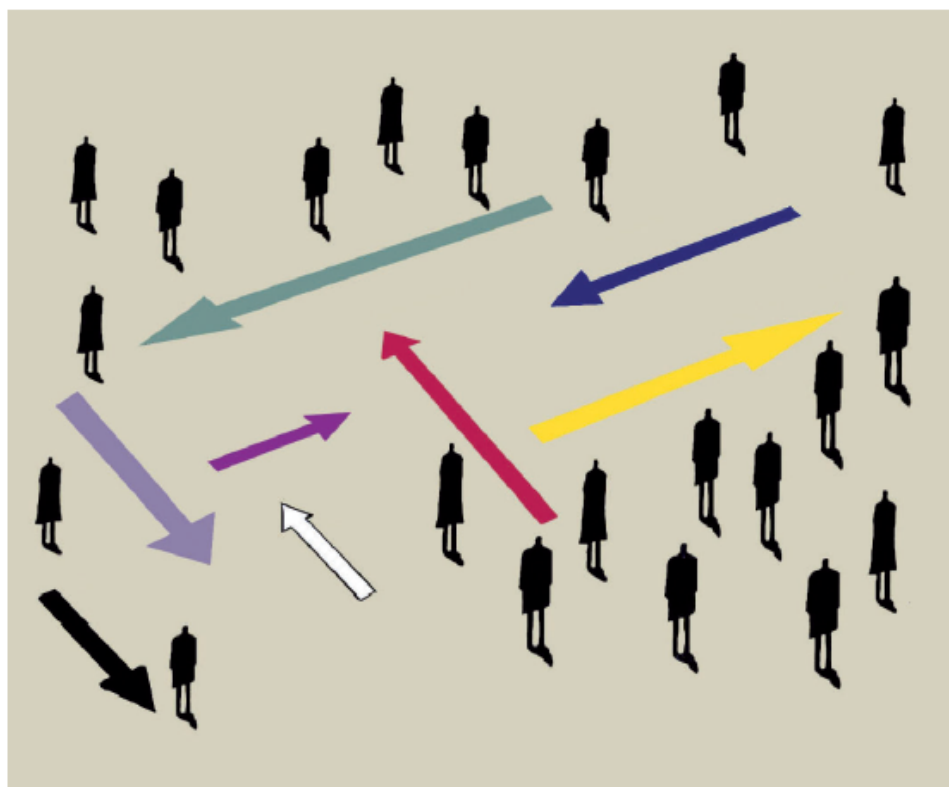


VINCENZO ROSITO

Stabilire cosa sia oggi un "popolo" è impresa più ardua che in passato. L'appartenenza alla stessa nazione o classe sociale sono elementi sempre meno rilevanti nella determinazione delle nuove culture popolari. Assistiamo tuttavia alla creazione di nuovi soggetti collettivi che fanno ricorso al patrimonio simbolico e culturale dell'idea di popolo. Una simile tendenza interessa anche la visibilità delle fedi nel panorama della comunicazione globale. Il revival del religioso, o *religious booming*, per esempio, viene sovente interpretato come una riproposizione della religiosità popolare, tendenza che merita particolare attenzione non soltanto per le molteplici implicazioni sociologiche. Le pratiche della religiosità popolare non stanno semplicemente facendo ritorno per riaffermare gli aspetti sentimentali ed emotivi di un certo modo di credere. La pratiche popolari rischiano di essere sminuite dalla cultura economica egemone.

Ricorrendo a un'espressione di Michel de Certeau, è oggi probabile una folclorizzazione delle pratiche popolari da parte di chi intende ridurle all'irrelevanza. Insistere sul potenziale creativo dei movimenti popolari significa sostenere la loro natura dinamica e plurale, incoraggiare la loro capacità di trovare soluzioni nuove, di generare processi credibili, critici e condivisi. Le culture popolari interpellano tutti: dai lavoratori ai responsabili della pastorale, dalle università alle parrocchie, dalle associazioni ai movimenti laicali. Esse non possono ricadere nella sfera dell'irrelevanza sociale poiché non riguardano soltanto alcune frange minoritarie della popolazione mondiale. Per queste ragioni è necessario considerare il popolo come un soggetto attivo, progressivo e critico. Il popolo infatti genera simboli culturali, avvia operazioni creative ed è costantemente coinvolto in imprese comunicative. In una delle più intese pagine del suo diario di preghiera Flannery O'Connor appunta queste parole: «Ti prego, dammi un posto, non importa quanto piccolo, fammelo conoscere e mantenere. Se io sono quella che deve lavare tutti i giorni il secondo gradino, fammelo sapere e fammelo lavare e lascia che il mio cuore straripi d'amore lavandolo». Nell'invocazione della scrittrice americana traspare, oltre all'afflato di una sincera ricerca spirituale, il desiderio di una "casa" fatta di usi e compiti riconoscibili. La garanzia di una terra non può essere separata dalla cura con cui verrà lavorata e abitata. L'ambiente in cui ciascuno si riconosce non è fatto di rivendicazioni proprietarie, ma di gesti semplici e cadenzati. Anche il paesaggio più intimo e familiare può diventare

