina fascista* e della “Scuola di mistica fascista”:

«L'attuale “civilizzazione” d'Occidente è in attesa di rivolgimento sostanziale, senza il quale essa è destinata, prima o dopo, a fracassarsi la testa.

Essa ha realizzato la *perversione* più completa dell'ordine razionale delle cose.

Regno della materia, dell'oro, della macchina, del numero, in essa non vi è più respiro, né libertà, né luce.

L'occidente ha perso il senso del comandare e dell'obbedire.

⁸⁵ B. Von Schirach, *Die Hitlerjugend*, Berlin 1934, p. 17. Citato in W. Altgeld, op. cit., p. 145.

⁸⁶ A. Rosenberg, *Der Muthus des 20. Jahrhunderts : Eine Wertung der seelisch-geistigen Gestaltenkämpfe unserer Zeit*, Hoheneichen, Munchen 1933.

⁸⁷ H. Göring, *Aufbau einer Nation*, Berlin 1934, pp. 51 ss; cit. in W. Altgeld, op. cit., p. 145. Giorgio Galli riconduce a motivazioni di ordine esoterico e rituale le scelte decisive dei vertici nazisti. Cf. G. Galli, *Hitler e il nazismo*, BUR, Milano 2005. Vedi anche R. Alleu, *Le origini occulte del nazismo. Il Terzo Reich e le società segrete*, Edizioni mediterranee, Roma 1989.

⁸⁸ Citato in É. Conte, C. Essner, op. cit., p. 26.

⁸⁹ Citato in É. Conte, C. Essner, op. cit., p. 35. Vedi anche ivi, pp. 227-28.

Ha perso il senso della Contemplazione e dell’Azione.

Ha perso il senso dei valori, della potenza spirituale, degli uomini-iddii.

Non conosce più la natura. Questa non è più, per l’Occidentale, un corpo vivente fatto di simboli, di Dei e di gesti rituali – una armonia, un *cosmos* in cui l’uomo si muova libero, come “un regno in un regno”: essa è invece decaduta in una esterioresità opaca e fatale, di cui le scienze profane cercano di ignorare il mistero con piccole leggi e piccole ipotesi.

Non conosce più la *Sapienza* [...], la superba realtà di coloro in cui l’idea si è fatta sangue, vita, potenza. Ad essa è subentrata la retorica della “filosofia” e della “cultura”, il regno dei professori, dei giornalisti, degli *sportsmen* – lo schema, il programma, il proclama; ad essa è subentrata la contaminazione sentimentale, religiosa, umanitaria, e la razza di coloro che si agitano schiamazzando e corrono ebbri esaltando il divenire e la “pratica”, perché il silenzio e la contemplazione fanno loro paura.

Non conosce più lo Stato: lo Stato-valore, l’Imperio, come sintesi di spiritualità e di regalità, quale rifulse in Cina, in Egitto, in Persia, in Roma, è stato sommerso nella miseria borghese di un trust di schiavi e trafficanti.»⁹⁰

Nella visione di Julius Evola rintracciamo, sebbene espresso in modo esasperatamente aulico, l’idea di una necessità della rinascita dell’Impero pagano guidato da una “sapienza” anti-filosofica, anti-religiosa, anti-culturale (nel senso della cultura democratica dell’occidente) in cui una «razza di capi» instaurasse nuovamente una monarchia in cui il «Capo del governo deve essere Re, e il Re deve essere Capo di governo».⁹¹

Ora, questa lettura della società e l’auspicio al ritorno agli antichi fasti dell’impero romano possono sembrarci esagerazioni, o meglio, il frutto di una mente poetica che dipingeva la realtà secondo la propria fantasia; ma ciò che Evola affermava non era poi così lontano dalla volontà reale dell’idea del mito che il fascismo promuove nella società. Se Evola si richiamava alla forma di associazione primitiva totemica e all’unione mistico-comunista in cui un individuo che si impadronisce del totem viene consacrato guida mistica e regale della comunità,⁹² lo storico Emilio Gentile riconduce al pensiero mitico l’impulso allo sviluppo dell’organizzazione totalitaria propria del fascismo e giunge a definire il sistema politico fascista, nella sua espressione storica concreta, un «cesarismo totalitario»:

«una dittatura carismatica di tipo cesaristico, integrata in una struttura organizzativa costruita in modo conforme ad un mito totalitario, consapevolmente adottato e concretamente operante come codice di comportamento e punto di riferimento per l’azione e l’organizzazione dello

⁹⁰ J. Evola, *Imperialismo pagano. Il fascismo dinanzi al pericolo euro-cristiano* (1928), Edizioni di Ar, Padova 1996, p. 17.

⁹¹ Ivi, pp. 33-4. Nel 1933, viene pubblicata in Germania una rielaborazione di Imperialismo Pagano, in cui Evola modifica il simbolo della “Tradizione mediterranea” come simbolo dell’Impero, e lo sostituisce con il simbolo della “Tradizione nordico primordiale”, includendo, così, le “origini” del popolo germanico con lo scopo di promuovere la «“spiritualità nordico-romana” a sigillo della rinnovata unità d’intenti italo-tedesca» (Giovanni Damiano, *Postfazione a Imperialismo pagano*, pp. 159-61).

⁹² Ivi, pp. 67-9. Evola si richiama alle teorie di Georges Eugène Sorel e Gustave Le Bon, Il legame tra mito e politica delle masse di cui il fascismo si è servito trova, infatti, in scritti come *La psicologia delle masse* (1895) di Gustave Le Bon e *Riflessioni sulla violenza* (1908) di Georges Sorel le principali linee guida (Cf. E. Gentile, *Partito, Stato e Duce nella mitologia e nella organizzazione del fascismo*, in K.D. Bracher e L. Valiani (a cura di), *Fascismo e nazionalsocialismo*, cit., p. 268). Al riguardo vedi M. Bontempi, *Mito politico e modernità*, CEDAM, Padova 1997, pp. 53-86. Bontempi riconduce la vicinanza delle teorie di Sorel e Le Bon alla importanza sempre maggiore che la massa assume negli sviluppi della società in cui i due autori operano. Per quanto di differenti impostazioni, ciò che ad entrambi interessa è il problema della trasformazione della massa in soggetto politico. Ma mentre Le Bon confina la natura dei processi emotivi e simbolici della massa nella mentalità “primitiva”, per Sorel la massa, oltre ad essere un nuovo soggetto politico è il presupposto del nuovo ordine sociale: «La critica alla democrazia liberale è, in Sorel, critica alla stessa concezione compromissoria del sistema partitico. Il ruolo della massa è un ruolo intrinsecamente rivoluzionario che può essere giocato solo dalla massa che si fa soggetto di azione politica» (Ivi, p. 68).

Stato e delle masse».⁹³

Gentile radica il nesso tra mito e organizzazione delle masse proprio in quel periodo di crisi sociale, culturale e spirituale che segue la nascita della moderna politica di massa e la svalutazione del valore di supremo regolatore dell'uomo e della storia affidato alla ragione e alla conseguente sostituzione ad essa della potenza dell'irrazionale nei movimenti collettivi.⁹⁴ Nella sua analisi dei caratteri mitici che hanno sorretto il fascismo – “romanità”, “impero”, “Stato nuovo” – sostiene che il fascismo sia stato il primo movimento politico del Novecento a portare il pensiero mitico al potere,

«consacrandolo come forma superiore di espressione politica delle masse e fondamento morale per la loro organizzazione. [...] Mito ed organizzazione, per i fascisti, non furono soltanto strumenti artificiali di tecnica politica, ma furono le categorie fondamentali attraverso le quali i fascisti interpretarono i problemi della moderna società di massa, e definirono il loro posto in questa realtà, per agire in essa e per trasformarla. [...] il fascismo ebbe il mito dell'organizzazione e cercò di organizzare un mito nella realtà, cioè di tradurlo in istituzioni e in forme di vita collettiva».⁹⁵

Anche nel fascismo il valore veritativo ed etico del mito si legavano inscindibilmente al sentimento religioso, così come per il nazismo in Germania.⁹⁶ Scopo del fascismo era di maturare una coscienza politica e storica nuova e per tale motivo, come affermava Guido Gamberini ne *Il popolo d'Italia* nel 1928, «occorre molta fede e pochissima teoria; occorre cioè che sulla vita nazionale imperino dei miti [...] Lo stesso linguaggio del Capo, la stessa prassi politica del Regime reggono sui miti».⁹⁷ I miti erano essenziali al formarsi della coscienza di una grande civiltà, per instillare idee di azione e di potenza. E il mito dello Stato totalitario era l'obiettivo primario del Partito Nazionale Fascista; e per la sua natura totalitaria, lo Stato fascista doveva assumere le vesti di una

«istituzione laico-religiosa, inglobante interamente l'uomo, anima e corpo, nelle sue strutture. Solo attraverso miti, riti e simboli era possibile coinvolgere il singolo e la collettività nel “corpo politico” della comunità, e dare la percezione immediata della continua realizzazione del mito dello Stato totalitario, nella coscienza collettiva».⁹⁸

Alla guida dello Stato era il Duce, eroe il cui primato sulle masse si fondava su di una visione mitica, religiosa, egli era il pontefice massimo tra il divino e l'umano. E chi serve il Duce deve affidarsi ad una «fede incrollabile», «cieca, assoluta, rispettosa».⁹⁹

Ma, ripetendo ciò che abbiamo già detto per il nazismo, il riferimento all'irrazionalità del mito è strettamente legata alla organizzazione razionale del partito e dello stato. Non si tratta, in breve, di

⁹³ E. Gentile, *Partito, Stato e Duce nella mitologia e nella organizzazione del fascismo*, cit., p. 294. Per una esposizione più articolata delle tesi presentate in questo articolo di Gentile vedi anche Id, *Il culto del littorio. La sacralizzazione della politica nell'Italia fascista*, Laterza, Roma-Bari 1993; Id, *Il mito dello Stato nuovo*, Laterza, Roma-Bari 1999.

