

Le "Idi di marzo". McLuhan, Barthes e la storia come medium narrativo

Andrea Lombardinilo

Università degli studi "Gabriele d'Annunzio" di Chieti-Pescara

Il saggio si propone di legare la riflessione mediologica di McLuhan e Barthes sul mito cinematografico di Giulio Cesare alla proliferazione della serialità narrativa che esso ha ispirato negli anni recenti, a conferma del potenziale cross-mediale del medium storico sul piano televisivo, cinematografico, teatrale, romanzesco. In uno dei capitoli d'apertura de *La sposa meccanica* (1951), McLuhan riflette sull'annuncio pubblicitario del romanzo di Thornton Wilder, *Le idi di marzo* (1948), che può darsi «non ci faccia entrare nel mondo dei Cesari, ma certamente ci fa entrare nel mondo della letteratura e della narrativa contemporanee». La tesi di McLuhan è che il genere del romanzo storico debba il suo successo alla capacità di proiettare il pubblico nelle vite dei potenti, colti nell'intimità quotidiana. Quanto più il personaggio è umanizzato, «dotato di un cervello il più superficiale possibile», tanto più è adatto per una narrazione che sfrutti la storia come pretesto rievocativo. Tesi condivisa da Roland Barthes, che in *Miti d'oggi* (1957) analizza la rappresentazione del mito cesariano proposto dal regista polacco Mankiewicz nel film *Giulio Cesare* (1953). Un mito destinato ad affermarsi come mito mediale: dalla fiction tv *Giulio Cesare* del regista Uli Edel (2003), al romanzo *Le idi di marzo* di Valerio Massimo Manfredi (2008) o al film *Cesare non deve morire* dei fratelli Taviani (2012), cronaca dell'allestimento del *Giulio Cesare* di Shakespeare ad opera di detenuti di massima sicurezza del carcere di Rebibbia. Il tradimento subito dal potente come episodio narrativo seriale e metaforico, dotato di un'elevata attrattività cross-mediale. Così è per *Giulio Cesare* e per altri miti dell'antichità, a condizione che «i grandi, del passato e del presente, sembrano essere tali per le qualità più comuni». Questo il suggerimento di McLuhan per comprendere il successo delle narrazioni storiche al tempo della società dell'incertezza, sospesa tra consumismo e immaginario. Una società segnata da simbolismi fluttuanti e serialità rappresentative, ispirate alla sinergia tra letteratura e mediologia.

This essay aims at binding together the mediological reflexion outlined by McLuhan and Barthes about the cinematographic myth of Julius Cesar and the proliferation of narrative seriality that it has inspired in recent years. These findings reveal the cross-medial potential of the historical medium in movies, television, novels and plays. In one of the first chapters of *The Mechanical Bride* (1951), McLuhan reflects upon the *réclame* of Thornton Wilder's novel, *Ides of March* (1948), that maybe "won't allow us to know the world of Caesars, but surely it makes us enter the world of literature and of contemporary novels». McLuhan claims that the success of the historical narrations lies in the ability to show the personal lives of mighty people. Humanized characters are those who «have a brain as superficial as possible»: these characters are much more suitable for works of fiction that aim at exploiting history as a narrative excuse. McLuhan's thesis is apparently shared by Roland Barthes: in *Mythologies* (1957) he deals with the representation of Caesarian myth proposed by the Polish director Mankiewicz in the film *Julius Caesar* (1953). This is a myth destined to gain a serial dimension: from television fiction *Julius Caesar* by the director Uli Edel (2003), to the novel *Le idi di marzo* by Valerio Massimo Manfredi (2008) and to the film *Cesare non deve morire* by Paolo and Vittorio (2012), that give an account of the staging of Shakespeare's *Julius Caesar* portrayed by maximum security inmates of Rebibbia's jail. The betrayal of the powerful can be read as a serial and metaphorical narrative event, endowed with a high cross-medial attractiveness. This is McLuhan's interpretation of the success of historical narrations in the time of the uncertain society, suspended between consumerism and imagery.

Key Words: sociologia della letteratura, storia e mitografia, narrazioni seriali

Umanizzare la storia: il mito seriale di Giulio Cesare

“L'onore è “il più nobile stimolo del valor militare” (Vico, 1744, p. 882). Così Giambattista Vico nella “degnità” numero LXXXIX della *Scienza nuova*, a proposito delle virtù fondative della storia antica. Sin dai tempi di Omero, l'onore è una delle componenti peculiari del mito narrativo del valore militare, incarnato da condottieri, imperatori, soldati saliti all'onore delle cronache per il coraggio, l'amor di patria, la fame di potere. Da Alessandro Magno a Napoleone, la galleria dei personaggi divenuti leggendari grazie alle conquiste militari è nutrita: ma non tutte le leggende si trasformano in mito.

Si pensi al differente destino di Giulio Cesare e Pompeo Magno: il primo oggetto di una fortuna storiografica senza pari, alimentata dall'ampiezza delle conquiste militari e dall'intrigo dei cesaricidi; il secondo destinato a vivere all'ombra di Cesare, nonostante l'abilità militare e le abilità strategiche. Il tradimento perpetrato dal re egiziano Tolomeo non ha le stesse conseguenze del tradimento di Bruto: Pompeo soccombe alle ragioni ciniche e spietate della guerra civile, Cesare all'anelito di libertà che pervade il Senato.

Il mito di Cesare inizia proprio con la sua fine, scenografica e spettacolare: la restaurazione della libertà ha ragioni più forti dell'espansione di Roma e del potere, di cui Cesare incarna l'espressione più ambiziosa e perentoria. Il tradimento segna la fine della vita mortale di Pompeo, consegnato (anche) ai versi della *Farsalia* di Lucano; il tradimento di Cesare ne determina invece il mito, protrattosi fino ad oggi.

Un vero e proprio mito *mainstream*, sfruttato e alimentato dalla letteratura, dalla televisione, dal cinema, nel segno di una istanza narrativa volta a far rivivere la storia in uno dei protagonisti di maggior presa umana ed emotiva. In un'era, quella cross-mediale, caratterizzata da una serialità narrativa che non sembra conoscere soluzione di continuità, quanto meno sul piano cinematografico e televisivo (D'Amico, 2008; Innocenti, Pescatore 2008; Manzoli 2004). A ben vedere, Giulio Cesare incarna il paradigma dell'uomo di potere destinato a scontare con la vita l'anelito di grandezza: il suo è un mito sempre vivo, perché espressione della ancipite fortuna, che può eternare e soffocare le aspirazioni dell'uomo. La religione del potere che caratterizza l'agire di Cesare si inserisce del resto nel contesto mitico di Roma antica, di per sé sufficiente ad alimentare la sete di conoscenza della società mediale (Morcellini, 2005 e 2013). I simboli e i significati sociali della storia agevolano la fondazione di una mitografia che si nutre di grandi gesta e di cadute roboanti, le sole in grado di svelare la natura più vulnerabile dell'uomo al potere.

Da questo punto di vista, le Idi di marzo costituiscono uno dei momenti topici della storia antica, un episodio ad alto contenuto di drammaticità. I presagi che annunciano l'assassinio di Cesare contribuiscono alla costruzione del mito moderno, agevolato dal racconto di Plutarco, Svetonio, Lucano. Il tradimento si annuncia sotto aspetti misteriosi e profetici: non a caso il mito di Cesare è inserito da Roland Barthes nel novero delle mitologie contemporanee: il riferimento è, in questo caso, al film di Mankiewicz del 1953, noto soprattutto per l'interpretazione di Marcantonio da parte di Marlon Brando, astro nascente del cinema hollywoodiano (Barthes, 1957). Il suo mito prende avvio proprio con la comparsa nel *Giulio Cesare* del regista polacco.

Si tratta del primo adattamento per il cinema del *Giulio Cesare* di Shakespeare, testo obbligato per le narrazioni *mainstream* del mito cesariano: è il caso del film *Giulio Cesare, il conquistatore delle Gallie* del regista Amerigo Anton (1963); è il caso del *Giulio Cesare in Egitto* di Händel, opera lirica in tre atti presentato nel 1677 a Venezia; è il caso della fiction, con la miniserie televisiva americana realizzata nel 2002 dal regista tedesco Uil Edel, dal titolo *Giulio Cesare*, senza trascurare la serie televisiva *Roma* realizzata tra il 2005 e il 2007 da John Milius; è il caso del cinema, con il *Cesare deve morire* dei fratelli Taviani (2012), trasposizione filmica dell'allestimento della tragedia shakespeariana realizzato dai detenuti di Rebibbia; è il caso del romanzo storico contemporaneo, con *Le Idi di Marzo* di Valerio Massimo Manfredi (2008); ed è il caso delle biografie romanzate realizzate da Andrea Frediani (*Dictator. L'ombra di Cesare*, 2010) e Antonio Spinosa (*Cesare, il grande giocatore*, 1997).

Sfruttando l'elevato simbolismo della congiura, il mito di Cesare si è affermato come mito seriale, declinabile secondo le modalità rappresentative dell'industria culturale di massa: il piacere della narrazione si innesta sulla natura emblematica del grande condottiero, osannato e osteggiato allo stesso tempo (Adorno & Horkheimer, 1944). Non è un caso che, da Shakespeare in poi, la narrazione del mito si sia innestata su un'istanza biografica che ne vuol svelare l'intimità dell'uomo, le contraddizioni e le aspirazioni, nel tentativo di rappresentarne l'umanità più nascosta. Da questo punto di vista, il mito sfrutta le potenzialità sinestetiche del linguaggio e della scrittura, particolarmente ampie al tempo della società dei consumi e della riproducibilità tecnica delle narrazioni (Baudrillard, 1976).

