La creazione degli eroi popolari

Orrin J. Klapp

(1948)
American Journal of Sociology
vol. 54, n. 2, pp. 135-141

Abstract

L'eroe popolare è un tipo sociale che interpreta determinati ruoli definibili. Il problema della creazione dell'eroe consiste nell'ascrivere questi ruoli a un individuo e nel conservare e costruire una interpretazione collettiva che ha natura di leggenda. Distruggere un eroe significa assegnargli ruoli antieroici. I tipi sociali, in particolare simboli fondamentali come l'eroe, il cattivo e lo sciocco, rappresentano una chiave di comprensione della psicologia collettiva perché la massa riconosce e reagisce prontamente a questi simboli.

Un'epoca di culto di massa degli eroi è un'epoca di instabilità. Gli eroi che, nella contemporaneità, emergono in campo politico, sportivo, religioso, dello spettacolo e in ogni altro campo di interesse pubblico rappresentano un riferimento di riorientamento sociale in un'epoca di rapido mutamento. Max Weber contribuisce proficuamente, con il concetto di leadership carismatica, a suggerire alcune implicazioni dei movimenti partigiani e rivoluzionari guidati da leader ed eroi popolari.

In generale, gli eroi nascono in quattro modi: per riconoscimento e ossequio popolari spontanei; per selezione formale, come nel caso delle canonizzazioni e delle onorificenze militari; per lo sviluppo graduale di leggende popolari; e come creazione poetica di drammaturghi, cantastorie e scrittori. Comunque nascano, essi sono riconosciuti in base a un determinato comportamento sociale tipico del culto degli eroi: ricevono onori e uno status particolare; vengono commemorati in rappresentazioni teatrali, leggende, cronache, reliquie e simili; e sono spesso oggetto regolare di venerazione e celebrazione in culti organizzati. Si definisce l'eroe come una persona, reale o immaginaria, che suscita gli atteggiamenti e i comportamenti appropriati.

Nella vita sociale, l'eroe è, quindi, essenzialmente più che una persona; è un'immagine ideale, una leggenda, un simbolo. Lo studio dell'evoluzione delle leggende eroiche mostra che la fama di un eroe è un prodotto collettivo, frutto, in gran parte, di un certo numero di attribuzioni e interpretazioni popolari. Una volta formata, come è stato spesso affermato, la leggenda dell'eroe "vive di vita propria". La creazione di un eroe a partire da un personaggio storico è, dunque, raffigurata come il conferimento a questi di determinati ruoli e caratteristiche attraverso il teatro, la cronaca, la pubblicità, le dicerie e altri mezzi, che confluiscono in una interpretazione collettiva. La maggior parte degli eroi popolari nasce in assenza di uno sforzo deliberato per crearli; l'evoluzione di un eroe è, in gran parte, un processo collettivo involontario.

Un problema tipico delle relazioni pubbliche è (a) come trasformare una personalità mediocre in un personaggio di spessore eroico e di grande fascino presso il pubblico o (b) come distruggere un eroe popolare conferendogli una serie di ruoli particolarmente antieroici. Un problema del genere può nascere, ad esempio, quando si prepara un candidato politico o si avvia un'azione propagandistica contro l'eroe di un movimento sociale antagonistico o di una nazione.

Altre questioni connesse alla precedente sono: l'importanza relativa delle caratteristiche della personalità dell'eroe; il genere di ruoli da conferire per costruire o distruggere lo status di eroe; il tipo di strumenti per attribuire questi ruoli, ad esempio, con quale genere di pubblicità e di mezzi di comunicazione.

Lo studio degli eroi popolari e dei miti e delle leggende riguardanti i vari tipi di eroi[1] consente di riflettere su alcuni fattori che contribuiscono alla loro creazione, ossia: (1) le situazioni in cui gli eroi emergono, con particolare riferimento a interessi, situazioni critiche e drammatiche; (2) i ruoli eroici e antieroici; 3) il "colore"; (4) le caratteristiche

[1] Orrin E. Klapp, "The Hero as a Social Type" (tesi di dottorato, University of Chicago, 1948).

di personalità; (5) le storie e le dicerie; (6) la pubblicità; e (7) la programmazione della reazione popolare all'eroe.

