Voci, bufale e leggende metropolitane nell'era di Internet



Il drago in cantina

Qualche anno fa un'amica mi ha raccontato di una sua amica che abitava fuori città e aveva dei vicini di casa molto affezionati a un coniglio. L'animaletto piaceva anche al cane della ragazza, un segugio che un bel giorno - in assenza dei vicini - si presenta in salotto con il coniglio tra i denti, morto e sporco di terra. Presa dal panico, la protagonista della storia ripulisce il roditore e lo mette al suo solito posto, in gabbia, ma quando i vicini rientrano sente un urlo e dopo un po' vede arrivare un'ambulanza. Morale, la vicina si è sentita male vedendo il coniglio in gabbia: il marito lo aveva seppellito tre giorni prima. Una storia simile mi è stata riportata tempo dopo da tutt'altra persona, con un criceto al posto del coniglio, ed è uscita dal dimenticatoio in cui l'avevo messa solo nei giorni scorsi, a Torino, durante un Convegno dal titolo «Contaminazioni - voci, bufale e leggende metropolitane nell'era di Internet». Prima manifestazione internazionale sull'argomento, organizzata dal Cicap (Comitato Italiano per il Controllo delle Affermazioni sul Paranormale, nato nel 1989 per iniziativa di Piero Angela e di un gruppo di scienziati, informazioni su www.cicap.org) e dal CeRaVoLC (Centro per la Raccolta delle Voci e Leggende Contemporanee, nato nel 1990, possiede un archivio tra i più completi a livello nazionale, il sito è leggende.clab.it) ha ospitato studiosi e giornalisti italiani e stranieri, primo fra tutti - anche se solo in video - lo statunitense Jan Harold Brunvand, professore emerito dell'Università dello Utah: autore di testi universitari sullo studio del folklore americano, il «leggendario» Brunvand ha fatto conoscere al grande pubblico l'affascinante mondo delle urban legends, trascorrendo lunghi anni a raccogliere storie più o meno incredibili, attribuite a un «amico di un amico» e raccontate come rigorosamente vere, eredi delle leggende tradizionali. Contrariamente a quanto si può pensare, l'analisi dei contenuti è più importante dell'origine della storia e del sapere se il fatto da cui nasce è vero oppure no: le narrazioni spesso contengono una sorta di «morale» che fornisce informazioni, per esempio, sulle paure inconsce collettive in un determinato momento storico o in una data comunità; in molti casi celano una componente politica, e analizzarne la diffusione permette di studiare la comunicazione fra gruppi sociali o comunità differenti.

Come precisa il giornalista e responsabile del CeRaVoLC Paolo Toselli nel saggio «Storie di ordinaria falsità», fresco di pubblicazione nella Bur, oggi sotto la definizione generica di «leggende metropolitane» (o leggende urbane, miti moderni, leggende contemporanee che dir si voglia) trovano posto anche generi similari: le «voci», informazioni relative a luoghi ed eventi di attualità che possono trasformarsi in leggende o viceversa; le «bufale», fatti appositamente costruiti e di solito diffusi dai mass media o via Internet; le «dicerie», residui di credenze criticate o demolite. Tanti sono i classici della leggenda urbana: l'autostoppista che si rivela essere un fantasma, il cagnolino portato in patria come souvenir di una vacanza esotica che in realtà è un feroce roditore, il voracissimo pesce siluro sfuggente come il mostro di Loch Ness, il tronchetto della felicità portatore di parassiti e malattie, il misterioso straniero che per ringraziare di una gentilezza ricevuta consiglia di star lontano da un luogo scelto per un attentato; e poi le storie sui reni rubati, sulle ambulanze nere che rapiscono i bambini, su alligatori e coccodrilli nelle fogne, sulle vipere lasciate cadere da elicotteri o aerei misteriosi, su animali cotti al microonde, oltre a tutta una serie di leggende a sfondo sessuale. Bufale e false informazioni sono più in forma che mai: da quelle riguardanti gli alimenti a quelle sulle «raccolte benefiche» - carta stagnola negli anni '20 e '60, codici a barre negli anni '80, tappi di plastica e scontrini fiscali negli anni '90, mezzi per alleviare i sensi di colpa creati dal consumismo - dalle figurine all'Lsd agli attuali Cd «antimulta» (o alle bottiglie di plastica piene d'acqua che terrebbero lontani cani e gatti).

