

ERNESTO DI RENZO

NEO-RURALITÀ E CIBO GEOGRAFICO. UNA
FORMULA “FILOSOFALE” PER L’ABRUZZO

Propositi. – Il presente intervento mira a riflettere succintamente sul modo in cui il discorso del cibo geografico e delle tipicità gastronomiche si configuri in rapporto al territorio abruzzese e alle istanze neo-ruralistiche in atto; istanze che, in questa regione come altrove, auspicano con sempre maggiore incidenza di messaggio il ritorno ai borghi e alla vita di campagna.

Ovviamente, essendo l’antropologia un campo del sapere di tipo interpretativo e non interventivo, gli apporti che potranno scaturire dalle seguenti considerazioni non saranno di natura predittiva o applicativa, non offriranno cioè suggerimenti circa le strategie più idonee da adottarsi in termini di promozione locale – modello a *cluster*, modello a *network*, modello a “distretti” – ma mireranno essenzialmente a far emergere i livelli di connessione cibo-territorio che nell’Abruzzo appenninico (e non solo) è dato oggi riscontrare, definendone e riposizionandone le traiettorie evolutive alla luce dei processi revivalistici in auge.

Neo-ruralità, revival folklorico e rivalsa delle campagne. – Il fenomeno della nuova ruralità, senza il quale la proposta/ricerca del mangiare locale «si vedrebbe privata del suo eccezionale *appeal* e del suo principale propulsore ideologico» (Di Renzo, 2010, p. 12) costituisce una tendenza di recente affermazione nel quadro dei comportamenti collettivi. Manifestatasi a partire dall’ultimo quarto del ‘900, i suoi sintomi più evidenti si collegano strettamente agli esiti della globalizzazione: sia che la si interpreti alla maniera di Ritzer (1997), come processo di omologazione culturale che svilisce le facoltà riflessive degli uomini e pone l’accento sulla capacità manipolativa dei poteri economici agenti a livello planetario (con conseguente riduzione delle diversità a un *unicum* mondiale di ispirazione americana); sia che la si intenda alla maniera di Giddens (1994) come processo riflessivo che ha messo al centro le diversità culturali di ogni tipo, favorendone il confronto e inducendole all’auto-pensamento.

È inoltre un fenomeno che rinvia le sue più profonde radici di significato alle istanze valoriali poste dalla contemporaneità. Una contemporaneità che, rinunciando alla pretesa «di costruire sistemi, teorie e interpretazioni totalizzanti», auspica da una parte la rottura dei tradizionali steccati tra i campi della scienza (visti come aprioristicamente imposti) e dall'altra lo spodestamento delle strutture del pensiero basate sul modello illuministico-cartesiano¹; favorendo in tal modo il ripiegamento della conoscenza verso la soggettività, l'intuizione, la "sensibilità sin estetica", il sentire interiore ma anche i saperi minori, tradizionali, popolari, che in questo modo recuperano dignità, senso e financo prestigio (Di Renzo, 2010, p. 13).

Ebbene discorrendo di neo-ruralità, cui sono da associarsi per contiguità di contenuti sottesi anche i concetti di neo-folklore e di revival delle tradizioni, quattro sono i dati essenziali da dover cogliere:

- Il primo è che ci troviamo dinanzi ad una tendenza di portata globale, e non nazionale o regionale; una tendenza che riguarda indifferentemente quasi tutte le aree del pianeta ma che fa registrare le sue punte di maggior risonanza laddove i processi di industrializzazione e di urbanizzazione si manifestano più spinti e accelerati².

¹ Cfr.: <http://www.ilgiardinodeipensieri.eu/stoniafil/moderno.htm>.

