Settimanale
25-05-2025
Pagina 10
Foglio 1 / 2

Sellerio

Il Sole 24 ORE DOMENICA

Tiratura: 61.479
Diffusione: 118.970

www.ecostampa.it

SE SPETTEGOLARE DÀ PIÙ SODDISFAZIONI CHE SPULCIARSI

Antropologia/2

di **Giorgio Vallortigara**

Sto leggendo il libro di Tommaso Pincio *Panorama* pubblicato da poco in una nuova edizione da Sellerio (pagg. 344, € 16), con l'aggiunta di *Acque Chete*, di Mario Esquilino, uno dei personaggi chiave nel racconto. Il romanzo è una piccola miniera di intuizioni, che volevo sfruttare menzionandone una particolarmente interessante per chi come me si occupa del cervello e della sua evoluzione.

Dice a un certo momento Ottavio Tondi, il protagonista del romanzo, a Ligeia, la donna conosciuta sul social Panorama di cui si invaghisce e con la quale per quattro anni si scambia messaggi: «Riflettici Ligeia (...) la letteratura esiste principalmente per una ragione, per soddisfare l'insopprimibile voglia di sbirciare e origliare nelle vite altrui». La voce narrante si chiede se «era dunque soltanto questo che Tondi aveva ricavato in tanti anni passati sui libri: un buco della serratura, un semplice origliare?». L'indecenza di una tale pratica spiegherebbe perché nella società descritta nel libro un numero sempre maggiore di persone è avversa ai libri e favorevole alla «vita vissuta» (ignorando, parrebbe, ciò che diceva Pessoa: «Leggo perché la vita non mi basta»). Forse la società del futuro sarà avversa ai libri nel senso che le persone favoriranno altri strumenti (sta già accadendo, credo), ma ritengo improbabile che le persone saranno avverse alle storie, alle narrazioni, e questo a causa del modo in cui funzionano i nostri cervelli.

Qualche anno fa l'antropologo e psicologo evoluzionista Robin Dunbar aveva sostenuto che l'evoluzione del linguaggio umano sia da ricercarsi proprio nel pettegolezzo. In che modo tra i primati non umani viene mantenuta la coesione all''interno del gruppi sociali? Attraverso la pratica del *social grooming*, la pulizia e spulciamento reciproco della pelliccia. Ovviamente il tempo speso a fare *grooming* dipende dalle dimensioni del gruppo sociale perché facendo ogni animale *grooming* con ogni altro il tempo dedicato a quest'attività cresce con il numero di individui. Ma non solo: all'interno del gruppo si formano coalizioni di amici che servono a ridurre lo stress e a difendersi reciprocamente dall'aggressione di potenziali rivali. L'efficienza delle coalizioni dipende dal tempo speso dai suoi membri a farsi *grooming* reciprocamente.

Un tale sistema può funzionare solo se la grandezza dei gruppi è modesta. E qui vengono i guai, secondo Dunbar, il quale ha usato la grandezza della corteccia cerebrale nelle varie specie di primati per correlarla con la grandezza dei loro gruppi sociali, nell'assunzione che sia necessaria una capacità di elaborazione delle informazioni tanto maggiore quanto più grande è il gruppo. Il valore che ha estrapolato per la nostra specie è pari a 150 individui, noto anche come «numero di Dunbar». Esso corrisponderebbe al numero di individui con i quali abbiamo una conoscenza personale reciproca. Dunbar esprime concisamente l'idea dicendo che è «il numero di persone con le quali non ti sentiresti in imbarazzo nell'unirti a un drink senza essere invitato se ti capitasse di incontrarle per caso in un bar».

Se la coesione dovesse essere mantenuta in gruppi così grandi con il solo *grooming* gli esseri umani dovrebbero passare gran parte del tempo a spulciarsi. Per questo, dice Dunbar, si è evoluto il linguaggio: per parlare non solo di dove c'è più pesce da pescare o frutta matura da raccogliere ma, assai più importante, di chi all'interno del gruppo è nemico di chi, chi dorme con chi, chi è onesto con chi e chi invece inganna e mente... La conversazione offre molti vantaggi rispetto allo spulciarsi reciproco: anziché farlo con un solo individuo alla volta puoi rivolgerti simultaneamente a molti (tipicamente nei gruppi umani uno parla e tre ascoltano), mentre parli puoi fare dell'altro e, soprattutto, puoi scambiare informazioni su individui che non sono presenti, il che consente di dire agli altri come comportarsi con persone che non hanno mai incontrato prima. Al pettegolezzo è dedicato circa il 60% del tempo nelle conversazioni umane, con due obiettivi principali: tenere traccia della posizione sociale degli altri individui all'interno del gruppo ed enfatizzare se stessi in qualità di amici e alleati.

Ma perché il pettegolezzo, lo scambio di informazioni personali su terze parti assenti, è onnipresente nelle società umane al punto da essersi consolidato come il fondamento di una forma di espressione artistica quale la letteratura? Uno studio recente (X. Pan, V. Hsiao, D.S. Nau, & M.J. Gelfand, *Explaining the evolution of gossip*, Proc. Natl. Acad. Sci. U.S.A. 121 (9) e2214160121, 2024) basato su principi della teoria matematica dei giochi suggerisce che la diffusione di informazioni sulla reputazione degli altri individui porti un numero maggiore di persone a condizionare il proprio comportamento alla reputazione altrui: ciascuno tende a comportarsi in modo più cooperativo nei confronti dei pettegoli al fine di migliorare la propria reputazione. Le persone sono più propense a cooperare con chi diffonde il pettegolezzo perché puntano a proteggersi evitando di cadere vittime delle dicerie.

Lettore appassionato e compulsivo, Ottavio Tondi nel romanzo di Pincio lamenta che «Nessuno trova riprovevole che

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

098157

L'ECO DELLA STAMPA
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

Sellerio
Il Sole 24 ORE DOMENICA

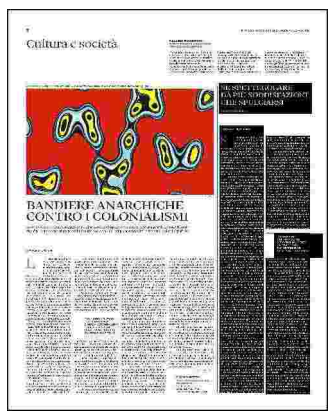
www.ecostampa.it

l'intimità dei personaggi venga sistematicamente violata dagli scrittori e data in pasto a migliaia di lettori». Certo che no, caro Ottavio, è proprio per questo che amiamo gli scrittori, vorremmo anzi che ci fossero amici per non essere le loro vittime come personaggi sfortunati in un romanzo, bensì amati e reputati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LO SCAMBIO DI INFORMAZIONI PERSONALI SU TERZE PARTI ASSENTI È ONNIPRESENTE NELLE SOCIETÀ UMANE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.


Cultura e società

BANDIERE ANARCHICHE CONTRO I COLONIALISMI

098157

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE