

I (non)luoghi del mito. Sulle strade del grande ciclismo

Alessandro Perissinotto
 Università degli Studi di Torino
 alessandro.perissinotto@unito.it

Abstract

Just as cathedrals speak of religion even when mass is over, large sports facilities speak of sport, even if the game or competition is over. Arenas, ski jumping boards, sports halls are places of sport and, as places, they are both cultural heritage and tourist attraction. On the contrary, the road, a space of transit and not of permanence, is a non-place by definition; but what happens to this non-place when it becomes the seat of the cycling myth? What happens to this “identityless” space (according to Augé’s definition) when it is covered with words praising the various champions and filled with fans who, like real sports tourists, camp and live on the road? What happens to the street when, by virtue of sports mythology, it becomes the object of pictorial, literary, photographic and musical representations? This short essay aims to investigate the role of cycling in the transformation of the road from a non-practical place to a place fully inscribed within the material and immaterial heritage of European culture.

Keywords: Cycling, road, material heritage, immaterial heritage.

1. La strada: patrimonio culturale debole ed effimero

Partiamo da una definizione di Wikipedia, con una definizione che è quindi un po’ banale, che semplifica, ma che funziona come un termometro della società.

Questa è la definizione di Patrimonio Culturale fornita da sito di Wikipedia in francese¹:

Per patrimonio culturale si intendono tutti i beni, materiali o immateriali, di sicura importanza artistica e/o storica, appartenenti ad un ente privato (persona, società, associazione, ecc.) o ad un ente pubblico (comune, dipartimento, regione, paese, ecc.); questa collezione di beni culturali è generalmente conservata, restaurata, salvaguardata e mostrata al pubblico, sia in via eccezionale (come le Giornate europee del patrimonio che si svolgono in un fine settimana di settembre) sia in modo regolare (castello, museo, chiesa, ecc.), gratuitamente o al contrario a pagamento per l’ingresso e la visita.

- Il patrimonio cosiddetto “tangibile” è costituito principalmente da paesaggi costruiti, architettura e urbanistica, siti archeologici e geologici, manufatti in aree agricole o forestali, opere d’arte e oggetti d’arredamento, patrimonio industriale (strumenti, strumenti, macchinari, edifici, ecc.).

¹Ho scelto di tradurre la definizione di Wikipedia francese (Patrimoine culturel, consultazione 9 marzo 2019, https://fr.wikipedia.org/wiki/Patrimoine_culturel) anziché prendere quella italiana per omogeneità tanto con l’oggetto di studio, che sarà in prevalenza il Tour de France, quanto con la bibliografia utilizzata, che sarà soprattutto di ambito francese.

- Il patrimonio immateriale può assumere diverse forme: canti, costumi, danze, tradizioni gastronomiche, giochi, miti, racconti e leggende, mestieri, testimonianze, acquisizione di tecniche e know-how, documenti scritti e d'archivio (anche audiovisivi), ecc.

Il patrimonio richiama l'idea di un bene ereditato dalle generazioni precedenti, che dobbiamo trasmettere intatto o incrementato alle generazioni future, e la necessità di costruire un patrimonio per il futuro. Andiamo quindi ben oltre la semplice proprietà personale (il diritto di usare "e abusare" secondo il diritto romano). Il patrimonio culturale è un bene pubblico e un bene comune.

Sorge dunque una prima domanda: la strada fa parte del patrimonio? Naturalmente ci sono le vecchie pietre delle strade romane, che fanno rabbrivire gli ingegneri quando ostacolano la costruzione di una nuova linea tranviaria; ma le curve dell'Alpe d'Huez hanno qualcosa di monumentale? Qualcosa di storico? Sono conservate, restaurate, salvate e mostrate al pubblico? E se i due chilometri del Trouée d'Arenberg sono un vero monumento, possiamo dire lo stesso per il resto della tratta Parigi-Roubaix?

Nonostante la sua materialità, la sua solidità fatta di catrame, cemento e pietra, la strada non fa parte del patrimonio tangibile, ma non fa parte neppure del patrimonio puramente immateriale. La strada è una sorta di contaminazione tra le due polarità. È un oggetto di patrimonio come mito della strada, come narrazione intangibile sviluppata a partire da un mezzo tangibile.

Questo particolare status della strada non è privo di conseguenze, soprattutto per quanto riguarda la salvaguardia di questo patrimonio ibrido e fragile e il suo utilizzo in funzione turistica.

Uno stadio, un velodromo, un trampolino da sci hanno tutti un doppio valore, funzionale e simbolico. Così come le cattedrali non smettono di parlare di religione quando la messa è finita, le grandi strutture sportive continuano a parlare di sport, anche se la partita o la competizione è finita. Le grandi strutture sono luoghi di sport e, come luoghi, sono patrimonio, sebbene, a parte alcune eccezioni, la loro attrattività turistica sia assai limitata.

Al contrario, seguendo la dicotomia proposta da Marc Augé, la strada è un non-luogo, almeno dal punto di vista sportivo.

