

Alberto Mario Cirese

Tradizioni popolari e società dei consumi*

Debbo sinceramente ringraziare la Società Filologica Friulana, i suoi dirigenti, i suoi soci e la nobile tradizione di cultura che essi rappresentano, per l'incarico di cui hanno voluto onorarmi in questo loro 47° Congresso.

Ma soprattutto debbo essere grato per il tema così significativo che hanno voluto propormi e proporre: le tradizioni popolari e la società dei consumi.

A prima vista, si penserebbe forse d'essere al di là dei limiti (talora un po' troppo angusti) che qualcuno considera assegnati alle società di storia regionale. Certo, le vicende della propria terra costituiscono la primaria ragione di vita e di attività delle associazioni di questa natura; né esse potrebbero rinunciarvi senza cambiare interamente, e senza privare con ciò la vita culturale più vasta, nella nazione e oltre, di un contributo che personalmente continuo a considerare importante e talvolta essenziale. E il contributo di quelle esperienze e conoscenze che possono compiersi o acquisirsi solo *in loco*, e solo dall'interno: a distanza, per così dire, ravvicinata, e insomma entro quelle dimensioni - paese, provincia, regione - che diciamo più 'umane' perché più alla misura dell'uomo e cioè dei suoi mezzi e delle sue tecniche che per confronto ci appaiono più 'naturali'.

Ma, come in ogni altra operazione o scelta, anche qui si annida un rischio e può nascere una contraddizione. Tra il lavorare alla dimensione della storia regionale ed il chiudersi entro quella dimensione corre una enorme differenza: esattamente quella che c'è tra chi seriamente ricerca una parte della storia dell'uomo per concorrere alla storia di tutto l'uomo, e chi viceversa illusoriamente ritiene che *tutta* la storia dell'uomo stia in quella sua più o meno minuscola parte. Lungo la china di questo fraintendimento può allora accadere che lo spazio e il tempo locali tronchino il loro rapporto con lo spazio ed il tempo più vasti, nazionali, continentali e mondiali: la ricerca sul passato, nel quale le peculiarità locali erano ovviamente più forti, non è più soltanto uno dei settori dell'indagine, magari giustamente privilegiato, ma diventa invece il campo esclusivo; e la tematica regionale, invece di costituire un fruttuoso e insostituibile riferimento concreto per misurare e valutare quei processi di vasta circolazione culturale che vanno, per adattare Dante alle nostre cose,

dal centro al cerchio e sì dal cerchio al centro,

la tematica regionale, dicevo, diventa soltanto un alibi per rifiutare i temi più vasti di cui è parte, per chiudere gli occhi di fronte ai problemi decisivi che ci impegnano tutti, molisano-abruzzesi come me o friulani come voi o tanti di voi.

Viceversa, con una sensibilità di cui è giusto ribadire il significativo valore, la vostra Società ha ritenuto di dover affrontare un tema che è di oggi, è tra i più importanti e impegnativi dell'oggi, è generale ed insieme è specifico e peculiare, è mondiale o almeno continentale o nazionale, e contemporaneamente è regionale e locale.

E un tema generale perché nella società dei consumi viviamo tutti, o almeno ne siamo tutti condizionati; ed è un tema specifico e locale perché l'ideologia e la pratica del consumismo agiscono o si ripercuotono diversamente nei diversi luoghi in funzione appunto delle diversità

* *Tradizioni popolari e società dei consumi* è la relazione per il quarantasettesimo Congresso sociale della Società Filologica Friulana, che si svolse a Pordenone il 20 settembre 1970. E' stato pubblicato alle p. 18-28 di *Ce fastu?*, 44./47. (1968/71), e poi nella raccolta di saggi di A.M. Cirese *Dislivelli di cultura e altri discorsi inattuali* (Roma, Meltemi, 1997) alle p. 175-188.

storico-culturali delle varie zone. E mi sembra del tutto superfluo sottolineare quale importanza abbia lo studio 'periferico' di queste modalità specifiche, specialmente quando si tratti di zone e regioni con fisionomia culturali tradizionali così spiccate, come appunto è nel vostro caso.