Situazioni che contribuiscono alla creazione dell'eroe

Gli eroi nascono in ambiti della vita che suscitano interesse da parte del pubblico. Non è necessario che si tratti di importanti situazioni storiche, ma è forse meglio descriverli come ambiti che suscitano emozione e interesse umano, come lo sport, i drammi, le battaglie e le crisi politiche. Sono situazioni che provocano uno stato di tensione o bisogni insoddisfatti, come nel caso di conflitti, rivalità, imprese o scontri. Una situazione favorevole alla nascita dell'eroe è quando un tema è avvertito come importante e, al tempo stesso, ha un esito incerto. Una situazione pratica che può favorire la nascita dell'eroe è quella di un politico sensibile ad argomenti temporaneamente in grado di suscitare l'interesse delle persone o capace di generare crisi.

Ruoli eroici

Lo studio degli eroi mitici e popolari mette in luce i seguenti possibili ruoli: (1) l'eroe conquistatore, (2) la cenerentola, (3) l'eroe astuto, (4) l'eroe liberatore e vendicatore, (5) il benefattore, (6) il martire.

Il tipo dell'eroe conquistatore è reso possibile da ruoli che conferiscono o danno l'illusione di un potere sovrumano[2]. La realizzazione di imprese miracolose è una caratteristica eminente di eroi popolari come Beowulf, Sigfrido e Paul Bunyan. L'eroe conquistatore è invincibile quando combatte; inimitabile nelle sue imprese, come Jack Dempsey e Babe Ruth. Di grande importanza sono anche le prove che mettono in evidenza la sua capacità sovrumana di sopportazione, la destrezza, il coraggio, la virtù. Un esempio è dato dalle imprese che resero il compianto Houdini un eroe dell'illusionismo. In termini pratici, qualsiasi storia, parodia,

[2] Ciò è evidente dalla creazione degli eroi del cinema che mandano al tappeto gli avversari con l'aiuto di effetti sonori che accentuano la forza dei loro colpi.

fotografia, diceria o ruolo in grado di enfatizzare gli straordinari poteri del candidato o la sua supremazia in un qualunque ambito di azione può contribuire a farlo diventare un eroe popolare. All'opposto, ogni segno di debolezza sminuirà il suo valore. Se il candidato è un individuo di aspetto giovanile o poco promettente, può diventare un eroe assumendo il ruolo della cenerentola o dell'outsider. Assumendo tale ruolo, un eroe che appare spacciato o che è stato forse schernito, ha la meglio su avversari favoriti. Tra gli eroi popolari americani, sono noti i casi di Lindbergh e di "Wally" Simpson. Lindbergh, ultimo iscritto a una gara di traversata atlantica, suscitò una straordinaria impressione nel pubblico grazie al suo inatteso successo. Una variante del tema della cenerentola è quella del "povero ragazzo che si riscatta". Questo tema torna particolarmente utile nella propaganda dei candidati politici. La maggior parte dei principali eroi americani sono stati "poveri ragazzi" o "orfani". Un altro esempio pratico è rappresentato dal caso del lanciatore novellino che promette bene, ma le cui qualità non sono ancora note. Se un club professionistico di baseball intendesse trasformarlo in un eroe, farebbe bene a "venderlo" prima come una novella cenerentola, un orfano come Babe Ruth o come qualcuno che è stato schernito dagli altri giocatori, per poi fare in modo che uno straordinario record di vittorie proietti un'immagine di successo su di lui. La figura dell'outsider è in grado di suscitare grande interesse popolare e di gettare le basi per la creazione di un eroe popolare[3].