² Circa il prodursi storico di siffatta tendenza annota Corrado Barberis (2009): «Alla fine di un lungo processo, che ha attraversato l'urbanizzazione e l'industrialismo, e ha completamente consumato le economie, le culture, i valori del vecchio mondo contadino, il pendolo torna a oscillare verso quelle porzioni di territorio – materiale e immaginato – caratterizzate da una più blanda densità abitativa, da una maggiore dovizia degli spazi, da una prevalenza della terra rispetto al cemento. Non si tratta, com'è ovvio, di un puro ripristino delle vecchie egemonie della produzione agricola, che tuttavia sta ritrovando una nuova vitalità; né solo di una ridislocazione demografica, che pure sta conoscendo dimensioni importanti; né di una mera sconfitta dei tempi e dei ritmi di vita del modello urbano, che per molti decenni era sembrato segnare il battito irreversibile della modernizzazione. È l'insieme dei modi della produzione e del consumo, dei modelli e degli stili di vita, dei valori e delle culture – dal turismo alla gastronomia, dalle formule abitative alle abitudini alimentari, dall'abbigliamento al tempo libero, dalla cura del corpo a quella dello spirito – a riprendere la strada della campagna, in questo inizio di nuovo millennio. E il fenomeno, pur con le ovvie differenze, riguarda l'interesse del nostro territorio, tutti gli ambiti regionali, tutti i sistemi locali, dalle Alpi al Lilibeo. Si tratta, naturalmente, di una campagna ben diversa da quella da cui era partito l'esodo contadino; uno spazio rurale percorso per intero dalle contraddizioni di un tempo come il nostro; un universo di relazioni a maglie più larghe, ma anche più solide, più capaci di resistenze e adattamenti. La campagna torna a essere una polarità indiscussa del gioco

- Il secondo è che ci troviamo dinanzi ad un fenomeno che pur fondando le sue ragioni in termini di risposta alle ansie dell'oggi e al bisogno di ricostruzione del sé storico, trova una formidabile forza di propulsione nell'industria dei consumi culturali e del marketing turistico del territorio (Grasseni, 2009).
- Il terzo è che ci troviamo di fronte ad una processualità che implica un nuovo e diverso modo di concepire il senso di sé nel presente in cui le nozioni di località, autenticità, tradizione riformulano la propria realtà categoriale, generano una ridefinizione delle identità collettive, producono una rilocalizzazione spaziale dei valori.
- Il quarto è che ci troviamo al cospetto di un movimento in gran parte esterno al mondo rurale che vede come maggiori protagonisti non tanto i contadini, (intesi nella loro accezione "stretta" di coltivatori diretti), quanto piuttosto il ceto medio metropolitano desideroso di soddisfare le proprie esigenze di evasione e di appaesamento all'interno di una realtà borghigiana più trasfigurata che reale. Una realtà in cui la ruralità non è intesa nella sua accezione di mondo produttivo basato sulla cultura e lo sfruttamento agricolo della terra, bensì nella sua immagine iconizzata di *buen retiro* cuccagnesco in cui dominano la rilassatezza dei ritmi di vita, un riconquistato equilibrio con l'ambiente e la natura, l'esperienza logocentrica del bere e del mangiare genuino³.

Riferitamente a quest'ultimo punto, può essere non del tutto superfluo rilevare che non solo la nuova ruralità si configura come una realtà in gran parte esterna al mondo contadino tradizionale ma che essa si manifesta anche come un fenomeno di reinvenzione culturale del tutto affrancato dalle processualità produttive che hanno caratterizzato secoli di vita agro-silvo-pastorale. Processualità nelle quali l'autoproduzione e l'autoconsumo degli alimenti hanno costituito la modalità più ricorrente,

territoriale. Torna al centro. Torna a essere un mondo».

³ In proposito, si consideri che «la rinascita della ruralità, di cui la pratica dell'agriturismo e il consumo dei prodotti tipici e dell'agricoltura biologica sono alcune tra le più diffuse testimonianze, racconta i tentativi del ceto medio metropolitano di inscrivere le sue pratiche spaziali sul mondo rurale che viene riadattato proprio per soddisfare le proprie esigenze e non quelle dei coltivatori diretti di una volta» (Costa, 2008, pp. 12-13).

se non esclusiva, attraverso cui la maggior parte delle famiglie contadine si è posta al cospetto del cibo: fatta salva la possibilità di (riuscire a) accantonare una limitata eccedenza da destinare al baratto per procurarsi ciò che i limiti ambientali e i condizionamenti tecnologici non consentivano di produrre *in loco*⁴.

