

MOLISE : IDENDITÀ E STEREOTIPI

Di Gianni Spallone

....."Come si sa ogni regioneè depositaria di una propria immagine. E si sa anche che ogni immagine è sempre una costruzione culturale la cui espansione implica una determinata concezione del tempo, con il passato necessariamente prolungato sul presente, e di alcuni spazi 'mitici'. Spazi che sono allo stesso tempo reali e visibili (monumenti, rappresentazioni, opere d'arte) e arbitrari o effimeri (che rispondono cioè a mutevoli necessità collettive di identificazione). Da qui l'ardua impresa di contemplare tutte queste immagini in modo univoco dal momento che la loro proiezione sorge dall'incrocio di quattro istanze convergenti: passato/presente e Interno/Esterno. L'immagine del Molise ... si configura dunque come una somma quadruplicata di elementi fondanti: come i molisani vedono se stessi in un **oggi** che ingloba un **ieri** e come li vedono gli altri, nel continuo dialogo **IN/ES.....**

Su queste basi l'immagine regionale interna ...si articola sulla normalizzazione di una 'pretesa' identità mediante segni riconoscibili di alcune caratteristiche repute canoniche. Nell'insieme, una cosmovisione volubile e revocabile, inevitabilmente datata e epocale. Il molisano è infatti un soggetto che molte volte, nell'arco della propria storia, torna su se stesso per 'ascoltarsi' ... Si ascolta, si interroga, si analizza in quanto molisano. Ma questo interrogarsi, a volerlo intendere con un poco di perfidia, **scopre una sua intima debolezza**, quasi che il Molise fosse una regione che non è: che cerca la conferma della propria identità interrogando gli altri e magari reinventandola nel Grande Sannio e nella Moldaunia.....Voglio dire che se è vero che una vigile riflessione sul proprio modo di esistere è certamente segno di vivacità culturale e di razionalità, è anche vero che il fenomeno molisano è particolarmente irrequieto. Perché è chiaro: se una regione si guarda troppo allo specchio manifesta una **sfiducia di sé**, della sua forza naturale e, al contempo, una sovrastima del giudizio altrui, come se temesse che l'immagine regionale esiste solo nella misura in cui è riconosciuta, accettata, avversata o negata dall'ES, l'esterno. Insomma a furia di inseguire i limiti ...della propria identità si inoltra in un tormentone di misticismo regionale senza soluzione e senza fine.....D'altra

parte, l'impegno nella ricerca del 'chi siamo' ... deriva dal fatto che ogni cultura è la paziente successione di vicende storiche, politiche, economiche, geografiche e, perfino, climatiche.....Quello che per ora si tenta di capire del Molise è in che consiste l'insieme dei suoi caratteri regionali sostanziali (lingua, arte, tradizioni) sedimentati in forma permanente. Gli elementi cioè che rappresentano il temperamento, la proliferazione, la traiettoria, la memoria condivisa, la sua spiegazione e la sua ragion d'essere, la sua origine e il suo presente, la sua sintesi e la sua profezia.

Di fronte a tutti questi fattori operanti simultaneamente si capisce che quel concetto che definiamo '*molisanità*', '*identità regionale*' o '*senso di appartenenza*' ... dovrebbe coincidere con un'ipotesi di una continuità duratura emergente come individualità collettiva, saldamente attestata. Sennonché i vincoli unificanti di questa complessa 'cosa' denominata Molise rappresentano ... nozioni sfuggenti, ostici da individuare e definire. Per dire: l'origine della molisanità è di natura storica (da Cuoco in qua), politica (dopo la separazione dall'Abruzzo), geografica (dai Sanniti in poi)? A complicare la molteplicità di tutti questi elementi implicati - e per venire ai nostri giorni - va aggiunto che il Molise, con il suo essere regione fisicamente intermedia, terra di mezzo, possiede per di più caratteristiche di indefinitezza e di ambiguità che si possono sintetizzare nel mito ***Molise is different*** Il Molise assimilato a una sorta di laboratorio di esotismo di noialtri, luogo di consumo di giacenze del passato, Arcadia felice di un mondo incorrotto..... Va tuttavia detto che sul terreno di questa intermedietà anche il Molise concorre in proprio facendosi protagonista di un curioso paradosso (stavo per dire schizofrenia) sul quale vale la pena di riflettere un momento: da una parte fomenta l'auto-rappresentazione di una regione sigillata e quasi compiaciuta del proprio felice isolamento dall'altra una visione, diciamo così, molisentrica con un forte e quasi altrettanto compiaciuto sentore di occupare l'ombelico del mondo dove tutto accade e si esaurisce (comunità ex-rurale schizzata quasi senza accorgersene al post-industriale: qua la stampa regionale, con funzione quasi esclusivamente autoreferenziale, che si esime di guardare il mondo oltre il parallelo Termoli-Venafro.....

