Sociologia dell'eroe nell'epoca del coronavirus

seguito da

La creazione degli eroi popolari

Orrin J. Klapp

(1948)

American Journal of Sociology

vol. 54, n. 2, pp. 135-141

Testo e traduzione di Romolo Giovanni Capuano©.
(Maggio 2020)

Sociologia dell'eroe nell'epoca del coronavirus

"Sventurata la terra che ha bisogno di eroi"
Bertolt Brecht, *Vita di Galileo*

A loro ha riservato una copertina il settimanale americano «Time» ad aprile. L'artista britannico Bansky li ha omaggiati con una delle sue opere. Bono degli U2 ha dedicato loro una canzone dal titolo *Let your love be known*. Medici, infermieri, paramedici sono gli eroi acclamati dell'epoca del coronavirus; i "guerrieri" della lotta al nemico invisibile e insidioso che si annida nelle nostre vie aeree; sempre in prima linea, instancabili, sempre disponibili a debellare quella che il 2020 ha decretato come la principale minaccia al genere umano (almeno stando alle retoriche diffuse e amplificate da politici e mass media).

Eppure, nonostante celebrazioni, trionfi e osanna, sono loro stessi i primi a schernirsi, a rifiutare l'etichetta di "eroi", a obiettare che fanno semplicemente il proprio lavoro. Anzi, spesso approfittano delle ribalte per ricordare che, in quanto lavoratori, sono sottopagati, costretti a turni massacranti e, talvolta, accusati perfino di spargere il virus a causa dei contatti quotidiani con chi ne è affetto. Insomma, un po' eroi, un po' lavoratori ordinari, un po' capri espiatori. Del resto, lo status di eroe non è immune da ambiguità e incomprensioni. Se è vero che "nessuno è profeta in patria", come recitano i Vangeli, è altrettanto vero che nessun eroe è immune da sospetti, denigrazioni, chiacchiere e dicerie, spesso fomentate da invidia, ignoranza, gelosia, che mirano a ridurne la statura a dimensioni ordinarie.

Al di là di queste ambiguità, la domanda che viene spontaneo porsi è: perché professioni fino a poco fa considerate in maniera indifferente, se non anodina, come quelle di medici e infermieri sono assurte improvvisamente a uno status eroico? Chi è o che cos'è un eroe? Perché alcune azioni consentono di attribuire l'etichetta di eroe e altre, pur molto simili, no? Un eroe, per essere tale, deve necessariamente possedere doti straordinarie o può esibire anche capacità del tutto ordinarie e quotidiane?

A compulsare le definizioni correnti del termine "eroe", è evidente che esse fanno primariamente riferimento a individui dotati di capacità eccezionali o in grado di sostenere imprese singolari. L'edizione online del vocabolario Treccani, ad esempio, propone la seguente definizione:

1. Nella mitologia di vari popoli primitivi, essere semidivino al quale si attribuiscono gesta prodigiose e meriti eccezionali; presso gli antichi, gli eroi erano in genere o dèi decaduti alla

condizione umana per il prevalere di altre divinità, o uomini ascesi a divinità in virtù di particolarissimi meriti. 2. estens. a. Nel linguaggio com., chi, in imprese guerresche o di altro genere, dà prova di grande valore e coraggio affrontando gravi pericoli e compiendo azioni straordinarie[1].

Sulla stessa falsariga, lo Zingarelli:

1 In molte mitologie, essere intermedio fra gli dei e gli uomini che interviene nel mondo con imprese eccezionali | nella mitologia greco-romana, figlio nato dall'unione di un dio o di una dea con un essere umano e dotato di virtù eccezionali

2 (est.) chi sa lottare con eccezionale coraggio e generosità, fino al cosciente sacrificio di sé, per una ragione o un ideale ritenuti validi e giusti[2].

Per l'estensore della voce "Eroe" di Wikipedia:

L'eroe, nell'era moderna, è colui che, di propria iniziativa e libero da qualsiasi vincolo, compie uno straordinario e generoso atto di coraggio, che comporti o possa comportare il consapevole sacrificio di sé stesso, allo scopo di proteggere il bene altrui o comune[3].

