

Facoltà di Scienze Politiche

Cattedra di Semiotica

LE LEGGENDE METROPOLITANE: STORIE FALSE O REALISTICHE?

Relatore

Prof. Paolo Peverini

Candidato

Paola Spataro

Matr. 056672

ANNO ACCADEMICO 2008/2009

RIASSUNTO

È possibile parlare di “leggenda metropolitana” riferendosi ai termini “leggenda” e “metropolitana” separatamente. Il filologo Paolo Toschi, ad esempio, sosteneva che la leggenda è quel tipo di narrazione che contiene sempre un nucleo di verità, sia essa creduta o effettiva, in cui le circostanze ambientali sono sempre specificate e il cui protagonista non è una personalità anonima, ma un personaggio storico o comunque precisato. Anche se quest’ultima caratteristica non si ha nel caso delle leggende metropolitane, Laura Bonato, ricercatrice di antropologia, giunge alla conclusione che il termine “leggenda” è il più adatto per definire quei racconti contemporanei caratterizzati da un quando e un dove reali(stici) e precisati. Per quanto riguarda l’attributo “metropolitana” (o “urbana”, come usato in inglese), la Bonato sostiene che probabilmente questa accezione sia utilizzata per veicolare una valenza di attualità e modernità verso il destinatario, piuttosto che per indicare un’ambientazione collocata nelle grandi città: infatti, queste narrazioni non nascono necessariamente nelle metropoli, né sono sempre ambientate in esse. Per una maggiore precisione e correttezza, l’autrice suggerisce di preferire il termine “contemporanea”, in modo da collegare meglio questo tipo di narrazione all’odierna cultura di massa.

Il meccanismo di trasmissione delle leggende metropolitane avviene perlopiù attraverso la comunicazione orale. Tale caratteristica accomuna questo tipo di narrazione con la leggenda propriamente detta, appartenente alla macrocategoria delle narrazioni popolari di cui anche la leggenda metropolitana fa parte. Secondo Jan Harold Brunvand, grande esperto di leggende metropolitane, questa trasmissione avviene in modo informale ed è caratterizzata dal fatto che i partecipanti alla comunicazione non si concentrano sul contenuto del racconto, ma si preoccupano principalmente di ascoltare la narrazione per poi tramandarla ad altre persone, introducendovi delle varianti.

Le leggende metropolitane condividono, con taluni generi di leggende propriamente dette, quei contenuti riguardanti le speranze, le paure, le angosce del nostro tempo e la loro caratterizzazione in costruzioni simboliche. Secondo Brunvand, la differenza fondamentale tra le leggende e le leggende metropolitane riguarda i mezzi di comunicazione con cui esse sono diffuse: mentre le prime sono tramandate essenzialmente per via orale, le seconde sfrutterebbero principalmente le potenzialità dei mass media. Tuttavia, è noto come le leggende metropolitane siano largamente diffuse sul web, piuttosto che in televisione o in radio, dove esse potrebbero ritagliarsi degli spazi esclusivamente per ragioni di palinsesto, vale a dire in programmi appositi, film o serie televisive. È da notare come l'indiscussa credibilità delle leggende metropolitane, grazie alle descrizioni dettagliate di contesti spazio-temporali e personaggi, sia un'altra peculiarità specifica già delle antiche narrazioni orali. Le leggende metropolitane non sono costituite da nient'altro che antichi motivi folkloristici che continuano a formare la struttura di queste narrazioni sin dalla notte dei tempi: il narratore, quindi, più che inventare motivi narrativi nuovi, ne ristruttura più che altro il piano sintattico per rendere la storia più attuale. Dunque, è evidente come certi miti antichi sopravvivano ancora oggi ma sotto vesti nuove, essendo stati sottoposti ad una certa "laicizzazione", cioè ad una contestualizzazione simbolica in chiave moderna.

Trattandosi di una forma di comunicazione orale, la leggenda metropolitana, tende a diversificarsi nel tempo rispetto alla sua impostazione originaria e per questo possiamo dire che si tratta di un'Opera Aperta, come la definirebbe Umberto Eco. A questo tipo di narrazione è possibile applicare il metodo interpretativo suggerito dal semiologo alessandrino: egli sostiene che l'interpretazione di un testo non coinvolge soltanto la sua manifestazione lineare, ma anche l'enciclopedia culturale del lettore e, dunque, il suo *Erwartungshorizont*, cioè l'insieme delle aspettative che si formula nel momento stesso in cui il lettore attua un approccio al testo. Per distinguere una buona interpretazione da una cattiva interpretazione, Eco sembra essere più propenso ad affrontare tale questione in un'ottica popperiana: un buon modo per condurre una scommessa interpretativa di un testo sarebbe quello di isolare

un'isotopia semantica pertinente, ma solo se le isotopie in questione non siano eccessivamente generiche e, quindi, poco uniformi.