D'altro canto, la diffusione dei romanzi storici al tempo del digitale denota un nuovo interesse per la storia e per i suoi miti, fondati su reticolati simbolici, sociali e valoriali dalla sicura presa comunicativa. Ciò accade perché il mito "è un sistema di comunicazione, un messaggio" (Barthes, 1957, p. 191), in grado di sfruttare qualunque tipo di segno per affermarsi al cospetto dell'opinione pubblica, alla ricerca di paradigmi simbolici in cui riconoscersi (Habermas, 1997). Tanto meglio se sotto la lente d'ingrandimento del pubblico si sofferma la contrastata umanità del potente di turno. Il successo delle narrazioni storiche, da Sallustio in poi (si pensi all'immagine di Cesare nel *De coniuratione Catilinae* o nelle *Memorie di Adriano* della Yourcenar), risiede nella tendenza a umanizzare il personaggio, a renderlo penetrabile allo sguardo esterno: il lettore vuol seguire in diretta gli spasimi della coscienza del potente caduto in disgrazia; lo spettatore esige una rappresentazione veritiera dei fatti, studiando i gesti, le espressioni, i comportamenti dei protagonisti.

Non vi è narrazione storica che non si fondi sull'umanizzazione degli attori, con buona pace del protocollo istituzionale e del cerimoniale. La caduta del potente è un evento pubblico, perché pubblica è la caduta degli dei, che può trasformarsi in un mito seriale e *mainstream*. A metterlo in evidenza è Marshall McLuhan ne *La sposa meccanica* a proposito del romanzo di Thornton Wilder, *Le Idi di marzo* (1948): la rappresentazione di Cesare alle prese con il problema della calvizie offre lo spunto per evidenziare come il successo del romanzo storico (e delle sue declinazioni mediali) risieda nell'umanizzazione del personaggio, nella rappresentazione della sua intimità, in grado di proiettare il pubblico

in anditi inaccessibili: “I grandi vengono “umanizzati” rendendoli insignificanti” (McLuhan, 1951, p. 62).

Il palazzo del potere si apre agli sguardi indagatori dello spettatore, attratto dalle figure più emblematiche della storia. In primo piano, la costruzione del mito seriale di Cesare, sospeso tra mitografia, consumo mediale e comunicazione.

McLuhan, o dell’umanizzazione del mito

Prima di approdare all’elaborazione de *Gli strumenti del comunicare* (1962) e de *La galassia Gutenberg* (1964), McLuhan appronta uno studio dei miti e dei simboli della cultura di massa, passati in rassegna secondo una modalità rapsodica, che Barthes sembra riprendere in *Miti d’oggi*. McLuhan scandaglia il magma fluttuante della modernità mediale, fondata sul connubio tra immagini, parole, suoni (Ong, 1982). Siamo nell’immediato dopoguerra, caratterizzato dall’esplosione delle mitologie contemporanee legate all’industria culturale di massa. Ne *La sposa meccanica* (1951) il sociologo osserva l’evoluzione delle prassi informative nella fase di passaggio dal cartaceo al *mainstream*, con lo sguardo rivolto alle modalità di narrazione della modernità (Lamberti, 2012). Il suo è un libro caleidoscopico, magmatico: «la *Sposa meccanica* si presenta come clinica alternativa, il cui scopo è curare l’individuo dal morbo della spersonalizzazione. Più che di un libro, si tratta di un medium visivo, fatto essenzialmente di immagini, secondo il credo di chi ritiene finita l’era della carta stampata» (Faenza, 1996, p. 8).

Ciascun capitolo propone la spiegazione di un’immagine, analizzata secondo un metodo di ricerca volto a ritagliare gli anditi di significato condivisi nell’agone pubblico. Una foto, un oggetto, una pubblicità, una notizia, un fumetto: tutto ciò che fa cultura diventa oggetto di indagine sociologica, focalizzata sull’evoluzione sinestetica della comunicazione al tempo del *mainstream*. In primo piano vi sono i cambiamenti avvenuti nell’universo simbolico collettivo con la diffusione della televisione e dei rotocalchi, impegnati nella definizione di strategie comunicative che colpiscano l’immaginazione, senza alimentare la creatività e la fantasia del pubblico (Ragone 2014; Gamaleri 2013).

La tecnica di McLuhan è estremamente efficace. Essa consiste nel ritagliarsi spazi discorsivi da frammenti visivi della quotidianità informativa:

Le immagini sono tratte dal folclore di massa, essenzialmente la pubblicità e la nuova segnaletica comunicazionale, solo che il procedimento logico che sta alla base dei segni qui è rovesciato, al fine di ribaltare la posizione dell’uomo industriale da oggetto positivo a essere dinamico (Faenza, 1996, p. 8).

