

ché del quotidiano. Si passa così dal gusto per la barba incolta a Google, dal successo di Houellebecq all'alta moda di Hermès, dal gusto per gli abiti destrutturati ai tatuaggi, con l'idea di poter tracciare in questo modo un atlante dell'immaginario della nostra società. È questa l'ambizione del libro, e lo spirito che lo gui-

**L'ATTUALE E IL QUOTIDIANO**

**Assieme a Georges Balandier, Maffesoli ha fondato nel 1982 il Centro studi sull'attuale e il quotidiano, orientato nella ricerca sull'immaginario e sulla vita di tutti i giorni**

da. Non più dunque uno spirito «politico», ma uno spirito «cartografico», molto più indulgente di quello sempre insofferente di Barthes, quasi comprensivo come lo sguardo di un buon padre che osserva la nostra società come un genitore vede la confusione del figlio e la comprende come fase, momento di passaggio.

**SOTTERRANEA MENTE**

Più volte in effetti Maffesoli paragona la società contemporanea a quella della Roma imperiale ormai in crisi o a quella del Rinascimento: momenti di transizione, di grande sotterranea vitalità. E il carattere sotterraneo è uno dei tratti che da questi miti emerge: il nostro immaginario è attraversato da forze oscure, irrazionali (Harry Potter e Il Signore degli Anelli ne danno conto), quasi tribali (più volte Maffesoli cita i rave party), che tanto più restano sotto la superficie luminosa e chiara del mondo, tanto più attraggono, incuriosiscono, eccitano. Sono proprio questi elementi oscuri ma seduttivi a generare un diffuso bisogno di contatto, di tribù, di comunità. Il mon-

**Strategie**

**Icone d'oggi, contro i miti barthesiani per cogliere il nostro mondo**

do si divide in piccoli gruppi che condividono passioni e simboli, e così si stringono su se stessi, rafforzandosi reciprocamente. È un mondo fortemente interconnesso, infatti, quello di cui ci parla Maffesoli. Quasi tutti gli stereotipi che propone hanno a che fare con l'essere o il porre in relazione: l'essere in relazione all'interno di un micro-gruppo sociale (che si veste in un certo modo; si rade la barba con certi ritmi; si fa tatuaggi

in certi posti – debitamente simbolici, ovviamente) e il porre in relazione nella rete, questo grande golem che ha cambiato le sorti dell'umanità. Maffesoli non ha dubbio su questo (e difatti è uno dei temi portanti del libro): il nostro immaginario è stato stravolto dal web, dalla sua connettività, dalla sua rapidità, dalla sua intrinseca socialità. Col web, la tecnica si è presa la rivincita sulla ragione; da elemento di razionalizzazione dell'esistenza, nell'800, si è fatta alleata dell'arcaismo e strumento di pratiche irrazionali.

**HERMÈS E DIONISO**

Perché questo è il punto, e la provocazione contenuta nel libro: è finita l'epoca dell'individualismo, è finito il tempo della Ragione, è finita la certezza delle Rappresentazioni e contemporaneamente qualsiasi muro (da quello di Berlino a quello che dovrebbe separare la vita intima dalla vita pubblica) non ha più senso. Il mondo che le icone di oggi ci rivelano è un mondo percorso da forti spinte irrazionalistiche (basta pensare alla politica, dove il giudizio perde, ahimé, di fronte alla forza della suggestione), da un'esaltazione della singolarità che non ha niente a che fare con l'individualismo di

**La crisi**

**La società odierna paragonata alla Roma imperiale ormai in crisi**

un tempo, ma si misura, in gruppo e socialmente, in base al criterio dell'eccezionalità (uno status symbol come Hermès vive di questo: del marchio di eccezionalità che conferisce a chi lo indossa all'interno di un certo gruppo); da un'esaltazione dell'emozionale, del sensuale, del corporeo, che da una parte rilancia un auspicabile principio di integralità dell'uomo, dall'altro riduce fortemente il peso della ragione.