Conseguenza di questo ordine di cose, causativo in campo alimentare di ricorrenti monotematismi gastronomici e di deleteri scompensi nutrizionali, è stato che mentre fino agli albori della tarda-modernità il produrre il cibo da sé è stato ritenuto come una necessità legata alla miseria e dell'arretratezza culturale, oggi, sulla scia della terziarizzazione dell'economia e della diffusione capillare del benessere, auto-produrre alimenti al di fuori dei circuiti della vendita e dei bisogni materiali è divenuta una pratica distintiva avvertita come contrassegno del lusso, del benessere e della raffinatezza dei gusti (Barberis, 2009).

Il local-food tra gemmazione dell'offerta e riposizionamenti culturali. – Se è vero che i concetti di località, tradizionalità, ruralità, costituiscono attualmente le coordinate positive del giusto (ma anche buono e pulito) comportamento alimentare⁵, questi stessi concetti, in Abruzzo come altrove, non costituivano altrettante dimensioni positive del mangiare 30 o 40 anni or sono. Non lo costituivano ad esempio per le giovani generazioni aquilane degli anni del “Carosello” che, poste al cospetto di una merenda a base di “Buondi Motta” o di una pagnottella con frittata e *nepetella*, non manifestavano il benché minimo indugio nel volgere la propria scelta verso la prima delle due opzioni. Oppure per le giovani generazioni avezzanesi degli anni del “Drive in” che, messe dinanzi ad una pietanza a base di “sofficini Findus” o di una coratella con cicoria campestre, non manife-

⁴ Del tutto illuminanti possono ritenersi in proposito le affermazioni di Adam Smith che, riflettendo sulle modalità in cui si provvede evolutivamente a procacciarsi il cibo, sostiene: «Le occupazioni principali del genere umano, sono divenute col progresso i suoi diporti più gradevoli e si fa ora per piacere ciò che una volta si faceva per necessità. Perciò in una società progredita soltanto i poveri si occupano di quelle cose come un mestiere; gli altri le esercitano come un passatempo» (Smith, 1948, p. 93).

⁵ In realtà l'interesse espresso nei riguardi del *local-food* coinvolge essenzialmente le classi medio-elevate di provenienza urbana, con tasso di scolarizzazione superiore e con apprezzabile capacità di spesa. Come infatti è dimostrato da una precisa letteratura specialistica dedicata al tema, e da mie personali considerazioni altrove espresse (Di Renzo, 2008), l'accesso ai prodotti del territorio a qualità garantita risulta a tal punto circoscritto e selezionato da costituire una nuova forma di marcatore delle differenze cetosociali.

stavano la benché minima remora nell'orientare il proprio gradimento verso il primo dei menù riportati.

Ebbene, alla luce delle tendenze revivalistiche di cui si sta dando essenziale ragguaglio oggi invece cosa accade? Accade che la medesima coratella, le medesime cicorie, le medesime frittate con menta selvatica – citate ad esempio del disgusto di generazioni ansiose di sentirsi più urbane, moderne, non-campagnole e del tutto conformi ai modelli socio-comportamentali proposti dalla pubblicità televisiva – sono diventate il sintomo di un ritrovato modo del mangiare attento, consapevole, sano, nutrizionalmente corretto, culturalmente coerente con i valori del territorio ed eticamente aderente ai principi della sostenibilità ambientale. Un modo di mangiare che annovera nel suo paniere tutti quei cibi di volta in volta definiti tipici, geografici, locali e che, nel loro complesso, si conformano alle seguenti caratteristiche essenziali: a) rispondono al concetto di filiera corta e di “chilometri zero”; b) necessitano di una manifattura di tipo artigianale e non industriale; c) rinviano alle speciali interazioni uomo-ambiente; d) posseggono i tratti della stagionalità e della territorialità produttiva; e) esprimono (spesso anche nella denominazione) una connessione con le tecniche materiali di produzione rinvianti alla cultura agro-pastorale.