⁹⁴ E. Gentile, *Partito, Stato e Duce nella mitologia e nella organizzazione del fascismo*, cit., p. 271; «il fascismo fu un fenomeno nuovo scaturito, come altri movimenti politici della storia contemporanea, dai conflitti inerenti alla moderna società di massa, che si travaglia nella ricerca di soluzioni al problema delle masse e dello Stato in un'epoca di rapidi cambiamenti» (Ivi, p. 266).

⁹⁵ Ivi, pp. 267-68.

⁹⁶ Ovviamente le differenze tra fascismo e nazismo non vanno negate; non vogliamo di certo accumulare i due movimenti totalitari sul piano storico. Ciò che qui ci interessa, però, è rintracciare gli elementi comuni riguardo al riferimento di entrambi i movimenti al valore veritativo ed etico trascendente del mito e alla sua capacità di evocare nelle masse sentimenti di partecipazione ad una realtà “superiore”.

⁹⁷ G. Gamberini, *Sistematizzare la fede*, in «Popolo d'Italia», 4 aprile 1928.

⁹⁸ E. Gentile, *Partito, Stato e Duce nella mitologia e nella organizzazione del fascismo*, cit., p. 286.

⁹⁹ Regolamento della milizia fascista (3 ottobre 1922).

un uso del mito al pari dei popoli “primitivi”, i quali avevano un proprio ordine basato sulla gerarchia e i cui costumi e ruoli sociali erano legittimati da una pratica comunitaria fondata sulla tradizione tramandata. Al contrario, l’idea dell’organizzazione dello Stato è, tanto nel fascismo quanto nel nazismo (così come, in diversi termini, nello stalinismo), razionale ed efficiente. Da qui, allora, lo stretto intreccio tra tecno-scienza dell’organizzazione delle masse ed elemento emotivo-irrazionale.¹⁰⁰

La scoperta dei media. Il passaggio dai miti moderni ai miti postmoderni

Dobbiamo però considerare un elemento fondamentale che porta a vedere le narrazioni mitiche del fascismo e del nazismo in bilico tra la concezione del mito come portatore di verità trascendenti e la concezione che ne vede invece un mero strumento di persuasione e di dominio. Nota infatti Gentile che

«[I]a consapevolezza del potere mitico aveva indubbiamente un esito strumentale, ma gli stessi fascisti operarono all’interno della logica dei miti che offrivano alle masse. Anche la loro concezione della politica, come espressione della volontà di potenza di una minoranza capace di plasmare la realtà e l’uomo, era prigioniera del mito».¹⁰¹

In altre parole, i promotori del pensiero mitico erano essi stessi convinti della bontà e verità del mito della “romanità” dell’“impero”, dello “Stato nuovo”, della “razza superiore”. Tale convinzione comportava quindi un affidamento sentito da parte di chi promuoveva una certa forma narrativa mitica al ruolo evocativo del mito sul quale la stessa azione politica e propagandistica si basava. Ed è questo, forse, il punto di discriminazione maggiore e più evidente tra i miti moderni e i miti postmoderni. L’irrazionalità dei miti fascisti e nazisti si sviluppavano in un sostrato culturale totalmente differente dal modo in cui, come vedremo, il mito assume valore nella postmodernità.

Ma questo rimanere ancora in bilico tra messaggio del mito e immagine del mito, ovvero tra contenuto e forma, già comincia a sfaldarsi durante gli anni trenta-quaranta, avvicinando la forma mitica sempre più a ciò che diventerà nel dopoguerra, con la società dei consumi.

Gli elementi che ci fanno considerare i miti del nazismo e del fascismo in parte i precursori dei nuovi miti possono essere ricondotti a due: da una parte la loro fabbricazione secondo piani ben definiti, dall’altra, l’importanza che le nuove tecniche di propaganda assumono per la loro diffusione.

Con il nazismo e il fascismo avvenne infatti un mutamento fondamentale nella natura del mito. Da forma di sapere e di legame sociale a cui richiamarsi per legittimare idee politiche il mito diventò, in quanto forma narrativa, strumento di informazione e persuasione, favorendo l’identificazione del popolo come singolarità d’eccezione.

Di certo, infatti, la tentazione all’irrazionale ha avuto i suoi effetti nelle masse proprio per la grande importanza affidata alla diffusione del messaggio attraverso gli organi di comunicazione. Se il critico letterario e pubblicitario Frédéric Beigbeder afferma ironicamente che «la tecnica di intossicazione cerebrale della pubblicità» ha avuto uno dei suoi primi sviluppatori in Joseph Goebbels, gerarca nazista le cui tecniche di propaganda hanno consentito al partito nazista l’ascesa al potere,¹⁰² non è per niente lontano dalla realtà affermare che la propaganda ha avuto i suoi effetti proprio per la capacità di “strumentalizzare” le masse attraverso l’effetto emotivo che gli strumenti di diffusione del messaggio politico stimolavano attraverso le tecniche di reiterazione di messaggi

¹⁰⁰ Gli studi sulla psicologia delle masse sorge, ricordiamolo, all’interno del positivismo e quindi all’interno di un obiettivo di “razionalizzazione” dei fenomeni sociali.

¹⁰¹ Ivi, p. ...

¹⁰² F. Beigbeder, *Lire 26.900*, Feltrinelli, Milano 2011, p. 29.

evocativi sotto forma di slogan politici.¹⁰³

Tale effetto emotivo era stimolato, attraverso i differenti mezzi di comunicazione (giornali, radio, cinema), con tecniche proprie dei procedimenti pubblicitari che già allora, soprattutto negli Stati Uniti, erano nel pieno della diffusione.¹⁰⁴ Ne ritroviamo chiari esempi nelle dichiarazioni di politici fascisti. Giuseppe Bottai scriveva nel suo Diario che

«l'avvento della massa nella vita pubblica vi provoca le stesse necessità e gli stessi procedimenti pubblicitari, reclamistici, che in quella industriale e commerciale. [...] Nella politica di massa la conoscenza dei capi non può ottenersi che a grandi tratti, con mezzi atti a impressionare milioni di fantasie e di cuori. Bisogna imporre la *fisionomia*, il *gesto*, la *parola*, con la *reiterazione* fotografica, cinematografica, fonografica. *Ripetere, ripetere, ripetere*. Proprio come nella pubblicità commerciale. il politico che crede di imporsi col libro, coll'articolo di giornale, con la conferenza, con la cultura, con la diligente preparazione, s'illude [...]».¹⁰⁵

In un saggio recente, Gundle riconduce la nascita della propaganda politica e della moderna "notorietà" dei politici parallelamente alla comparsa della pubblicità commerciale tra la seconda metà dell'Ottocento e i primi anni del Novecento.¹⁰⁶ Egli sostiene che, proprio con la diffusione dei mezzi di comunicazione abbiano alimentato la nascita di un nuovo tipo di leader politico, «di origini più umili, più in sintonia con le masse e più "visivo"». ¹⁰⁷ Sorretta dall'ipotesi dell'eroe archetipico del cinema come modello delle nuove figure politiche, Monica Dall'Asta ha paragonato la figura di Maciste, eroe del cinema muto italiano, con l'immagine propagandistica di Mussolini, il quale di tanto in tanto si toglieva la camicia, assumendo delle pose che richiamavano Maciste.¹⁰⁸ «Questo atteggiamento – commenta Gundle – dimostrò, in maniera più esplicita dell'appropriazione dei rituali e dei simboli religiosi, come il carisma richiedesse un atto, un gesto; la sua sostanza era divenuta ormai una rappresentazione visiva».¹⁰⁹

Si trattava, quindi, di un profondo mutamento di prospettiva rispetto al valore che sempre di più assume la *forma* pubblicitaria del messaggio politico. Diveniva sempre più importante la connessione tra immagine e mezzo di diffusione. Erano necessarie forme che permettessero di «impressionare milioni di fantasie e di cuori», allo stesso modo era necessario utilizzare non certo una argomentazione dialettica, un ragionamento da esporre in un libro, in una conferenza; erano invece necessarie parole e immagini in grado di evocare grandi fantasie. Così i discorsi del Duce assumevano una forma estetica in grado di dare drammaticità all'azione, al gesto, alla parola, in grado di evocare l'"eroicità" del Capo; il mezzo radiofonico permetteva di stimolare le emozioni della massa elettorale; le immagini di propaganda diffuse dall'Istituto Luce permettevano, attraverso la *fiction*, di diffondere messaggi politici. In breve, le voci, le immagini, le fotografie

¹⁰³ È noto, infatti, come Goebbels conoscesse molto bene i musical di Hollywood e che, come afferma Stephen Gundle, le coreografie delle manifestazioni di Norimberga si rifacevano in parte a Busby Berkeley (S. Gundle, *Le origini della spettacolarità nella politica di massa*, in M. Ridolfi (a cura di), *Propaganda e comunicazione politica. Storia e trasformazioni nell'età contemporanea*, Bruno Mondadori, Milano 2004, p. 22). Busby Berkeley era un regista e coreografo statunitense, famoso soprattutto negli anni '30 e '40, nel periodo dei Musical americani.

