

Michele Corti

**Riti del fieno e del latte.
Alpi inizio XXI secolo**

Estratto da:

‘Quaggiù sulle montagne’

**Identità Immaginario Turismo Pascoli Musei
Seminario permanente di Etnografia Alpina—SPEA 11**

Annali di San Michele, Vol. 22, 2009 (249-284)

Riti del fieno e del latte

Alpi, inizio XXI secolo

di Michele
CORTI

Abstract

Da alcuni anni gli eventi celebrativi della vita rurale alpina si sono moltiplicati. In alcuni casi essi sono radicati in tradizioni mantenutesi vitali (o comunque riportate a nuova vita). Molto spesso, però, si tratta di iniziative appositamente organizzate con finalità di promozione turistica o al fine di indurre un atteggiamento positivo verso l'attività agricola e di promuoverne le produzioni.

In ogni caso, tutte queste iniziative contribuiscono a ridefinire la rappresentazione della ruralità alpina e l'autodefinizione identitaria delle comunità locali e dei gruppi sociali tuttora legati alle attività agrozootecniche. Il presente studio si propone di approfondire questi aspetti attraverso un'indagine sul campo che ha preso in esame quattro eventi legati al ciclo della produzione del fieno e del latte. Tre degli eventi analizzati si collocano in Valtellina (provincia di Sondrio), uno in provincia di Milano (legato alla transumanza bovina storica che legava la pianura lombarda alle vallate prealpine); due sono classificabili come «feste del fieno», due come «transumanze».

Nonostante le grandi differenze che caratterizzano le quattro manifestazioni esaminate, è possibile scorgere in tutti i casi come il collegamento con un'«appropriata» tradizione e l'identità rurali corrispondano ad alcune esigenze della realtà sociale odierna. La celebrazione della vita rurale, con il forte riferimento al problematico accudimento dello spazio agrosilvopastorale, riporta una dimensione demandata a un ambito «specializzato» (di problematica gestione) entro la sfera della comunità, delle sue relazioni, della sua stessa definizione.

Il ruolo funzionale (e non meramente strumentale) della celebrazione rurale è evidente anche con riguardo alla sua capacità di promuovere e facilitare la re-integrazione sociale del gruppo degli «agricoli» entro la comunità. L'attivazione di più strette relazioni con la realtà locale facilita, in particolare attraverso nuovi circuiti locali di consumo alimentare, l'emancipazione delle piccole aziende agricole dai vincoli che, nel passato recente, avevano determinato una loro «integrazione verticale» (fortemente subalterna) nell'ambito delle filiere agroalimentari e degli schemi di regolazione burocratica. Vengono discussi ulteriori aspetti alla luce delle problematiche generali del rapporto, nella società contemporanea, tra la produzione e il consumo di alimenti e tra la società e gli animali di interesse zootecnico.



Introduzione

Nel mondo industrializzato si moltiplicano gli eventi di «celebrazione della vita rurale». Si tratta di manifestazioni che si sviluppano a partire da sagre/feste a contenuto alimentare o religioso e che si evolvono in vere e proprie rievocazioni celebrative della vita e del lavoro rurali preindustriali. Molto spesso, però, dietro le apparenze si celano eventi costruiti a tavolino, in cui il legame con la tradizione è flebile o assente. Anche in Italia – dove per lungo tempo la cultura dominante ha trasmesso immagini denigratorie dell'attività rurale – il contadino, la sua «gastronomia», ma anche le sue abilità manuali (agricole e artigianali), i suoi passatempi, sono oggetto di idealizzazione e di amorevole ricostruzione; non già nel chiuso delle sale dei musei etnografici, ma in forma vivente nelle piazze e nelle strade, nelle contrade, nei campi, con protagonisti uomini e donne, anziani e giovani e, molto spesso, gli animali¹. Sull'onda di questo *revival* vengono organizzati eventi delle più varie tipologie, alcuni smaccatamente finalizzati a scopi di promozione turistica, altri di trasmissione di un'immagine rassicurante (e mistificata) delle attività agroalimentari², altri ancora, al contrario, sorgono sulla base di dinamiche interne alle comunità locali per rispondere alle esigenze identitarie delle stesse.