Per mia colpa però, e con mio rammarico, conosco troppo poco il vostro mondo per azzardarmi a trattare delle ripercussioni che l'esplosivo affermarsi della società dei consumi ha avuto ed ha nei confronti delle vostre tradizioni regionali. Starà a voi, dunque, ed alla vostra competenza di studio e di vita, giudicare correggere ed eventualmente contestare le considerazioni molto frammentarie che verrò esponendo su quelli che a me sembrano gli aspetti generali del fenomeno e le sue principali linee di tendenza.

* * *

Da questo punto di vista più generale la constatazione di fondo, peraltro molto ovvia, è che la società dei consumi ha imposto un ritmo decisamente più celere a quel processo di regressione o scomparsa delle costumanze tradizionali che gli studiosi hanno rilevato (e gli amatori hanno lamentato) da almeno centocinquanta anni.

Non è certo il caso di perdere tempo a documentare che il fenomeno del regresso o della scomparsa degli usi e costumi detti popolari non è un fenomeno nuovo: le pagine degli studiosi ottocenteschi sono piene d'inviti a « far presto », di invocazioni a raccogliere documenti e attestazioni « prima che sia troppo tardi ». Né credo occorran prove della cresciuta intensità del fenomeno, a partire dalla fine della seconda guerra mondiale: chiunque abbia condotto inchieste sul campo vent'anni fa, e torni oggi ad indagare negli stessi luoghi, trova situazioni umane e documentarie radicalmente diverse; e del resto basta la comune esperienza di ciascuno di noi che nel proprio luogo di vita, paese o città che sia, ha visto cambiare più cose negli ultimi dieci anni che non nei precedenti trenta o quaranta o cinquanta.

Naturalmente bisogna guardarsi dalle esagerazioni e dalle conclusioni affrettate, sia per il passato che per il presente. Le ricerche condotte nel nostro secolo hanno reperito materiali assai più ricchi di quel che facessero supporre i timori degli studiosi ottocenteschi. Ed ancora oggi, sebbene ovunque accelerato, il processo di scomparsa non ha assunto ovunque la stessa intensità; più in generale, il livello medio di deterioramento fino ad oggi raggiunto è forse meno cospicuo di quanto si potrebbe pensare. Mi riferisco ad esempio ai copiosi risultati ottenuti, nel nord e nel sud, dalle ricerche di gruppo che l'Istituto Ernesto De Martino di Milano ha condotto sulle canzoni narrative e sul canto politico-sociale, ed anche le recentissime rilevazioni del patrimonio favolistico tradizionale di tutte le regioni italiane, realizzate per conto della Discoteca di Stato, ci hanno riservato parecchie sorprese per l'insperata abbondanza dei materiali che sono venuti in luce.

Tuttavia, pur se importanti, queste attenuazioni non modificano sostanzialmente il quadro: resta fermo il fatto che il processo di arretramento - logoramento, disorganizzazione, scomparsa - delle costumanze tradizionali è oggi molto più rapido e vasto di quanto non fosse trenta o quarant'anni fa, e investe anche zone che in precedenza apparivano fortemente 'conservative', come ad esempio la Sardegna. Né sembra che il Friuli si sottragga a questa accelerazione se è vero che il suo « patrimonio tradizionale » - come ha scritto recentemente Gaetano Perusini - « sta scomparendo di giorno in giorno con rapidità sempre più vertiginosa ».

Ma quali sono le ragioni di questo vistoso intensificarsi di un fenomeno già da tempo in atto?

In generale va osservato anzitutto che le tradizioni di cui si sono abitualmente occupati i nostri studi sono soprattutto le tradizioni delle campagne. Sono proprio le campagne, infatti, che per tempi talora lunghissimi hanno conservato senza mutamenti le medesime condizioni materiali dell'esistenza, e perciò hanno conservato immutati i corrispettivi culturali di quelle condizioni: le 'tradizioni' appunto. Gli studiosi di folklore, poi, in genere hanno avuto preparazione e interessi 'storici', nel senso che sono stati mossi soprattutto dal desiderio di

'ricostruire il passato': è comprensibile dunque che si siano rivolti essenzialmente alle campagne, più ricche, appunto, di resti, residui, sopravvivenze.