¹⁰⁴ La pubblicità nasce negli Stati Uniti, a Chicago, con Albert Davis Lasker nel 1899. Lasker faceva ampio uso di dati psicologici. John Watson, il fondatore del comportamentismo, aveva applicato il metodo di ricerca psicologica comportamentista a degli studi sulla psicologia del consumatore per la J. Walter Thompson Ad Agency)

¹⁰⁵ G. Bottai, *Diario 1935-1944*, RCS, Milano 2001, pp. 112-13. Cf. E. Fimiani, *I linguaggi politici del fascismo al tempo dei plebisciti*, in M. Ridolfi (a cura di), op. cit., pp. 183-208. Giuseppe Bottai viene nominato nel 1936 ministro dell'educazione nazionale.

¹⁰⁶ S. Gundle, *Le origini della spettacolarità nella politica di massa*, in M. Ridolfi (a cura di), *Propaganda e comunicazione politica*, cit., p. 12, 17.

¹⁰⁷ Ivi, p. 20.

¹⁰⁸ Cf. M. Dall'Asta, *Le cinéma musclé*, Crisnée, Lausanne 1992.

¹⁰⁹ S. Gundle, *Le origini della spettacolarità nella politica di massa*, cit., p. 20.

riprodotte in massa, attraverso le potenzialità della comunicazione,¹¹⁰ rappresentavano la discontinuità con le forme di comunicazione politica precedenti. I regimi fascista e nazista «svilupparono a un livello elevato tutte le forme di teatralità e di spettacolo che la politica aveva già maturato durante la fase iniziale dell'era di massa» e attribuirono sempre più importanza alla «influenza del culto dell'immagine sensazionale e dell'effetto ottico, caratteristico dell'epoca consumistica».¹¹¹

Al culto dell'immagine si legava il carattere di celebrazione dell'eroe, del Capo, e delle gesta dell'Impero a cui era al comando. Il mito diventava oggetto di diffusione mediatica che provocava un vero e proprio spostamento di attenzione dal contenuto alla forma espressiva. L'utilizzo della parola come strumento di dominio comportava necessariamente un mutamento rispetto al valore della parola mitica, che assumeva sempre più carattere di “sensibilizzazione” ai messaggi politici. Come afferma Mario Isnenghi, Mussolini era senz'altro un «tecnico della comunicazione di massa».¹¹²

«la “mitizzazione” della propria voce come “dono” agli astanti, la “retorica del corpo”, la sicurezza esibita sulle inferenze e sull'interpretazione – uno dei tratti essenziali del “regime discorsivo autoritario” –, la “contiguità comunicativa” e la reiterazione di “contratti pragmatici e passionali” fra la folla e l'oratore, il quale è lui stesso a fissare volta per volta il giusto modo di ascolto, costruendo un “consenso fideistico” sulla base di sistematiche istruzioni al destinatario per la decodifica»

rendono merito della centralità della figura del Duce nella diffusione della politica fascista.¹¹³ Così il dominio stesso della stampa diventava il mezzo per travisare i “fatti” in idee, ma soprattutto la forma espressiva della poesia, quella che evoca e non definisce, diventava essenziale anche per la narrazione dei fatti:

«Tra la poesia e la prosa del giornalismo nazionale non v'è contraddizione necessaria. La prosa riduce l'addetto a gregario eterodiretto di una catena di montaggio della comunicazione, le cui scelte vengono definite a monte. La poesia può anche sublimarlo a “medico del corpo spirituale del suo popolo”».¹¹⁴

Il giornalista non era più informatore, ma “plasmatore”, esso doveva dare maggior importanza alla forma espressiva, poiché lo stesso modo di esprimere il fatto doveva fare «effetto nel cuore e nella mente del lettore»¹¹⁵ e non informare. Anche la cronaca di guerra diventava narrazione di gesta, per riuscire a coinvolgere emotivamente i destinatari e sorvolare sulla drammaticità dell'evento reale:

«Il racconto epico visualizza una guerra meno impegnativa sul piano politico; è spettacolare e coinvolgente; è congeniale alle radici umanistico-letterarie del quadro redazionale italiano; calarsi nel particolare noto è un'ottima risorsa quando sfugge – e si vuole che sfugga – l'insieme; riattiva il metatesto e gli schemi di rappresentazione della grande guerra (D'Annunzio, Costanzo Ciano, Baracca, ecc.); si ricorda a una delle tendenze culturali

¹¹⁰ E. Fimiani, op. cit., p. 191. Interessante è l'analisi di Isnenghi sul valore che la stampa ha assunto nel regime mussoliniano, così come in quello nazista (Cf. M. Isnenghi, *La “quarta arma”. Teoria e prassi della stampa di regime*, in *L'Italia del Fascio*, Giunti, Firenze 1996, pp. 307-49).

¹¹¹ S. Gundle, *Le origini della spettacolarità nella politica di massa*, cit., p. 22.

¹¹² M. Isnenghi, *Un “fascio” di narrazioni e di linguaggi*, in *L'Italia del Fascio*, cit., p. 113.

¹¹³ Ivi, pp. 119-20.

¹¹⁴ M. Isnenghi, *La “quarta arma”*, cit., p. 310.

¹¹⁵ F. Fattorello, *Il giornalismo «quarta arma»*, in «Il giornalismo», (1942), p. 20. La guerra d'Etiopia viene raccontata richiamandosi a Roma antica in termini di vocazione egemonica italiana. La campagna in Russia diventa, nel racconto di guerra, diventa l'occasione per raccontare l'epopea di “eroi” al fronte (M. Isnenghi, *La “quarta arma”*, cit., p. 316; 325-26).

interne al fascismo, la teoria delle *élites*».¹¹⁶

Come vediamo, l'utilizzo del mito diventò sempre più strumentale, l'utilizzo della forma espressiva mitica legittimò la creazione fantastica di avvenimenti lontani dalla realtà, il mito perse sempre più il carattere di espressione di verità trascendenti aumentando il carattere persuasivo e retorico. Il ruolo della capacità espressiva del mito si riduce a evocazione in mano alla "parola" poetica priva di legame con la realtà. Il totalitarismo «[s]cioglieva le briglie alla parola. [...] Generava ardite invenzioni senza dover fare troppo i conti con la storia accumulata da vocaboli, espressioni, idee pregresse».¹¹⁷

Riprendiamo ancora una volta le parole illuminanti di Cassirer, riguardo ai miti politici del nazismo e del fascismo:

«I nuovi miti politici non si sviluppano liberamente; non sono i frutti selvatici di una immaginazione esuberante. Sono cose artificiali, fabbricate da artefici abilissimi e astuti. È stato lasciato al secolo ventesimo, alla nostra grande età della tecnica, lo sviluppo di una nuova tecnica del mito. Da qui in avanti i miti potranno essere manifatturati nello stesso senso e seguendo gli stessi metodi che si usano per qualunque altra arma moderna, come le mitragliatrici o gli aeroplani.»¹¹⁸

La narrazione mitica mantenne ancora quella sua caratteristica di "evocazione" di ideali moderni in cui gli stessi fautori del nazismo e del fascismo credevano, ma questi stessi ideali divennero oggetto di una riformulazione che coinvolse tanto i termini politici quanto le immagini, in un lavoro di svuotamento della parola, il cui senso rimaneva sullo sfondo come riferimento stabile che veniva però utilizzato al fine del dominio delle masse.

Il mito venne interpretato moralmente, al fine di dare una interpretazione della sua forma come morale, senza valutare moralmente il messaggio che promuoveva. Potremmo, in breve, affermare che con il nazismo e il fascismo si sia realizzata la massima nietzschiana secondo la quale «[n]on esistono affatto fenomeni morali, ma soltanto una interpretazione morale di fenomeni...».¹¹⁹

L'era postmoderna. La cultura industriale di massa e l'individuo

Siamo giunti a delineare il passaggio ai "miti d'oggi", al mito in quanto parola persuasiva, immagine illusoria, oggetto di interpretazione. Come scrive Roland Barthes, il mito «non si definisce dall'oggetto del suo messaggio, ma dal modo in cui lo profferisce».¹²⁰ Così ogni forma espressiva – giornale, discorso scritto, pubblicità, spettacolo, reportage – «possono servire da supporto alla parola mitica».¹²¹

Dopo la seconda guerra mondiale, dopo la sofferenza, le perdite, la tragedia sfociata in Hiroshima e Nagasaki, il valore della democrazia, delle scelte condivise, dell'idea di una uguaglianza fra tutti gli esseri umani diventa il motore di sviluppo della società occidentale. La presa di coscienza della capacità autodistruttiva dell'uomo, espressa nell'utilizzo delle scoperte della tecnoscienza per fini contro l'umanità, lascia la società completamente destabilizzata. Heidegger denuncia proprio questa sensazione di totale impotenza dinanzi al potere che la tecnica applicata alla scienza fisica ha dimostrato di avere. Come egli scrive nel 1955:

¹¹⁶ Ivi, p. 326.

¹¹⁷ E. Fimiani, op. cit., p. 186.

¹¹⁸ E. Cassirer, *Il mito dello stato*, cit., pp. 476-77.

¹¹⁹ F. Nietzsche, *Al di là del bene e del male*, cit., p. 75.

¹²⁰ R. Barthes, *Il mito, oggi*, cit., p. 191.

¹²¹ Ivi, p. 192.

«Nessun singolo uomo, nessun gruppo di uomini, nessuna commissione, per quanto composta dai più eminenti tra gli uomini di stato, gli scienziati ed i tecnici, nessuna conferenza di leaders economici e di capitani d'industria ha il potere di frenare o di dirigere il corso storico dell'era atomica. Nessuna organizzazione composta soltanto da uomini è in grado di giungere al dominio su quest'epoca.