La leggenda metropolitana si distingue, per alcuni versi, da altri tipi di narrazione orale, quali la *voce* (o *rumor*), la *bufala* ed il *pettegolezso*. Per esempio, la voce costituisce un'informazione non corroborata da fonti ufficiali e contenente un legame con persone o eventi attuali. Tale caratterizzazione è solo in parte condivisa da ciò che si intende per leggenda metropolitana; quest'ultima, infatti, non riguarda una determinata persona o un determinato evento dell'attualità, bensì degli idealtipi ricorrenti, rivestiti con significanti variabili a seconda dei contesti in cui la narrazione è raccontata. Tuttavia, come la leggenda metropolitana, anche la voce nasce da una discussione collettiva; inoltre, è comune il fenomeno per cui la voce può trasformarsi in leggenda metropolitana e viceversa. La bufala, invece, è una notizia di un avvenimento non reale, costruito intenzionalmente in modo da consentirne la circolazione sui media. In questo caso, è l'intenzionalità che contraddistingue questo tipo di narrazione rispetto alla leggenda metropolitana, di cui perfino la fonte originaria è sovente ignota. La bufala, inoltre, a differenza della leggenda metropolitana, ha lo scopo di danneggiare l'immagine sociale di un determinato personaggio famoso e circola solitamente per un periodo di tempo molto breve. Il pettegolezso è un tipo di narrazione che si diffonde solo *volontariamente* e, quindi, non in maniera semicasuale, come nel caso della leggenda metropolitana. Inoltre, la caratteristica principale del pettegolezso è la sua derivazione da un avvenimento riguardante il comportamento di una persona nella sua vita privata; la "vittima" in questione può essere un divo famoso o un personaggio molto noto all'interno della comunità. Lo scopo di questa narrazione è di demolire l'immagine sociale della persona protagonista dell'avvenimento raccontato. Inoltre, il pettegolezso costituisce un fine comunicativo a sé stante: spettegolare è un piacere, una forma di esercizio di potere e di controllo sociale. Infine, il pettegolezso assume talvolta un'impostazione asimmetrica e orientata, giacché prende di mira un personaggio cui è riconosciuto uno status sociale molto elevato all'interno della comunità. È per questa ragione che tale strumento comunicativo è sovente

sfruttato dai politici ed è molto più presente nei mass media rispetto alla leggenda metropolitana, con appositi programmi televisivi o rubriche.

I luoghi in cui la leggenda metropolitana è ambientata sono generalmente abbastanza vicini ai partecipanti della narrazione e, in ogni caso, si tratta di posti riconoscibili da tutti. Spesso si tratta di luoghi pubblici e d'incontro; in particolare, la Bonato ha identificato due posti in cui la leggenda metropolitana è ambientata molto frequentemente, vale a dire il supermercato e la discoteca, dove, per usare una terminologia proppiana, si verificherebbe il c.d. *danneggiamento iniziale*. I personaggi delle leggende metropolitane sono sempre anonimi e spesso giovanissimi o adolescenti; questo aspetto dell'età è ancor più vero per quanto riguarda il narratore ed i destinatari del racconto. A livello attanziale, i personaggi costituiscono delle personificazioni di modelli e valori di cui il pubblico possiede una buona conoscenza diretta. A parte i casi di storie con lieto fine, il protagonista delle leggende metropolitane è sempre sfortunato e la storia si conclude con una sua disavventura. Gli altri personaggi quasi sempre sono antagonisti o comunque persone che favoriscono l'avvenimento sfavorevole nei confronti del protagonista. Come già scritto a proposito delle analogie tra le leggende metropolitane e i racconti tradizionali, il ruolo dell'antagonista è attribuito all' "altro", a persone che nella vita quotidiana sono poste ai margini della società: lo straniero, lo zingaro, il clochard. A questo proposito, è possibile rinvenire un'importante proprietà del testo culturale identificata dal semiologo Jurij M. Lotman, vale a dire le c.d. *partizioni*, cioè delle frontiere che ne suddividono lo spazio interno. Tale concetto è esprimibile, attraverso un'interpretazione semantica, nella semplice opposizione *noi/gli altri*, oppure, dal punto di vista topografico, nell'opposizione *interno/esterno*, cioè *organizzato/non organizzato*, a seconda che la partizione sia fornita di una propria struttura o meno. Sul piano dell'espressione, tale dicotomia si traduce, per esempio, nell'opposizione *mondo visibile (dei vivi)/mondo dell'aldilà (dei non uomini)*: è proprio per la mancanza di organizzazione interna che gli esseri del mondo dell'aldilà sono spesso disarmonici ed infirmi. Dal punto di vista strettamente culturale, tali partizioni si concretizzano nelle diverse frontiere sociali ed etniche, costituite