Queste iniziative, nella loro diversità di attori, pubblico, livello di organizzazione, possono contribuire a una riflessione (e a una riconsiderazione) del ruolo della festa popolare nella società contemporanea e, in particolare, su quello di alcune forme rituali a base alimentare (ma non solo) quali sfere pubbliche. Lo studio di questi eventi può, più in generale, contribuire a chiarire il rapporto tra tradizione e modernità.

Tradizione/heritage: una realtà definita nel presente e proiettata al futuro

«Traditions are always defined in the present»³

L'ideologia modernista e razionalista considera la tradizione e le espressioni ritualizzate di essa come sopravvivenze, elementi residuali,

¹ Per le feste della transumanza in Francia cfr. J.C. GARNIER, F. LABOUNESSE, P. LAURENCE, C. SALMON, «Les fêtes de la transhumance en France et leur multiplication récente: premières observations», in J.C. FLAMANT, A.V. PORTUGAL, G.P. COSTA, A.F. NUNES, J. BOYAZOGLU (a cura di), *Animal production and rural tourism in Mediterranean regions*, Wageningen, 1995, pp. 193-197; per quelle sull'Arco alpino italiano: M. CORTI, «Le valenze turistiche ed educative del sistema delle alpi pascolive: indagine sugli eventi turistici sul tema dell'alpeggio», in *Quaderni SoZooAlp* (Società per lo studio e la valorizzazione dei sistemi zootecnici alpini), n. 1, Trento, 2004, pp. 53-89.

L. HOLLOWAY, «Showing and telling farming: agricultural shows and re-imaging British agriculture», in *Journal of Rural Studies*, 20, 2004, pp. 319-330.

³ R. BENDIX, «Tourism and Cultural Displays: Inventing Traditions For Whom?», in *Journal of American Folklore*, 102/104, 1989, pp. 131-146.

qualcosa di «naturalistico» che si perpetua stancamente e inconsapevolmente. Nell'opposizione dicotomica tra «tradizione» e «modernità» gli attributi di razionalità e riflessività sono assegnati alla modernità⁴. Alla luce di questa ideologia dominante il *revival* delle tradizioni festive popolari è interpretato in chiave alternativamente di «folklore» (regressivo o nostalgico) o di «invenzione» (con finalità strumentali).

Alla base dell'incomprensione da parte dell'ideologia modernista del significato delle espressioni sociali rituali e festive vi è la sottovalutazione del loro ruolo per la formazione delle idee, del consenso e del legame sociale e una speculare sopravvalutazione dell'importanza delle scelte razionali e della sfera pubblica dello Stato e dei media. Il ruolo fondamentale per la vita sociale delle cerimonie rituali, anche nell'ambito delle società moderne, è stato però da tempo riconosciuto dalla sociologia. La partecipazione ad azioni simboliche comuni, eseguire gli stessi gesti, lanciare le stesse grida, cantare insieme, consumare gli stessi cibi – specie se questi ultimi rimandano a un proprio contenuto simbolico – risponde a una fondamentale esigenza di comunione sociale. Secondo Durkheim la partecipazione a riti collettivi periodici non è solo una delle tante possibilità di stabilire i legami che definiscono il gruppo sociale, ma ne rappresenta una condizione necessaria. Oltre a mantenere la solidarietà sociale questi riti periodici la rinnovano e la rafforzano. I sentimenti e le idee collettive che rappresentano il collante sociale possono essere riaffermate solo in forme in cui gli individui sono strettamente riuniti, partecipando ad azioni rituali che «non differiscono in natura dalle cerimonie religiose»⁵. Costa sottolinea come la tradizione sia in stretta relazione con la modernità attraverso una molteplicità di legami, e ricollega gli aspetti artistici e ludici della socievolezza (così come definita da Simmel) a quella «socievolezza festiva» che si sviluppa presso una comunità che, in modo consapevole, coltiva i rituali della festa popolare quale tradizione⁶. Questo autore non manca di rilevare come la festa tradizionale rappresenti una sfera pubblica che non è in opposizione con le forme moderne di esperienza e riflessività sociale, ma che, al contrario, le incorpora nell'ambito di una dialettica tra la tradizione e l'esperienza di vita quotidiana. Attraverso le attività in cui si esplica la socievolezza festiva si realizza la trasmissione dinamica della tradizione. Su questa linea si colloca anche Bendix⁷ che, a proposito dell'«invenzione» di feste popolari a Interlaken (Svizzera), rigetta l'interpretazione che vede in questi eventi una strumentalizzazione della comunità locale, dal momento che