L'uomo dell'era atomica, allora, potrebbe trovarsi, sgomento e inerme, in balia dell'inarrestabile strapotere della tecnica, e ciò accadrà senz'altro se l'uomo di oggi rinuncia a gettare in campo, in questo gioco decisivo, il pensiero meditante contro il pensiero puramente calcolante».¹²²

Nonostante la preoccupazione diffusa, l'interesse per lo sviluppo delle tecnologie non viene abbandonata, quanto piuttosto convertita in uso civile; questo consente uno sviluppo economico rapido e la diffusione di un modello di vita – quello del benessere inteso come ricchezza e della capacità di produrre ricchezza intesa come virtù dell'individuo – che condiziona la cultura del mondo occidentale.

Negli anni cinquanta e sessanta, infatti, l'economia capitalista attraversa un periodo di grande sviluppo con un ritmo più rapido delle altre due fasi di espansione della storia del capitalismo (1850-73, 1896-1913). L'espansione è caratterizzata da una continuità tale per cui lo *sviluppo* economico e l'aumento di benessere materiale vengono caratterizzati come condizioni normali delle società industriali. Il boom economico comincia negli USA subito dopo la seconda guerra mondiale, espandendosi poi in tutto il mondo. Lo sviluppo riguarda soprattutto l'*industria*, in particolare i settori ad *alto uso di tecnologie avanzate* e di produzione di beni di consumo durevoli, tra i quali la tv. Parallelamente all'incremento di produzione industriale di beni si sviluppa anche l'occupazione nel settore *terziario* (i *white collars*). Una delle cause principali di tale sviluppo, oltre all'esplosione demografica e al costo relativamente basso delle materie prime (in particolare il petrolio, il cui costo, fino al 1973, rimane basso, permettendo la diffusione della plastica come materiale di produzione di oggetti di consumo¹²³), è la disponibilità di una serie di scoperte scientifiche e di innovazioni tecnologiche usate sino ad allora soprattutto per scopi bellici. Il nesso fra ricerca scientifica e produzione, instauratosi fin dalla seconda rivoluzione industriale, diviene sempre più stretto.

In concomitanza con lo sviluppo del processo di produzione industriale si sviluppano anche le tecniche di comunicazione che permettono di allocare le merci prodotte nel mercato; dagli anni cinquanta prende sempre più piede il "marketing", un ramo della scienza economica che cerca di interpretare il comportamento dei soggetti consumatori per anticipare la soddisfazione di bisogni materiali e, col crescente affinamento dei propri strumenti, giunge ad alimentare non più solo bisogni materiali, ma desideri immateriali di "immagine", di "brand", di "logo", di "status sociale". Il valore evocativo del linguaggio – in particolare del linguaggio figurato – si ritrova così catapultato all'interno del sistema economico capitalistico che, se da un lato punta alla produzione industriale di massa, dall'altra necessita degli strumenti per riuscire ad allocare sul mercato le merci che produce. Come scrive Gadamer, l'avvento della tecnica nella comunicazione ha portato a due conseguenze. La prima è che, se nell'economia del medioevo la decisione di ciò e di quanto si doveva produrre era in mano al consumatore, al giorno d'oggi, invece, i prodotti ci vengono proposti attraverso 'tecniche' di marketing che tendono a suscitare in noi nuovi bisogni in base al prodotto che devono vendere. La seconda conseguenza è che vivere in un mondo sempre più

¹²² M. Heidegger, *L'abbandono*, il melangolo, Genova 1989, p. 36.

¹²³ Dal petrolio si produce la plastica che a sua volta diventa nel corso del boom economico degli anni cinquanta e sessanta il materiale principale per la produzione industriale di oggetti di consumo. E la plastica rappresenta, agli occhi di Barthes, l'omologazione di tutte le sostanze in una sostanza non-sostanza, in ciò che viene definito come il paradigma del superamento del valore della sostanza verso «l'idea stessa della sua infinita trasformazione, è, come indica il suo nome volgare, l'ubiquità resa visibile» (R. Barthes, *La plastica*, in *Miti d'oggi*, cit., pp. 169-71).

artificiale comporta una ‘comodità’ maggiore grazie alla tecnica, ma allo stesso tempo una libertà minore proprio per la necessità dell’uomo di adattarsi alla tecnica per poter godere delle comodità offerte da essa. Ma, nota Gadamer, fenomeno ancora più grave in una società guidata dalla tecnica, è «la trasformazione delle opinioni sulla base di procedimenti tecnici».¹²⁴

Questo processo innesca un altro meccanismo sociale, quello della omogeneizzazione della cultura:

«la nuova cultura si iscrive nel complesso sociologico costituito dall’economia capitalista, dalla democratizzazione dei consumi, dalla formazione e lo sviluppo del nuovo salariato e dei valori dei *white collars*. Essa – allorché si considerano le classi della società, gli statuti sociali all’interno del nuovo salariato – è il luogo comune, il veicolo di comunicazione tra questi differenti strati e differenti classi».¹²⁵

Se la nuova cultura ha sempre più importanza nella società odierna è perché essa *non impone* nessun modello, ma lo *propone*, lo *suggerisce* attraverso un linguaggio di immagini, attraverso la promozione di modelli commerciali che però non vengono imposti. Come scrive Morin, la cultura di massa, «[p]assa sempre attraverso la mediazione del prodotto commerciale, e perciò assume il carattere del prodotto commerciale, che si piega alla legge di mercato, della domanda e dell’offerta».¹²⁶

È necessario considerare, però, che non si tratta di una cultura e di un modello “nuovi”; si tratta invece dello sviluppo di quella che Morin ha chiamato “cultura industriale di massa”, presente già dagli anni trenta negli Stati Uniti, che ha promosso lo sviluppo della produzione privata del “divertimento” di massa in opposizione alla volontà della cultura di Stato che, abbiamo visto con il nazismo e il fascismo, aveva lo scopo di formare ed educare il pubblico – il popolo. La “cultura di massa” è la cultura diffusa mediante tecniche di divulgazione di massa che rende possibile la comunicazione tra le classi sociali: «la cultura di massa è una cultura: essa costituisce un corpo di simboli, di miti e immagini concernenti la vita pratica e la vita immaginaria».¹²⁷

Il mito dell’individuo

La cultura industriale di massa basa la propria fortuna nel bisogno dell’“individuo” di rifiutare tutti

¹²⁴ G. H. Gadamer, *Che cos’è la prassi? Le condizioni di una ragione sociale*, in *La ragione nell’età della scienza*, il melangolo, Genova 1999, p. 71. Quest’ultima affermazione di Gadamer trova una terribile controprova odierna nello spot lanciato dal Forum Nucleare l’anno scorso, esempio di raffinata manipolazione dell’informazione: propina falsità sotto un apparente tono “equidistante” con le posizioni pro e contro rappresentate su una scacchiera. Non so se tutti si ricordano la partita a scacchi tra pro e contro il nucleare che è andata in onda l’anno scorso nelle reti italiane. Quello spot, promosso dagli stessi promotori dell’energia nucleare in Italia, sotto una forma che evocava una pubblicità di informazione pubblica, attuava una comunicazione assai “ricercata” con interventi tutti a favore del nucleare tranne uno. Innanzitutto la percezione visiva del destinatario: i bianchi (evoca il bene) sono pro nucleare, i neri (evoca il male) sono contro. Inoltre, l’ultima parola ce l’ha il pro, senza nessuna possibilità di replica da parte del contro. In questo caso la percezione è quella di un favore per i pro. Inoltre, sul contenuto: sulla gestione delle scorie. Nello scambio dei pro e contro, una voce si dice preoccupata del futuro, l’altra ribatte che le scorie prodotte sono quanto «una pedina a testa». La replica è che se si sommano le teste non è poi così poco. La voce pro conclude il batti e ribatti affermando che però «si possono gestire in sicurezza». Peccato che in nessuna parte del mondo, dopo 60 anni di sviluppo tecnologico – e dopo aver ricevuto la quota maggiore degli investimenti pubblici in ricerca e sviluppo energetico dei Paesi Ocse – questo miracolo sia ancora mai stato dimostrato. Inoltre, la voce contro ricorda che, per fare a meno delle fonti fossili, ci sono le energie rinnovabili. La voce a favore del nucleare ribatte che tra cinquant’anni potrebbero non bastare. Qui la menzogna è duplice. In primo luogo tra cinquant’anni anche l’uranio estraibile a costi calcolabili sarà agli sgoccioli. In secondo luogo, la possibilità tecnica ed economica di uno scenario energetico totalmente basato sulle rinnovabili non è solo una fantasticheria degli ambientalisti: ci sono analisi di fonte industriale e istituzionale che lo dimostrano possibile almeno su scala europea.

¹²⁵ E. Morin, *L’industria culturale*, il Mulino, Bologna 1963, p. 41.

¹²⁶ Ivi, p. 45.