In altre parole di tratta di tutti quegli alimenti (ma anche ricette) che, benché in molti casi rappresentino il frutto di una riscoperta alimentare, se non addirittura di un'invenzione recente, si sono immediatamente inseriti all'interno di un circuito di consumo e di commercializzazione freghiandosi di appositi acronimi normativi quale garanzia della loro provenienza, della loro autenticità, della loro genuinità e del loro legame con il territorio⁶.

⁶ Circa la complessità/contraddittorietà dei valori culturali, etici ed economico-commerciali che i prodotti tipici sono in grado di coagulare attorno alla propria definizione chiarisce con dovizia Sandro Piermattei: «Il prodotto tipico, si configura come un oggetto di riflessione complesso e dalle molte sfaccettature. Ricco di aspetti e contraddizioni, esso si presenta come un ossimoro sotto molti aspetti. [...] Il prodotto tipico, infatti, è dispositivo e prodotto; prodotto della natura, ma anche della cultura; realtà autentica, ma anche rappresentazione attentamente e strategicamente costruita di quella realtà. Esso è inoltre unico, rispetto alle particolarità della località a cui appartiene, e insieme è qualcosa oggetto di omologazioni e standardizzazioni; è un prodotto locale, ma anche espressione di processi multilocali e multisituati. Esso è, infine, merce e, allo stesso tempo, dono, poiché è qualcosa di alienabile, ma è anche in grado di entrare in rapporto a bisogni, simbolismi e valori non cedibili e, di fatto, inalienabili: il prodotto tipi-

In Abruzzo, la gamma dei cibi che rispondono a simili caratteristiche risulta essere quanto mai ampia e diversificata, come è dato evincere dalle seguenti tabelle estrapolate dal sito del Ministero delle politiche agricole e forestali e riferite all'ultimo aggiornamento del novembre 2009:

Tab. 1 – *Elenco delle Specialità Tradizionali Garantite in Abruzzo*

Bevande analcoliche, distillati e liquori
centerba o cianterba
liquore a base di gentiana lutea l., amaro di genziana, digestivo di genziana
liquore allo zafferano
mosto cotto
ponce, ponce, punk
ratafia – rattafia
vino cotto - vin cuott - vin cott
Carni (e frattaglie) fresche e loro preparazioni
annoa
arrosticini
capra alla neretese
coppa di testa, la coppa
guancialetto amatriciano
lonza, capelomme
mucischia, vilischia, vicicchia, mucischia

co è, pertanto, sia risorsa che patrimonio. Il suo carattere in quanto risorsa è evidente e indiscutibile, poiché lo è rispetto a tutti gli attori coinvolti nella sua filiera, sia che lo osserviamo in quanto prodotto, sia che lo consideriamo in quanto dispositivo. Per coloro i quali sono coinvolti nella sua produzione costituisce, infatti, una produzione di eccellenza, dall'alto valore commerciale, valore riconosciuto e sancito socialmente attraverso un apposito dispositivo. Per chi lo acquista, è immediato il riconoscimento e l'attribuzione di valore rispetto a un prodotto che gli viene garantito, in quanto espressione di processi produttivi soggetti a controllo e che sono l'espressione di agro-ambienti presumibilmente sani, in quanto gestiti da una tradizione che sa d'antico. Questi aspetti, tuttavia, sono quelli che definiscono proprio il versante patrimoniale del prodotto tipico. Non solo perché si tratta di un prodotto che deve essere conservato, protetto e distinto da altri prodotti simili, ma non tipici, ma anche perché il riconoscimento della tipicità è uno strumento che contribuisce a conservare e tutelare un certo contesto ambientale e culturale che lo ha prodotto» (Piermattei, 2007, p. 241).