Nella segnaletica comunicazionale costruita da McLuhan, si inserisce l’annuncio pubblicitario del romanzo di Thornton Wilder, *Le Idi di marzo*: vi campeggiano titolo e autore, un lacerto della recensione del *New York Herald Tribune* e un medaglione con i profili disegnati di Giulio Cesare, Cleopatra e Antonio. Nella parte alta si staglia un estratto del carteggio immaginario tra Cesare e Cleopatra: Cesare confida alla regina d’Egitto la sua solitudine, che si esplicita nella inconsistenza dei rapporti che si è costruito nel tempo.

Il senso di isolamento è acuito dal suo ruolo di dittatore, deciso e austero. Per questa ragione nessuno osa chiedergli perché si sia cosperso il capo di quello strano unguento violaceo.

Il dramma di Cesare consiste nell'assenza di comunicazione, nel vuoto interazionale stabilitosi tra lui e i suoi collaboratori: nessuno ha il coraggio di dirgli che, così conciato, risulta ridicolo al cospetto del mondo. Nessuno sa che ha dato ascolto ad una donna, «la più grande del mondo», che gli ha suggerito un rimedio contro la calvizie. Quell'unguento composto da miele, bacche di ginepro e assenzio, con cui bisogna sfregarsi la testa, è il simbolo della debolezza umana, l'espressione della speranza ridotta a superstizione. Il grande condottiero ha un punto debole: la perdita dei capelli. Farebbe qualunque cosa pur di riacquistarli, a costo di coprirsi di ridicolo. La sola persona in grado di farglielo notare è la donna delle pulizie: "Divino Cesare, che diavolo hai in testa?". Ascoltata la risposta dell'uomo, la donna lo consola, facendogli notare che un uomo può avere un cervello o i capelli: gli Dei immortali gli hanno donato il primo, non i riccioli. Di qui la gratitudine di Cesare, che confessa a Cleopatra l'intenzione di nominare senatrice la donna.

Il racconto di Wilder proietta il lettore nella dimensione intima del dittatore, alle prese con le frustrazioni e con le problematiche legate alla propria condizione mortale. All'apparenza frivolo, l'elemento calvizie è strategico sul piano comunicativo e semiologico: l'uomo di potere (al pari del politico contemporaneo) ha l'obbligo di curare la propria immagine, secondo le modalità rappresentative della società mediale (Jenkins, 2006). Non è un caso che Wilder ponga in primo piano il Cesare a colloquio con la donna delle pulizie, su un tema (quello dell'estetica personale) di importanza fondamentale per la costruzione dell'immagine televisiva (Pearson, 2011).

Un aspetto colto da Roland Barthes a proposito della frangia che caratterizza i personaggi del *Giulio Cesare* di Mankiewicz (uscito nelle sale cinematografiche due anni dopo la pubblicazione de *La sposa meccanica*). L'acconciatura è un elemento semiologico fortemente connotato sul piano sociale. Di qui il conflitto che Cesare vive nelle proprie stanze, circondato dal timore e dalla diffidenza dei suoi. Il mito del grande condottiero fa breccia nella narrativa americana di largo consumo, nel segno di una semplificazione della strategia narrativa, fondata sulla umanizzazione del personaggio, di cui il pubblico vuole conoscere coraggio e debolezze. Il dialogo con la donna delle pulizie è ispirato ad una colloquialità straniante, in cui le parti sembrano rovesciarsi: è l'umile donna a dispensare consigli, non l'intrepido conquistatore delle Gallie.

L'intento è proprio questo: il potere viene umanizzato, reso banale e scontato. Il racconto di Wilder, al pari di molti altri romanzi storici del nostro tempo, si fonda sulla riduzione simbolica della storia, sulla semplificazione estetica del mito, chiamato ad esprimersi in un linguaggio alla portata di un pubblico di massa, proiettato verso la costruzione di immaginari cinematografici condivisi (Frezza, 2015).

Naturalmente questo linguaggio è infantile. Ma non sta qui il punto. La formula per questo genere di scritti "storici" è di far entrare il pubblico all'interno, di fargli sentire le palpazioni di amanti reali e imperiali o di assistere non visti alle loro effusioni. Si può obiettare che un uomo deve vivere in qualche posto e che, se il suo tempo subisce tali

tagli a causa di rapidi mutamenti che egli non può trovarvi una fessura abbastanza larga da potervi riposare, allora deve rifugiarsi nel passato (McLuhan, 1951).

Non vi è narrazione storica che non miri a soddisfare le istanze conoscitive dello spettatore, che anela a investigare le contraddizioni e le debolezze del potente caduto in disgrazia. Tutto il contrario della vulgata storiografica: i *Commentarii* cesariani disegnano l'immagine del grande stratega alle prese con la conquista della Gallia e con la gestione di una guerra civile che ne sancirà il mito immortale. Gli scritti cesariani devono il loro successo ad un linguaggio perspicuo e accessibile, che sembra evitare autocompiacimenti di maniera.