ad opera di un processo di mitologizzazione delle varie dicotomie presenti in una determinata cultura.

Il racconto di una leggenda metropolitana provoca una vera e propria interazione: spesso il narratore cambia la cadenza, l'intensità o l'intonazione secondo le reazioni dei suoi destinatari, che possono anche interromperlo per dei chiarimenti o, talvolta, introducendo perfino essi stessi dei particolari; questa interazione contribuisce ad amplificare e a rielaborare la narrazione del testo, nonché a fissare determinati temi-chiave. Riguardo alla mutevolezza della leggenda metropolitana da un contesto spazio-temporale all'altro, può essere efficace utilizzare la metafora del *virus* che Paolo Fabbri suggerisce per descrivere le voci. Infatti, al pari del virus, la voce conserva una sua struttura, una sua identità, ma si trasforma integrandosi ai vari contesti. Tra gli espedienti più comuni usati dal narratore per modificare la storia raccontata, possiamo rilevare l'aggiunta o l'omissione di un dettaglio nonché l'adattamento della storia ad un ambiente più contestualizzato; tuttavia, le valenze simboliche rimangono immutate. Inoltre, se la leggenda metropolitana è raccontata in prima persona, si è portati a credere inevitabilmente che la storia in questione sia indiscutibilmente vera per il semplice fatto che il protagonista della storia è fisicamente presente nel processo comunicativo perché incarnato dal narratore stesso.

La diffusione delle leggende metropolitane trova un maggior impulso soprattutto grazie ai media digitali, Internet in primis, e non tanto grazie ai media tradizionali, come la televisione. È anche vero, d'altro canto, che nel momento in cui queste narrazioni vengono diffuse attraverso il mezzo televisivo, esse acquistano un maggior grado di veridicità, grazie a quella capacità peculiare di questo medium nel "far vedere" ciò che si sta comunicando. In ogni modo, Internet è diventato, all'alba del terzo millennio, il principale mezzo di diffusione di voci, dicerie e bufale, attraverso blog, forum e, soprattutto, catene di Sant'Antonio tramandate per email, scavalcando l'intangibile primato della trasmissione orale. Questo successo è dovuto al c.d. *written speech*, cioè quella forma di comunicazione propria dei media digitali che ha la peculiarità di fondere le caratteristiche della lingua scritta e della

lingua parlata, consentendo, di conseguenza, sia di rileggere un testo sia di comunicare con immediatezza: è proprio quest'ultima caratteristica che rende la trasmissione delle leggende metropolitane via web così efficace, senza inficiare i meccanismi della classica diffusione orale. È caratteristico come, poi, per quanto riguarda i mezzi d'informazione in generale, molto spesso la leggenda metropolitana non sia sottoposta ad alcun filtro da parte della redazione cui perviene. Molto frequentemente, infatti, i giornalisti non si occupano di verificare l'attendibilità dell'avvenimento raccontato e, di conseguenza, vengono pubblicate anche notizie che non sono tali. Oltretutto, il grado di veridicità innescato dalla narrazione è talmente elevato che spesso una semplice ritrattazione non è sufficiente a disinnescare le reazioni provocate.