mortadella di campotosto, coglioni di mulo
nnuje teramane
porchetta abruzzese
prosciuttello
salame abruzzese, salame nostrano, salame tradizionale, salame tipico, salame aquila
salamelle di fegato al vino cotto
salsiccia di fegato
salsiccia di fegato con miele
salsiccia di maiale sott'olio
salsicciotto di pennapiedimonte
salsicciotto frentano, salsicciotto, saiggicciott, sauccicciott
soppressata, salame pressato, schiacciata, salame aquila
tacchino alla canzanese
tacchino alla neretese
ventricina teramana
ventricina vastese, del vastese, vescica, ventricina di guilmi, muletta
Formaggi
cacio di vacca bianca, caciotta di vacca
caciocavallo abruzzese
caciofiore aquilano
caciotta vaccina frentana, formaggio di vacca, casce d'vacc
caprino abruzzese, formaggi caprini abruzzesi
formaggi e ricotta di stazzo
giuncata vaccina abruzzese, sprisciocca
giuncatella abruzzese
incanestrato di castel del monte
pecorino d'abruzzo
pecorino di atri
pecorino di farindola
pecorino marchetto, cacio marchetto
scamorza abruzzese
Grassi (burro, margarina, oli)

olio agrumato, olio agli agrumi, agrumolio
olio extra vergine di oliva delle valli aquilane
Paste fresche e prodotti di panetteria, pasticceria, biscotteria e confetteria
bocconotti di castel frentano
cagionetti, calgionetti, caggiunitt', caggionetti
ci cerchiata
confetto di sulmona
croccante di mandorla, croccante di natale
cumbriziun', le sbattute
fiadone dolce
fiadone, salato
la svivitella
lingue di suocera
maccheroni alla chitarra
maccheroni alla molinara, alla mugnaia
maccheroni con le ceppe
ndurciullune
pagnotte da forno di sant'agata
pane cappelli
pane casareccio aquilano
pane con le patate
pane di solina, pagnotte di solina
pane nobile di guardiagrele
parrozzo
pasticci di rapino
pepatelli
pizza con le sfrigole, zuffricul
pizza di crema e ricotta
pizza di pasqua
pizza di ricotta
pizza dolce tradizionale
pizza rustica dolce
pizza rustica salata

pizza scime, pizza scive, pizza ascima, pizza azzima
pizzelle
ravioli dolci di ricotta
rimpizza
sagne a pezze, tacco nelle
sassi d'abruzzo, mandorle atterate
scrippelle, scrippelle teramane
serpentone, lu sserpentone
sfogliatella di lama, sfuiatell
sgaiozzi
sise delle monache di guardiagrele, tre monti
spumini
torcinelli, turcinil
Paste fresche e prodotti di panetteria, pasticceria, biscotteria e confetteria
torrone di guardiagrele
torrone tenero al cioccolato aquilano nurzia
torrone tenero al cioccolato di sulmona
uccelletti, li cellit, celli pieni
zeppole di S. Giuseppe
Preparazioni di pesci, molluschi e crostacei e tecniche particolari di allevamento degli stessi
scapecce
Prodotti della gastronomia
il coatto, lu cuatte
la coratella d'agnello
la fracchiata
la tjella, ciabbotta
le corde de chiochie
mazzarelle alla teramana
ndocca 'ndocca
ngrecciata