Per Thomas Carlyle (1795-1881), storico e filosofo scozzese, autore di una celebre monografia dedicata agli eroi (1841),

la storia universale, la storia di tutto ciò che l'uomo ha compiuto nel mondo […] in fondo è la storia dei grandi uomini che hanno lavorato quaggiù. Essi sono stati i condottieri degli uomini, questi grandi uomini; i modellatori i patroni, e in un senso più largo i creatori di tutto ciò che la massa generale degli uomini ha potuto sforzarsi di fare o di raggiungere; tutte le cose che vediamo compiute nel mondo sono precisamente il risultato materiale esteriore, la realizzazione pratica e l'incarnazione delle idee che sorsero nei grandi uomini inviati nel mondo: l'anima della storia del mondo intero si può giustamente ammettere che sia la loro storia (Carlyle, 1981, pp. 5-6).

Questi grandi uomini sono appunto gli eroi e a loro, secondo Carlyle, dobbiamo il mondo come lo conosciamo.

Da tutte queste definizioni emerge solo ed esclusivamente una lettura "eccezionalista" dell'eroe: una lettura che privilegia le grandi doti, le straordinarie imprese, le singolari sfide. Che ne è allora degli eroi uomini comuni? Come si spiega, per ritornare all'interrogativo precedente, che medici e infermieri siano oggi acclamati come eroi nonostante, come essi stessi riconoscono, non facciano altro che il loro ordinario, quotidiano, banale lavoro? La stessa sorte – si ricorderà – è toccata ai pompieri americani nel 2001, all'epoca dell'assalto alle Torri Gemelle, o

[1] Voce "Eroe", *Vocabolario Treccani* online, http://www.treccani.it/vocabolario/eroe/.
[2] Voce "Eroe", *Dizionario Zingarelli* online, https://dizionaripiu.zanichelli.it/cultura-e-attualita/le-parole-del-giorno/parola-del-giorno/eroe__eroismo/.
[3] Voce "Eroe", *Wikipedia*, https://it.wikipedia.org/wiki/Eroe.

ai tanti poliziotti, magistrati e giornalisti uccisi dalla criminalità organizzata in Italia. Tutti individui che facevano solo il proprio lavoro.

Come può, dunque, l'ordinario diventare eroico? Una spiegazione ci viene dalle scienze sociali.

Il sociologo americano Orrin Edgar Klapp (1915-1997) ha dedicato vari articoli alla interpretazione sociologica dell'eroe (1948; 1949[1]; 1954) che ci consentono di comprendere questa figura da una prospettiva sensibilmente diversa da quella adottata dalla maggior parte delle fonti in argomento, a partire da quelle definitorie. Per semplicità, faremo riferimento a un solo articolo di Klapp (1948), qui di seguito tradotto per la prima volta in italiano, il cui titolo è "The Creation of Popular Heroes".

Per Klapp, l'eroe popolare è soprattutto un tipo sociale a cui viene attribuito spontaneamente un ruolo da parte della società in un determinato luogo e tempo. Comprendere questo tipo sociale significa comprendere un elemento simbolico essenziale della psicologia collettiva a cui le persone reagiscono sollecitamente. Gli eroi popolari emergono e prosperano in epoche di instabilità e sorgono essenzialmente 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».

Gli eroi emergono in ambiti della vita che suscitano interesse da parte del pubblico. Per Klapp, non è necessario che tali ambiti siano legati a importanti eventi storici, come quelli che vengono celebrati nei libri, ma essi presuppongono sempre l'esistenza di situazioni che suscitano emozione, tensione e coinvolgimento, come nello sport, in un dramma, in una battaglia, in una crisi politica o, potremmo aggiungere, durante un'epidemia. In questo senso, «quasi ogni problema sociale o crisi politica, sportiva o quotidiana può essere l'occasione perché emerga un eroe».

Ai fini della "nascita" dell'eroe, non è necessario che il "candidato" possegga particolari caratteristiche personali. Sono i ruoli che creano l'eroe e i ruoli sono ascritti dal pubblico collettivamente. Klapp afferma che «in assenza di uno sforzo deliberato per crearli; l'evoluzione di un eroe è, in gran parte, un processo collettivo involontario». Contrariamente al sentire comune, dunque, le caratteristiche personali non sono in grado, di per sé, di creare l'eroe. Esse sono sempre subordinate al ruolo.

Per Klapp, è possibile descrivere sei possibili ruoli eroici: (1) l'eroe conquistatore, (2) la cenerentola, (3) l'eroe astuto, (4) l'eroe liberatore e vendicatore, (5) il benefattore, (6) il martire. È possibile anche descrivere degli elementi o ruoli che minano la credibilità dell'eroe e sono potenzialmente in grado di distruggerne l'immagine ("ruoli antieroici"). Si tratta di: (1) la défaillance, (2) la slealtà, (3) la persecuzione e (4) il personaggio del buffone o dello sciocco.

