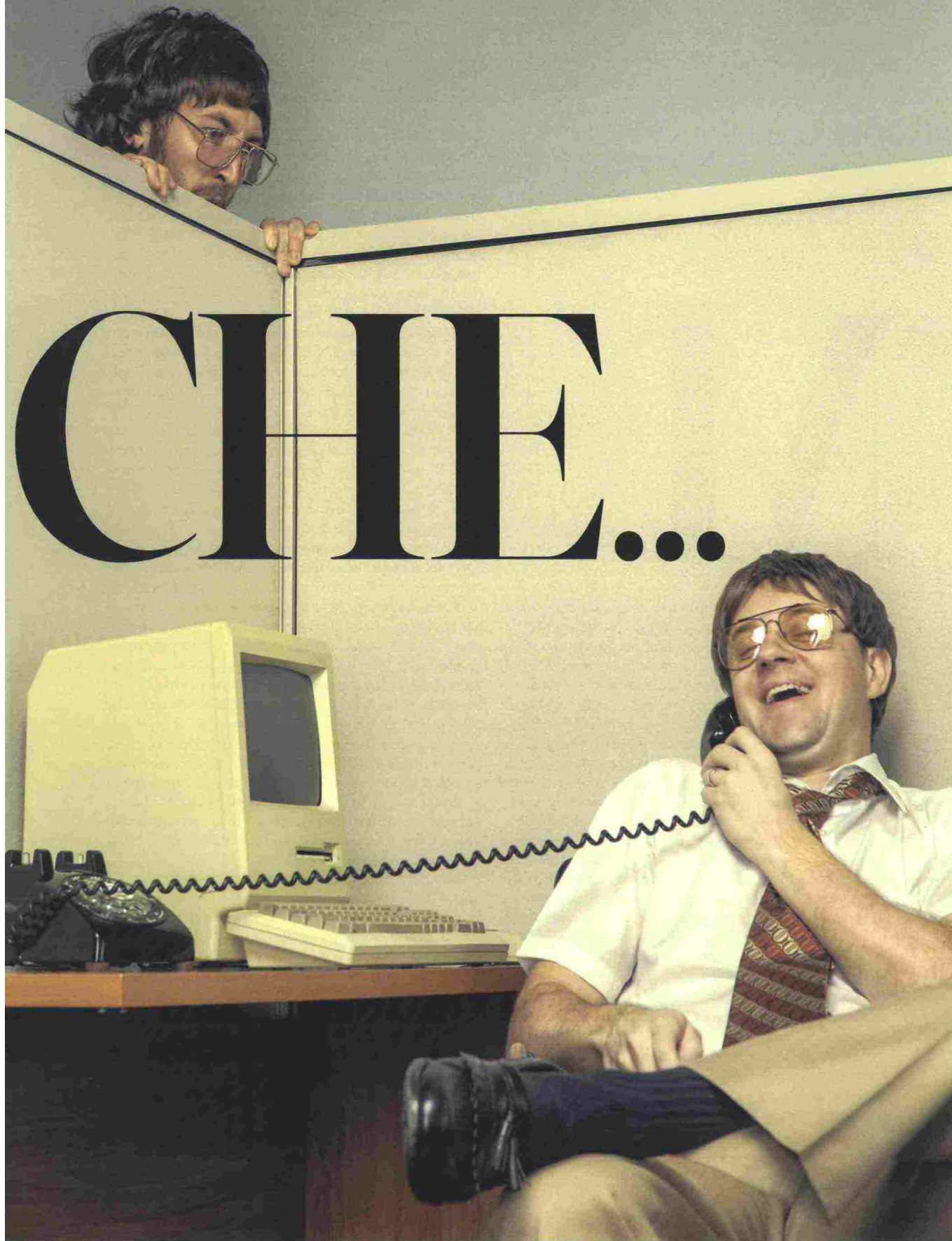


# LO SAI

SPETTEGOLARE FA BENE  
ALLA SALUTE DELLA  
NOSTRA PSICHE.  
LO SOSTENGONO  
SCIENZIATI E STUDIOSI  
SERISSIMI.  
I QUALI AGGIUNGONO  
CHE IL GOSSIP  
SVOLGE MOLTE FUNZIONI  
SOCIALI: CI AIUTA  
AD ACQUISIRE  
COMPETENZE,  
A SONDARE IL MONDO  
E A SVILUPPARE  
UN'IDENTITÀ CONDIVISA.  
MA SOPRATTUTTO  
CI CONSENTE DI  
PLASMARE LE GERARCHIE  
**di Nicla Panciera**

SOCIETÀ

# CHI...



SOCIETÀ

M

MIMI MARCHAND, la Rasputin dell'Eliseo, superpaparazza di Francia amicissima della *première dame*, che avrebbe aiutato Emmanuel Macron a districarsi nel pruriginoso affaire Benalla (rapporto del Senato francese nel febbraio 2019). Il *Diario della sorella di una principessa arrivista*, scritto da Samantha Grant giusto appena prima che la sorellastra Meghan Markle diventasse duchessa di Sussex, nonché coniugata Mountbatten-Windsor. Ma anche i gossip su Cleopatra, riportati nel recente saggio *Le orecchie lunghe di Alessandro Magno* (Carocci), di Federicomaria Muccioli, docente di Storia greca all'Università di Bologna. Il pettegolezzo svolge parecchie funzioni sociali. Soddisfa il nostro bisogno di narrazioni. Ci aiuta ad acquisire competenze. Favorisce la creazione di legami e la coesione. Ci permette di definire i confini della cerchia di "amicizie intime" (dunque meritevoli delle nostre confidenze) e di esercitare il giudizio morale. Ma, questo è il punto, ci consente soprattutto di plasmare gerarchie. In fondo, declassiamo l'altro per riabilitare noi stessi.