Se un luogo può definirsi come identitario, relazionale, storico, uno spazio che non può definirsi né identitario, né relazionale, né storico definirà un nonluogo (Augé, 1992/1993, p. 73).

Marc Augé contrappone le realtà di transito, i non luoghi, a quelle di residenza, cioè il luogo. Lo sport ha la sua casa nello stadio, in piscina, mentre "transita" solo sulla strada. Una volta all'anno, forse ancora più raramente, un valico alpino diventa uno spazio di identità, un luogo di incontro; negli altri 364 giorni rimane un transito.

La strada, senza il mito della strada, è solo un monumento effimero. È il mito che lo perpetua. È il mito, con il suo passaggio da una generazione all'altra, che conferisce alla strada della competizione ciclistica, alla strada sportiva, il suo carattere di patrimonio.

2. La strada del ciclismo: riempire il vuoto, trasformando lo spazio in un luogo

Che cosa ci interessa della Milano-Sanremo, della Parigi-Roubaix, della Liegi-Bastogne-Liegi? Né Milano, né Parigi, né Liegi e, tanto meno, Roubaix, Bastogne e Sanremo. È il vuoto che ci interessa. Nell'immaginario collettivo, tra Milano e Sanremo non c'è Voghera o Tortona, c'è una distanza di 298 chilometri, un vuoto da riempire di sport. Il percorso di una classica può cambiare, così come il percorso del Tour de France o del Giro d'Italia, ma l'obiettivo rimane

“riempire il vuoto”. Ma “vuoto” è anche parasinonimo di “spazio” e non è dunque difficile riconoscere in una corsa ciclistica, o meglio, in qualche sua trasposizione testuale, uno di quei “racconti di spazio” che, secondo Michel de Certeau (1990), organizzano i luoghi e li dotano di un senso complessivo e magari anche di uno scopo. E il parallelo tra competizione ciclistica e narrazione è iscritto nella storia stessa della corsa a tappe più famosa del mondo. Prima ancora che il *Tour de France* vedesse la luce, nel 1903, si era diffuso in Francia, fin dal 1877, un libro di lettura per le scuole dal titolo *Le Tour de la France par deux enfants*, scritto da Augustine Fouillée e pubblicato sotto lo pseudonimo di G. Bruno. Il libro racconta il viaggio avventuroso di due orfani, André e Julien Volden, rispettivamente di quattordici e sette anni che, dopo l'annessione alla Prussia dell'Alsazia-Lorena, lasciano il loro villaggio natale e vanno alla ricerca di uno zio paterno che vive a Marsiglia. Questa esile trama costituisce il pretesto per dare vita alla narrazione pedagogica di una Francia ideale, fatta di diversità locali, di usi, costumi, sapori e linguaggi differenti (cioè di cultura immateriale). Un racconto della Francia e dei francesi più o meno illustri, ma comunque esemplari. Si tratta probabilmente del libro scolastico più venduto nel paese transalpino: sette milioni di copie prima del 1914 e quasi nove milioni ai giorni nostri. È dunque quel libro che, più o meno consciamente, Henri Desgrange ha in mente quando, con il suo giornale *L'Auto-Vélo*, decide di organizzare il primo giro ciclistico della Francia: l'obiettivo non è quello di far competere i ciclisti, bensì quello di riempire le pagine del giornale con il racconto di quella corsa, con il racconto della Francia, con una narrazione che organizzi i luoghi, che renda identitario lo spazio. Nel 1932 il *Tour* compie quasi trent'anni, ma l'idea originaria di far conoscere il paese attraverso le gesta degli atleti rimane praticamente intatta e il 7 luglio di quell'anno *L'Auto* scrive: “Voi, Parigini, amici miei, non avete idea di cosa sia la polvere del Midi?”. Ed intatto rimane anche l'intento pedagogico e celebrativo: “Nella più calma delle fattorie, nella più sperduta delle capanne, i corridori portano il principio di una vita nuova, insegnano o ricordano che le condizioni della nostra esistenza cambiano ogni giorno”. La “vita nuova”, il progresso celebrato in quelle pagine ingenuamente gonfie di retorica, sono anche l'humus dal quale, sulla scorta di quelle narrazioni, germoglia il primo turismo popolare: la Francia delle vacanze “à la campagne” è la stessa Francia che il *Tour* ha fatto conoscere. Ma sbaglieremmo nel pensare che la strada diventi racconto solo quando viene trasposta in qualche forma significativa: la strada delle grandi corse è essa stessa testo. Il grigio dell'asfalto diventa un piano di scrittura, una lavagna, il prato accanto ad esso diventa un campeggio, un'area picnic, un parco giochi per bambini. Dalla non-identità e non relazionale all'identità e alle relazioni.

A volte i commentatori televisivi seguono la fuga di un corridore che prende il comando nell'indifferenza del gruppo. Sanno che è un “enfant dupays” che si stacca per andare a salutare la sua famiglia, la sua fidanzata. E poi noi spettatori scopriamo che la distanza tra la partenza e l'arrivo non è uno spazio vuoto come sembra, che ci sono persone che vi abitano.