In conclusione, per Klapp:

> 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.

Mettendo insieme, le riflessioni di Klapp, possiamo cominciare a capire perché alcuni individui, pur non possedendo doti straordinarie, riescano ad assurgere a ruoli eroici. L'eroe non deve essere dotato necessariamente di caratteristiche personali di eccezione. Il ruolo di eroe viene attribuito dalla collettività a determinati tipi sociali in ragione del fatto che la loro attività suscita improvvisamente interesse, emozione, coinvolgimento. Ciò è dovuto di solito al verificarsi di una situazione di crisi, di tensione, di dramma che proietta, per così dire, nuova luce su condotte fino a quel momento poco considerate o date per scontate o che rende improvvisamente importanti, se non vitali, quelle condotte. Qualsiasi occupazione, comportamento o azione può, dunque, vedersi attribuita una qualifica eroica, se la situazione lo consente. L'eroe è il precipitato sociale di attribuzioni, situazioni e significati sociali. In un certo senso, la sociologia capovolge l'assunto di senso comune sull'eroe: l'eroe non è tale perché possiede doti straordinarie intrinseche, ma è tale perché gli/le vengono attribuite doti eroiche dalla collettività.

Anche lo psicologo sociale Philip Zimbardo (2008) è dell'opinione che l'eroismo non sia appannaggio di uomini e donne speciali[4]. Anzi, a suo avviso, l'idea dell'eroe come di una persona superiore alla norma è fondamentalmente errata: «L'eroismo e lo status di eroe sono sempre attribuzioni sociali. Qualcuno, che non è l'attore, conferisce quell'onore alla persona e all'atto. Perché un atto sia considerato eroico, e perché chi lo compie sia chiamato eroe, deve esserci un consenso sociale sul significato e sulla conseguenza significativa dell'atto» (Zimbardo, 2008, p. 627). È per questo motivo che un attentatore suicida palestinese può essere considerato un eroe in Palestina e un assassino o un terrorista in Israele.

[4] In questo senso, Zimbardo dissente dalle definizioni di altri psicologi, come Becker e Eagly, secondo cui gli eroi sono «individui che scelgono di assumere dei rischi nell'interesse di una o più altre persone, nonostante la possibilità di morire o subire gravi conseguenze fisiche a causa delle loro azioni» (Becker e Eagly, 2004, p. 164).

L'eroicità come attribuzione sociale fa sì che lo status di eroe sia una condizione relativa, sempre legata alla cultura e all'epoca. Non esiste un eroe assoluto. L'eroe è tale in quanto parte di una comunità di individui che lo "elegge" tale.

Zimbardo oppone alla nozione tradizionalmente accettata che l'eroe sia una persona straordinaria, la nozione che l'eroe sia una persona comune che fa qualcosa di straordinario o di almeno ritenuto tale in una data situazione. È l'interazione tra persona e situazione a indurre l'individuo ad agire eroicamente in un particolare tempo e luogo: «Una situazione può fungere da catalizzatore, incoraggiando l'azione, oppure può ridurre le barriere all'azione, come la formazione di una rete sociale di supporto. È interessante che nella maggior parte dei casi le persone che hanno compiuto un'azione eroica abbiano più volte rifiutato la denominazione di eroi» (Zimbardo, 2008, pp. 651-652).

Per Zimbardo, l'eroismo deve prevedere quattro tratti fondamentali:

> (a) deve trattarsi di un'azione intrapresa volontariamente; (b) deve comportare un rischio o un potenziale sacrificio, come la minaccia di morte, un'immediata minaccia all'integrità fisica, una minaccia a lungo termine alla salute o la possibilità di un grave deterioramento della propria qualità di vita; (c) deve essere compiuto nell'interesse di una o più persone o della collettività nel suo complesso; (d) non deve comportare un beneficio estrinseco, secondario, anticipato al momento dell'atto (Zimbardo, 2008, p. 634).