Il mito seriale di Cesare si struttura con il modello narrativo della sua opera storiografica: dietro la patina cronachistica si cela una volontà mitografica ben precisa, finalizzata a giustificare le gesta del nuovo padrone di Roma. Paradossalmente, il tirannicidio rafforza (invece di indebolirlo) il mito senza tempo di Roma *caput mundi*. A incarnarlo è un personaggio torvo e incontrastato, celebrato nell'arco dei secoli in ambito storiografico e teatrale, fino al cinema e alla televisione. In effetti Cesare è uno di quei soggetti storici che fanno della versatilità narrativa la loro peculiarità migliore, innervata su un simbolismo che non conosce soluzione di continuità nell'arco dei secoli.

Dal Romanticismo in poi, le narrazioni storiche hanno sfruttato il simbolismo del potere per metterne a nudo contraddizioni e viltà. Soltanto un linguaggio accessibile a tutti può consentirne la rappresentazione immediata, finalizzata a trasformare il personaggio storico in soggetto narrativo mediale. Così è per Giulio Cesare, che Wilder propone al pubblico americano nella sua straniante intimità. Ha ragione McLuhan ad evidenziare la cifra infantile del suo linguaggio, come se fosse in atto una regressione *ad pueritiam* del protagonista: il dialogo con la governante è umile e modesto, ispirato alla colloquialità tra madre e figlio. Il dittatore lamenta una carenza d'affetto su cui il narratore gioca abilmente, perché sa che il pubblico vuol conoscere tanto la storia, quanto nuovi elementi sulla sua vita: tanto meglio se attengono alla vita sentimentale, al rapporto con Cleopatra, altro mito seriale della storia antica, sancito sempre da Shakespeare (*Antonio e Cleopatra*).

Lo spettatore vuol vedere che cosa accade nelle stanze del potere, ammirarne il fasto e il lucre, goderne il fascino seducente. Le vicende umane dei potenti acquistano una forza simbolica straordinaria, soprattutto se colte nella loro fattualità quotidiana. Colloquialità e quotidianità sono infatti le due componenti comunicative fondanti il medium narrativo *mainstream*, inaugurato in epoca romantica da Walter Scott. Il romanzo è l'antesignano letterario del film, deputato a svelare gli anditi reconditi della vita di palazzo. Per non correre rischi di riconoscibilità, meglio rifugiarsi nel passato, miniera inesauribile di figure rappresentative anche per il sociologo, oltre che per il narratore (Di Fraia, 2012; Longo, 2012).

Questa è certamente una delle ragioni che determinarono la produzione di romanzi storici, da Walter Scott a Thornton Wilder. Tale formula, tuttavia, funziona soprattutto in termini di adulazione. Non solo il pubblico è invitato a penetrare all'interno, ma è incoraggiato a credere che non ci sia niente in tale interno che differisca dai suoi pensieri e sentimenti. Questa rassicurazione si ottiene attribuendo ai personaggi storici un cervello

il più superficiale possibile. I grandi vengono “umanizzati” rendendoli insignificanti (ivi, p. 62).

Come ci ha insegnato McLuhan, lo studio della letteratura consente di svelare le dinamiche percettive dei media elettrici: l'avvento di un nuovo medium comporta un mutamento sostanziale nelle capacità sensoriali degli individui, alle prese con la interiorizzazione di reticolati simbolici e percettivi nuovi (Ragone, 2014). La trasposizione mediale del mito di Cesare implica una differente modalità di rappresentazione rispetto alla storiografia antica (Plutarco, Svetonio, Tacito), al teatro (Shakespeare, Haendel), al cinema (Mankiewicz), alla televisione (Edel). Umanizzare le icone del potere, avvicinandole al pubblico: questa la lettura socio-comunicativa del mito di Giulio Cesare operata da McLuhan, attratto dal mito seriale della storia (Lamberti, 2012, pp. 66-77).

Roland Barthes, o del mito cinematografico di Giulio Cesare

Dal romanzo al cinema, Giulio Cesare diviene mito *mainstream*. Tra le mitologie contemporanee descritte in *Miti d'oggi*, Barthes inserisce il *Giulio Cesare* del regista polacco Joseph L. Mankiewicz. Il film segna la nascita di un altro mito del cinema hollywoodiano, Marlon Brando, nei panni di Marcantonio. Da navigato sociologo della cultura, Barthes vuol cogliere i significati sociali generati dai primi anni del boom economico, segnati dall'invasione dei simboli e dai dell'industria culturale americana (Ricciardi, 2015).