¹²⁷ Ivi, p. 12.

gli schemi imposti, alimentando il sentimento ironico di distacco e di superamento da quei principi che avevano convalidato le politiche del terrore.¹²⁸ Valori e verità trascendenti vengono resi innocui, relativizzati, e in tal modo delegittimati dalla loro pretesa universalità e necessità; essi rientrano in quel processo per cui ciò che conta non è più l'assumere seriamente credenze e desideri di miglioramento della società umana, quanto piuttosto prendere atto che le proprie credenze e i propri desideri sono contingenti e mutabili e che quindi non possono essere ricondotti a qualcosa che sfugge al tempo e al caso.¹²⁹ E se l'ironia, delegittimando ogni assolutismo, veritativo, etico, religioso, ha reso possibile la promozione di valori quali la tolleranza, il valore della differenza, la promozione del rispetto della natura,¹³⁰ con il suo carattere derisorio, sarcastico, dissimulante, ha anche dato il via ad un processo di indifferentismo e ad un atteggiamento individualistico che ha sovrastato, in ultima istanza, anche gli ideali comunitari. Paradigmatico al riguardo è un frammento dell'opera di John Barth del 1958, *La fine della strada*, in cui il protagonista, Jacob Horner, confessa:

«La critica che comunemente si muove a gente come me è che in qualche posto esiste il fine *ultimo* che dà a tutta la catena il suo valore relativo, e che questo fine ultimo è razionalmente ingiustificabile se non esistono valori assoluti. Questi fini possono essere abbastanza impersonali, come il “bene dello stato”, oppure personali, come prendere la propria moglie sul serio. In entrambi i casi, se si ha intenzione di difendere questi fini, penso che bisogna chiamarli soggettivi. Ma non saranno mai *logicamente* difendibili; avranno la natura dei presupposti psicologici, diversi per la maggior parte delle persone. Quattro cose che non mi impressionano [...] sono: l'unità, l'armonia, l'eternità e l'universalità. Nella mia morale il massimo che un uomo può fare è aver ragione dal suo punto di vista; non c'è nessun motivo generale perché debba preoccuparsi di difendere il suo punto di vista e, ancor meno, aspettarsi che un altro lo accetti; la sola cosa che può fare è agire in conseguenza di esso, perché non esiste nient'altro. Deve aspettarsi un conflitto con gli uomini o le istituzioni, che hanno anche loro ragione dai *loro* punti di vista, ma che hanno punti di vista diversi dai suoi.»¹³¹

Questo frammento di Barth sintetizza a mio parere magistralmente la tesi principale che caratterizza la nostra epoca: non esistono verità oggettive, anzi, non esistono verità, ma solo valori individuali. Ritroviamo una concezione simile, espressa in termini più “filosofici”, anche nella celebre opera del 1984 di Richard Rorty, *La filosofia dopo la filosofia*:

«Dire che dovremmo abbandonare l'idea di una verità là fuori che attende di essere scoperta non equivale a dire che abbiamo scoperto che là fuori non c'è nessuna verità. Equivale a dire che, per i nostri scopi, converrebbe smettere di considerare la verità un problema profondo, un argomento di interesse filosofico, e la “verità” il corrispettivo dell’“analisi”. “La natura della

¹²⁸ Come scrive Marshall McLuhan nel 1964, nell'introduzione alla sua celebre opera, *Gli strumenti del comunicare*, «La caratteristica del nostro tempo è la ribellione contro gli schemi imposti» (M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare. Mass media e società moderna*, cit., p. 12).

¹²⁹ Cf. R. Rorty, *La filosofia dopo la filosofia. Contingenza, ironia e solidarietà*, Laterza, Roma-Bari 1990².

¹³⁰ Secondo Chiurazzi, il periodo postmoderno presenta tre fenomeni sociali caratteristici che sono anche risposte attive ai limiti del moderno: 1. *L'ecologismo*, ovvero una sensibilità maggiore per il rispetto della terra e delle sue risorse (non è un caso che le prime associazioni ecologiste siano nate negli anni '70, in concomitanza con la crisi energetica). Potremmo ipotizzare che tale consapevolezza sia una conseguenza della presa di coscienza nei confronti dell'idea moderna di uno sviluppo progressivo, lineare e cumulativo. 2. *La differenza* come valore sociale positivo, contro il principio di omologazione razionalista dell'epoca moderna. La molteplicità e la pluralità sono principi di una politica di comprensione e convivenza nell'era della globalizzazione. Postmoderna è la condizione in cui si trovano le nazioni, le culture, le identità locali che devono confrontarsi in un'arena, quella globalizzata, in cui si intrecciano valori, lingue, culture, risorse materiali e immateriali. Dal secondo elemento si trae automaticamente il terzo 3. *la tolleranza*, principio, della verità. La tolleranza è alla base di qualsiasi possibilità di dialogo egualitario, in cui le differenti identità possano convivere pacificamente (G. Chiurazzi, op. cit., pp. 10-14).

¹³¹ John Barth, *La fine della strada* (1958), Minimum fax, Roma 2004.

verità” è un argomento poco proficuo, analogamente alla “natura umana” e alla “natura di Dio”, e al contrario della “natura del positrone” e della “natura della fissazione edipica”. Ma questa considerazione sull’utilità relativa di determinate espressioni a sua volta non è altro che un invito a *parlare*, di fatto, poco di questi argomenti, e vedere come ce la caviamo». ¹³²

L’unica verità della società è l’individuo singolo, la cui “libertà” di autocreazione e autodeterminazione connessa al valore della solidarietà spontanea diventa il solo valore sulla promozione del quale i sistemi democratici fondano la propria legittimazione. Ciò significa che le istituzioni politiche e sociali non hanno più nessun potere nell’indicare ideali e valori condivisi, se non l’ideale della *libertà*, sorretto da un valore etico negativo, ovvero quello che fa riferimento al criterio del riconoscimento di regole in grado di far funzionare una società democratica; ma tali regole fanno riferimento al solo criterio formale del rispetto delle condizioni formali di possibilità del sistema politico democratico stesso. Ne deriva una nozione “negativa”, o “riduttiva”, di etica, esprimibile nella massima “tutto è concesso tranne ciò che è espressamente vietato dalla legge”. A questo meccanismo di legame sociale si connette necessariamente l’idea di un vuoto etico, di un abbandono a se stesso del soggetto dinanzi alle proprie scelte. La cultura che esalta la libertà dell’individuo singolo, che pretende di lasciarlo libero da ogni forma di coercizione e di educazione, sostenendo l’impossibilità di decidere per l’individuo singolo ciò che è giusto e ciò che è sbagliato, ciò che è bene e ciò che è male, lascia il soggetto singolo in balia di quelle forme di persuasione che la cultura industriale man mano utilizza grazie alla diffusione dei nuovi mezzi di comunicazione, i quali diventano sempre più estensioni degli organi di percezione umani; anzi, ne diventano i veri produttori. ¹³³ Nella sua opera magistrale, *Infinite Jest*, David Foster Wallace scrive:

«Qualcuno che aveva autorità, oppure avrebbe dovuto avere autorità e non l’ha esercitata [...] in un tempo passato vi ha fatto dimenticare come scegliere, e cosa. Qualcuno ha fatto dimenticare al tuo popolo che era l’unica cosa importante, *scegliere*. [...] Qualcuno ha insegnato che i templi sono per i fanatici solamente e ha portato via i templi e ha promesso che non c’era necessità per i templi. E adesso non c’è rifugio. E niente mappa per trovare il rifugio di un tempio. E tutti voi incespicate nel buio, in questa confusione fatta di permissività. La ricerca senza fine di una felicità della quale qualcuno vi ha fatto dimenticare le vecchie cose che erano quella felicità e la rendevano possibile.

[...] La vostra libertà è libertà-*da* [...] è una libertà dalla costrizione e dall’imposizione. [...] [Ma] Non si è solo liberi-*da*. Non tutti gli obblighi vengono dall’esterno. Voi fingete di non vedere questo. Dov’è la libertà-*di*. Come fa la persona a scegliere liberamente? Come scegliere qualcosa di diverso dalle scelte ingorde dei bambini se non c’è un padre pieno di amore a guidare, informare, insegnare alla persona come scegliere? *Come ci può essere libertà di scegliere se non si impara come scegliere?* [...] Il padre ricco che si può permettere sia le caramelle sia il cibo per i suoi figli: ma se lui strilla “Libertà!” e permette al suo bambino di scegliere solamente quello che è dolce, di mangiare solo caramelle e non la zuppa di piselli e il pane e le uova, allora suo figlio diventa debole e malato: e l’uomo ricco che strilla “Libertà!” è un buon padre?» ¹³⁴

Sebbene il contesto in cui troviamo queste parole, all’interno di un romanzo, sia atipico, esse hanno un valore di denuncia (di cui ritroviamo degli antecedenti anche in un racconto del 1989, *Lyndon* ¹³⁵) rispetto alla deriva postmoderna che il valore della *libertà* ha assunto (non sarebbe fuori luogo

¹³² R. Rorty, op. cit., p. 15.

¹³³ McLuhan sostiene che «è il *medium* che controlla e plasma le proporzioni e la forma dell’associazione e dell’azione umana. I contenuti, invece, cioè le utilizzazioni, di questi *media* possono essere diversi, ma non hanno alcuna influenza sulle forme dell’associazione umana» (M. McLuhan, op. cit., pp. 16-7).

¹³⁴ D. Foster Wallace, *Infinite Jest* (1996), Einaudi 2006, pp.383-84.

¹³⁵ D. Foster Wallace, *Lyndon*, in *La ragazza dai capelli strani*, minimum fax, Roma 2003.

parlare qui, in altri termini, della denuncia tra la promozione del *puro* arbitrio a discapito del *libero* arbitrio). Questa denuncia, fatta ai giorni nostri, si radica proprio in quel modello di cultura consumistica che ha visto la fioritura negli anni cinquanta e sessanta, e lo sviluppo estremo dagli anni Ottanta ad oggi, a seguito dell'affermazione della società dei media,¹³⁶ che ha reso la "forma", l'immagine, il prodotto di una manipolazione tecnica a fini consumistici.

In questo contesto anche il mito cambia. I miti cambiano così come cambiano i valori di riferimento, le risposte alle domande esistenziali e alle richieste di senso dell'uomo, le pragmatiche che convalidano certi ordini sociali, gli stessi ordini sociali. Cambiano gli ordini sociali e cambiano i miti. Cambiano le domande a cui devono rispondere, cambiano le forme espressive attraverso le quali persuadono, modificano il loro valore all'interno della società.