Un ruolo che incoraggia l'astuzia a danno della forza ha giovato a molti eroi popolari americani, compresi Abraham Lincoln, Davy Crockett, Will Rogers e Huey Long. Nell'ambito del folklore un esempio del genere è dato da Reynard la Volpe. Chi è in grado di avere la meglio sui propri rivali tramite l'arguzia, trovate inattese o espedienti vari incontra certamente il favore del pubblico. L'eroe astuto presuppone l'opposizione di un rivale molto superiore

[3] Una terza variante del ruolo della cenerentola è quella dell'"ammazzagiganti", il piccoletto che imprevedibilmente ha la meglio su un avversario formidabile, come nella storia di Davide e Golia.

quanto a dimensioni, forza o capacità di simulare. Il personaggio di Eulenspiegel possiede il fascino dell'umorismo, una qualità che gli permette di rimediare a qualsiasi difetto morale. È infatti noto che l'eroe astuto è spesso una "canaglia" e gli avversari, da lui sconfitti, sono poco svegli. Al cospetto della società, se un individuo sfida continuamente e impudentemente forze a lui superiori, potrà acquisire lo status di eroe popolare anche se è un fuorilegge[4]. Il fascino dell'eroe astuto, infatti, è rappresentato dal perenne trionfo del cervello sui muscoli, la *sagesse des petits*. Una tecnica pratica per sfruttare il ruolo è di contrapporre un candidato dotato di astuzia a un rivale ottuso, facendo sì che il primo fulmini pubblicamente il secondo con una battuta. Gran parte dell'efficacia di Lincoln in qualità di oratore può essere attribuita alla sagacia da lui dimostrata nei confronti di rivali pomposi e presuntuosi

L'eroe liberatore arriva al momento del bisogno per salvare chi è in pericolo o sofferente. L'efficacia del ruolo è massima se l'eroe sopraggiunge poco prima che la situazione della vittima diventi drammaticamente seria. Nella vita reale, una prova del valore eroico di queste situazioni è data dalle medaglie che ogni anno vengono appuntate a chi salva vite umane. La popolarità dei leader militari è spesso subordinata all'interpretazione di questo ruolo. Quasi ogni problema sociale o crisi politica, sportiva o quotidiana può essere l'occasione perché emerga un eroe liberatore. Una tecnica pratica per accrescere la popolarità di uno statista consiste nel far apparire tremendamente serio un problema sociale appena prima che questi entri in azione per porre rimedio alla situazione.

La popolarità di un personaggio pubblico può essere accresciuta anche da opere di bene. Molti eroi americani erano uomini generosi che soccorrevano i più poveri e infelici. Le leggende che circondano i vari Franklin, Washington e Lincoln sono zeppe di storie del genere[5]. Parte

[4] Ad esempio, i capi banditi Pancho Villa e Jesse James. Il fascino del leggendario Robin Hood dipende in parte dal fatto che riusciva sempre a raggirare lo sceriffo di Nottingham.

[5] Gli abitanti della Louisiana ricordano ancora i ponti che "costruì Huey".

della popolarità di Babe Ruth è dovuta alle visite che si diceva facesse ai ragazzi malati per incoraggiarli e durante le quali regalava loro delle mazze da baseball. La reputazione di John D. Rockefeller crebbe quando accettò il consiglio di un esperto di pubbliche relazioni di distribuire spiccioli ai più piccoli. Le visite in ospedale sono diventate una prassi promozionale abituale per le celebrità. Si ricorderà che parte della popolarità eroica di Al Capone era strettamente legata al suo ruolo di "benefattore" pubblico e alle molte storie che lo descrivevano come un generoso Babbo Natale.

Infine, un ruolo che contribuisce grandemente alla nascita dell'eroe è quello del martire. Inserire storie di abnegazione nella biografia di un personaggio pubblico contribuisce ad aggiungere prestigio alla sua figura. La persistenza del culto dei martiri[6] e la potenza simbolica di personaggi come Lincoln e Gandhi dipendono dal fatto che essi sono morti per una causa[7]. Hitler sfruttò astutamente questo ruolo nel caso di Horst Wessel. Talvolta un movimento ha talmente esigenza di un martire da reclutare in questa veste simbolica personaggi del tutto improbabili[8]. Si può affermare che ogni crisi o conflitto che coinvolga una causa importante concede la possibilità di raggiungere lo status di martire.