"Screditare qualcuno significa togliergli valore", scrive la psicologa Martina Paoletti nella prefazione di *Il pettegolezzo o l'arte di dir male e come liberarsene*, un'antologia di Giada Sanchini di brani letterari, da Svetonio a Shakespeare, da Goldoni a Pirandello (ed. Bulgarini). Serve a rendere quel qualcuno (e a percepirlo) come meno minaccioso, meccanismo alimentato "anche dall'illusione che togliere valore all'altro possa farne acquisire a me". Ecco perché tutti quanti, in diversa misura e per ragioni differenti, parlano molto degli assenti: serve a creare legami sociali e a fondare il sistema del-

la reputazione all'interno di una comunità. Tant'è che siamo costantemente impegnati a gestire le impressioni che suscitiamo negli altri e selezioniamo intenzionalmente quanto esibire e quanto celare di noi. E che cosa gli altri ne pensino ci importa al punto che, come hanno dimostrato i ricercatori dell'Università della California a Los Angeles, basta un occhio disegnato sul muro a farci rigare dritto.

Siamo dunque nati per (s)parlare? Sì: il pettegolezzo è una delle più antiche istituzioni sociali, che accomuna popolazioni altrimenti diverse per età, etnia, classe sociale e cultura. Le cui voci, si sa, sono incontrollabili. E così diventa un atto comunicativo che può racchiudere aggressività, perché travalica il controllo di chi ne è oggetto, e competizione, perché «mette in scena una sorta di gara la cui regola principale è per gli uni svelare ciò che l'altro nasconde», spiega Nicoletta Cavazza, psicologa sociale del Dipartimento di comunicazione ed economia dell'Università di Modena e Reggio Emilia, autrice del saggio *Pettegolezzi e reputazione* (Il Mulino). «Parlare male degli assenti è una forma di aggressività più socialmente compatibile rispetto alla lite o alla violenza; e in più garantisce l'incolumità fisica dei rivali. Partiamo dall'idea che le persone sono sempre in competizione per il raggiungimento di risorse limitate: quindi, dal punto di vista sociale è importante avere un sistema capace di tenere a bada i comportamenti esplicitamente prepotenti».

**L'interesse per il pettegolezzo è antico, da parte degli antropologi culturali come degli psicologi sociali:** lungi dall'essere un atto comunicativo "singolo", avrebbe una sua sceneggiatura tipica e si configurerebbe come una sorta di narrazione a puntate. Un po' come la soap opera, che ne è infatti la quintessenza, la forma astratta che tocca personaggi immaginari ma familiari. Dice Cavazza: «I contenuti del gossip possono variare moltissimo perché sono riferiti alle norme implicite specifiche di ogni contesto sociale o culturale. Sono però sempre comportamenti inattesi, un po' sorprendenti, in grado di dire qualcosa sul tipo di persona che li ha messi in atto. Inoltre, per poter interessare, devono contenere un'informazione sugli assenti che appaia attraente: il gossip focalizza l'attenzione quand'è una storia, ha una trama, una suspense che lega gli eventi e aiuta gli interlocutori a costruire e condividere un'interpretazione comune di quello che solo qualcuno ha osservato».

Inoltre, gli assenti al centro della scena devono essere in qualche modo rilevanti per i parlanti. Quelli di lavoro sono, infatti, gli ambienti ideali per il proliferare dei pettegolezzi. «Se rimaniamo sul piano del gossip comune, senza sconfinare nelle forme patologiche del bullismo o del mobbing, essere oggetto di pettegolezzi segnala una certa centralità sociale. Non si chiacchiera sulle persone socialmente "invisibili" o marginali». Insomma, essere un interessante argomento di conversazione non è un disonore.