Naturalmente si è cercato anche dell'altro. Tuttavia è innegabile il fatto che, fino a tempi recentissimi, la stragrande maggioranza degli studi di folklore ha concentrato l'attenzione sulla cultura contadina, e più specialmente sui suoi aspetti più 'arcaici' o comunque meno 'moderni' (sopravvivenza preistoriche o protostoriche, tecniche 'antiche', canti di 'vecchia' tradizione, fiabe, superstizioni ecc., lasciando in ombra la città e le fabbriche, e trascurando altri aspetti più o meno 'moderni' (forme di resistenza o di contrasto sociale, ad esempio).

Ora, se c'è un settore che l'industrialesimo in genere e quello neocapitalistico e consumistico in specie deve necessariamente aggredire e sconvolgere, questo è proprio il settore delle campagne. Gli studiosi ottocenteschi attribuivano esplicitamente il regresso delle tradizioni contadine arcaiche all'avvento della macchina e al moltiplicarsi delle comunicazioni. Ma si trattava di un processo appena all'inizio, la cui entità non è neppure confrontabile con i giganteschi sviluppi assunti dopo la seconda guerra mondiale. Le comunicazioni di massa investono simultaneamente e quotidianamente milioni di persone, al di là del vecchio tipo di rapporti comunicativi tra città e campagna, e irradiano informazioni o impongono modelli culturali da pochi centri estremamente attivi organizzati e potenti. Contemporaneamente, in loco, si verificano ingenti trasformazioni delle tecniche e dei rapporti di lavoro, quando non si giunga a quei fenomeni di migrazione in massa e di spopolamento che costituiscono l'aspetto più vistoso e impressionante della odierna crisi delle campagne e degli stanziamenti umani di tipo tradizionale.

Anche se inegualmente nelle diverse zone, vengono così scosse in modo decisivo e difficilmente reversibile due delle condizioni da cui dipendeva la particolare conservatività culturale delle campagne: l'isolamento da un lato, e dall'altro la persistenza quasi imm modificata di quello che alcuni geografi chiamano il 'genere di vita'.

Ne consegue una radicale trasformazione di tutte le modalità della vecchia vita comunitaria; e la trasformazione tra l'altro intacca decisamente proprio il processo di trasmissione culturale da una generazione all'altra. Questo processo, infatti, non può più restare chiuso nel circoscritto giro domestico o di villaggio, e in ogni caso deve fare i conti con un succedersi di 'innovazioni' che accrescono fino al limite dell'incomprensione reciproca il distacco tra le generazioni.

Ma la rottura dell'isolamento e lo sconvolgimento dei modi di vita tradizionali, che il consumismo neocapitalistico opera, non sono soltanto risultati automatici e contingenti: si tratta invece di azioni necessarie e intenzionali con le quali si rimuovono (o comunque si agisce vigorosamente per rimuovere) due condizioni 'soggettive' della formazione e della persistenza di quei 'dislivelli interni di cultura' che correntemente chiamiamo tradizioni popolari: il vecchio tipo di 'esclusivismo culturale' dei ceti egemonici e il vecchio tipo di 'resistenza culturale' dei ceti periferici e subalterni. Nel che sta, a mio parere, una delle specifiche novità della società dei consumi (e del così detto benessere) nei confronti delle forme capitalistico-industriali che l'hanno preceduta.

Per secoli, e ancora fino ad un decennio fa, dall'oraziano « odi profanum vulgus » al grido dei ceti retrivi ottocenteschi che per i contadini volevano « più religione e meno istruzione », per secoli dunque l'ideologia ufficiale e dominante ha avuto come sua norma una discriminazione culturale assai rigida e angusta, oltre che dichiarata. La regola - non priva di attenuazioni o di eccezioni, ma in realtà fissa - era che tutti i beni culturali essenziali fossero riservati soltanto a certi ceti sociali privilegiati e dominanti. Non ho certo bisogno di ricordare che l'istruzione elementare pubblica e, almeno di nome, gratuita e obbligatoria, ha poco più di cento anni di vita; ma varrà forse la pena di rammentare che in un periodo non troppo lontano le scuole elementari hanno avuto due diversi programmi d'insegnamento: uno, ovviamente più ampio, per le città, ed uno, assai più ridotto, per le campagne. E poi storia di oggi il lungo e faticoso cammino per giungere, buona o cattiva che sia, alla scuola media obbligatoria e, almeno nelle dichiarazioni teoriche, uguale per tutti.