⁴ X. COSTA, «Festive Tradition in modernity: the public a sphere of the festival of the "Fal-las" in Valencia (Spain)», in *The Sociological Review*, 50, (4), 2002, pp. 482-504.

⁵ E. DURKHEIM, *Le forme elementari della vita religiosa*, Milano, 1963, p. 449.

⁶ X. COSTA, op. cit.

⁷ R. BENDIX, op. cit.

«the process of inventing traditions is always tied into the socioeconomic constellation of a community»⁸.

In questa prospettiva la tradizione può essere concepita solo in relazione con il presente e la modernità. Vedremo oltre, analizzando il caso di studio principale oggetto della nostra indagine, che l'elemento di riflessività e di legame con il presente e con i bisogni attuali della comunità, risultano con chiarezza nel caso della *Sagra del pradèir* [falciatore] di Piatta di Valdisotto, in provincia di Sondrio: una pratica tradizionale che in passato era caratterizzata da un forte contenuto simbolico e che – con la trasformazione del sistema agricolo – aveva subito una connotazione di marginalità e residualità (accompagnata dalla perdita e dal depotenziamento degli elementi simbolici), e che oggi assume nuovi significati che recuperano gli elementi simbolici preesistenti utilizzandoli ai fini di una forma di celebrazione funzionale a una strategia consapevole della comunità. Ciò avviene individuando nella falciatura un aspetto chiave della vita tradizionale e costruendo intorno a esso un evento celebrativo che, con la sua ripetizione annuale⁹ e ritualizzata, assume esso stesso i connotati della tradizione. Nella tradizione, nei rituali celebrativi, pare impossibile scindere gli aspetti di richiamo al passato dalle finalità e dai bisogni del presente; tradizioni e riti sono un fattore di cambiamento e di innovazione, ma una nuova celebrazione di riti assume importanza e legittimità in forza del richiamo a esperienze rituali precedenti e a un ricco corredo simbolico. Quando l'interpretazione tende a ipostatizzare questi ultimi aspetti, senza approfondirne le dinamiche sociali sottese, è inevitabile che si incorra nel fraintendimento modernista. Bessièrè¹⁰ propone un superamento della dicotomia fra tradizione e modernità basato sull'introduzione di un terzo elemento: *l'heritage*, che definisce come interazione tra i due termini dell'opposizione una combinazione di conservazione e innovazione, una realtà dinamica in continua evoluzione che genera nuovi significati e quindi identità, risolvendo in sé i termini del dualismo. La tradizione è quindi individuata come continuità,

⁸ *Ibidem*.

⁹ Eckman, a proposito del revival di rievocazioni a carattere storico e culturale locale in Svezia, osserva come: «...even though these cultural manifestations differ in form and content as well as in the degree of authenticity and innovation they still emphasize local values and through repetition they establish link with an appropriate past». (A-K. EKMAN, «The Revival of Cultural Celebration in Regional Sweden. Aspects of Tradition and Transition», in *Sociologia Ruralis*, 39 (3) 1999, pp. 280-293). A proposito delle sagre organizzate negli Stati Uniti sul tema di determinati cibi, Lewis osserva che anche nel caso di celebrazioni «inventate»: «This fictively instigated social cohesion will actually remain in the community once the festival is over-to (again, hopefully) be ritualistically renewed the following year». (G.H. LEWIS, «Celebrating Asparagus: Community and the Rationally Constructed Food Festival», in *Journal of American culture*, 20 (4), pp. 73-78).