Il convegno di Torino ha evidenziato le sfaccettature di questo multiforme universo, sottolineando il ruolo che Internet sta assumendo nella diffusione di leggende e bufale, a cui presta il proprio «prestigio tecnologico». Piero Bianucci, redattore capo de La Stampa, parla di rapporto patologico con la realtà e di difficoltà a decifrarla: oggi la realtà simulata diventa più vera di quella reale, creando l'esigenza di trovare coordinate nuove e filtri per distinguere il vero dall'artefatto (esempio lampante, i reality show).

Lorenzo Montali del Cicap, psicologo sociale all'Università di Milano Bicocca, definisce le leggende metropolitane «scorciatoie di pensiero»: di fronte a una situazione ambigua si preferisce una spiegazione qualsiasi al nulla. Le storie allora ci aiutano a padroneggiare situazioni indefinite, oppure a familiarizzare con le novità, diventando modi per costruire il sapere e trasmettere significati. Laura Bonato dell'Università di Torino, autrice del libro «Trapianti, sesso, angosce», si occupa invece del punto di vista antropologico e del problema della conservazione di un presente che contiene trame antiche. Paolo Attivissimo, giornalista e divulgatore informatico, ideatore e gestore dell'utilissimo Servizio Antibufala in lingua italiana (se vi arrivano mail o sms «sospetti» verificate sul godibile www.attivissimo.net), ha proposto metodi d'indagine accessibili a - quasi - tutti per diventare detective antibufala, mentre il giornalista, scrittore e critico Danilo Arona stabilisce un parallelo fra cinema e leggende metropolitane, che condividono gli stessi meccanismi (quelli del thriller, basati su paura e attrazione): credute vere, le leggende entrano nei film ricevendone una sorta di ufficializzazione e diventando così ancora più vere. Dagli anni Cinquanta ad oggi la filmografia è vasta, e raggiunge il top con «The Blair Witch Project», grande esempio di seduzione del possibile che ha saputo sfruttare con abile marketing il meccanismo della leggenda urbana. Notevoli anche gli altri interventi: Marino Niola dell'Università di Napoli si occupa di antropologia dei simboli e ha esposto interessanti parallelismi tra la leggenda urbana e il mito, citando Propp, Lacan, Barthes; Paolo Toselli ha proposto una carrellata sulle leggende riguardanti i bambini rapiti e il traffico d'organi, analizzando il ruolo dei media nell'alimentare le notizie. Cesare Bermani, studioso della Resistenza, ha parlato di rapporti fra leggende contemporanee e politica, bufale sui campi di concentramento, antisemitismo, revisionismo storico. E ancora, Peter Burger dell'Università di Leiden (Olanda) si è chiesto se i media sono pompieri o piromani, mentre Jean-Bruno Renard dell'Università di Montpellier ha analizzato una leggenda urbana israeliana spaziando fra pubblicità, arte e figure mitiche. Ma le leggende sono anche assoluto divertimento, come hanno dimostrato l'attore e drammaturgo Carlo Presotto, che ha messo in scena la leggenda del pesce siluro utilizzando una tazza di té come laghetto, e Mariano Tomatis del Cicap, con una relazione su come inventare una leggenda storica, in questo caso sulla presenza del Sacro Graal a Torre Canavese.

Per informazioni e bibliografie rimando ai siti del Cicap, del CeRaVoLC, di Paolo Attivissimo e al saggio di Paolo Toselli, mentre per chi «mastica» l'inglese consiglio il fondamentale www.urbanlegends.com e www.museumofhoaxes.com, oppure, in francese, www.hoaxbuster.com. Concludendo con Marc Bloch (citazione che copio da Attivissimo, presa da «Riflessioni sulle false notizie della guerra» del 1921), attraverso le leggende e le bufale «gli uomini esprimono inconsapevolmente i propri pregiudizi, gli odi, le paure, tutte le proprie forti emozioni». Quindi, non liquidiamo con leggerezza queste storie: il loro segreto è nascosto dentro di noi.

Giovanna Bragadini