Il "colore"

La qualità del "colore" sembra caratterizzare azioni o aspetti che stimolano l'interesse e l'immaginazione popolari, dando vita a racconti che narrano o interpretano queste caratteristiche. Il termine "colore" può essere adoperato nel caso di personaggi pubblici che tendono ad emergere rispetto ai rivali in virtù di ciò che fanno o di qualche singolare caratteristica di personalità[9]. Il colore ha tre funzioni

---

[6] Si veda D. W. Riddle, *The Martyrs: A Study in Social Control* (Chicago: University of Chicago Press, 1931).

[7] Si considerino, ad esempio, i miti di Rolando, Sigfrido, Achille, Sansone, Cuchulain, Robin Hood, Jesse James.

[8] L. H. Jenks, "The John Brown Myth", *American Mercury*, 1 (1924), 267-73. Si consideri anche la vicenda di Sacco e Vanzetti

[9] In atletica, il termine "colore" si riferisce di solito a uno stile particolare o a una idiosincrasia che serve ad attirare e suscitare interesse verso un

principali. Serve a: (a) suscitare attenzione, interesse, immaginazione e interpretazioni; (b) contraddistinguere un individuo, rendendolo unico o speciale o; (c) indimenticabile. Questa qualità viene sfruttata dai personaggi pubblici applicandola alle azioni o ruoli e alle caratteristiche di personalità. Nel primo caso, uno stile di grande effetto o virtuosismo, che talvolta rasenta l'esibizionismo e l'ostentazione, contribuisce enormemente alla popolarità. I musicisti spesso suonano brani complicati non perché siano di grande pregio musicale, ma perché consentono loro di sfoggiare il proprio talento. Allo stesso modo, ballerini e acrobati spesso esagerano la difficoltà di certi gesti per invitare il pubblico ad applaudire. L'altro genere di colore, quello relativo alle caratteristiche di personalità, è rinvenibile in alcuni tratti peculiari, manierismi e modi di vestire; ad esempio, nei baffi di Hitler o nelle pistole con impugnatura di madreperla del generale Patton. In conclusione, il colore, che si manifesta sotto forma di eccentricità, affettazioni e simili, contribuisce a creare l'eroe, indipendentemente da altri possibili significati, perché suscita interesse, dà alla gente qualcosa di cui parlare e rimane impresso nella memoria. Dobbiamo, però, osservare che molti eroi sono privi di colore personale[10]. Il colore da solo non è sufficiente a fare l'eroe, a meno che al ruolo eroico non si abbini la giusta combinazione degli altri fattori.

Caratteristiche personali degli eroi

Qual è il ruolo svolto dalle caratteristiche personali nella creazione dell'eroe? In generale, le caratteristiche personali sono relativamente poco importanti, dal momento che l'eroe nasce per approvazione popolare. Se una

---

giocatore. Babe Ruth e Jack Dempsey possedevano entrambi un "colore naturale". Un altro significato del termine è rinvenibile in ambito letterario: si riferisce a un carattere vivace o pittoresco che rende unici determinati luoghi o personaggi.

[10] È stato spesso fatto notare, per esempio, che il generale Pershing, l'eroe più popolare della Prima guerra mondiale, era quasi totalmente privo di colore personale. Similmente, santa Teresa di Lisieux era una suora che non esibiva alcuna caratteristica o comportamento peculiare che attirasse l'attenzione su di lei.