L'abbigliamento, lo sport, la letteratura, il cinema, la cucina, il turismo, la pubblicità, i mezzi di trasporto: l'agire quotidiano è influenzato da uno stillicidio di significati reconditi o palesi, ma tutti significativi ai fini della costruzione sociale della realtà (Berger & Luckmann, 1966; Griswold, 1997). Il cinema non fa che ampliare la gamma simbolica delle narrazioni contemporanee, sospese tra umanizzazione e paradigmaticità esperienziale. Un processo che Barthes conosce bene, esperto com'è della funzione semiotica ed estetica dei segni. Se ne ha una prova nel capitolo di *Miti d'oggi* dal titolo *I Romani al cinema*, dedicato all'analisi del film di Mankiewicz. Da un lato il medium come messaggio; dall'altro il mito come sistema di comunicazione. I Romani al cinema hanno due segni caratterizzanti: portano la frangia e sudano tutti, ad eccezione di Cesare, il solo ad ignorare il fato che sta per compiersi alle sue spalle.

Quale che sia il medium prescelto, sono i segni fisici i primi a colpire lo spettatore: a McLuhan non sfugge il contrasto tra la grandezza del condottiero e la fragilità dell'uomo, alle prese con un problema fisico, la calvizie, che si tramuta in segno sociale e psicologico. Anche Barthes coglie il significato estetico della frangia che caratterizza gli interpreti del film. Nessuna possibilità per i calvi di trovare posto sul grande schermo, nonostante la loro diffusione a Roma. Impossibile per il semiologo non interrogarsi sulla scelta del regista, intenzionato a proporre un'immagine della Romanità al passo con gli orientamenti della medialità:

Che cosa è dunque legato a queste frange ostinate? Nient'altro che l'insegna della Romanità. Vediamo così operare allo scoperto la molla principale dello spettacolo, che è il *segno*. Il ciuffo sulla fronte straripa di evidenza, nessuno può mettere in dubbio di essere a Roma, nei tempi antichi. [...] Il fatto è che per noi il segno funziona con eccesso, si scredita lasciando trasparire la sua finalità. Ma questa stessa frangia, tirata sulla sola fronte latina del film, quella di Marlon Brando, ci si impone senza farci ridere, e non è escluso che una parte del successo europeo di questo attore sia dovuto all'integrazione perfetta della capillarità romana nella morfologia generale del personaggio (Barthes, 1957, pp. 18-19).

La proiezione nel passato si svolge nel segno di un linguaggio mitopoietico che lega tradizione e innovazione, rendendo immediatamente riconoscibili i personaggi storici, trasformati in miti seriali e dinamici. L'immaginario simbolico che si cela dietro al segno mitico è uno dei segreti su cui si fonda la ricorsività seriale della storia come medium narrativo e poetico (Lombardinilo, 2016).

La cura dei capelli è uno dei tratti caratterizzanti della Romanità: non fa eccezione Cesare, simbolo del potere di Roma, interpretato da Louis Calhern. L'effetto non è comunque dei migliori: "All'opposto, Giulio Cesare è incredibile, con la sua grinta di avvocato anglosassone consumata ormai da mille ruoli secondari comici o polizieschi, con quel cranio da bonaccione penosamente attraversato da un ciuffo di parrucchiere" (Barthes, 1957, p. 19).

Louis Calhern non è Marlon Brando. Ma al pari di Wilder, Mankiewicz coglie nella calvizie il punto debole del padrone di Roma, alle prese con il mascheramento di un segno che ne mina la credibilità pubblica. Il *pathos* che prelude al cesaricidio è acuito dai primi piani con cui il regista scruta l'interiorità dei personaggi: che siano senatori, donne del popolo o popolani, poco importa. Tutti sudano, tranne Cesare. Perché? È il solo a non tramare contro lo Stato, impegnato ad allargarne i confini e a tutelarne l'integrità. Ha il problema della calvizie, ma non quello del sudore, che per Barthes costituisce l'altro segno caratterizzante la Romanità di Hollywood. E i primi piani, ripetuti, stanno a dimostrare che si tratta di un "attributo intenzionale". A sudare di più sono naturalmente i congiurati, Bruto, Cassio, Casca, determinati a trasformare la virtù in crimine.

"Sudare è pensare": questo il significato di un attributo introspettivo. La naturalezza (presunta) è concessa soltanto a Porzia e Calpurnia: svegliatesi nel cuore della notte, la prima ostenta una chioma nervosamente in disordine, la seconda una treccia che si allaccia intorno al collo. Lo spettatore ha modo così di vivere il travaglio emotivo che si annuncia per Roma:

Come la frangia romana o la treccia notturna, il sudore è anch'esso un segno. Di che cosa? Della moralità. Tutti sudano perché tutti dibattono qualcosa in se stessi; siamo chiamati a vivere nel luogo di una virtù in terribile travaglio, cioè nel luogo stesso della tragedia, e il sudore ha il compito di tenercene informati: il popolo, traumatizzato dalla morte di Cesare, poi dagli argomenti di Marcantonio, suda, combinando economicamente, in questo solo segno, l'intensità della sua emozione e il carattere frusto della sua condizione (Barthes, 1957, p. 19).