Fede e **POPOLO** Non sia folclore



Idee

Anche la religione, che vive un boom nelle nostre società, può rischiare di venire ridotta a forme emotive e sentimentali. Creatività popolare invece significa simboli e modi di agire dove l'uomo è in armonia col creato

estraneo nella misura in cui lo si separa dalle opere e dal lavoro di chi lo abita. Il "posto" dell'uomo, il luogo della sua realizzazione, non è la porzione di terra che gli è stata assegnata o che ha ricevuto in eredità, ma l'opera delle sue mani, il lavoro che in quella terra pazientemente svolge. Un paesaggio diventa riconoscibile non mutandone artificialmente il profilo, ma riconoscendosi nel lavoro che ognuno ha svolto in esso. "Avere un posto" non significa reclamare un lotto di terra o un appartamento, ma ricercare la propria realizzazione e riconoscersi nell'opera delle proprie mani. È ben

poca cosa desiderare una terra o una casa, senza aspirare al lavoro e alle relazioni che sarà possibile realizzarvi. Ecco perché il diritto alla terra e alla casa non può essere mai separato dalla dignità sociale del lavoro e dalla prossimità relazionale del vicinato.

La capacità di integrare persone, luoghi e stili di vita differenti resta un punto fermo nell'identificazione delle culture popolari. Queste assumono forme appartenenti a contesti sia urbani che rurali. È infatti proprio la dimensione urbana a costituire oggi il campo più fecondo per le opere di integrazione popolare, superando i luoghi comuni che banalmente associano la sfera delle pratiche popolari al retroterra delle civiltà contadine. È ancora eccessivamente radicata l'immagine del popolo semiurbanizzato che critica le istanze della modernizzazione industriale ed esalta i meriti del lavoro agricolo. Questo pensiero banalizza la dimensione popolare contrapponendola alla vita urbana, separandola proprio dal luogo in cui è oggi maggiormente all'opera. Il discredito gettato sulle culture popolari urbane è solo un aspetto del più diffuso impoverimento dell'idea di popolo. Affermare dunque che la dimensione popolare è oggi maggiormente radicata nelle metropoli globali è un gesto di autentica critica sociale. La disomogeneità urbanistica infatti confina i movimenti di popolo nelle zone più periferiche e marginali delle grandi città, li racchiude nel perimetro dell'inefficienza e dell'irrelevanza per disarmarli e metterli a tacere.

Ci sono retoriche urbane dell'integrazione che, in realtà, riproducono il modello della città-arcipelago. Il desiderio di integrazione è solo apparentemente sulla bocca di molti attori politici e sociali. I sostenitori della vera integrazione culturale sono profondamente motivati dalla possibilità di rendere migliorabile il proprio punto di vista nel confronto con persone e opinioni differenti. Chi si lascia veramente ispirare dal principio dell'integrazione desidera conoscere i pensieri e i sogni degli altri, si dichiara disponibile ad apprendere cose nuove da chi vede il mondo diversamente.

Seguendo Francesco, aiutare il prossimo è anche vera poesia

Poesia sociale: l'immagine di papa Francesco per l'opera delle organizzazioni cooperative e dei movimenti popolari diventa spunto per una riflessione sul rapporto tra religione e popolo, sulle derive di certo folclore e sull'urgenza di tornare ai valori più prossimi a quelli popolari. Di questo tratta il saggio di Vincenzo Rosito "Poeti sociali" in uscita da Edb (pp. 102, euro 9,00) di cui anticipiamo alcuni brani.