Né l'esclusivismo culturale di vecchio tipo riguardava solo fatti decisivi come l'istruzione. Basti pensare a quell'importante 'simbolo sociale' che è costituito dagli abiti: chiunque se ne sia occupato sa molto bene che i famosi costumi 'popolari' (e intendo proprio quelli dei ceti popolari), più che con la romantica 'anima del popolo', hanno a che fare con precise norme scritte e non scritte (leggi suntuarie e pregiudizi sociali) che obbligavano i ceti subalterni a non vestire con le fogge ed i panni che invece erano riservati a quelli dominanti. E fa parte dei ricordi non troppo remoti la reazione decisamente ostile e sdegnata che si è verificata di fronte al fatto che (diciamolo con le crude parole che si usavano e magari si usano ancora) anche le serve volessero mettersi il cappellino.

Oggi queste antiche modalità dell'esclusivismo culturale dei ceti egemonici appaiono quasi incredibili alle nuove generazioni; ma soprattutto contrastano con le esigenze e gli interessi di una industria tecnologicamente assai avanzata. Quest'ultima, infatti, ha bisogno di mano d'opera sempre più qualificata, e perciò tende a generalizzare certi tipi e certi gradi dell'istruzione di base. Essa inoltre punta sui consumi di massa, e Perciò deve necessariamente abbattere alcune vecchie barriere tra i ceti, considerandoli tutti come un unico corpo, di consumatori appunto, che deve essere dilatato al massimo, sia geograficamente che socialmente.

Per ricorrere ad una formula - e con tutti gli inconvenienti di schematicismo che le formule presentano - si può dire che il vecchio atteggiamento culturale dei ceti egemonici escludeva gli strati subalterni sia dalla produzione che dal consumo di certi beni culturali; la ideologia e la pratica del consumismo, invece, mantengono ferma l'esclusione dalla produzione, e cioè dal suo controllo, ma ammettono al consumo di certi prodotti culturali anche una parte dei ceti periferici o subalterni, con una larghezza che in precedenza pareva impensabile, e che ancor oggi non manca di suscitare reazioni.

Con il dilatarsi dei margini sociali della alfabetizzazione, la circolazione dei prodotti culturali non avviene più per tramite nettamente distinti: solamente orali per gli uni, analfabeti, e solamente scritta per gli altri. Sviluppatesi ormai a livello altamente industriale, le pubblicazioni a dispense sui più diversi argomenti si sono rovesciate in milioni di copie su centinaia di migliaia di famiglie; e là dove non arrivano le dispense, giungono i dischi della canzonetta industrializzata, giunge la radio, e soprattutto giungono gli spettacoli televisivi con indici di ascolto che corrispondono talvolta al trenta, al quaranta per cento della popolazione.

Che tutto questo sia un bene o un male è naturalmente un altro discorso, che sarebbe assai lungo. Tuttavia, per non aver l'aria di sottrarmi alle responsabilità, accennerò almeno che, a mio personalissimo parere, il fenomeno è negativo non perché abolisca i privilegi culturali e di informazione, ma proprio perché non lo fa, pur facendolo sembrare: i centri direzionali e decisivi dell'operazione non sono infatti di massa, e tantomeno sono 'popolari'. Inoltre i beni culturali che l'aperturismo scolastico e informativo mette in circolazione si collocano, per contenuti e per forme, a quel livello che si dice 'medie'; e che viceversa è soltanto il meno elevato possibile nella situazione data ed il più conforme alle finalità effettive del sistema dei consumi.

E qui si tocca un punto, noto come gli altri già accennati, ma forse più importante.

Società dei consumi vuol dire rapida consumazione dei beni, materiali o intellettuali che siano. Quasi non c'è più un prodotto che venga reclamizzato in base al fatto che « durerà a lungo », o magari « tutta la vita », come un tempo si diceva di una stoffa, di un paio di scarpe, di un mobile o di un attrezzo. Che si tratti di auto o di vestiti, di dischi o di romanzi, i prodotti e i modelli si succedono gli uni agli altri, addirittura mensilmente, ognuno con qualche modifica più o meno effettiva rispetto ai precedenti, ma tutti comunque con l'etichetta ormai prestigiosa d'essere « una novità », « l'ultimo successo », « la più recente conquista ». Un'auto è fatta per non durare più di due anni, e un disco ben calibrato deve reggere esattamente una stagione. L'etica corrispondente è quella della rapidità della consumazione come pregio, e del rinnovamento continuo come prestigio. Ce la condensano e la diffondono gli slogan pubblicitari, assolvendo così certe funzioni (e sfruttando certe forme) dei vecchi proverbi. « In un mondo che cambia

spogliatevi dai complessi, ed indossate... » non so più quale tessuto, dice appunto uno di questi slogan. Tradotto in termini più umili, o addirittura volgari, come era nello stile dei vecchi proverbi, il nocciolo dell'etica spicciola del consumismo potrebbe suonare press'a poco così: il calzino usato si butta, non si rammenda.