Il passato rivive secondo una pratica comunicativa fondata sulla spettacolarizzazione del tradimento, ottenuta mediante l'accentuazione caricaturale dei tratti fisiognomici dei personaggi. Il solo a non tradire emozione è Cesare, alle prese con la costruzione del proprio mito, sancito da Hollywood al cospetto di un pubblico che si nutre di mitologie ad elevato tasso simbolico. Del resto, il mito è un sistema semiologico accresciuto, che carica il segno di significati connotati: anche per questa ragione quello di Cesare è un mito immortale, nel contesto di un'offerta culturale che sfrutta la storia come galleria di varia umanità (Benjamin, 1936).

Giulio Cesare oggi, un mito seriale

L'analisi McLuhaniana e barthesiana delle Idi di Marzo dimostra la portata cross-mediale di determinati miti storici, opportunamente risemantizzati e declinati secondo le direttrici comunicative degli immaginari mediali della postmodernità (de Kerckhove, 2009).

Dalla *Farsalia* di Lucano alla miniserie televisiva *Giulio Cesare* del regista Edel, passando per il *Giulio Cesare* di William Shakespeare e il *Giulio Cesare in Egitto* di Georg Friedrich Haendel, fino al romanzo *Le Idi di marzo* di Valerio Massimo Manfredi e al film *Cesare deve morire* dei fratelli Taviani. La vicenda umana e politica del condottiero romano costituisce ancora oggi un soggetto narrativo vitale, carico di una cifra simbolica ed esistenziale inesauribile. Nella proposta cross-mediale del cesaricidio si mescolano tradimento e passione, sentimento e viltà, nel segno delle contraddizioni insolubili che caratterizzano l'agire umano sin dall'antichità. Il mito si risemantizza nel segno delle nuove frontiere narrative schiuse dalla società connessa, segnata dal flusso permanente delle informazioni (Mazzoli, 2013).

Il segreto del mito seriale di Giulio Cesare risiede nel connubio antifrastico tra potere e libertà, riconquistata a prezzo della morte. La fine del conquistatore delle Gallie e del trionfatore di Pompeo segna l'avvio del mito di Roma nella modernità mediale, contrassegnata dalla fine delle grandi narrazioni care a Lyotard (1979). Così è in letteratura, con la ricostruzione che Valerio Massimo Manfredi fa delle Idi di marzo, proponendo una narrazione che mescola azione e psicologia; così avviene in televisione, con la miniserie che il regista Edel ha impostato sulla ricostruzione ambientale della Roma cesariana e sull'intreccio delle vicende sentimentali di Cesare; così è al cinema, con la proposta dei fratelli Taviani dell'allestimento della tragedia shakespeariana ad opera dei detenuti del carcere romano di Rebibbia. Lo slogan del film, "L'arte è la prima forma di libertà", esprime la cifra catartica dell'operazione cinematografica, che sfrutta il testo di Shakespeare per denunciare la prevaricazione del potere sulla libertà.

Del resto l'uccisione di Cesare è un evento tra i più simbolici della storia: il sangue di Roma scorre in nome della libertà perduta, e il tradimento non è che la conseguenza diretta dello sconfinamento dell'ambizione nella vita privata dei cittadini. Al cinema, in musica, in letteratura, in pittura (si pensi alla *Morte di Giulio Cesare* di Vincenzo Camuccini, dipinto del 1798, oggi al museo di Capodimonte), il tradimento di Bruto si trasforma in un evento narrativo dalla straordinaria potenza etica, morale e simbolica, che

pone in primo piano l'umanità dei potenti, i loro segni distintivi, il contesto politico e sociale in cui agiscono.

A questo proposito vale quanto scrive la Yourcenar nelle *Memorie di Adriano*: "Da vivi, c'è sempre qualcuno disposto a rimproverarci le nostre debolezze, come avvenne a Cesare per la calvizie e gli amori" (Yourcenar, 1951, p. 105). Accade ancora oggi a Giulio Cesare *post mortem*, nell'era delle mitologie cross-mediali e dell'informazione connessa (Boccia Artieri, 2012; Silverstone, 1999). Di qui l'opportunità di capitalizzare la lezione mitografica della storia proposta da McLuhan e Barthes, destinata a trovare non poche conferme nell'era della società individualizzata descritta da Bauman (2001), sospesa tra recupero memoriale e immaginari seriali (Jedlowski, 2002).

Nota biografica

Andrea Lombardinilo è ricercatore di Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso l'Università degli studi "Gabriele d'Annunzio" di Chieti-Pescara, dove insegna Sociologia dei processi culturali e Sociologia dell'educazione. Tra i suoi lavori: *Building University. In una società aperta e competitiva* (Armando, 2014); *Leopardi: la bellezza del dire. Società, educazione, testualità nella "Crestomazia italiana della prosa"* (Marsilio, 2012).