Ora, come è noto, lo stereotipo serve a fissare una realtà poco frequentata semplificandone alcuni tratti distintivi. In generale,....si può dire che uno stereotipo non è altro che una mappa conoscitiva che schematizza una realtà poco o scarsamente conosciuta per renderla più manovrabile e adattarla ad alcune aspettative precostituite..... È dunque un prodotto dell'economia del pensiero e della dinamica della società moderna. In altri termini e più in particolare: lo stereotipo del Molise contiene immagini che si impongono per la loro forza ...e, allo stesso tempo, per la loro genericità.....Ma si caratterizza soprattutto attraverso un punto di vista suppostamente unificante, in realtà riduttivo e fuorviante. Il che produce l'effetto di un perentorio impoverimento: il Molise si mostra/è mostrato con pochi tratti tipici-topici, stereotipati (appunto) e quasi sempre parziali, se non affatto infedeli. Ma se questa è la parte negativa della sua immagine (e su questo i molisani devono intervenire), la parte positiva risiede nel fatto che nel consueto catalogo collettivo dei luoghi comuni questi tratti esistono già e che, pertanto, l'immagine da essi generata va solo modificata e gestita più opportunamente.

Non si tratta dunque di rinnegare la persistenza di fotografie e schizzi ingialliti, ma al contrario di assumere alcune contromisure per neutralizzare e invalidare la presunzione di una conoscenza oggettivamente mutila ma offerta e interpretata come compiuta. Tenendo conto che i lineamenti di uno stereotipo sono esagerati per eccesso o per reticenza non solo perché pervengono sminuzzati e decontestualizzati, ma anche per la superficialità con cui pretendono di comprendere un intero gruppo sociale. Per esempio ... a leggere l'irriverente Ivana Mulatero (*in Molisani*), tutti i molisani sarebbero fatalisti e rinunciatari, sotto il segno del sottotitolo ***“lasse sta’ ‘u mónne cume ze tróve”***. ... Secondo una logica di feroce schematismo che unidimensiona una realtà multiforme per sostituirla con alcuni stereotipi, la cui funzione comunicativa è proprio questa: surrogare la realtà plurale con alcune immagini singolari che finiscono per invadere tutto il posto. Detto a commento di passaggio: per confermare che questo modo di vedere è un modo di **non** vedere, che non lascia percepire la totalità ... basti notare che in un testo centrato su una serqua di proverbi e detti popolari chiosati con implacabile

irrisione verso i protagonisti ... si racconta che il menù degli “**indigeni**”... è costituito dallo “squattonone” che “è *la vroda della bollitura della pasta*”. E chi sono, e quanti sono (su 320.000 molisani) questi “indigeni” che nel presente storico del ragguaglio consumano lo “squattonone”? I “pastori”, naturalmente, che lo usano anche “in caso di raffreddori”.....A questo punto, poiché qui non si tratta di opporre alcunché a chicchessia, né di offrire risposte definitive, né di proporre soluzioni praticabili già da domani, ma più semplicemente di assecondare un dibattito sempre aperto, la cui origine è lontana e il cui futuro non risiede nelle nostre mani, bisogna ammettere – come a me pare chiaro – che i molisani contribuiscono in proprio e in buona misura a perpetuare l’ambiguità della propria tipologia etno-antropologica