La strada comincia a diventare un insieme di storie, un insieme di storie di vita. TV, radio, giornali, siti web ci raccontano la gara e tutto ciò che la circonda.

Ecco cosa scrive Philippe Delerm (1998) a proposito della Grande Boucle:

C'è sempre qualcuno che dice: “A me, del Tour, piacciono i paesaggi!”

In effetti, si attraversa una Francia surriscaldata, festiva, il cui popolo si snoda lungo le pianure, le città, i colli. L'osmosi tra gli uomini e l'ambiente avviene con un fervore bonario, talvolta sopraffatto da alcuni strambi esaltati. Ma sullo sfondo del sassoso Galibier, del nebbioso Tourmalet, un po' di volgarità sciovinista che non fa che sottolineare la dimensione mitica degli eroi. Altrettanto seguite, benché meno decisive, sono le tappe di pianura. La sensazione di veder passare il Tour è in questo caso più pacata, più compatta e dà valore allo spiegamento della carovana pubblicitaria. Poco importano gli sconvolgimenti nella classifica generale. È l'idea che

conta: sentirsi un istante in comunione con tutta la Francia del sole e delle messi. Sullo schermo del televisore, le estati si assomigliano e gli attacchi più vivaci hanno il sapore di una bibita alla menta (pp. 42-43).

Gli spazi non sono più vuoti o non più non identitari. E molto prima di Delerm, Roland Barthes (1957/1994), nel suo *Il Tour de France come epopea*, aveva già proposto una sorta di osmosi tra lo spazio da attraversare e il ciclista:

Il corridore trova nella Natura un ambiente animato col quale mantiene scambi di nutrimento e di soggezione. Una tappa, marittima (Le Havre-Dieppe), sarà «iodata», porterà alla corsa energia e calore; un'altra (il Nord), fatta di strade selciate, costituirà un nutrimento opaco, angoloso: sarà letteralmente «dura da mandar giù»; un'altra ancora (Briançon - Monaco), scistosa, preistorica, invischierà il corridore. Tutte pongono uno stesso problema di assimilazione, tutte sono ridotte da un movimento propriamente poetico alla loro sostanza profonda, e davanti a ciascuna di esse il corridore cerca oscuramente di definirsi come un uomo totale alle prese con una Natura-sostanza, non più soltanto con una Natura-oggetto (p. 110).

Evidentemente, tutte queste metamorfosi del paesaggio, da minerale a biologico, pertengono alla dialettica spazio-testo, allo storytelling intorno che riempie il vuoto dandogli personalità.

La tappa che subisce la personificazione più forte è quella del monte Ventoso. I grandi passi, alpini o pirenaici, per duri che siano, restano malgrado tutto dei passaggi, sono sentiti come oggetti da attraversare; il passo è cavo, arriva difficilmente alla persona; il Ventoso invece ha la pienezza di un monte, è un dio del Male al quale bisogna sacrificare. Vero Moloch, despota dei ciclisti, non perdona ai deboli, esige un ingiusto tributo di sofferenze. Fisicamente il Ventoso è orrendo: calvo (affetto da seborrea secca, secondo l'«Equipe»), è lo spirito stesso della Secchezza; il suo clima assoluto (è assai più un'essenza di clima che uno spazio geografico) ne fa un terreno dannato, un luogo di prova per l'eroe, qualcosa come un inferno superiore in cui il ciclista definirà la verità della sua salvezza: vincerà il dragone, sia con l'aiuto di un dio (Gaul, amico di Febo), sia per puro prometeismo, opponendo a questo dio del Male un demone ancora più duro (Bobet, Satana della bicicletta). Il Tour dispone di una vera e propria geografia omerica. (Barthes, 1957/1994, p. 111).

3. Memoria della strada

Proseguiamo con Philippe Delerm che, con l'ingenuità un po' artificiale che caratterizza la sua prosa, riesce a cogliere un elemento fondamentale nella costruzione del patrimonio stradale: la stratificazione dei ricordi.

E poi non si guarda il Tour de France, si guardano i Tour de France. Sì, in ogni immagine del gruppo lanciato sulle strade dell'Alvernia, o di Bigorre, si iscrivono in filigrana tutti i gruppi del passato. Sotto le maglie fluorescenti, fosforescenti, si vedono tutte le vecchie maglie di lana – quella gialla di Anquetil, appena siglata dalla scritta Helyett; quella bianca rossa e blu di Roger Rivière con le maniche cortissime; quella viola e gialla di Raymond Poulidor, Mercier-BP-Hutchinson. Attraverso le ruote lenticolari, si immaginano le camere d'aria incrociate sulle spalle di Lapébie o di René Vietto. Il pietrisco solitario di La Forclaz si delinea sul bitume sovrappopolato dell'Alpe d'Huez (Delerm, 1998, pp. 41-42).