Per dimostrare la presenza di tutte queste caratteristiche, abbiamo scelto tre generi molto comuni di leggenda metropolitana in cui è possibile rinvenire quanto abbiamo detto finora, vale a dire le storie sui trapianti d'organi, sull'AIDS e sui fantasmi. Il trapianto d'organi costituisce oggi una problematica molto complessa ed oscura: è una questione che, infatti, racchiude innumerevoli dibattiti etici sociali e valoriali non ancora risolti. È principalmente nelle zone più povere del mondo che la questione del trapianto d'organi risulta più problematica; sin dagli anni Ottanta, sono state numerose le segnalazioni di abusi nei confronti degli individui socialmente più deboli attraverso questa pratica, soprattutto in Brasile, India e Sudafrica. Il commercio d'organi è un mondo nascosto: da una parte, rappresenta una vera e propria rete globale, per quanto riguarda la sua diffusione a livello planetario; dall'altra parte, però, costituisce un ambiente piccolo, chiuso e personale, sconosciuto ai più, che coinvolge solo gli addetti ai lavori. Tale ambivalenza favorisce lo sviluppo di voci e dicerie, insieme all'alone di mistero che avvolge questa pratica a causa di numerosi casi di disinformazione: spesse volte, infatti, gli ospedali si rifiutano di rendere disponibili i loro archivi a studiosi e giornalisti. Le leggende metropolitane sorte nei Paesi sopra menzionati sono emerse con l'avvio del processo di democratizzazione; in questo periodo, le persone si sono rese sempre più consapevoli delle atrocità commesse dallo Stato nei loro confronti durante i regimi. D'accordo con l'antropologa americana Nancy

Scheper-Hughes, le leggende metropolitane sul traffico d'organi offrono ai loro diretti interessati, perlopiù gente povera, una sorta di testimonianza politica surrogata, essendo raramente interpellati dalle commissioni d'inchiesta per testimoniare sulle atrocità dei regimi. Queste narrazioni, inoltre, costituiscono un'occasione insostituibile per permettere alla gente comune di esprimere le proprie angosce e paure, nonché uno strumento di difesa nei confronti di quella mancanza di informazioni imputabile ai mezzi di comunicazione ufficiali. I media – qui, soprattutto i quotidiani – sono dei motori essenziali per la diffusione delle leggende metropolitane, talvolta anche inconsapevolmente. In ogni modo, la diffusione di questo genere di leggende metropolitane sta diventando un fenomeno sempre più incontrollabile anche a causa del successo esplosivo dei media digitali, in particolare delle catene di e-mail o di sms.

Come nel caso del trapianto d'organi, anche riguardo all'AIDS si è verificato quel vuoto informativo tra mondo scientifico ed opinione pubblica che è stato colmato con falsi miti e leggende metropolitane. Nel caso dell'AIDS, esse hanno iniziato a circolare gli anni Ottanta e Novanta, quando ancora molto poco si sapeva su questa malattia. Tra i caratteri culturali del tutto peculiari del caso dell'AIDS rientra il tema della “visibilità” della malattia, vale a dire la sua identificazione entro dei caratteri ben definiti e materialmente riconoscibili. Ciò è dovuto alla difficoltà ad applicare a questa malattia il c.d. “stereotipo della visibilità della malattia”, al contrario di quanto avveniva per identificare malattie più “tradizionali” come la peste bubbonica. Più precisamente, soprattutto all'inizio, l'AIDS veniva additata come “malattia degli omosessuali”, soprattutto a causa dell'assenza di casi registrati di malati eterosessuali nelle prime fasi di diffusione, provocando dei notevoli risvolti socio-culturali. Per avere un'idea di come i media contribuiscano alla diffusione delle leggende metropolitane, si pensi al caso della donna di Modena che nel giugno del 1997 avrebbe infettato volontariamente i suoi partner occasionali, una notizia divulgata dai principali notiziari e quotidiani nazionali. Utilizzando i nostri strumenti di analisi, abbiamo scoperto come in realtà si trattasse di un fatto di cronaca cui sono state mescolate alcune percezioni

culturali dell'AIDS, rinvenibili, non a caso, anche nelle più comuni leggende metropolitane sul tema.