Lo psicologo americano individua poi dodici sottocategorie all'interno della macrocategoria "eroi": 1) Eroi militari e altri eroi che corrono un rischio fisico connesso al loro compito; 2) Eroi civili. Eroi che corrono un rischio fisico non connesso al loro compito; 3) Figure religiose; 4) Figure politico-religiose; 5) Martiri; 6) Leader politici o capi militari; 7) Avventurieri/esploratori/scopritori; 8) Eroi della scienza; 9) Buon samaritano; 10) Chi sconfigge l'handicap/Emarginati; 11) Eroi della burocrazia; 12) Denunciatori.

In definitiva, per Zimbardo, si può parlare di "banalità dell'eroismo":

> Non esistono speciali attributi interiori né della patologia né della bontà che risiedano nella psiche umana o nel genoma umano. Entrambe le condizioni emergono in particolari situazioni, in particolari circostanze, quando le forze situazionali svolgono un ruolo determinante nell'indurre singoli individui a varcare la frontiera decisionale fra inerzia e azione. C'è un momento decisionale cruciale in cui una persona è catturata in un vettore di forze che emanano da un contesto comportamentale. Quelle forze si combinano per aumentare la probabilità che essa agisca per fare del male ad altri o per aiutare altri. La decisione può o meno essere programmata consapevolmente o presa razionalmente. Piuttosto, nella maggior parte dei casi potenti forze situazionali spingono impulsivamente una persona all'azione. Fra i vettori situazionali annoveriamo: pressioni del gruppo e identità di gruppo, la diffusione della responsabilità dell'azione, una concentrazione temporale sull'immediato, senza preoccupazioni per le conseguenze derivanti dall'atto in futuro, la presenza di modelli sociali e l'adesione a una ideologia» (Zimbardo, 2008, pp. 655-656).

La prospettiva della banalità dell'eroismo non ridimensiona il mito dell'eroe perché l'atto eroico rimane speciale e raro. Significa semplicemente che «siamo tutti eroi latenti. È una scelta che possiamo tutti essere chiamati a fare in un certo momento. Credo che facendo dell'eroismo un attributo egualitario della natura umana invece che una caratteristica rara di pochi eletti, possiamo promuovere meglio gli atti eroici in ogni collettività» (Zimbardo, 2008, p. 658).

Infine, tra i non tantissimi contributi delle scienze sociali all'eroismo[5], è opportuno ricordare almeno Sibylle Scheipers secondo la quale la creazione dell'eroe è frutto di un «processo continuo di costruzione sociale piuttosto che derivare dal compimento di un atto di coraggio individuale o, altrimenti detto, di una condizione sociale che dà rilievo a narrazioni di eroismo e sacrificio» (2014, p. 5). Secondo Scheipers, a questo processo contribuiscono molti attori e, di conseguenza, il concetto di eroismo è sempre soggetto a ricostruzioni e reinterpretazioni, come è evidente dal fatto che individui considerati eroi in una determinata epoca possono non esserlo più a distanza di tempo (si pensi alla figura di Cristoforo Colombo, eroe esploratore per secoli e da diversi decenni accusato di genocidio da alcune comunità native americane) e che individui considerati devianti e criminali in un'epoca possono acquisire uno status eroico in tempi successivi (è il caso dei briganti del Sud Italia della seconda metà dell'Ottocento in Italia, oggi considerati eroi della resistenza antisabauda secondo alcune letture storiche). Il ruolo di eroe non risponde, dunque, solo a variabili di tipo situazionale, geografico o comunitario, ma anche di tipo storico e longitudinale.

Riassumiamo brevemente le considerazioni finora svolte.

Da un punto di vista sociologico, l'eroe non è tale perché dotato di caratteristiche personali straordinarie. Il ruolo di eroe viene attribuito dalla collettività a determinati tipi sociali in ragione del fatto che la loro attività suscita improvvisamente interesse ed emozione, di solito in periodi di crisi o tensione, in cui quella attività acquista improvvisamente salienza e importanza. Lo status di eroe è sempre la conseguenza di un'attribuzione sociale. È necessario che esso sia conferito da qualcuno o da una collettività. Ciò significa che esso è sempre relativo, in quanto legato alla cultura e all'epoca. È l'interazione tra persona e situazione a suggerire il compimento di azioni eroiche situate in un particolare tempo e luogo. In definitiva, la "nascita" dell'eroe è un fatto più banale e quotidiano che straordinario. Infine, si può dire che lo status di eroe è socialmente costruito in base a narrazioni e interpretazioni incessanti, per cui esso è legato non solo alla cultura e all'epoca, ma anche ai cambiamenti storici.