Sì, la strada percorsa dalle grandi gare non è fatta di asfalto o catrame, è fatta di questo nodo inestricabile di ricordi. Come in un palinsesto, le iscrizioni sull'asfalto o sulle pareti delle case

lungo i percorsi classici si sovrappongono senza che quelle nuove cancellino quelle vecchie: leggiamo “Viva Gimondi”, ma sullo sfondo c’è ancora “Viva Coppi”. E quando le pareti non conservano più questo ricordo, sono le foto e gli archivi a prendere il sopravvento. I media, che propongono e riproducono mille volte le stesse immagini, consolidano la parte immateriale del patrimonio ciclistico e lo collegano alla parte tangibile. Quando si viaggia come turista sulla strada del Passo Iseran e si guarda il panorama attraverso il parabrezza dell’auto, si hanno negli occhi queste immagini di un tempo, queste nevi di un tempo, si guardano pietre, rocce, pascoli e si vedono fantasmi di corridori, si vedono ricordi che non sono nostri ma dei media, quindi della comunità. Guardiamo una strada e vediamo un patrimonio. È quindi questa memoria collettiva e mediata che deve essere preservata, restaurata e salvaguardata.

Nel parlare del rapporto tra memoria, territorio e ciclismo conviene però distinguere una memoria storica evocata dai percorsi delle competizioni da una memoria “ciclistica”, una sorta di meta-memoria in cui il ciclismo perpetua se stesso rievocando all’infinito le gesta dei propri eroi, dei campioni e dei gregari.

In un suo saggio del 1992, Georges Vigarello sostiene che la narrazione operata dal *Tour de France* non è solo geografica, ma anche storica; non solo luoghi, paesaggi, non solo natura incontaminata e lavoro dell’uomo, ma anche ricordi di battaglie, di avvenimenti storici, addirittura piccoli inserti agiografici (il martirio di Saint Udant o quello di Saint Denis) e, naturalmente, l’ubiquitario Napoleone Bonaparte. Proprio come le peregrinazioni dei due orfanelli nella Francia di fine Ottocento sono pretesto per raccontare agli scolaretti il Paese contemporaneo e quello del passato, così il corteo di biciclette e auto che si snoda lungo le strade di Francia è lo spunto per la creazione, attraverso il potente strumento della memoria collettiva, di una mitologia nazionale, perfino nazionalista a tratti. Ma, come dicevo, se da un lato il ciclismo si pone al servizio della storia, dall’altro opera per divenire esso stesso storia. Ogni nuova edizione di una grande classica è, al tempo stesso, rinnovamento e rievocazione di tutte le altre. Esattamente come nella strada-palinesesto le scritte di incitamento più recenti si sovrappongono a quelle di prima senza però cancellarle, ogni nuova gara iscrive in sé il ricordo delle precedenti; lo fa con le parole dei commentatori, che ricordano il giorno in cui, su quello stesso colle, Chiappucci staccò il gruppo o l’anno in cui, per percorrere quei tornanti, fu necessario scavare una sorta di trincea nella neve (implicito riferimento alle *Neiges d’antan* di François Villon); lo fa, oggi soprattutto, accumulando statistiche che riassumono, nell’apparente neutralità dei numeri, centinaia e centinaia di performance che, come stratificazioni geologiche, danno consistenza tangibile alla storia di questa o di quell’altra corsa. Su questo punto, un passaggio del saggio di Vigarello è particolarmente chiaro:

Il Tour ha dunque una sua durata. Non si tratta semplicemente dell’elenco dei vincitori, ma di una storia fatta di avvenimenti narrati, elaborati, da cui lo spettatore trae tutto un mondo di immagini. Questo ricordo ha rinnovato i rapporti tra la corsa e i luoghi attraversati, ha creato un nuovo legame tra il percorso della gara e il suo passato. Ha prodotto un vero e proprio atlante storico [...]. Insomma, una mitologia tutta calata nella storia, che ha rituali propri e luoghi privilegiati, espressione di cultura e di rappresentazioni collettive (Vigarello, 1992/1995, p. 271).

4. Dalla memoria al mito

L’ultima riga della concitazione riportata qui sopra contiene una serie di termini che possono fungere da guida nel discorso circa la trasformazione della strada da transito non identitario a patrimonio fortemente identitario; questi termini sono: “Mitologia”, “Ritualità”, “Luoghi privilegiati”, “Cultura”, “Rappresentazioni collettive”.

Cominciamo dal primo. Come abbiamo visto, la memoria del ciclismo ha una duplice funzione, dunque, anche il mito che su tale memoria di fonda avrà una doppia finalità. In primo luogo abbiamo un mito delle origini, un mito che costruisce a posteriori i fondamenti e l'identità di una cultura; secondariamente, proprio a partire dalla celebrazione delle origini, abbiamo una ritualità che consente la perpetuazione di quella stessa cultura.