La filosofia morale implicita ed esplicita delle tradizioni puntava invece sulla durevolezza, sul rifiuto della novità, sulla parsimonia, e insomma sul « rammendo ». Di contro al « mondo che cambia » (e che fa bene a cambiare, purché resti nei limiti del sistema, sottintende lo slogan pubblicitario) sta la immobilità prescritta dai vecchi proverbi « chi lascia la via vecchia per la nuova... », « a usanza nuova non correre », e via dicendo.

Vero è che nel massimario proverbiale si trovano sentenze d'ogni natura, assai spesso in contrasto tra loro; ma sarebbe impossibile ritrovarvi qualcosa che esalti la novità, il cambiamento continuo degli oggetti d'uso o dei modi di vita, la mutevolezza ed il crescere dei bisogni e delle richieste, la 'modernità' come valore in sé e per sé, indipendentemente dai suoi effettivi contenuti. Nascendo da situazioni socio-culturali a tempi di trasformazione lentissimi, le vecchie tradizioni non solo tendono a tenere fermo il passato come valore, ma tendono anche a cristallizzare e ad eternizzare le concezioni, i comportamenti, le regole, l'uomo. E proprio questa è appunto la caratteristica dei proverbi, indipendentemente dai contenuti specifici di ciascuno: quale che sia la 'verità' dichiarata, la si dichiara fuori del tempo, valida nell'eternità e per una umanità che si suppone immutata e immutabile.

Non è difficile allora intendere perché lo slogan pubblicitario, pur ripetendone certe modalità formali, debba combattere il proverbio nella sua sostanza generale, oltre che in certi contenuti particolari: il suo compito è di « creare il bisogno », anche per le cose più superflue, e di «vincere le resistenze », anche le più fondate, e dunque deve essere mobile esso stesso, rinnovarsi di continuo, rifiutare ogni rischio di assumere un valore emblematico e ogni aspetto definitivo. Si riferisce a oggetti e obiettivi immediati e mutevoli, e perciò dura tanto quanto si vuole che durino quegli oggetti e quegli obiettivi: anche lo slogan pubblicitario, infatti, « passa di moda », proprio come certe fogge, certi modelli, certi gusti, certe canzoni ecc. Naturalmente non è moda, e non *passa*, la regola che governa tutto il meccanismo: quella dell'aumentare le vendite, il fatturato e il profitto.

A questo complesso di energiche azioni esercitate dalla società dei consumi corrisponde una certa varietà di reazioni da parte dei gruppi portatori delle concezioni e dei comportamenti tradizionali. C'è innanzi tutto il fatto che il cosiddetto benessere non è giunto ovunque nella stessa misura, e che anzi lo sviluppo neocapitalistico ha ulteriormente impoverito e marginalizzato certe zone e certi gruppi: in questi casi sembra che le tradizioni giungano alla disgregazione senza che venga loro sostituito neppure il modello consumistico. Altrove, e più in generale, la regressione avviene per pura e semplice desuetudine. In altri casi si hanno poi rifiuti espliciti del proprio mondo tradizionale: la vecchia e ormai preziosa cassapanca intagliata viene ceduta in cambio di un qualsiasi mobiletto in formica, e la ragione (in sé difficilmente contestabile) non è soltanto quella della 'comodità', ma anche quella del rifiuto di un oggetto che ha assunto il valore di simbolo di una vita faticosa e misera, e della ricerca di un oggetto che costituisce il simbolo di una trasformazione, di un miglioramento, di una modernità che di per sé appare come passaggio ad altre condizioni di vita meno gravose e più liete.