In breve, con la fine delle "metanarrazioni" mitologiche si è appurata la fine del valore veritativo del mito, lasciando ad esso un solo valore strumentale alla fruibilità del destinatario del mito. E se, come afferma Vattimo, l'era postmoderna è l'era della fine della storia – ovvero di dissoluzione dell'idea di una storia come processo unitario – la cui espressione paradigmatica si ha nell'uso dei nuovi mezzi di comunicazione, i quali, appiattendolo sul piano della contemporaneità e della simultaneità ogni conoscenza, producono una de-storicizzazione dell'esperienza, la forma espressiva mitica diventa strumento persuasivo paradigmatico dell'epoca contemporanea.

Infatti, il riferimento indiretto alla storia fa sì che il mito risponda ai tempi e alla cultura in cui viene creato. Ciò comporta anche, però, che tale capacità evocativa lasciata orfana di contenuti e di messaggi tendenzialmente universali venga man mano colonizzata dalla cultura di massa dell'universo capitalistico-produttivo.

Se il mito è, come afferma Barthes, una forma espressiva, una parola, un'immagine, il cui carattere evocativo viene utilizzato in linea con il contesto sociale e storico in cui si esprime; e se esso è stato utilizzato, sin dalla crisi della modernità, come rifugio irrazionale alla crisi del progetto dell'*Aufklärung*; l'avvento della società dei consumi, che intreccia razionalità funzionale e performativa, propria dei sistemi produttivi industriali e impulsi irrazionali di rifiuto agli schemi e alle regole che convalidano il legame sociale, inaugura un nuovo modo di concepire il mito: esso diventa *glamour*. Seguendo Gundle e Castelli, possiamo definire il glamour nel modo seguente:

«immagine seducente, una versione costruita e allestita della realtà che invita al consumo. [...] è essenzialmente visivo, consiste di una versione ritoccata o perfezionata di una persona reale o situazione e si fonda sullo sguardo di un pubblico desideroso. I soggetti del glamour, che possono essere cose o persone (normalmente trasformate attraverso un processo di costruzione), seducono attraverso l'associazione con una o più delle seguenti qualità (più sono meglio è): bellezza, sessualità, teatralità, ricchezza, dinamismo, notorietà, svago. A questa lista si potrebbe aggiungere il femminile [che] è considerata un travestimento, la costruzione di un'immagine che stimola aspettative culturali».¹³⁷

¹³⁶ O l'era postindustriale – così definita da Touraine – la quale prende il via dagli anni settanta e si caratterizza con l'affermazione di nuove tecniche produttive e di nuovi campi di attività grazie allo sviluppo dell'*elettronica*; le rivoluzioni tecnologiche, soprattutto nel campo della comunicazione e dell'informatizzazione, segnano il passaggio da una società industriale – di produzione – fondata sulla meccanica, ad una società *post-industriale*, prevalentemente costituita da una occupazione sempre maggiore nel settore terziario (dei servizi) e dalla diffusione e aumento di circolazione delle informazioni (dati). I nuovi motori dello sviluppo e di gestione della società sono ora l'elettronica, le telecomunicazioni e l'informatizzazione informatica, la cultura e le relazioni sociali di potere tipiche della società industriale risultano meno pervasive, si espandono ceti e gruppi professionali estranei al mondo produttivo e si collocano in una posizione strategica categorie sociali nuove, espressione del mondo della scienza, dell'*informazione*, della *comunicazione* (Cf. Cf D. Bell, *The coming of Post industrial society*, New York 1973; A. Touraine, *La società postindustriale*, Il mulino, Bologna 1970)

¹³⁷ S. Gundle, C. T. Castelli, *The Glamour System*, Palgrave Macmillan, Hampshire and New York 2006, p. 8.
Traduzione mia.

Il mito perde il suo ruolo di portare la mente alla verità, ma mutando la sua forma espressiva mantiene la sua capacità di creare quell'aura di ineffabile e imperscrutabile, proprio delle immagini simboliche che in tempi passati aveva reso il mito una fonte della conoscenza. Il glamour è il prodotto dell'intersezione tra «astrazione, razionalità e ricchezza con la persistenza nel cuore della modernità di feroci impulsi razionali, correnti romantiche, mistero e illusione».¹³⁸ Ed ecco la sintesi tra tentazione irrazionale del ritorno al mito e carattere razionale del sistema industriale in cui efficienza e performatività sono i criteri guida del funzionamento della società.¹³⁹

L'idea di una società razionalmente strutturata, in cui le stesse scelte dei soggetti rientrano all'interno di uno schema di previsione performativo, trova risposta proprio nell'industria della cultura, in cui i desideri vengono proposti dal sistema stesso, così come i valori e gli ideali. Ed essendo gli ideali e i valori della postmodernità puramente contingenti e relativi, così lo stesso carattere infinito dei miti si rivela contingente e relativo. Questo perché, come abbiamo già affermato, il mito è ora un *valore* che «non ha per sanzione la verità: niente gli impedisce di essere un alibi perpetuo: [...] il senso è sempre pronto a *presentare* la forma; la forma è sempre pronta a *distanziare* il senso»,¹⁴⁰ giacché riesce a suggerire tutto e a non significare nulla.¹⁴¹

E siccome i tempi esaltano il carattere individuale, così gli stessi miti evocheranno ideali individuali.

Se Thomas Carlyle, nel 1841, all'alba dei mutamenti culturali, politici, sociali, spirituali, che hanno sconvolto l'Occidente – dalla seconda metà dell'Ottocento sino all'avvento dei sistemi totalitari nazista e fascista e alla Seconda Guerra Mondiale – denunciava nell'esaltazione “moderna” dell'agire razionale per fini individualistici la perdita della dimensione divina e la scomparsa dell'eroe,¹⁴² nel 1963 Edgar Morin ritrova nei divi cinematografici i nuovi «oggetti di culto»,¹⁴³ i quali diventano merce, prodotti dall'industria cinematografica a scopo pubblicitario.¹⁴⁴ I fini individualistici della modernità che Carlyle criticava, diventano nel Novecento la celebrazione dell'individuo. Si perde nel corso del Novecento (a partire dagli anni '30, con la diffusione della riproduzione di massa dell'arte cinematografica parallelamente allo sviluppo della economia industriale e della tecnica pubblicitaria) il carattere eroico rappresentato nel mito, lasciando spazio alla esaltazione della sola *immagine* dell'eroe, il quale diventa celebrità. Come afferma Stephen Gundle, riferendosi alle star del cinema:

«I “nuovi eroi” differiscono per molti aspetti da quelli antichi. Non si tratta di “creatori” cui si deve la realizzazione di un'opera o un'impresa importante per il loro paese, bensì di individui che inscenano una prestazione, che devono la propria fama a campagne pubblicitarie o che, semplicemente, sono famosi. Se non forniscono esempi di impresa eroica, indicano in compenso modelli di consumo; a interessare non è il loro operato ma il loro stile di vita.»¹⁴⁵

E il loro stile di vita evoca anche sentimento di ottimismo e alimenta il sogno della auto-trasformazione e dell'aspirazione individuale all'immortalità e all'eterna giovinezza.¹⁴⁶

¹³⁸ Ivi, pp. 10-11.

¹³⁹ Per un approfondimento sulla *systemtheorie* e sul *scientific management* che risponde alla nozione di società in quanto sistema produttivo efficiente e performativa rimandiamo a T. Parsons, *Il sistema sociale*, Edizioni di Comunità, Milano 1965; S. Nora, A. Minc., *L'informatisation de la société*, La documentation française, Seuil, Paris 1978; DURAND, C., *L'idéologie technocratique dans l'organisation du travail*, in “Esprit”, 3 (marzo 1978).

¹⁴⁰ R. Barthes, op. cit., p. 205.

¹⁴¹ Quest'ultima espressione è presa da D. Foster Wallace, *Considera l'aragosta*, Einaudi, Milano 2006, p. 163.

¹⁴² Cf. T. Carlyle, *Gli eroi. Il culto degli eroi e l'eroico nella storia* (1841), BUR, Milano 1992, p. 272.

¹⁴³ E. Morin, *I divi*, Mondadori, Milano 1963, p. 71.

¹⁴⁴ Ivi, pp. 135-143.

¹⁴⁵ S. Gundle, *L'età d'oro dello Star System*, in G. P. Brunetta (a cura di), *Storia del cinema mondiale. II. Gli Stati Uniti*, Einaudi, Torino 1999, Tomo primo, p. 700.

¹⁴⁶ S. Gundle, C. T. Castelli, op. cit., p. 63.

Ma possiamo andare oltre i divi cinematografici e vedere proprio nei personaggi proposti dalla televisione, a partire dai reality shows, l'esempio massimo della mitizzazione dell'immagine individuale. Il mezzo stesso crea il personaggio, il quale diventa il simbolo, l'archetipo dell'ideale di vita da raggiungere, diventa il nuovo mito.¹⁴⁷ Con l'avvento della società dei consumi la verità non è più essenziale al mito e «le reciprocità del linguaggio e del messaggio» cadono sotto la prevaricazione del linguaggio, rendendo il mito «una vuota fortezza»;¹⁴⁸ rimane, così, il suo valore persuasivo di un messaggio e di un fine secondo rispetto all'immagine che lo compone.¹⁴⁹ Così le stesse immagini che assumono il valore di mito non hanno già un significato costituito, al contrario il loro valore fa riferimento al fine che il produttore del mito e il fruitore di esso gli danno.