Una volta costituita, una società deve volgersi indietro e marcare il momento iniziale della propria esistenza, perché, come sostiene Lotman (1987) nei suoi studi di semiotica della cultura, ciò che esiste è iniziato e ciò che non ha inizio non esiste. Ovviamente, questo momento iniziale, questo T_0 dell'esistenza è esso stesso inesistente poiché la nascita di una società è quasi sempre un processo graduale difficilmente circoscrivibile ad un punto dello spazio-tempo; proprio per questo motivo, il momento iniziale deve essere costruito narrativamente. La "mitologia della strada", la narrazione mitica del ciclismo assolve perfettamente a tale compito. Il primo *Tour de France*, raccontato migliaia di volte, costituisce un punto iniziale (è quasi banale, ma non per questo meno sensato, sottolineare il simbolismo iconico dello striscione di partenza) per la società meccanizzata; i corridori non fanno che trasportare nell'epopea una pratica quotidiana, quella dello spostamento in bicicletta, che caratterizzerà la prima metà del Novecento e parte del Dopoguerra. Certo, non un mito unico ed esclusivo, ma un racconto delle origini che si accompagna ad altri, poiché nelle società evolute, il mito di creazione dell'universo convive con altri miti delle origini, talvolta supportandoli, talvolta semplicemente affiancandoli. Prendiamo ad esempio l'*Eneide*. A partire da antiche leggende greche, Virgilio costruisce letterariamente il mito della fondazione di Roma scegliendo come momento iniziale simbolico un evento appartenente sia ad un'altra mitologia (quella greca), sia alla storia: la distruzione di Troia. Dalla morte di Troia nasce Roma; la società latina istituzionalizza così, a diverse centinaia d'anni dalla propria nascita, il proprio mito delle origini e lo fa senza mettere sostanzialmente in discussione i miti delle origini e le cosmogonie delle società che l'hanno preceduta. Il primo *Tour* prende il via nel 1903, cioè tre anni dopo la seconda olimpiade moderna che, guarda caso, aveva avuto luogo proprio a Parigi: l'olimpismo di de Coubertin riprende ed adatta i miti e gli eroi dell'olimpismo greco e li impresta al ciclismo agonistico; così facendo regala origini illustri anche al ciclismo quotidiano, utilitaristico, funzionale. Agli inizi del XX secolo la civiltà delle macchine ha storia breve, ma origini antichissime.

Ma cos'è che fa volgere indietro di centinaia, di migliaia di anni una società? Cos'è che la induce a costruirsi un passato e un inizio? Il passato serve a normare il presente e a dare legittimità all'ordine che è venuto costituendosi.

Questa storia sacra primordiale, costituita dall'insieme dei miti significativi, è fondamentale, in quanto spiega e giustifica al contempo l'esistenza del mondo, dell'uomo e della società. Ecco perché il mito viene considerato sia come una *storia vera* – dato che narra come il reale si sia originato – sia come modello e giustificazione delle attività dell'uomo (Eliade, 1981/1989, p. 1179).

Il mito delle origini è dunque una narrazione che "serve" per fare qualcosa. In prima istanza esso serve a legittimare il potere e la struttura sociale: quando gli etnologi pongono agli sciamani o ai capi di tribù arcaiche domande circa le ragioni di certi modi di lavorare o di celebrare i riti, la risposta è spesso del tipo: «Gli antichi fondatori facevano così e anche noi facciamo allo stesso modo». Da un punto di vista sociologico questo rapporto tra la ritualità e il potere è stato largamente approfondito sia da Comte, a proposito dei regimi teocratici, sia da Weber (1922), quando parla di "hierokratischer Verband", cioè di gruppo ieratico o sacro. Il gruppo sacro stabilisce il proprio potere elevandosi a interprete unico delle narrazioni magico-religiose e a

realizzatore efficace del contenuto narrativo. Tuttavia, anche dove il testo narrativo delle origini non genera una propria élite ermeneutica, esso è funzionale in primo luogo alla legittimazione di quella tipologia di potere che Weber (1922/1981) definisce “tradizionale”: l'autorità della tradizione, l'autorità “*dell'eterno ieri*” diviene una consuetudine ad obbedire che si trasforma quasi in una seconda natura negli uomini.

Abbiamo così introdotto un concetto importante, quello della “narrazione socialmente funzionale”, una narrazione che non è fine a se stessa o che non limita la sua utilità all'intrattenimento o all'educazione (funzioni che, peraltro, hanno indubbiamente una rilevanza sociale), ma che si iscrive tra gli elementi generativi dell'agire sociale. Non dobbiamo però pensare che la funzionalità della narrazione mitica rispetto alla società si limiti alla legittimazione del potere. Oltre che legittimato, il potere deve essere mantenuto ed esercitato; non solo, la società sostiene il potere che la regola se essa riesce a “funzionare”, cioè se le sue componenti economiche, affettive e culturali sono adeguatamente sostenute. La narrazione socialmente funzionale interviene allora anche nel sostenere, nell'indirizzare l'agire economico, familiare e politico dell'individuo; in altre parole, la narrazione mitica opera anche come una serie di istruzioni per l'uso della vita quotidiana. Scrive ancora Eliade (1981/1989):

Per l'uomo delle società arcaiche, la conoscenza dei miti svolge una funzione essenziale, non solo perché i miti gli offrono una spiegazione del mondo e del suo modo di esistere in esso, ma soprattutto perché, ricordandoli e rivivendoli, egli è in grado di ripetere ciò che gli dei, gli eroi o gli antenati avevano fatto *ab origine*. Conoscere i miti non significa solo imparare come le cose sono nate, ma anche dove e come farle ricomparire quando esse scompaiono. Si possono catturare alcuni animali perché si conosce il segreto della loro creazione. Si può tenere in mano un ferro rovente o un serpente velenoso a condizione di conoscere l'origine del fuoco e dei serpenti (p. 1180).