In realtà la trasformazione, pur se in certa misura effettiva, non tocca le condizioni di base, i rapporti strutturali. Ma ottiene il consenso, che è essenziale per il consumismo. I prodotti infatti non si vendono per ordini prefettizi o con la minaccia di azioni penali: occorrono invece condizionamenti e sanzioni psicologiche e di opinione assai più sottili. Occorre insomma un divulgato consenso di fondo al sistema e ai suoi meccanismi. E in una prospettiva di consumi di massa, il consenso deve venire soprattutto dalle masse popolari. Così, come effetto secondario ma non trascurabile, la sostituzione delle concezioni tradizionali con i modelli culturali standardizzata e perfettamente coincidenti con le finalità consumistiche, offrono anche il vantaggio di liquidare quello che c'era o che poteva esserci di oppositivo e contestativo nel

folklore; e qualcosa c'era e c'è, nella misura appunto in cui il folklore può legittimamente definirsi con Gramsci come una concezione del mondo propria delle classi subalterne e strumentali, la quale si pone più o meno esplicitamente in contrasto con le concezioni ufficiali ed egemoniche.

Si spiega allora perché certe operazioni politico-culturali decisamente anticonsumistiche abbiano fatto ricorso proprio al patrimonio folklorico.

Naturalmente sarebbe illusorio ritenere che gli elementi oppositivi e contestativi presenti nella tradizione possano costituire, *di per sé e da soli*, una alternativa valida al neocapitalismo consumistico. Lo possono, però, quando siano assunti nel quadro di una azione di tipo consapevole e moderno che si sbarazza dall'ancoraggio al passato, si libera dal proverbio inteso come « sapienza dei popoli » senza tempo e senza condizionamenti concreti, spezza l'inganno della immobilità del mondo, non per accettare il consumismo ma per acquisire la coscienza dei conflitti sociali e delle dure lotte cui impegnano. In questo senso mi pare che abbia agito il movimento degli spettacoli e della musica folk, che ha avuto così vivace sviluppo anche in Italia. Alla musica di consumo, industriale, standardizzata e fabbricata in serie per il successo, il movimento folk ha contrapposto il ricalco, la rielaborazione e la riproposta del canto di tradizione popolare; alla dolcificazione ed alla gradevolezza del prodotto commerciale che aspira soltanto alla vendita e al profitto, ha contrapposto l'asprezza delle forme e dei contenuti contestativi reperibili nella tradizione: estraneità, protesta, rifiuto del consenso alle mistificazioni egualitarie del consumismo. Un tentativo insomma per respingere il godimento facile ed evasivo, e per impegnare invece al pensiero, alla riflessione sulla realtà, al di sotto delle lucide vernici.

Anche in questo caso, come è ovvio, i giudizi sul fenomeno possono essere diversi e magari del tutto divertenti. E comunque doveroso sottolineare che il movimento di riproposta folk è stato accompagnato e sostenuto da una serie di ricerche sul campo, impegnate e feconde, cui si debbono non soltanto i risultati documentari più cospicui di quest'ultimo quinquennio ma anche talune prospettive teoriche innovatrici e importanti.

Né va dimenticato che con il tipo di riproposta folk vengono a convergere certe forme di ripresa che si verificano a livello più strettamente 'popolare': per esempio la trasformazione di certi spettacoli tradizionali in rappresentazioni che portano davanti agli spettatori non più le vicende di lontani eroi ma il dramma reale della faticosa vita quotidiana nel paese o nella fabbrica.

* * *

L'occasione non permette di cercare di rendere meno sbrigativo e lacunoso il quadro; vorrei tuttavia aggiungere qualche rapida considerazione sul posto che gli studi di tradizioni popolari si trovano ad assumere.

Invece di esaurirsi, questi studi sembrano oggi in netta ripresa, non solo per l'accresciuta vivacità delle iniziative accademiche e soprattutto extra-accademiche, ma anche per l'avvio di indagini non più individuali, e invece di gruppo, e per il reclutamento di numerosi giovani ricercatori già molto qualificati. C'è poi da aggiungere che il numero e la qualità delle ricerche e dei dibattiti in corso superano largamente quanto s'era verificato nel passato, anche per i più ricchi contatti interdisciplinari e per la vasta risonanza ottenuta fuori dell'ambito più strettamente specialistico.