.....Oggi, Il Professore Spallone continua : "Noi ci adoperiamo a non deludere queste attese. Eccoci così approntare, da Torino a Toronto con in mezzo i giardinetti di Roma, l’instancabile esibizione girovaga, gli stand effimeri, i marchi di fabbrica più corrivi: poster di tratturi transumanti di pecore, le mozzarelle, il tartufo sott’olio, le pacchiane, i ‘tipi umani’ (!). Insomma ci incateniamo allo stereotipo del Molise ‘differente’ *tramandando un’immagine imbalsamata*. Perché la tendenza all’auto-realizzazione di simili immagini significa che i tratti determinanti da cui attingiamo sono infissi nel passato e quelli dei nostri osservatori nel passato del passato. Sicché il famigerato “squattonone”, la zampogna natalizia e la dolorosa istoria di Delicata Civerra fanno più audiencedei ristoranti a quattro stelle, della Seleen da trecento all’ora esposta dal concessionario molisano che ne possiede l’esclusiva in Italia, della zampogna solista diretta da Riccardo Muti alla Scala di Milano. Insomma da queste operazioni speculari e congiunte sorge un Molise bifronte, con due atteggiamenti paradossalmente omologhi. Quello percepito dell’ES, perfidamente distaccato, che intraospitalità. Il primo celebra gli aspetti primitivi della molisanità con aristocratica benevolenza...Il secondo coccola questa immagine per la stessa ragione: perché oppone all’incombente globalizzazione una civiltà ancora ‘a misura d’uomo’... Da una parte il Molise tipico che sta in Italia ma non è ItaliaDall’altra il Molise-Italia, solo un po’ particolare. L’ES dedito al proprio e altrui banchetto, l’IN ansioso di parteciparvi con le proprie specialità.

[Tutto ciò che vuoi sapere sul Molise !](#)

Un pernicioso cortocircuito che fa del caso Molise un esempio da manuale. vede una regione rimasta indietro, pragmatica, indolente; quello dell'IN apparentemente auto-celebrativo, laudatorio perfino in eccesso... Allora? A volerne uscire credo che ci sia un'unica via: per la seconda volta nella sua storia ... Il Molise è chiamato a presentarsi come *modello* e non come *contro-modello*. Capovolgendo il pre-sentimento della regione 'virtuosa', a sé stante, per riaffermarlo in 'regione e basta'. L'imposizione e il successo di questo modello rappresenta oggi la sfida e l'obiettivo che ci attende. Ciò d'ora in avanti significa che :

-uno sforzo ragionevole deve essere rivolto al cambiamento radicale di immagini cristallizzate, manipolandole adeguatamente non per negarle ma per rinnovarle....;

_una strategia di promozione della regione più sottile e astuta: che aggiorni in una nuova legittimità storica il senso tradizionale di alcune immagini in modo da imporre la loro modernità;

_che, comunque, qualsiasi immagine della regione deve essere coerente non verso le aspettative di potenziali visitatori amanti del pittoresco e del diverso, ma credibile e effettiva in sé.

_Voglio dire: lanciare oggi un messaggio di un Molise ad alta tecnologia risulterebbe incongruo e controproducente. Esattamente quanto l'esasperata promozione della cucina agro-pastorale e dell'aria pulita.

_Capire che certi cimeli in perenne esposizione saranno pure belli e con tanto di valore storico aggiunto, ma che a un'osservazione disincantata appaiono belli e storici come un pantalone alla zuava o una Bianchina degli anni Cinquanta; prendere atto che Altilia non è Pompei ... e che (uffa!) il portico del palazzotto di uno dei nostri paesi non è *affatto* "meglie 'e lu culunnate de San Pietre", come pretende un poeta del posto, incentivando un campanilismo involontariamente ridicolo.

_l'abbandono della logica della *griffe* folcloristica, originale a tutti i costi, per misurarci con 'l'altro' da pari a pari; sfidarlo sul suo terreno (i jeans di Isernia contro i jeans confezionati altrove); fargli capire che il Molise non è la periferia d'Italia, che sta tra Roma e Napoli e che non è un posto 'sperduto'; meravigliarci della sua meraviglia quando commenta l'impresa di un molisano in una competizione nazionale con uno stupito: "Però!" (come se lui fosse Plinio e noi i suoi coevi abitanti dell'Africa). E, soprattutto, non chiedergli mai più 'come ci trova' e 'che pensa di noi' (domande che ribadiscono un nostro inquietante senso di *inferiority complex* che occorre debellare urgentemente trasformandolo in tabù concettuale e linguistico). E, infine, l'impegno a fare con lucida autocritica i conti con noi stessi prima che con gli altri. [Gianni Spallone](#)".