E altrove specifica:

Il mito, quale che sia la sua natura, è sempre un precedente e un esempio, non soltanto rispetto alle azioni («sacre» o «profane») dell'uomo, ma anche rispetto alla propria condizione; meglio: il mito è un precedente per i modi del reale in generale (Eliade, 1948/1976, p. 431).

Dunque la narrazione mitica è socialmente funzionale nella misura in cui crea un modello di funzionamento della società ed invita i membri della società stessa ad aderirvi. In questo possiamo dire che il meccanismo che regola le narrazioni di massa della società mediatica è del tutto simile a quello del mito. Si dice generalmente che i best seller, la pubblicità, i reality-show, le soap opera, lo spettacolo sportivo (non lo sport in sé), il cinema, la fiction e tutte le altre forme di narrazione popolare creino dei miti. Questo è vero non solo nella moderna e degradata accezione di mito («Quell'attore è un mito», «Ha segnato un goal mitico», ecc.), ma anche nella sua valenza etimologica di “leggenda”, di racconto archetipico al quale uniformarsi. Non a caso, Barthes, come abbiamo visto, annovera tra i *miti d'oggi* (dove per “oggi” si intende il periodo tra il 1954 e il 1956) l'epopea del Tour de France, la pubblicità dei detersivi, la Citroën DS, la produzione dei manufatti in plastica e così via. Che si tratti di un grande evento sportivo o di una pratica quotidiana, di un bene durevole o di un oggetto di consumo, diviene mito ciò che può assurgere al ruolo di storia esemplare. Ed ecco i ciclisti dilettanti cimentarsi, al pari degli eroi del *Tour*, lungo i tornanti del Pordoi o del Mont Ventoux; ecco schiere di genitori chiamare i propri figli *J.R.* o *Sue Ellen*, ad imitazione dei protagonisti della serie televisiva *Dallas*;

eccoci tutti all'acquisto dei prodotti di serie che (si noti l'inevitabile ossimoro) ci distingueranno uniformandoci, rendendoci compartecipi del mito. Nota giustamente Tramontana (2019):

Grazie alla potenza del denaro, la modernità, scaraventandosi nell'interiorità degli individui, esprime se stessa con forme espressive sempre nuove e [...] con oggetti sempre diversi tra loro. Questi ultimi, che come un ammasso che si aggrega dinnanzi a un individuo mosso dalla voglia di ergersi come un'unicità – e che suo malgrado questo desiderio confligge con quello di uniformarsi alla legge generale – sono tracce tipiche della modernità (p. 74).

La società produce miti perché questi sono necessari al suo funzionamento: l'economia funziona se i modelli di acquisto e di produzione, anche e forse soprattutto in campo turistico, sono conformi ai modelli che la società si è data; l'ordine viene mantenuto se i cittadini sono disposti a riconoscerlo come tale. Naturalmente lo sviluppo economico, l'ordine, la gerarchia e così via, possono essere mantenuti anche attraverso sistemi che differiscono da quello della creazione di miti (ad esempio attraverso la forza), ma la strutturazione mitica della società rappresenta ancora uno dei metodi meno dispendiosi.

E pochissime discipline sportive sono state in grado di passare così rapidamente dalla memoria al mito. Forse perché il ciclismo contiene in sé i due elementi più tipici dell'epopea classica: i campioni e la mortetragica.

Naturalmente, tutti gli sport hanno campioni, ma i campioni del ciclismo sono campioni nel senso etimologico del termine, sono combattenti in campo confinato che combattono singolarmente come parte di una guerra più grande. Coppi e Bartali al Giro d'Italia come Ettore e Achille nell'Iliade: c'è una competizione tra squadre, una guerra tra eserciti, ma il combattimento più importante si svolge in campo chiuso. Titanismo, eroismo, virtù, questi sono gli ingredienti della storia mitica. Divinità delle origini, i Titani traggono il loro nome, secondo la libera interpretazione di Esiodo, dal termine *τιτύειν* che significa "produrre sforzo". E davvero "titanico" (di nuovo accezione contemporanea ed accezione originale si incontrano) è lo sforzo dei primi concorrenti del *Tour*: tappe che sfiorano i 500 Km, biciclette pesanti come macigni, prive di ruota libera e di cambio. Ovviamente, l'aspetto iperbolico di questa fatica appare sempre più evidente a mano a mano che, con il tempo, la tecnologia rende più leggeri i mezzi e le tappe prendono lunghezze più umane: i ciclisti delle origini si collocano in una dimensione sospesa tra leggenda e realtà.