Il fatto è che da un lato è venuto crescendo l'interesse generale per i rapporti tra condizioni sociali e fenomeni culturali, e dall'altro gli studi di folklore si sono venuti liberando di certe vecchie componenti idilliche, romantiche ed estetiche che ne appesantivano il cammino, e nel contempo hanno dato maggior vigore alle proprie componenti sociologico-realistiche che viceversa erano restate in ombra.

Una volta finita l'illusione ottica che identificava la cultura umana con la sola cultura letteraria 'maggiore' e più in genere con i soli prodotti del mondo euro-occidentale; una volta acquistata la consapevolezza dell'esistenza di culture 'altre' dalla nostra ed assorbito il concetto che anche il prodotto manuale è forma e valore di cultura; una volta compreso che non c'è fatto umano - intellettuale o manuale, materiale o spirituale - che non sia legato a tutta intera la situazione storico-sociale e che non ne esprima le contraddizioni; una volta raggiunta, insomma, una visione del mondo umanamente e scientificamente più aderente alla realtà delle dure condizioni del lavoro umano e delle drammatiche tensioni che ne scaturiscono; allora anche gli studi demologici hanno trovato una collocazione più aderente alla loro effettiva natura, che è quella della ricerca sui modi di vita culturale delle classi periferiche e subalterne e, permettetemi di aggiungerlo, sulle contraddizioni socioculturali che in quei modi si esprimono.

Di qui il largo fervore di indagini di nuovo tipo, e l'acquisizione di nuovi strumenti di analisi e di documentazione, cui tuttavia si accompagna un significativo intensificarsi delle più serie e valide tra le ricerche di tipo, diciamo così, tradizionale.

Ricorderò, in quest'ultimo settore, le imprese dedicate alla costruzione degli atlanti etnografici o linguistico-etnografici, che evidentemente assumono una ulteriore importanza in una fase in cui le forme culturali di vecchia tradizione scompaiono così rapidamente. E non occorre che aggiunga quale merito abbiano in questo campo la Società Filologica Friulana, il professor Giambattista Pellegrini, i suoi collaboratori e, per la parte etnografica, l'amico Perusini, con la loro iniziativa dell'Atlante storico-linguistico-etnografico del Friuli, che è da annoverare tra le imprese documentarie più importanti oggi in atto in Italia.

Ma in questa fase di più rapide trasformazioni e di più netti contrasti socio-culturali si apre soprattutto la prospettiva delle indagini sui processi di trasformazione culturale, prospettiva che comporta l'allargamento delle ricerche al di là dei limiti della campagna e oltre la tematica tradizionale: c'è anche la città, c'è la fabbrica, c'è la massiccia migrazione interna, c'è il rapporto tra i vecchi e i nuovi modelli di vita, c'è il contrasto sociale.

Non ho bisogno di dire quanto importante sia, anche in questa prospettiva, il lavoro delle associazioni scientifiche regionali, che non perdono la loro funzione, e invece la articolano ulteriormente: alla dimensione diacronica, e cioè alla ricostruzione del passato, aggiungono il taglio sul presente, la partecipazione all'oggi.

La prova che questa articolazione sia possibile, e dunque doverosa, sta proprio nella sensibile intelligenza con cui - tengo a sottolinearlo ancora una volta - è stato scelto il tema di questo vostro Congresso: un tema, occorre aggiungerlo, che in Italia non era stato ancora proposto in modo così diretto ed esplicito. La vostra Società, dunque, assolve pienamente quello che a me pare il compito più difficile, ma più serio, della organizzazione culturale regionale: di non delegare ad altri l'esame dei problemi generali e di fondo, e viceversa di affrontarli in proprio, nella propria dimensione ma nella prospettiva più consapevole ed avanzata, stabilendo così una dinamica in cui, per tornare a Dante, pur stando organizzativamente o geograficamente sul 'cerchio' ci si colloca al 'centro' delle questioni essenziali nella nostra fase storica.

Certo, la scomparsa di quel che ci era caro perché familiare, può ferirci in più modi, così nella vita come negli studi. Ma ben poca cosa sarebbe la vita, e ben povera cosa gli studi, se nell'una e negli altri non fossimo capaci di crescere col crescere dei tempi. I rimedi ai mali del presente non stanno in impossibili conservazioni o in disinvolute e superficiali liquidazioni; stanno nella comprensione del passato e nell'azione sul presente per costruire un diverso futuro.

Roma-Pordenone, 20 settembre 1970