Più del trapianto d'organi e dell'AIDS, la morte, senza dubbio, è l'argomento più oscuro e misterioso con cui l'uomo abbia avuto a che fare, quindi un terreno sempre fertile per la creazione di leggende metropolitane su morti e fantasmi. È possibile identificare delle affinità tra queste narrazioni e le *paure*, racconti di origine pagana diffusisi soprattutto nell'Italia centrale del secondo dopoguerra. Esse sono caratterizzate, al pari delle leggende metropolitane, dall'introduzione ad un contesto realistico, quotidiano e conosciuto, avente lo scopo di certificare la credibilità della storia che si sta per raccontare. Queste storie erano ambientate in luoghi oscuri e bui, soprattutto nei cimiteri, ma anche nei boschi e nelle foreste; inoltre, venivano raccontate perlopiù in momenti di aggregazione ad hoc, le c.d. *veglie*. Ciò che cambia tra le paure e le leggende metropolitane non è nient'altro che l'asse paradigmatico dei significanti, in virtù di un processo di contestualizzazione degli stessi elementi simbolici in chiave più moderna. È possibile ammettere, dunque, che la paura è la vera antenata della leggenda metropolitana. In particolar modo, abbiamo scelto di analizzare tre sottoclassi di leggende metropolitane che costituiscono le storie più comuni sul ritorno dei morti dall'Al di là e che indicativamente possono essere identificate come *Il cappotto*, *Il vestito macchiato* e *L'autostoppista fantasma*. Da un'analisi di queste narrazioni e di alcune delle varianti ad esse relative, è emerso che queste sottoclassi contengono le stesse valenze simboliche. Infatti, vi è una serie di elementi comuni a tutte e tre: molto spesso il fantasma è una donna, il suo riconoscimento avviene da una fotografia o da un ritratto, il protagonista che viene "traviato" dal fantasma è un uomo e, infine, vi sono una serie di simboli che indicano il forte legame che si è instaurato tra i due – ora il cappotto, ora la macchia di caffè, ora la borsa –. Il fatto che le storie di fantasmi riescano a fare ancora presa sulla mentalità comune anche in epoca contemporanea è dimostrato da ciò che ha scatenato, ad esempio, un video diffuso su YouTube nel marzo del 2008. Esso riproduceva delle immagini di videosorveglianza registrate in un ufficio di Raffles Place, a Singapore, in cui

compare improvvisamente una strana figura in un ascensore: una signora anziana, ricurva e vestita di bianco. Un fantasma? Dopo pochi mesi è stato spiegato il mistero: si trattava di un'operazione di viral marketing ad opera di un'agenzia di reclutamento di Singapore, la Gmp Group, quindi un video montato ad arte. Tuttavia, emblematiche sono state le reazioni sul web: dagli scettici che mostravano di non prendere in seria considerazione la veridicità del video ai più “creduloni”, che a loro volta raccontavano altre “storie” connesse. In ogni modo, pare che l'*elevator ghost* non sia rimasto indifferente a nessuno degli utenti che si sono imbattuti nel video, data l'elevata diffusione del link in numerosi blog e forum.

Tra gli ascoltatori delle leggende metropolitane, infatti, vi è sempre qualcuno più scettico e qualcun altro meno. Tuttavia, queste narrazioni fanno presa su tutti, in un modo o nell'altro, perché la cultura di riferimento è la stessa per tutto l'uditorio e attraverso queste storie non si fa altro che determinare un certo impatto in base alle valenze culturali che *tutti* i destinatari possiedono.

INDICE

Introduzione.....p. 4

Capitolo primo – ORIGINI, CARATTERI E DIFFUSIONE DELLE LEGGENDE METROPOLITANE

1. Definizione di leggenda metropolitana e confronti con altri tipi di narrazione.....p. 14
2. Le leggende metropolitane e antropologia culturale.....p. 17
3. Caratteristiche strutturali della leggenda metropolitana.....p. 26
4. Trasmissione e funzioni della leggenda metropolitana.....p. 30

Capitolo secondo – LE LEGGENDE METROPOLITANE E IL TRAPIANTO D'ORGANI

1. Il trapianto d'organi: problematiche etiche e sociali.....p. 37
2. Il traffico di organi oggetto delle leggende metropolitane: le ragioni.....p. 42
3. Il ruolo dei media.....p. 48

Capitolo terzo – L'AIDS: UNA MALATTIA ANCORA OSCURA

1. Un dibattito ancora aperto: ortodossi contro “eretici”.....p. 55
2. La percezione culturale dell'AIDS.....p. 61
3. Una storia che ha seminato il panico: il caso dell'untrice di Modena.....p. 65
4. I mass media: i divulgatori principali delle storie sull'AIDS.....p. 70

Capitolo quarto – LE LEGGENDE METROPOLITANE SUI MORTI: DAI RACCONTI POPOLARI AI FANTASMI DEI GIORNI NOSTRI

1. *La paura: l'antenato delle leggende metropolitane sui morti.....p. 76*
2. *Le affinità con la paura. I morti e le loro sottoclassi.....p. 82*
3. *Tre leggende metropolitane a confronto: Il cappotto,
Il vestito macchiato e L'autostoppista fantasma.....p. 87*
4. *I media digitali e i fantasmi: l'elevator ghost del Raffles Place..p. 94*

Conclusione.....p. 100

Bibliografia.....p. 102

Webgrafia.....p. 104