E poi c'è la morte. Come ricorda spesso Eric Fottorino (2007), il ciclismo e la morte formano un binomio inscindibile. Serse Coppi, Tony Simpson, Fabio Casartelli, Andrei Kivilev, Wouter Weylandt sono morti su strada durante una gara. E poi ci sono Fausto Coppi, Ottavio Bottecchia, Marco Pantani, la cui morte è legata, in un modo o nell'altro, al ciclismo. I ricordi degli eroi caduti durante la battaglia sono ancora una volta parte del palinsesto della strada, segnano il nastro di asfalto e, ancora una volta, trasformano il non luogo di transito in luogo. Con un continuo movimento di navetta tra tangibile e intangibile, la strada del ciclismo diventa quindi luogo di devozione degli umani ai loro semidei, patrimonio storico, universo simbolico, testimonianza da trasmettere intatta o da accrescere alle generazioni future.

Tutto questo pone il discorso su ciclismo e morte eroica in un rapporto dialettico con il capitolo che Bauman (2008) intitola "Da martire a eroe, da eroe a celebrità" e nel quale esamina la differente fortuna sociale delle tre figure.

Troviamo ormai difficile, forse impossibile, comprendere come altrove ci possa essere qualcuno che sacrifichi la propria vita per una "causa", che scelga di morire se il suo sacrificio contribuisce alla sopravvivenza e, possibilmente, al trionfo della "causa" (Bauman, 2008, p. 33).

Mi è quasi impossibile leggere e rileggere Bauman senza sentire, forse a torto, il sapore fastidioso del rimpianto per una società meno liquida, senza avvertire, nella sua pur lucidissima analisi, la denuncia trita della decadente modernità: si tratta probabilmente di un effetto della forma della sua scrittura e non dei contenuti, ma io non posso che salutare con gioia la negazione sociale del martirio. Concordo però con Bauman quando individua nella transizione dal martire all'eroe uno dei tratti della nostra società; una transizione che ben interpreta il fatto che alcuni sport (il ciclismo, ma anche l'alpinismo e le discipline motoristiche) contemplino un costante corteggiamento della morte.

Solo nel rischio l'*ex-sistere* mortale può tentare di compiere il suo anelito celestiale: memoria immemoriale, al più "mutola" e mitologizzabile, di un libero dimorare quieto e immortale, innocente e deliberato, divinamente creativo e umanamente contemplante in sé unitotalmente l'universo creato realissimamente ideale.

Questo è per Francesco Tomatis (2005, p. 96) il rischio di chi, scalando una montagna, contempla la possibilità della caduta. Depurato del suo autocompiacimento verbale, questo passaggio, assieme ad altri che compongono il capitolo "Fra due abissi, caduta e rischio" di *Filosofia della montagna*, indica nel pericolo, anche mortale, la condizione di esistenza dell'alpinismo. La morte nello sport è rischio e non certezza, come lo è nel martirio; per questo, lo sportivo che muore, stando alle definizioni di Bauman (2008), è eroe e non martire:

Per convalidare la perdita della sua vita, l'obiettivo che l'eroe persegue con la propria morte deve valere di più di tutte le gioie che potrebbe avere continuando a vivere sulla terra. Un valore simile deve trascendere l'esistenza individuale, ineluttabilmente breve, dell'eroe e la morte di quest'ultimo deve contribuire a tale sopravvivenza. Il martirio ha senso indipendentemente da ciò che accadrà in seguito nel mondo (p. 37).

Un evento quasi contemporaneo alla stesura di questo saggio dà una sorprendente concretezza alle parole di Bauman. Si tratta della morte di Daniele Nardi e di Tom Ballard sullo Sperone Mummery del Nanga Parbat nel febbraio del 2019. Sul suo profilo Facebook, Stefania Pederiva, la fidanzata di Tom Ballard, scrive:

Il mio cuore è completamente annegato, non ci sono o saranno mai parole adatte a descrivere il vuoto che hai lasciato. Un dolore straziante e una forte rabbia per non aver ascoltato le mie costanti parole, che ti dicevano che su quella montagna non dovevi andare, i tuoi sogni non erano lì, per questo madre natura non ti ha più protetto. Ringrazio l'universo per avermi regalato una persona così speciale, non restano che i magnifici ricordi dei tempi trascorsi insieme che sono i più belli della mia vita. Ti ritroverò nella natura, nei fiumi negli alberi nelle montagne, tu sarai sempre la mia roccia più bella.