Il mito della parola vuota

Così come agli eroi si sono sostituite le celebrità, analogamente le parole che un tempo evocavano possibili modi di agire etico, si sono svuotate, lasciando al segno in quanto forma, fonetica o visiva, la capacità di strumentalizzare il simbolo per fini contingenti.

Riprendendo la denuncia cassireriana al processo che la comunicazione nazista attuava di mutamento del senso di vecchie parole e alla coniazione di nuovi termini,¹⁵⁰ e richiamandoci anche alla considerazione di Bontempi secondo cui quando il fascismo andò al potere non poté negare il valore simbolico di idee proprie del liberalismo, come “democrazia”, “libertà”, “consenso”, ma, nella «istituzionalizzazione» della mitologia fascista «le assimilo, fascistizzandole»,¹⁵¹ possiamo sostenere che al giorno d'oggi termini, concetti, categorie di pensiero vengono usurpate da un utilizzo di chiara impronta mediatica, puramente evocativa, legata esclusivamente all'impatto emotivo che la situazione contingente chiama in essere e che potremmo chiamare una “consumistizzazione”. Ad una rapida analisi dei termini di uso quotidiano, quali ad esempio “democrazia”, “libertà”, “giustizia”, “uguaglianza”, “sviluppo”, possiamo renderci conto che tali termini assumono significati diversi rispetto al contesto di asserzione. Soprattutto nelle tribune

¹⁴⁷ Nella terminologia barthesiana il contenitore vuoto sta per il “significante”, il contenuto è invece il concetto, già presente al produttore del mito il quale crea la forma mitica per presentare il proprio concetto (Cf. R. Barthes, op. cit., p. 209). In questi termini Bachlin vedeva nello stile di vita dei divi cinematografici l'elemento di promozione pubblicitaria (Cf. P. Bachlin, *Il cinema come industria. Storia economica del film*. Feltrinelli, Milano 1958 [DA VERIFICARE]). Se vogliamo, però, possiamo vedere come i divi della televisione siano esempi di un certo stile nel vestire, promotori essi stessi di prodotti firmati, testimonial impliciti o espliciti di prodotti industriali di massa presentati come “elitari”.

¹⁴⁸ J. Vidal, *Il mito: linguaggio e messaggio di solidarietà universale*, in J. Ries (a cura di), *Il mito*, cit., p. 26.

¹⁴⁹ Detto forse troppo banalmente, se la croce cristiana rappresenta per Zimmer la verità del Dio fatto uomo e sacrificato per la salvezza dell'umanità, richiamando a sua volta una “esemplarità” per il fedele (il sacrificio e la sofferenza terrena sono elementi fondamentali per la salvezza eterna), seguendo Barthes potremmo vedere il crocifisso come simbolo strumentale di una cultura che vuole affermarsi contro un'altra cultura (la diatriba politica che in Italia si sta perpetuando sul crocifisso nelle scuole come simbolo di una cultura sembra in realtà aver perso la sua connotazione etico-religiosa assumendo carattere di strumento di difesa contro la minaccia di contaminazione da parte di culture altre).

In realtà queste differenti concezioni non sono così contrastanti; piuttosto, nella concezione barthesiana del mito rientra anche la prospettiva zimmeriana. In particolare, Barthes distingue, nella decifrazione del mito tre tipi diversi di lettura: nel primo l'immagine del mito si rivela il “simbolo” del concetto che chi ha prodotto il mito vuole promuovere: ad esempio, nell'immagine di un soldato italiano in Afghanistan, proposta dalla televisione di Stato (in particolare dal TG1), il soldato è un esempio del ruolo dello stato italiano per la pace in Afghanistan; esso può però anche significare, se presente in un giornale o tv anti-governativi, l'alibi degli interessi economici dell'Italia all'estero, o il dispendio che una presenza così massiccia all'estero può comportare per le casse dello stato; la terza lettura vede invece nel soldato lo stesso esercito italiano. Come vediamo, nella terza lettura rientra la concezione del mito di Zimmerman secondo la quale, analogamente al fatto che la croce cristiana rappresenta la fede, così il soldato rappresenta l'Italia.

¹⁵⁰ Ivi, p. 478. Più recentemente, Marco Bontempi sostiene che «la concezione mitica della politica dei regimi fascista e nazista venne elaborata – più che in reazione, come spesso si è sostenuto – in relazione ai processi di mutamento e alle trasformazioni culturali che segnarono la transizione alla modernità e le dinamiche interne al suo sviluppo» (M. Bontempi, *Mito politico e modernità*, Cedam, Padova 1997, p. 249).

¹⁵¹ M. Bontempi, op. cit., pp. 181-82.

telesive questi concetti sono svuotati di significato e ridotti a mere etichette sloganistiche sdoganate a comando per servire i più diversi interessi particolari.

A fronte di questa dispersione semantica, termini come “libertà”, “democrazia”, ecc., detengono ancora una loro fisionomia e statura teorica definita? Lo svuotamento di significato dei termini ha lasciato, dopo la completa presa di distanza da qualsiasi pretesa veritativa, la possibilità da parte della comunicazione di venire utilizzati e strumentalizzati in base al contesto in cui si esprimono. La libertà è al giorno d’oggi “dire no agli schemi” e dire no agli schemi è comprare la nuova Citroën DS4. Questa è l’unica libertà che abbiamo. La questione principale non è tanto il fatto che la pubblicità cerchi di persuaderci che la libertà è comprare l’ultimo modello di autovettura. La questione principale è il modo usurpatorio con cui i termini fondamentali della nostra convivenza vengono utilizzati, vengono reiterati in contesti completamente differenti e con significati anche opposti, sino a renderci assuefatti alla loro pronuncia, tanto che giungiamo a non percepire nemmeno più la differenza in cui viene pronunciata la stessa parola nei differenti contesti. Tutti sono sullo stesso piano, perché tutti i contesti in cui viene pronunciata passano, per la loro diffusione, attraverso gli stessi mezzi comunicativi; ritroviamo così un discorso politico in cui si parla di libertà di scelta dei propri rappresentanti seguito poi dalla pubblicità della Citroën che indica nella possibilità di acquistare un’auto il vero esercizio della libertà; oppure ritroviamo degli studenti che protestano fuori da Montecitorio per il taglio alla ricerca gridando lo slogan di “No alla riforma”, e subito dopo la stessa pubblicità della DS4 che strumentalizza la protesta contro i sistemi sociali precostituiti al fine di acquistare un’auto. In opposizione a questo ritroviamo, subito dopo, la pubblicità della birra Nastro Azzurro che invece ti incita a dire Sì, “Say yes!”. Oppure si arriva a mitizzare la stupidità. Nella campagna “Be stupid” della Diesel si mette in atto una dinamica per cui la stupidità viene inglobata all’interno dell’elemento pubblicitario ribaltandone il valore che rappresenta e rendendola un criterio di valore per la persona intelligente. Essere stupido è meglio perché sei talmente intelligente da poterti permettere di comportarti da stupido.¹⁵²

Il mito non si propone più di indicare una possibile interpretazione della società, dell’uomo, una possibile via per la comprensione della realtà, contingente o trascendente, giacché il mito non tende a indicare una via per comprendere, quanto piuttosto a proporre una situazione di fatto, a dare voce ad un convincimento illusorio, strumentalizzato dalla capacità retorico-persuasiva delle immagini che nell’era della comunicazione di massa – nel postmoderno – affollano la nostra vita. La rappresentazione epica dell’intimo che accompagna l’idea di una interiorità umana da mondare viene rappresentata dalla pubblicità dei prodotti di bellezza, i quali sempre di più hanno assunto importanza nella nostra società.¹⁵³ I contenuti della coscienza, quella interiorità che veniva indicata nell’illuminismo come l’autorità in grado di discernere il vero dal falso e che è in grado di rendere valore all’immagine che l’io si fa di sé fa parte ora delle

«“finzioni” regolate dalle convenzioni sociali [...], l’immagine di noi stessi che gli altri ci trasmettono (e che noi adottiamo anche per ragioni di sicurezza: per difenderci dobbiamo infatti proiettare il modo in cui gli altri ci vedono, calcolare con esso; e più in generale, nella lotta per la vita uno strumento decisivo è il mimetismo).»¹⁵⁴

Un’automobile rappresenta al massimo grado un oggetto mitico che segna il passo nell’idea mitizzata della potenza;¹⁵⁵ il Tour de France si presenta come la grande epopea del XX secolo.¹⁵⁶

¹⁵² Inoltre, elemento essenziale per la comprensione della dinamica “be stupid”: l’intelligenza viene concepita contestualizzata nella nostra cultura mondiale, ovvero in riferimento a ciò che viene inteso con intelligenza e intelligente: lo sfigato disadattato sociale.

¹⁵³ Ivi, p. 77-9. Al giorno d’oggi esistono negli Stati Uniti, ma anche in Europa in maniera sempre più presente, interi supermercati dedicati esclusivamente alla pulizia e alla cura del corpo.

¹⁵⁴ G. Vattimo, *Etica dell’interpretazione*, Rosenberg & Sellier, Torino 1989, pp. 82-3.

¹⁵⁵ Ivi, pp. 147-9.