Bibliografia

- Adorno, T. W., Horkheimer, M. (1944). *Dialettica dell'illuminismo*. Torino: Einaudi 2010.
- Baudrillard, J. (1976). *La società dei consumi. I suoi miti e le sue strutture*. Bologna: Il Mulino 2010.
- Barthes, R. (1957). *Miti d'oggi*. Torino: Einaudi 1994.
- Benjamin, W. (1936). *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*. Torino: Einaudi 2000.
- Berger, P., & Luckmann, T. (1966). *La realtà come costruzione sociale*. Bologna: Il Mulino 1969.
- Boccia Artieri, G. (2012). *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*. Milano: FrancoAngeli.
- Bourdieu, P. (1992). *Le regole dell'arte*. Milano: Il Saggiatore 2013.
- Braga, P. (2003). *Dal personaggio allo spettatore. Il coinvolgimento nel cinema e nella serialità televisiva americana*. Milano: FrancoAngeli.
- Brancato, S. (2011). *Post-serialità. Per una sociologia delle tv-series. Dinamiche di trasformazione della fiction televisiva*. Napoli: Liguori.
- Dall'Asta, M. (2007). *Trame spezzate. Archeologia del film seriale*, Recco: Le Mani.
- D'Amico, E. (2008). *Il prodotto cinematografico come strumento d'indagine nella sociologia visuale*. Napoli: Liguori.

- De Kerckhove, D. (2009). *Dall'alfabeto a internet. L'homme «littéré»: alfabetizzazione, cultura, tecnologia*. Milano: Mimesis
- Di Fraia, G. (a cura di) (2012). *Storie con-fuse. Pensiero narrativo, sociologia e media*. Milano: FrancoAngeli.
- Faenza, R. (1996), *Prefazione*. In M. McLuhan (1953), *La sposa meccanica*. Varese: Sugarco
- Frezza, G. (2015), *Figure dell'immaginario. Mutazioni del cinema. Dall'analogico al digitale*. Cava de' Tirreni (SA): Area Blu Edizioni.
- Griswold, W. (1997). *Sociologia della cultura*. Bologna: Il Mulino 2005
- Innocenti, V., & Pescatore, G. (2008). *Le nuove forme della serialità televisiva. Storia, linguaggio e temi*. Bologna: Archetipo Libri.
- Habermas, J. (1997). *Dall'impressione sensibile all'espressione simbolica. Saggi filosofici*. Bari: Laterza 2009.
- Jedlowski, P. (2002). *Memoria, esperienza e modernità. Memorie e società nel XX secolo*. FrancoAngeli: Milano.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York and London: New York University Press.
- Lombardinilo, A. (2016). *Il simbolismo come "parataxis". McLuhan e i "fatti mentali" della società mediale*. In M. Bruno & A. Lombardinilo (a cura di), *Narrazioni dell'incertezza. Società, media, letteratura* (pp. 62-77). Milano: FrancoAngeli
- Longo, M. (2012). *Il sociologo e i racconti*. Roma: Carocci.
- Lytard, J. F. (1979). *La condizione postmoderna*. Milano: Feltrinelli 2002.
- Manzoli, G. (2003). *Cinema e letteratura*. Roma: Carocci.
- Mazzoli, L. (2013). *Cross-news*. Torino: Codice.
- Mazzoli, L. (2012). *Il patchwork mediale. Comunicazione e informazione tra media tradizionali e media digitali*. Milano: FrancoAngeli.
- McLuhan, M. (1951). *La sposa meccanica. Il folklore dell'uomo industriale*, Varese: Sugarco 1996.
- McLuhan, M. (1962). *La Galassia Gutenberg. Nascita dell'uomo tipografico*. Roma: Armando 1991.
- Morcellini, M. (2013). *Comunicazione e media*. Milano: Egea.
- Ong, W. J. (1982). *Oralità e scrittura. Le tecnologie della parola*. Bologna: Il Mulino 1986.
- Pearson, R. (2011). *Cult Television as Digital Television's Cutting Edge*. In J. Bennett & J. Strange (eds.), *Television as Digital Media* (pp. 105-131). Durham (NC), Duke University Press,
- Ragone, G. (2014), *Per una mediologia della letteratura. McLuhan e gli immaginari*. In L. Esposito, E. Piga, A. Ruggiero (a cura di), *Tecnologia, immaginazione e forme del narrare. Between*, no. IV. 8.
- Ricciardi, M. (2015). *Società è comunicazione. Mediascapes Journal, 4/2015, 16-29*. Preso da: ojs.uniroma1.it/index.php/mediascapes/article/download/13087/12898
- Silverstone, R. (1999). *Why study the media?*. London: Sage publication.
- Vico, G. B. (1744). *Principj di scienza nuova*. Milano: Bompiani 2013.
- Yourcenar, M. (1951). *Memorie di Adriano*. Torino: Einaudi 2005.