caratteristica personale non è percepibile non contribuisce in alcun modo a lasciare un segno sul pubblico; segno che è l'essenza dell'eroe. Il pubblico, in realtà, ignora di norma molte cose dei suoi eroi[11]. Ciò è dovuto a vari motivi. Innanzitutto, quando l'eroe si afferma, il pubblico di solito non ha modo di osservarlo direttamente; in secondo luogo, le azioni riescono più delle caratteristiche personali ad attirare l'interesse e l'attenzione; in terzo luogo, il pubblico di solito desume le qualità eroiche da ciò che l'eroe fa. Pertanto, possiamo dire che i ruoli, e non le caratteristiche personali, creano gli eroi e che le caratteristiche personali sono subordinate ai ruoli. La conclusione secondo cui le caratteristiche personali sono relativamente poco importanti ai fini della creazione degli eroi è coerente con una teoria simbolica dell'eroe: perfino i più noti personaggi pubblici sono, in larga misura, leggendari[12]. La distanza fa il "grande uomo". A prescindere dalle qualità intrinseche di cui può essere dotato, se un candidato interpreta il ruolo pubblico adeguato, può diventare un eroe. Carlyle aveva torto quando diceva che il culto degli eroi è «il rispetto e l'obbedienza che vengono tributati a uomini realmente grandi e saggi».

È possibile, tuttavia, osservare che le qualità personali contribuiscono in vari modi a creare il ruolo dell'eroe. Innanzitutto, i tratti che il pubblico è in grado di percepire dovrebbero essere coerenti con il ruolo. Per esempio, quando si tentò di ingentilire le fattezze di Jack Dempsey per il cinema, i suoi ammiratori protestarono pubblicamente perché preferivano che rimanesse così com'era e conservasse l'aspetto del pugile. In secondo luogo, determinate caratteristiche, come quelle fisiche, hanno la capacità di suggerire al pubblico il tipo di ruolo che l'individuo interpreterà. Per esempio, le spalle larghe

---

[11] Il pubblico non può conoscere le qualità reali dei suoi eroi. Tutto ciò che conosce di essi sono i loro ruoli pubblici. La domanda di biografie, informazioni, aneddoti ecc. testimonia l'ignoranza del pubblico al riguardo.

[12] Si veda R. P. Basler, *The Lincoln Legend (*Boston: Houghton Mifflin Co., 1935); Cameron Rogers, *The Legend of Calvin Coolidge* (Garden City, N.Y.: Doubleday, Doran & Co., 1928).

predispongono al ruolo di eroe conquistatore. Si diceva che la "mascella dura" del generale Pershing gli donasse un aspetto energico. In termini pratici, è preferibile che l'eroe astuto sia interpretato da un individuo piccolo e arguto, che la cenerentola sia interpretata da una persona giovane e che il martire sia interpretato da un individuo con un volto tenero[13]. In terzo luogo, laddove l'interpretazione di un ruolo si basi sul possesso di una particolare caratteristica, possiamo dire che determinate qualità innate contribuiscono a creare l'eroe. Ad esempio, buona parte della potenza come battitore di Babe Ruth è stata attribuita alla sua effettiva superiorità fisica, visiva e di coordinamento muscolare, certificata da alcuni test psicologici. D'altra parte, le circostanze che possono dare origine a miti e leggende sono talmente numerose che nessun insieme di caratteristiche personali potrebbe impedire a un individuo di diventare un eroe se questi interpreta un ruolo eroico. Non esistono caratteristiche personali in grado, di per sé, di far nascere un eroe se non si interpreta un ruolo eroico o se questo non viene pubblicamente attribuito a un individuo.

Storie e dicerie

L'osservazione di un'attrice secondo cui «è meglio che di te si parli anche male che non se ne parli affatto» ha valore nel caso degli eroi popolari. Le idee sui ruoli eroici e antieroici forniscono una cornice entro cui inserire deliberatamente contenuti leggendari. A parte i ruoli eroici, gli aneddoti riguardanti le idiosincrasie personali e i gusti dell'eroe consentono di "umanizzarlo", soprattutto se la sua persona non è molto conosciuta[14]. Le spiritosaggini di Will

[13]Le eccezioni sono numerose quasi al pari della norma: Napoleone era di piccola statura, ma interpretò il ruolo dell'eroe conquistatore. Un aspetto attraente o un viso "da bambino" non rappresentano affatto un ostacolo insormontabile ai fini della creazione del ruolo dell'assassino. Anche se un bell'aspetto può senz'altro contribuire a disporre il pubblico ad apprezzare un candidato, alcuni eroi popolari non sono certamente persone attraenti. Will Rogers sosteneva di avere "la faccia più brutta che si potesse vedere al cinema". Si ricordi anche Al Capone.