Possiamo, inoltre, rintracciare un ulteriore mutamento della natura del mito avvenuto dagli anni Cinquanta ai giorni d'oggi: gli stessi miti sembrano al giorno d'oggi essere diventati virtuali, potremmo dire che si sia giunti sino al mito della pura immagine.¹⁵⁷ il *possesso* attuale di un certo tipo di auto è il simbolo di un certo status sociale, l'indossare un certo capo di abbigliamento è il simbolo della capacità di stare al passo coi tempi del fashion. Parlo di *possesso* e non di *proprietà*, richiamandomi alla distinzione giuridica tra uso di un bene e proprietà di esso, proprio per il mutamento avvenuto nel corso di questi ultimi due decenni. L'aumento del debito privato, promosso soprattutto da un modello economico basato sul credito – l'uso della carta di credito, l'acquisto dell'auto attraverso leasing, ecc. sono elementi che motivano, a mio parere, la tesi del passaggio da una società in cui prevale l'immagine del mito, ad una società in cui prevale il *mito dell'immagine*. In una società in cui prevale il mito dell'immagine non ha valore tanto il "potere d'acquisto" di un bene, la sua proprietà, potere che viene in realtà spostato ad un futuro più o meno certo (la crisi economica attuale affonda le proprie radici proprio in un eccesso di debito privato e di fiducia nel potere d'acquisto futuro), quanto il possesso nel presente di un bene, strumentale all'affermazione di una *immagine* di sé nella società.

Il mito dell'immagine nella politica

Di questa dinamica non è affatto incolume la politica. Anzi, essa trova nei mass media il canale privilegiato per persuadere le masse, ma allo stesso tempo essa è succube degli stessi mezzi di comunicazione. Come abbiamo già visto per il fascismo e il nazismo, l'immagine e la comunicazione politica erano considerate essenziali per giungere al potere e per riuscire a dominare e controllare le masse. Ma se per la propaganda moderna il carisma del leader si legava alla sua immagine eroica, semidivina, che esprimeva un messaggio di sacralità e valori attribuibili all'antico guerriero, nella comunicazione politica postmoderna, che si afferma in maniera sempre più chiara dagli anni Settanta, si promuove l'immagine dell'egualitarismo e della trasparenza. La nuova comunicazione politica «possiede tecniche sue proprie, derivate dal marketing, e si avvale, anche nella costruzione di strategie politiche e partitiche, di un vocabolario tratto dal mondo dell'impresa».¹⁵⁸ Ne deriva, una riduzione del discorso politico a slogan, il che comporta anche una banalizzazione del contenuto ideologico. Lo svuotamento di significato delle parole si rivela, in politica, in maniera drastica, giungendo al punto che «gli slogan di formazioni politiche differenti potrebbero essere intercambiabili».¹⁵⁹ Così come i termini svuotati di significato possono rispondere in contesti differenti a richieste di senso eterogenee, questo vale, a maggior ragione, per i termini che nella politica dovrebbero avere più importanza.

La diffusione degli apparati audiovisivi ha portato, nel corso degli ultimi tre decenni, ad un mescolamento di linguaggi che tende a marginalizzare i partiti politici in quanto strutture produttrici di senso, giungendo addirittura a imporre alla politica il loro modo di comunicare e di significare.

Seguendo d'Almeida, lo stesso corpo del politico ha assunto sempre più importanza nella costruzione dell'immagine pubblica, tanto che se ne ricava una tendenza della società «alla marginalizzazione delle ideologie e alla contemporanea promozione dei comportamenti attraverso i quali gli uomini politici valorizzano le proprie qualità personali»,¹⁶⁰ al pari, possiamo integrare, dei

¹⁵⁶ Ivi, pp. 108-117.

¹⁵⁷ Tale idea deriva a nostro parere in prima facie dal condizionamento che il cinema – americano in primis – ha effettuato nella formazione delle mode e nel mutamento della percezione degli eroi da miti epici a celebrità dello star system (Cf. S. Gundle, *L'età dell'oro dello Star System*, in G. P. Brunetta (a cura di), *Storia del cinema mondiale*. Vol. II. *Gli Stati Uniti*, Einaudi, Torino 1999, pp. 695-744).

¹⁵⁸ F. d'Almeida, *La trasformazione dei linguaggi politici nell'Europa del Novecento*, in M. Ridolfi, op. cit., p. 34. Cf. M. Charlot, *La persuasion politique*, Colin, Paris 1962; M. Bongrand, *Le marketing politique*, PUF, Paris 1986.

¹⁵⁹ Ivi, p. 36.

¹⁶⁰ Ivi, p. 38.

soggetti del *glamour system* – bellezza, teatralità, ricchezza, dinamismo, notorietà; e ancora, eleganza, rapidità, forza, intelligenza, prestanza fisica, ecc.¹⁶¹

Paradossalmente, però, alla valorizzazione di tali qualità è necessariamente connessa la forma rituale che connette l'elemento storico che valorizza le qualità personali con caratteri espressivi che rendono merito della capacità simbolica del gesto e soprattutto del modo di apparire del politico e del partito. Se infatti al discorso si sostituiscono gli slogan e se alle qualità morali del personaggio politico si sostituiscono le qualità fisiche, allo stesso modo alla pratica dell'applicazione delle regole razionali della democrazia si sostituiscono sempre più spesso gesti pseudo-rituali simbolici, che richiamano appunto la qualità evocativa dei miti che legittimavano il legame sociale dei popoli primitivi, gesti che stimolano l'emotività dei destinatari e dei partecipanti alla "pseudo-ritualità" e che però, a differenza dei miti politici moderni, si radicano non tanto sull'eroe in quanto ideale, quanto sul sentimento simpatetico che il pubblico prova con il leader politico, sentimento che trova la sua base maggiore sul carattere egualitario promosso dalla comunicazione politica postmoderna. Ci ritroviamo, ad assistere, in tal modo, alla proclamazione del segretario nazionale di un partito non tramite votazione formale – così come richiederebbe l'applicazione delle regole democratiche – ma per acclamazione; oppure ritroviamo ritualizzato lo scontro tra due leader dello stesso partito e l'acclamazione della superiorità dell'uno o dell'altro attraverso il numero e la durata degli applausi ai discorsi e alle battute – sloganistiche – che i due si scambiano. Il tutto sempre sotto lo sguardo attento delle telecamere.

In breve, il mito, in quanto linguaggio privilegiato per evocare l'indicibile, si ritrova al massimo grado ad essere strumentalizzato, e strumentalizzata è soprattutto l'ambiguità che la sua natura esprime. Per riprendere le parole di d'Almeida:

«gli strateghi del mondo dei partiti costruiscono la messa in scena attraverso le immagini per apparire ciò che essi credono, per mostrare ciò che essi desiderano. L'esercizio, però, non può compiersi senza che nascano ambiguità. I cittadini, per il momento, ancora comprendono, dietro il dominio della forma, l'esistenza di ideali. Ma come potranno discutere di politica quando ogni cosa sarà ghermita dal non-detto, dall'implicito? Essi si concentreranno alla fine sulla moda per meglio compiere il loro dovere civico e si domanderanno d'un tratto se la stessa politica non è afflitta da un eccesso di cattivo gusto».¹⁶²

Questo veniva scritto pochissimi anni fa. Credo sia superfluo evidenziare il ruolo che la moda ha assunto nella politica odierna.

Una riflessione a conclusione

Dobbiamo, però, prendere atto che, parallelamente alla "glamourizzazione" strumentale del mito in quanto immagine, sembra un fenomeno crescente, per quanto ancora sottaciuto, il riferimento ad una ritualità politica che si richiama lontanamente ai miti moderni. Se pensiamo a fenomeni quali l'immagine scenografica che accompagna alcune manifestazioni partitiche, o alla ritualità con cui si rinsalda il legame "tribale" degli aderenti ad un partito/movimento, alla reiterata acclamazione delle origini mitologiche accompagnata da slogan pseudo-nazionalistici e razzisti, la tentazione a rintracciare elementi comuni ai miti moderni non sembra ingiustificata. Ma anche altri fenomeni populistici dovrebbero stimolare l'attenzione, come ad esempio la proclamazione di segretari di partito per "acclamazione", lo scontro tra due leader politici nell'arena in cui viene proclamato il

¹⁶¹ In un interessantissimo articolo uscito per mano di Gian Antonio Stella nel Corriere on line del 13 settembre 2011 viene analizzata la strategia di immagine di Silvio Berlusconi:

(http://www.corriere.it/politica/11_settembre_13/stella-berlusconi_561cc2f6-ddcd-11e0-aa0f-d391be7b57bb.shtml).

Ultimo accesso 27 settembre 2011).

¹⁶² F. d'Almeida, op. cit., p. 39.

vincitore in base al numero e all'intensità degli applausi, la ritualità, simbolica e studiata sin nei minimi particolari dell'apparizione del leader di un partito, tutto questo sembra avere un inquietante retrogusto mitologico.

Una differenza fondamentale tra i miti politici moderni e postmoderni è che questi ultimi si inseriscono in un contesto culturale in cui la disillusione per le grandi verità e l'ironia che ad essa si accompagna sembrano rendere la percezione di certe espressioni politiche quasi "farsate". Le varie ritualità che si ritrovano al giorno d'oggi nella politica assumono una sorta di leggera serietà; tutto è cinicamente goliardico (come il raccogliere l'acqua del Po e portarla nella laguna di Venezia, ad esempio). Ma tale carattere è preoccupante in maniera ancora maggiore, poiché questa apparente "leggerezza" indirettamente legittima l'espressione di messaggi violenti vestiti da battute scherzose, da motti di spirito, da quell'esercizio, appunto, dell'ironia che porta ad esprimere un concetto in modo da dissimularne la vera natura. Ma molte volte il limite tra ironia e sarcasmo è molto labile; e se l'ironia, in quanto carattere principale dell'era postmoderna, ha legittimato una visione disillusa rispetto ad ogni pretesa assolutista, il sarcasmo ha, rispetto all'ironia, una sfumatura più amara e personale che apre già la strada al conflitto.