Il gossip permette di tenere letteralmente sott'occhio chi infrange le norme sociali, sanzionandolo e quindi disincentivando certi comportamenti. Ecco perché una maldicenza ha molto valore per l'individuo che l'ascolta: può metterlo al riparo da eventuali pericoli. «È un'allerta sugli altri. Che non sono

In apertura foto di R. J. Lane/Getty



SOCIETÀ

## LA DICERIA È MEGLIO DEL PREGIUDIZIO?

**Meeting di lavoro? Le informazioni sul nostro conto influenzano il modo in cui gli altri si rapportano a noi, anche se l'incontro avviene per la prima volta. Lo dice uno studio sul *Journal of Neuroscience*, focalizzato sulle dinamiche in atto durante le interazioni tra individui e sulle attivazioni neurali in presenza e in assenza di conoscenze a priori sulla reputazione dell'altro. Senza informazioni pregresse, l'interazione provoca l'attivazione dello striato, un'area del cervello che è parte del sistema dopaminergico che codifica le ricompense e l'apprendimento: è come se stessi costruendo la reputazione del nostro interlocutore. Le stesse aree rimangono invece silenziose se ci troviamo di fronte a qualcuno di cui disponiamo di informazioni a priori: in questo caso è come se fossimo "ciechi di fronte all'esperienza", e quindi all'evidenza e alla vera identità di chi ci sta davanti. Dunque, va bene cercare informazioni online, ma attenzione, senza penalizzare le forme spontanee di socializzazione. Un recente studio apparso su *Science* mostra infatti come una diceria negativa su qualcuno modifichi letteralmente il modo in cui lo vediamo, aumentandone la cosiddetta "salienza". Che è, in altre parole, l'importanza da lui assunta rispetto a un contesto.**

mai completamente trasparenti, tanto che passiamo molto del nostro tempo a osservarli e a esaminarne le reazioni, domandandoci se il loro comportamento è dettato dalle circostanze o invece dalla loro persona», spiega Lorenzo Montali, del Dipartimento di Psicologia dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca e autore del libro *Leggende tecnologiche* (ed. Avverbi). Da qui la convinzione che è nel "retroscena" (guardacaso proprio l'ambito che si presta meglio al pettegolezzo) che risiede l'autentica natura di una persona; tanto più che gli specchi sociali costituiti dai social media contribuiscono a darci l'illusione di poter mostrare un "vero" io svincolato dalle categorie a cui si è sempre ricorsi, costituite da gruppi di appartenenza come la professione, la provenienza, la posizione politica... Ma non è così. «Anche online», avverte Lorenzo Montali, «veniamo sempre inquadrati esattamente secondo quelle categorie, perché la gente le cerca, le applica e le riconosce. Averne consapevolezza non può che aiutarci». E come? «Bisogna saper scegliere a chi accordare credibilità, a chi dare fiducia. In altre parole, le buone fonti sono più importanti delle buone informazioni. Che, comunque, non saremmo in grado di valutare. Mentre possiamo però interrogare le fonti sul tipo di evidenze che ci illustrano, per controllarne il percorso di formazione».

**Più che quella del pettegolezzo, allora, conta la "qualità" del pettegolo.** E la sua... simpatia. Il frivolo chiacchiericcio e il passaparola confidenziale tra pochi intimi regalano infatti grande godimento. «Il nostro interesse per le persone genera strani piaceri», scrive Paul Bloom, scienziato cognitivo dell'Università di Yale, nel suo *La scienza del piacere. L'irresistibile attrazione verso il cibo, l'arte e l'amore* (Il Saggiatore). «E anche se oggi viviamo in una società costituita da migliaia, milioni o miliardi di persone, ci è rimasta quest'ossessione. Siamo affamati di informazioni sociali». L'attrazione per la vita altrui è una costante umana. Con la stessa curiosità con cui oggi si sfoglia una rivista "leggera" e con pari intento consolatorio, che è quello di avvicinare un mondo cui non si appartiene, gli antichi romani leggevano i derisori aneddoti di Svetonio sugli imperatori del passato nel suo *Vite dei Cesari*. Secondo uno studio basato sulla risonanza magnetica della South China Normal University, il gossip ci fa sentire tanto meglio quanto peggiori sono le notizie apprese. Per Nicoletta Cavazza questo si spiega con il nostro bisogno di credere in un mondo più giusto: «Di fronte all'ineguale distribuzione di vantaggi

e svantaggi tra le persone, abbiamo bisogno di ritrovare dei criteri di giustizia. E poiché ciascuno di noi valuta la propria situazione non in assoluto ma sempre in confronto ad altri, le notizie negative sui vip ci aiutano a pareggiare i conti e ritrovare quel senso di equilibrio fra la nostra situazione di persone comuni e quella di chi può sembrare "troppo" fortunato». Di più: spettegolare farebbe anche bene alla nostra salute, per lo meno a quella psicologica. Del resto è un giornale autorevole ad averlo appena ribadito (*The Atlantic: Gossiping Is Good. The surprising virtues of talking behind people's backs*). Per i ricercatori delle Università del Texas e dell'Oklahoma, due persone scatenate contro una terza malauguratamente assente si sentono immediatamente più considerate e vicine, molto di più di quando sono costrette (loro malgrado!) a condividere un complimento. Per gli studiosi olandesi dell'Università di Groningen, chi adora ascoltare e riferire malignità guadagna in autostima, pacatezza e riflessività. Per quelli di Berkeley, le vittime di calunnie sono portate a intraprendere un percorso di analisi e miglioramento, superando così l'ostracismo sociale. Per non tacere di Robin Dunbar, la star britannica dell'antropologia evolutiva: il quale già 20 anni fa aveva mandato a dire che il gossip (come il *grooming*, la "toelettura" nei primati) procura un'identità condivisa. E una certa scioltezza nell'esplorare il mondo. Sotto a chi tocca. ■