[14] Per esempio, il pubblico mostrò enorme interesse per la storia del generale Pershing che si fermò a parlare con un bambino.

Rogers, che contribuirono a cucirgli addosso l'immagine di eroe arguto e popolare, ebbero risonanza in tutta la nazione. Infine, l'invenzione deliberata di storie, nella forma, ad esempio, di romanzetti, si dimostrò molto efficace nel caso di Buffalo Bill[15].

Pubblicità

Qualsiasi mezzo in grado di collocare un personaggio sotto i riflettori si dimostra utile alla causa dell'eroe. Tuttavia, l'importanza della pubblicità è stata enormemente sopravvalutata[16]. Di norma, gli eroi emergono in assenza di questa[17] e molti individui che hanno visibilità non diventano eroi. Un buon esempio di come la pubblicità possa non riuscire a trasformare un individuo in eroe è evidente in occasione di trovate insulse come celebrare matrimoni in aria, rimanere seduti su un'asta e tuffarsi dal ponte di Brooklyn; trovate che attraggono l'attenzione, ma non suscitano alcun culto degli eroi. Nell'era delle comunicazioni di massa, tuttavia, è più facile creare un eroe in maniera rapida e arbitraria e diffonderne la conoscenza nel mondo, una volta trovata la formula giusta.

Programmare la reazione popolare all'eroe

Infine, alla nascita dell'eroe popolare può contribuire la programmazione della reazione popolare all'eroismo. È possibile programmare in vari modi raccolte di souvenir,

---

Incidentalmente, le storie umanizzanti contribuiscono sensibilmente a distruggere il personaggio del cattivo.

[15] R. J. Walsh e M. S. Salsbury, *The Making of Buffalo Bill* (Indianapolis: Bobbs-Merrill Co., 1928).

[16] «Oggi più che mai, la credenza nell'eroe è un prodotto artificiale. Chiunque controlli i microfoni e la stampa può fare o disfare questa credenza dalla sera alla mattina... Soprattutto oggi, chiunque abbia un po' di visibilità può essere trasformato in eroe» (Sidney Hook, *The Hero in History* [New York: John Day 1943], pp. 10, 153).

[17] Un esempio è fornito dalla vicenda del sergente York. La notizia delle sue imprese si diffuse nell'esercito per poi imporsi all'attenzione dei piani alti. A questo punto, giornalisti e fotografi si impossessarono della storia e la fecero conoscere alla nazione. Nel caso di Sacco e Vanzetti, invece, un ruolo cruciale per imporre i due eroi agli occhi del pubblico fu svolto dalle tante manifestazioni di protesta.

lettere di ammiratori, tributi popolari. Un'azienda di dolciumi diede vita alle prime associazioni dedicate a Babe Ruth tra i ragazzi americani. Similmente, una tecnica pubblicitaria comune per accrescere la popolarità di Babe Ruth fu quella di fargli autografare mazze e palle da baseball. Sono sorte anche associazioni dedicate a Lindbergh, Rudolph Valentino e Frank Sinatra. In quest'ultimo caso, si è programmato di incoraggiare i giovani a cantare come Sinatra con l'appoggio di una claque di sostenitori. La macchina organizzativa di Huey Long aveva una dimensione nazionale e diede subito segno di poter diventare un grande partito politico. Tuttavia, è preferibile non esagerare nello stimolare artificiosamente la reazione popolare. Il successo di queste iniziative dipende in larga misura dalla preesistenza di una certa dose di entusiasmo spontaneo.