pallotte cace e ove
pasta fatta in casa al ragù di papera
pecora alla callara, pecora alla cottora, pecora al caldaro
pizz'è e ffo'je
sagne a pezze e cicerchie
taijarille fasciule e coteche
trippa alla pennese
trippa teramana
Prodotti di origine animale (miele, prodotti lattiero caseari di vario tipo escluso il burro)
lattacciolo, latteruolo, latteruola
miele d'abruzzo, milliefiori, sulla, lupinelle, girasole, santoreggia, acacia
ricotta stagionata di pecora, ricotta salata abruzzese
Prodotti vegetali allo stato naturale o trasformati
aglio rosso di sulmona
agrumi della costa dei trabocchi
carciofo del vastese
castagna roscetta valle roveto
cece
ciliegie di raiano e di giuliano teatino
conserven di pomodoro (polpa e pezzetti di pomodoro)
cotognata e marmellata di mela cotogna
fagioli a olio
fagioli a pane
farro d'abruzzo
lenticchie di s. stefano di sessano
libretto di fichi secchi
mandorle di navelli, l'mmall
marmellata d'uva , scrucchiata, sclucchiata
marrone di valle castellana
mela della valle del giovengo
olive intosso, olive n'dosse, olive in salamoia
patata di montagna del medio sangro, patana montagnola

patate degli altipiani d'abruzzo
peperoncino piccante, diavoleto, diavolicchio, lazzaretto, lu piccant, l'amaro
peperone rosso di altino
peperone secco dolce, saracone, bastardone, farfallone
pomodoro a pera
solina
tartufi d'abruzzo
tondino del tavo, fagiolo di loreto aprutino
uva di tollo e ortona
Prodotti DOP
olio di oliva Aprutino Pescaraese
olio di oliva Colline Teatine
olio di oliva Pretuziano delle Colline Teramane
oliva Ascolana del Piceno
zafferano dell'Aquila
Prodotti IGP
vitellone bianco dell'Appennino Centrale
carota dell'Altopiano del Fucino

Fonte: Ministero delle Politiche Agricole e Forestali

In realtà, l'assortimento dei cibi che l'Abruzzo è in grado di proporre alla moderna *kermesse* del "tipico alimentare" e del "ritorno alle campagne" non si esaurisce nella casistica tipologica sovr'anzi esposta. Questa, infatti, benché articolata, rappresenta la porzione limitata di un giacimento alimentare assai più variegato includente prodotti e ricette di assoluta (e in gran parte misconosciuta) marca locale. Prodotti e ricette che, posta la loro deperibilità, la loro problematica immissione nel circuito di produzione/commercializzazione/consumo, la loro dispersione all'interno di un patrimonio conoscitivo di modello folklorico, difficilmente possono ambire a un qualsivoglia marchio di qualità cui si è fatta menzione.

Non per questo tuttavia sono da reputarsi meno importanti in vista di un loro recupero identitario-culturale e di una loro destinazione turistico-gastronomica funzionale allo sviluppo economico del territorio abruzzese.

Con ciò ci si vuole riferire a quelle roveglie (*Pisus arvensis*),⁷ cascigni (*Sonchus oleraceus*), pimpinelle (*sanguisorba minor*), caccialeppe (*Reichardia picroides*), rosolacci (*Papaver rhoeas*), rattaculi (*Rosa canina*), loffe (*Langermania gigantea*), cardarelle (*Armillaria mellea*) o a quegli orapi⁸ (*Chenopodium bonus-henricus*) che fino a tempi non molto distanti andavano a formare lo straordinario serbatoio vegetale – e a implementare il fantasioso ricettario culinario – da cui la società rurale traeva la parte più considerevole del proprio fabbisogno energetico quotidiano.⁹

Conclusioni. – La temperie neo-ruralista che permea l’esperienza del presente mira a promuovere, su scala vieppiù crescente, i paradigmi alimentari del *local-food* (inteso nella sua duplice valenza di *agro-food* e di *bio-food*) a scapito di quelli produzionisti propri della società consumistica gravitante sulle cattedrali della grande distribuzione organizzata (Lang e Heasman, 2004).

All’interno di tale dimensione considerativa del cibo, le categorie del geografico e del tipico, incorporando un *quid* aggiuntivo rispetto a qualunque altro alimento di produzione industriale, sembrano rispondere con maggiore capacità di esaustività al soddisfacimento dei valori sentiti come imprescindibili per la salvaguardia delle tradizioni, della natura e del benessere fisico. Valori rispetto ai quali, un numero in costante au-

⁷ La roveglia è un pisello selvatico dal seme giallo-marroncino e dal sapore che ricorda vagamente quello della fava. Coltivato nelle aree meno predisposte a un’agricoltura estensiva e di profitto, veniva consumato dai contadini dell’Abruzzo montano sia in minestra, con aggiunta di pasta fatta in casa, sia macinata in farina sotto forma di polenta.