Applicando le riflessioni finora svolte alle figure eroiche di medici, infermieri e paramedici emerse nel periodo del coronavirus, possiamo ora

[5] Per una rassegna preliminare del tema, rimando a Frisk, 2019.

comprenderne la genesi apparentemente arcana. Il ruolo di eroi è stato collettivamente attribuito a queste figure sanitarie in un periodo in cui, in virtù della crisi sociale provocata dall'epidemia di coronavirus e delle notevoli tensioni psicologiche e di altro genere conseguenti, le loro competenze e conoscenze sono diventate improvvisamente molto più salienti rispetto al normale. L'interazione tra questi tipi sociali e la situazione specifica venutasi a creare in seguito alla diffusione del virus ha creato un *humus* unico che ha trasformato il banale in straordinario, il quotidiano in eccezionale. Al tempo stesso, una serie, anche eterogenea, di narrazioni e interpretazioni hanno contribuito alla costruzione del medico/infermiere/paramedico eroe secondo un processo di ascrizione destinato probabilmente a perdere vigore una volta che l'emergenza sarà terminata. Medici, infermieri e paramedici non posseggono di per sé tratti straordinari, ma, dal momento che le loro attività sono percepite come particolarmente rilevanti e utili ai fini del debellamento del virus, hanno acquistato uno status eroico, "per riconoscimento e ossequio popolari spontanei".

Come detto, qualsiasi occupazione può, nella giusta situazione, vedersi attribuita una qualifica eroica. I tipi sociali emersi durante la crisi indotta dall'epidemia di coronavirus sono, a tutti gli effetti, il precipitato sociale di attribuzioni, situazioni e significati sociali. Non si potrebbero capire questi processi di attribuzione, se non in riferimento a una situazione specifica, a un tempo specifico, a un luogo specifico, a una cultura specifica. Come sono assegnati, i ruoli eroici possono essere anche sottratti, ad esempio tramite processi di screditamento. Un esempio è dato dal tentativo di far passare gli operatori sanitari per novelli untori in virtù, come abbiamo visto, del loro persistente contatto con chi è contagiato dal virus.

Al di là di questa possibilità, è evidente la natura fondamentalmente sociologica del carattere eroico di medici, infermieri e paramedici. Ulteriore conferma del fatto che anche fenomeni apparentemente individuali e causati da ragioni intime e psicologiche, come l'eroismo o, potremmo aggiungere, il suicidio[6], di cui si occupò magistralmente Émile Durkheim alla fine del XIX secolo, sono in realtà e sorprendentemente determinati (anche) socialmente.

[6] Durkheim, 1897.

Bibliografia di riferimento

Becker, S., Eagly, A. (2004). “The heroism of women and men”, *American Psychologist*, vol. 59, n. 3, pp. 163-178

Carlyle, T. (1981). *Gli eroi*. Milano: Dall’Oglio.

Durkheim, É. (1897). *Le Suicide. Etude de Sociologie*. Paris: Felix Alcan Editeur.

Frisk, K. (2019) “What Makes a Hero? Theorising the Social Structuring of Heroism”, *Sociology*, vol. 53, n. 1, pp. 87-103.

Klapp, O. E. (1948). “The Creation of Popular Heroes”, *American Journal of Sociology*, vol. 54, n. 2, pp. 135-141.

Klapp, O. E. (1949[1]). “Hero Worship in America”, *American Sociological Review*, vol. 14, n. 1, pp. 53-62.

Klapp, O. E. (1949[2]). “The Fool as a Social Type”, *American Journal of Sociology*, vol. 55, n. 2, pp. 157-162.

Klapp, O. E. (1954). “Heroes, Villains and Fools, as Agents of Social Control”, *American Sociological Review*, vol. 19, n. 1, pp. 56-62.

Scheipers, S. (ed.) (2014). *Heroism and the Changing Character of War*. London: Palgrave Macmillan.

Zimbardo, P. (2008). *L’effetto Lucifero*. Milano: RaffaelloCortina Editore.

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 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.

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

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, 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 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

[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.

[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.

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 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

[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".

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 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.

---

[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 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.

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 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

[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.

[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).

fisiche, hanno la capacità di suggerire al pubblico il tipo di ruolo che l'individuo interpreterà. Per esempio, le spalle larghe 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 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].

[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. 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).

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, 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

[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.

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 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

[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.

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

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.

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 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

[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.

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