Ruoli antieroici

Un problema particolarmente difficile si presenta quando ci si pone l'obiettivo di distruggere un eroe. In generale, si può dire che da più tempo esiste l'eroe, più è diffusa la sua leggenda, più è difficile distruggerlo. Certamente è complicato scuotere la fede popolare nell'eroe una volta che questa si sia imposta[18]. Il pubblico è fedele ai propri eroi e tende a difenderli. La sola verità non è sufficiente a minare tale fiducia, come sanno i detrattori di Lincoln. Alcune fasi critiche della formazione della leggenda dell'eroe possono essere sfruttate per distruggere la sua immagine. Alcuni ruoli o tratti sono antieroici. Essi sono (1) la défaillance, (2) la slealtà, (3) la persecuzione e (4) il personaggio del buffone o dello sciocco.

Se l'eroe appartiene al tipo del "conquistatore", una défaillance provata, ad esempio una condotta vile o una sconfitta in una competizione, può servire a distruggere il

[18]Ciò è provato dalla incredulità manifestata alla morte dell'eroe, come dimostrano le leggende degli "eroi dormienti" (ad esempio, Federico Barbarossa) che ritornano al momento del bisogno. Si vedano H. R. Trevor-Roper, "The Last Days of Hitler", *Life*, March 17, 1947; G. E. Simpson e J. B. Cineas, "Folk Tales of Haitian Heroes", *Journal of American Folklore*, LIV (1941), 183-184.

mito della sua invincibilità. Ne è un esempio il personaggio di Al Capone, il quale, dopo essere stato condannato per evasione fiscale, perse molto del suo fascino. Fino a quel momento si riteneva che fosse in grado di corrompere qualsiasi giudice e sottrarsi a ogni legge.

L'eroe può anche cedere il campo a favore di un altro campione. Una sconfitta "meritata e onorevole", però, non macchia la reputazione dell'eroe, come è evidente dalle vicende dei due eroi pugili John L. Sullivan e Jack Dempsey. Se la sconfitta, poi, è dovuta a una scorrettezza o a un tradimento, l'eroe è nelle condizioni di interpretare il ruolo di martire. Ad esempio, quando Dempsey fu sconfitto da Gene Tunney, si parlò di scorrettezza a causa della questione del "lungo conteggio" da parte dell'arbitro, e la popolarità di Dempsey crebbe, mentre Tunney interpretò momentaneamente il ruolo di cattivo. Similmente, se l'eroe è sopraffatto da forze schiaccianti, come è accaduto a Davy Crockett o a Hitler, è probabile che sarà visto come un martire. Infine, se l'eroe viene assassinato, come è accaduto a Huey Long, vedrà con molta probabilità accrescere il proprio status. In conclusione, la sconfitta, a meno che non sia chiaramente causata da un comportamento vile o da una pecca, può rafforzare anziché indebolire l'immagine dell'eroe.

Ogni circostanza pubblica in cui un individuo è costretto a prendere posizione contro un personaggio o una causa popolari può essere adoperata per attribuirgli un ruolo antieroico. Ad esempio, nel 1940, Lindbergh, che pure era considerato un eroe, prese apparente posizione a favore della Germania, mettendo a rischio la sua popolarità. Per molti, fu quasi un traditore. Si può dire che il ruolo di "giuda"[19] si attagli in particolare a coloro che si battono contro cause popolari o mettono al tappeto eroi popolari che si sono imposti in maniera impropria. Ad esempio, John Wilkes Booth, lungi dall'acquisire lo status di campione del Sud (come egli stesso si riteneva) in seguito all'assassinio di Lincoln, si vide assegnare il ruolo del detestato cattivo.

[19] Il ruolo del traditore è interpretato nel folklore dal cattivo che tradisce l'eroe: Hagen, Gano, Mordred, Robert Ford, Dalila.