L'eroe non ascolta il richiamo alla prudenza, non accetta di rinunciare a una missione potenzialmente suicida perché è convinto che tutti i suoi sogni siano proprio in quella missione, che nessuna gioia possa sostituire quella che contempla il rischio della vita. L'eroe del ciclismo è forse meno sprezzante, ma non meno eroe. Tanto nel ciclismo quanto nell'alpinismo ci sono le scalate e le cadute e in entrambe le discipline tanto chi scala con successo straordinario quanto chi cade mortalmente lega la sua "esistenza individuale, ineluttabilmente breve" all'eternità del luogo, alla permanenza della strada e dei monumenti commemorativi che segnano, sul ciglio, i successi e le sconfitte degli eroi. Sono davvero pochi gli sport che legano in maniera tanto

indissolubile gli atleti al luogo della performance sportiva e forse il ciclismo è l'unico in cui questo luogo è continuamente accessibile da parte di tutti (non lo sono gli autodromi e non lo sono le pareti di roccia); il ciclismo è tra i pochi sport in cui il terreno di gara, teatro di onore e di morte, diviene così facilmente meta turistica.

5. Strada e turismo

“The journey not the arrival matters”. Questa frase di Thomas Stearns Eliot occupa una delle prime posizioni nella classifica delle citazioni abusate, eppure, a conclusione di questo breve saggio, riesce ancora a darci un'occasione per riflettere. Le strade del ciclismo generano infatti strani flussi turistici, minoritari certo, ma non privi di rilevanza; flussi turistici per i quali il viaggio e la meta, “the journey” e “the arrival” non sono antitetici, bensì complementari. Le strade del *Tour*, del *Giro*, della *Vuelta* e delle grandi classiche si riempiono di “turisti del mito” desiderosi di avere una piccola parte nella grande narrazione, comparse di un remake perpetuo, sudati imitatori delle gesta degli eroi che, più spesso di quanto si pensi, corteggiano e incontrano la morte sotto forma di attacco cardiaco per il piacere di ripetere gesta titaniche. Devoti diretti non solo ai piccoli templi della memoria di cui abbiamo parlato, ma anche alla strada mitizzata dal racconto del ciclismo, animati da un desiderio di esperienza e di scoperta. Contrariamente alla maggior parte delle manifestazioni sportive, il ciclismo su strada (che anche in questo assomiglia all'alpinismo) non consente ai tifosi di essere spettatori dell'intera competizione: chi è sul posto coglie appena un frammento di gara, limitato al tempo di un istante e allo spazio di poche decine di metri; chi assiste a una telecronaca ha sicuramente una visione più ampia, ma deve affidarsi alla selezione fatta dalla regia televisiva. Una partita di calcio, una finale dei 100 metri piani, una gara di tuffi si offrono integralmente all'interazione con lo spettatore; una corsa ciclistica su strada non è fruibile che attraverso il suo racconto. Ripercorrere da turisti le strade del ciclismo significa allora appropriarsi, almeno parzialmente, dell'esperienza negata, significa tentare di passare dal conosciuto all'esperito. Come pellegrini sul Cammino di Santiago, i turisti del ciclismo hanno la strada come obiettivo. Sotto il profilo sociologico, non è rilevante che siano tanti o pochi quelli che inseguono le mitologie della strada; ciò che rende interessante la riflessione è, come ho cercato di dimostrare, il modo in cui lo storytelling sportivo agisce trasformativamente sul materiale inerte e anonimo di cui è fatta la strada stessa.

Bibliografia

- Augé, M. (1993). *Nonluoghi: Introduzione a una antropologia della surmodernità*. Milano: Eleuthera.
(Original work published 1992)
- Barthes R. (1994) *Miti d'oggi*. Torino: Einaudi. (Original work published 1957)
- Bauman, Z. (2008). *Vita liquida*. Roma: Laterza. (Original work published 2005).
- Bruno, G. (1877). *Le Tour de la France par deux enfants*. Paris: Belin.
- Certeau, M., Giard, L. (1990). *L'invention du quotidien*. Paris: Gallimard.
- Delerm, P. (1998). *La prima sorsata di birra e altri piccoli piaceri della vita*. Milano: Frassinelli.
(Original work published 1998)
- Eliade M. (1989). Mito. In Y. Bonnefoy (Ed.), *Dizionario delle mitologie e delle religioni*. Milano: BUR-Rizzoli. (Original work published 1981)

- Eliade, M. (1976). *Trattato di storia delle religioni*. Torino: Boringhieri. (Original work published 1948).
- Fottorino, E. (2007). *Petit éloge de la bicyclette*. Paris: Gallimard.
- Fottorino, E. (2013). *Petit éloge du Tour de France*. Paris: Gallimard.
- Lotman, J. M. (1987). Il valore modellizzante dei concetti di “Fine” e “Inizio”. In J.M. Lotman, & B.A. Uspenskij, *Tipologia della cultura*. Milano: Bompiani.
- Tomatis, F. (2005). *Filosofia della montagna*. Milano: Bompiani.
- Tramontana, A. (2019). *I cristalli della società*. Milano: Meltemi.
- Vigarelo, G. (1995). *Il Tour de France: Memoria, territorio, racconto*. In G. Triani, & A. Roversi, (Eds.), *Sociologia dello sport*. Napoli: Edizioni scientifiche italiane. (Original work published 1992)
- Weber, M. (1981). *Economia e società*. Milano: Edizioni di Comunità. (Original work published 1922)