¹⁰ J. BESSIÈRE, «Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas», in *Sociologia Ruralis*, 38, (1), 1998, pp. 21-34.

permanenza, stabilità, riproduzione in opposizione alla modernità, che rappresenta il termine della frattura, del cambiamento, del dinamismo, della costruzione, della creazione. In linea con gli autori precedentemente citati ci pare di poter sostenere che una «pura tradizione» (ma anche una «pura modernità») così definite non esistono nella realtà sociale effettuale e che la tradizione non può che esistere nei termini che Bessière attribuisce all'*heritage*. Per Bessière:

«Heritage (along with traditional practice) is part of the present, and at the same time holds promises for the future; the problem of the past is a modern one».

Di più, l'*heritage* rappresenterebbe, sempre per questo autore, una riserva di significati per comprendere il mondo, per elaborare alterità e, conseguentemente, un'identità.

Turismo, dinamiche di comunità, *revival* rurale

«Tourism thus permits participation in consumption and celebration of a series of local rite, including numerous events set up to show off heritage riches, allowing the tourist social and cultural integration in the local group by absorbing and reproducing cultural codes. Gastronomy would be such a code».

Il turismo rurale si colloca nel solco della crescita di forme di turismo interessate alle tradizioni e alle diversità culturali¹¹, alle peculiarità culturali regionali e non ai classici luoghi della cultura¹². Rispetto al turismo di massa («moderno»), caratterizzato dall'esperienza turistica superficiale, dalla standardizzazione, il turismo «postmoderno» era già stato identificato da MacCannel¹³ all'inizio degli anni Settanta del secolo scorso con la ricerca di «autenticità» come reazione a uno stile di vita sempre più «artificiale».

Il successo del turismo rurale, che in seguito si è esteso e rafforzato, deve essere ricercato nell'impatto dei processi di modernizzazione e globalizzazione sulla società urbana. La ricerca di una identità, di una comunità, è da porre in connessione con la reazione alla crescente complessità del mondo moderno nel quale il legame sociale si indebolisce o si spezza, i rapporti sociali sono sempre più mediati e formali, i ruoli non sono più definiti e stabili. L'esigenza di punti di riferimento spazio-temporali, di continuità, di valori «autentici» è sempre più avvertita in relazione alla moltiplicazione delle immagini e di realtà virtuali, all'accelerazione del

¹¹ U. BERNARDI, V. FILIPPI, «Dal turismo ai turismi: trasformazioni sociali e sfide culturali», in *Aggiornamenti sociali*, (5), 2002, pp. 398-409.

¹² R. BACHLEINTER, A.H. ZINS, «Cultural Tourism in Rural Communities: The Residents' Perspective», in *J. Busn. Res.*, 44, 1999, pp. 199-209.

¹³ D. MACCANNEL, «Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourism Settings», in *American Sociological Review*, 79, 1973, pp. 589-603.

cambiamento di prospettive, certezze, valori, alla rapidità con cui i cicli delle mode e dell'innovazione tecnologica consumano il presente nella tensione, indotta artificialmente dal consumismo, tra nostalgia (surrogata) per passati immaginati e fantasie precorritrici del futuro¹⁴.

Uno degli aspetti dei processi di alienazione sociale che in tempi recenti ha ricevuto crescente attenzione, tanto da portare al riconoscimento delle problematiche dell'alimentazione quale primario terreno di scontro sociale e politico¹⁵, è quello dell'alienazione (o anomia) alimentare¹⁶. Il cibo offerto dal sistema agroindustriale è de-identificato ossia de-stagionalizzato, de-localizzato (ri-localizzato); le abitudini alimentari della sua assunzione sono de-strutturate (de-stabilizzate dal punto di vista di orari e frequenze), de-socializzate, de-ritualizzate¹⁷. I processi di trasformazione rendono sempre meno riconoscibile la natura del prodotto di partenza; le caratteristiche organolettiche del cibo sono sempre più «coperte» e quindi manipolabili, la distanza tra produttore agricolo e consumatore aumenta sempre più e viene compensata da meccanismi istituzionalizzati e impersonali di «garanzia di origine».