⁸ Gli orapi, straordinario prodotto della biodiversità appenninica, sono una sorta di spinaci selvatici aventi la caratteristica di riprodursi soltanto in corrispondenza degli stazzi di ovini, necessitando per la loro crescita di terreni fortemente azotati.

⁹ Le attuali modalità fruttive dei prodotti della biodiversità vegetale (spontanea e coltivata), laddove non connotabili come pratica alimentare “viva” all’interno delle aree più periferiche dell’Italia rurale e montana, esprimono una matrice essenzialmente ecologista e/o “classista”. Sul loro utilizzo odierno informa Alberto Natale: «L’incredibile serbatoio vegetale del passato (oggi facciamo fatica a distinguere la lattuga dal radicchio e consideriamo, ad esempio, i topinambur dei tuberi esotici, entrati in realtà nell’uso alimentare ben prima della patata - ne è testimone la tradizionale ricetta della bagna cauda piemontese) risulta ai nostri tempi quasi svuotato e inessenziale, riducendosi a poche presenze stabili, intorno alle quali compaiono di tanto in tanto esili richiami del tempo che fu. [Le erbe] sono così delegate al ruolo di contorno o semplicemente riproposte sotto forma di non-pasto per obbedire ai dettami della snellezza» (Natale, 2009, pp. 39-40).

mento di consumatori consapevoli è disposto a pagare sensibili sopraggiunte di prezzo con l'intento di incorporarli o rispettarli: visitando *farmers markets*, aderendo a gruppi di acquisto solidali (GAS); frequentando agriturismi e luoghi della ristorazione locale.

E l'Abruzzo, con le sue speciali caratteristiche naturali e geografiche, (Di Renzo, 2003, pp. 205-211) la sua connotazione marcatamente agreste e montanara, la sua immagine turistica disposta nel segno della *wilderness*, la sua dimensione pastorale ancora in vita ed operante, sembra possedere tutti i requisiti necessari ad assecondare simili tendenze del mangiare e del fare turismo in forma *culturally correct*.

Tuttavia, affinché i vantaggi della neo-ruralità e dell'esaltazione del *local-food* possano concretamente apportare i benefici auspicati per la regione (con specifico riferimento alla sua fascia interna e appenninica), occorre che le dinamiche della crescita si conformino alle istanze della *soft economy* e che i vettori dello sviluppo (sulla base di quanto tratteggiato nella sottostante tabella¹⁰) pongano al centro dell'azione: a) l'interesse per le comunità locali, b) i valori etici delle scelte, c) la capillarizzazione della conoscenza territoriale, d) la patrimonializzazione della cultura intesa nella sua totalità e organicità di significati.

¹⁰ Confronto tra il paradigma postmoderno e quello classico in applicazione alle politiche di sviluppo del patrimonio culturale (Montanari, Costa, Staniscia, 2008, p. 70).

Tab. 2 – Confronto tra il paradigma postmoderno e quello classico in applicazione alle politiche di sviluppo del patrimonio culturale

PARADIGMA POSTMODERNO		PARADIGMA CLASSICO
I VETTORI DELLO SVILUPPO		
	SOGGETTO	
Territorio		Impresa
	FINE	
Sviluppo locale Qualità		Crescita economica Quantità
	METAFORA	
La pulce		L'elefante
	SPECIFICA	
Autosoddisfazione		Profitto
	STRUMENTO	
<i>Soft Economy</i>		<i>Hard economy</i>
	IMPRENDITORIA	
Imprenditore autonomo		Manager
GLI ATTORI		
	COMUNITA'	
Partnership Governance Attori esterni che si internazionalizzano		Regolazione Manipolazione Attori locali che si internazionalizzano
	LUOGO	
Riequilibrio Rete di modelli di sviluppo locale		Squilibrio Gerarchia
	STILE	
Flessibilità Competitività da raggiungere tramite massimizzazione della qualità di prodotti e servizi		Rigidità Competitività da raggiungere tramite la teoria del pesce grosso che mangia il piccolo