È un peccato che Maffesoli non ci dica di più delle icone di questo mondo, delle loro forme, dei loro colori, dei loro simboli (il libro non propone alcuna illustrazione, mentre lo sappiamo, la nostra è la società delle immagini), preferendo darci il significato già distillato di queste forme. Ci sarebbe piaciuto percorrere questo atlante perdendoci un po' e divagando, come si fa su ogni buona mappa. Ci siamo invece trovati subito ad avere la rotta, una rotta comunque molto preziosa, specie quando lo spirito di Dioniso, come nota Maffesoli, si impone su tutto, il privato e i consumi, la cultura e la socialità e, sempre di più, anche la politica. ●

**Immaginari  
My Space: il Golem  
si è ribellato**



«Il Golem si è ribellato. La cibercultura reinveste gli affetti e ricrea una mitologia specifica: il legame sociale non è più obliterato dalla tecnica, anzi è sostenuto dai suoi effetti. La sinergia di arcaismo e progresso tecnologico di cui My Space è l'espressione più vistosa rappresenta una delle manifestazioni innegabili della postmodernità».

**Il senso della vita  
in una barba «di tre giorni»**



«Ai giorni nostri furoreggia un'altra icona, l'esatto contrario di quella del Vecchio Saggio. Alludiamo al quinquagenario o sessagenario che esibisce una barba "di tre giorni", simbolo del falso anziano o vero dispensatore di lezioni; uno che conosce il senso della vita e va pontificando, non sempre a proposito».

**Hermès, o l'anima  
degli oggetti**



«L'edonismo multiforme, che va assumendo un'importanza crescente nelle nostre società, si esprime attraverso icone specifiche. Così, in un mondo tendenzialmente dominato dalla funzionalità, dall'utilità e dal razionalismo, il nome di Hermès campeggia come un vessillo dei valori alternativi».

**BERTOLA  
TRA ROSA E  
WODEHOUSE**

**LA FABBRICA  
DEI LIBRI**

**Maria Serena  
Palieri**

spalieri@unita.it



Un libro di genere - rosa, umoristico, giallo, noir... - è un «reagente»: funziona se, entrando in alchimia con lo stato d'animo del lettore, come una droga leggera procura ciò che il lettore cercava, cioè al 99% evasione e miglioramento dell'umore. *La soavissima discordia dell'amore*, ultimo titolo di Stefania Bertola (Salani, pp. 279, euro 15), sotto questo profilo è ineccepibile: assicura alcune ore di soavissimo oblio dei propri guai. Cinquantasei anni, già autrice radiofonica e sceneggiatrice, da alcuni anni questa scrittrice torinese (da un po' di tempo sembra che tutto succeda lì, sotto la Mole) si è incamminata in un genere che, per brevità, viene annesso alla chick-lit. Sì, le sue protagoniste sono donne sui trent'anni insieme autonome e svampite, ma a parte questo ciò che manca nei suoi romanzi, rispetto a quelli di Kinsella & C., è un paesaggio metropolitano iperconsumista. Le eroine di Bertola non sono fissate maniacalmente col tacco 12 di Louboutin. Qui in scena ci sono quattro amiche, Agnese, Emilia, Teresa e Margherita, la prima che ha appena mollato un fidanzato in Cina, la seconda che vorrebbe liberarsi del marito fedifrago, la terza che sta per sposarsi con il fidanzato che non ama più, la quarta ossessionata da un innamorato che non c'è. Ma a descrivere trama e personaggi si corre il rischio di suggerire un'idea sdolcinata e si fa torto al libro. Perché, nonostante il titolo (specchietto per allodole?) *La soavissima discordia dell'amore* conferma questa realtà: il «rosa», oggi, dell'amor romantico sa fare meravigliosamente a meno. Il paradosso è che il «rosa» oggi quell'amore lo sbeffeggia. Con una marcia in più, nel caso di quest'autrice. Che, in fatto di intrecci e leggerezza, sembra aver imparato la lezione del grande Wodehouse. ●