Quando un personaggio pubblico entra in conflitto con un individuo di potere inferiore che gode di una certa dose di simpatia popolare, corre il rischio di passare per persecutore[20]. Il rivale, affrontato in maniera spietata o perseguitato, può trasformarsi in vittima, se non addirittura in martire, se identificato con una causa popolare. Ad esempio, il celebre incidente degli schiaffi che contrassegnò la carriera del generale George S. Patton durante l'ultima guerra contribuì notevolmente ad offuscare la gloria di un personaggio che altrimenti avrebbe potuto essere un eroe straordinariamente popolare. Anche la prima parte della carriera di Jack Dempsey fu contrassegnata da un episodio in cui assunse il ruolo del "bullo" e che proiettò su di lui l'ombra di una momentanea impopolarità. Nel 1921, durante il combattimento contro l'eroe di guerra francese Georges Carpentier, Dempsey si ritrovò a essere bollato come renitente alla leva. La brutale vittoria riportata contro Carpentier fu narrata dalla stampa come un martirio subito da un pugile valoroso, ma inferiore. Il trionfo di Dempsey non fu nemmeno accompagnato dall'acclamazione del pubblico a bordo ring. Dopo il K.O. inferto all'avversario, la sua impopolarità crebbe ulteriormente, in quanto si ritrovò addosso il doppio stigma del "codardo imboscato" e del bullo che perseguita un uomo virtuoso.

Ovviamente, per un potenziale eroe, è rischioso avere la meglio su avversari più deboli mostrando totale assenza di pietà, soprattutto se il suo status è incerto. L'eroe può opprimere spietatamente il suo rivale solo quando questi sia stato definito incontestabilmente un traditore, come è accaduto a J. Edgar Hoover, persecutore dei "nemici pubblici", e a Hitler, persecutore degli ebrei.

Uno dei ruoli più efficaci per sminuire un personaggio pubblico è quello del "pagliaccio" o dello "sciocco". Questo ruolo consiste nell'attribuire un'immagine di inettitudine o di stupidità[21], come quando si getta del

[20] Nel folklore questo ruolo è impersonato da Erode, Ponzio Pilato, Golia, personaggi che perseguitano l'eroe.

[21] Chamberlain, dopo Monaco, oscillò tra i due ruoli antieroici dello sciocco e del traditore.

ridicolo su qualcuno dopo che questi è stato sconfitto per mano di un rivale manifestamente inferiore. La vittoria dell'eroe astuto di solito rende ridicolo l'avversario. Un esempio è dato da una vicenda che vide protagonista il generale Pershing all'inizio della sua carriera. Prima del conflitto mondiale, Pershing fu incaricato di condurre una spedizione punitiva in Messico contro il bandito Pancho Villa. La stampa diede molta visibilità all'operazione e, di settimana in settimana, informò di come Pancho Villa, l'astuto eroe messicano, raggirasse ed eludesse ripetutamente le formidabili truppe americane che erano state inviate con il compito di "prenderlo vivo o morto". La situazione precipitò nel ridicolo e il governo Wilson e lo stesso Pershing riuscirono a trarsi di impaccio solo con il richiamo della spedizione messicana e la riassegnazione a un'operazione più urgente, ossia la guerra contro la Germania. Villa non fu mai catturato e rimase un eroe in Messico. Accadde poi che il ruolo successivamente assegnato a Pershing, quello di salvatore degli Alleati, fece passare in secondo piano il mezzo fallimento precedente, trasformandolo in un grande eroe popolare americano. Come è noto, buona parte delle strategie propagandistiche in politica ha come obiettivo di trasformare l'immagine del candidato rivale in quella di uno stupido. E nessuno che appaia tale al pubblico ha molte possibilità di diventare un eroe.

Lo studio degli eroi popolari indica che eroi, cattivi e sciocchi incarnano simboli sociali essenziali. La mente degli individui è strutturata in base a categorie con cui definire persone e situazioni. Quando una persona viene definita un eroe, diventa potenzialmente un leader molto attraente e potente. Questi ruoli essenziali con cui definiamo gli individui rappresentano immagini primitive che, pur non essendo archetipi ereditari, come credeva Jung, ed essendo probabilmente basati su esperienze umane universali, forniscono una chiave d'accesso alla psicologia collettiva. Le masse reagiscono in base a determinate definizioni tipo che tutti possono comprendere. In questo modo, un gran numero di persone possono essere rapidamente spinte a provare determinate emozioni collettive, che possono confluire nel

culto dell’eroe o in condotte generose, umoristiche, vendicative o ostili.

Carleton College