Fonte: Montanari, Costa e Staniscia, 2008, p. 70

BIBLIOGRAFIA

- BARBERIS C. (a cura), *La rivincita delle campagne*, Roma, Donzelli, 2009.
- COSTA N., “Prodotti tipici, agriturismo e nuovi stili di vita metropolitani”, in MONTANARI A., COSTA N. e STANISCIÀ B. (2008), pp. 12-39.
- DI RENZO E., “Antropizzare senza modificare. La percezione sacra dell'ambiente naturale in Abruzzo”, in RAMI CECI L. (a cura), *Sassi e tempi. Il luogo antropologico tra cultura e ambiente*, Roma, Armando, 2003, pp. 205-211.
- DI RENZO E., “Il paradigma della cultura nel quadro di una politica di tutela e valorizzazione dell'heritage”, *Annali Italiani del Turismo Internazionale*, 2006, 4, pp. 73-77.
- DI RENZO E., “Il ‘cibo locale’ tra comunicazione mass-mediatica e marketing turistico del territorio”, *Annali Italiani del Turismo Internazionale*, 2008, 7, pp. 1-5.
- DI RENZO E., *Prefazione*, in ZANINI DE VITA O., *I sapori di Calabria nella cucina popolare italiana*, Roma, Gangemi, 2010, pp. 9-15.
- GIDDENS A., *Le conseguenze della modernità*, Bologna, Il Mulino, 1994.
- GRASSENÌ C. (a cura), *Culture della sostenibilità*, Milano, Franco Angeli, 2009.
- LANG T. e HEASMAN M., *Food Wars. The Global Battle for Mouths, Minds, and Markets*, Londra, Earthscan, 2004.
- MAGGIO E., *Moderno-Postmoderno* (<http://www.ilgiardinodeipensieri.eu/storiafil/moderno.htm>).
- MONTANARI A., COSTA N. e STANISCIÀ B., *Geografia del gusto. Scenari per l'Abruzzo*, Ortona, Menabò, 2008.
- NATALE A., *L'ambiguità della tradizione*, Bologna, Gedit Edizioni, 2009.
- PIERMATTEI S., *Antropologia ambientale e paesaggio agrario*, Perugia, Morlacchi, 2007.
- RITZER G., *Il mondo alla McDonald's*, Bologna, Il Mulino, 1997.
- SMITH A., *Ricerche sopra la natura e le cause della ricchezza delle Nazioni*, Torino, UTET, 1948.

New rurality and geographic food. A "filosofale" formula for Abruzzo. – Geographic food is an expression that indicates the deep relationships between territory and eating customs. More precisely, in regard to the current post-modernity, it defines the need of recovering the cultural i-

identities in the sphere of the concepts of place and collective tradition. Such need, which derives in a reactive way from the tendencies of uniformity produced by the mass consumption, can be considered always more as the way of escape deriving from the bottom that works against the processes of globalization and industrialization of the cultural products. Including those related to the field of food and eating customs. In Abruzzo, the places of contemporary rural context do not seem to escape from such phenomenon. It is clearly proved by the rediscovery of old culinary habits in relation to the farming and pastoral past, the recovery of the agricultural biodiversity, the commercial achievement of local and traditional products, which is noticeably manifested through the country festivals, the proliferation of the country style wine and food places and the increasing diffusion of the farm holiday procedures.

Keywords. – Abruzzo, new-rurality, local-food, sustainability

*Roma, Università di Roma "Tor Vergata", Dipartimento di Scienze storiche, filosofico-sociali, dei beni culturali e del territorio
di.renzo@lettere.uniroma2.it*