Il desiderio del ritorno a una alimentazione «naturale», legata al passato o comunque collegata a qualche tradizione, è l'inevitabile controtendenza all'anomia alimentare. Il mercato sa abilmente sfruttare questa tendenza presentando i prodotti di massa in modo da lasciar supporre una loro provenienza campagnola od offrendo la cucina del territorio in ristoranti ingiustificatamente costosi¹⁸. D'altra parte, il consumatore sta imparando a cercare rapporti diretti (di tipo tradizionale o innovativo)¹⁹ con i produttori agricoli «rurali» (ovvero non fagocitati all'interno delle filiere agroindustriali e dei corrispondenti sistemi di relazioni sociali verticali). Non deve meravigliare in questo contesto come una delle motivazioni principali del turismo rurale sia rappresentata dal consumare i prodotti rurali sul luogo di produzione, sia acquistandoli direttamente in azienda, che degustandoli presso osterie e ristoranti di campagna o presso le feste o sagre che celebrano il cibo e la gastronomia locali.

¹⁴ A. APPADURAI, *Modernità in polvere*, Roma, 2001.

¹⁵ Cfr. anche per i riferimenti bibliografici, M. CORTI, «Contadini e allevatori del Nord nelle transizioni rurali del XIX e XX secolo», in *SM Annali di San Michele*, 18/2005 «Contadini del Sud contadini del Nord. Studi e documenti sul mondo contadini in Italia a 50 anni dalla morte di Rocco Scotellaro», Atti di SPEA8 (Seminario Permanente di Etnografia Alpina - 8° ciclo), 2003, pp. 135-174.

¹⁶ Fischler ha proposto, sulla scorta del concetto durkheimiano di «anomìa», il neologismo «gastro-anomia» (C. FISCHLER, «Gastro-nomie et gastro-anomie», in *Communication*, 31, pp. 189-210).

¹⁷ N. HERPIN, «Le repas come institution», in *Revue Française de Sociologie*, 29 (3), 1988, pp. 503-521; J.P. POULAIN, *Sociologies de l'alimentation. Les mangeurs et l'espace social alimentaire*, Paris, 2005, (cap. 3).

¹⁸ J. BESSIÈRE, op. cit.

¹⁹ Cfr. le nostre note sulla «creatività commerciale» (M. CORTI, 2005, op. cit.).

L'importanza simbolica e culturale di queste pratiche di consumo e di partecipazione a eventi sul tema del cibo e della gastronomia rurali, è stata sottolineata da Bessièrè, che coglie in esse il desiderio di integrazione in una realtà sociale opposta a quella dell'industria alimentare e ad appropriarsi, sia pure in modo effimero, di un'identità rurale²⁰. La domanda, le aspettative del turista/consumatore nei confronti della dimensione rurale (gastronomica e non) hanno pertanto alla base i seguenti bisogni: integrazione in riti e significati, re-identificazione, ricerca di autenticità.

A questo punto è lecito chiedersi chi, perché e come può sviluppare un'offerta in grado di corrispondere a questi bisogni e cercare di capire su quale terreno e con quali conseguenze queste domande e le rispettive offerte si possano incontrare.

Per soddisfare questi quesiti va considerata una fondamentale premessa: in parallelo con l'alienazione urbana e, in particolare, con il suo corollario dell'alienazione alimentare, si è sviluppata una forma di alienazione rurale che è diretta conseguenza dei processi di industrializzazione della produzione agroalimentare e sulla quale ci soffermeremo maggiormente.

Alienazione rurale

«Campagne senza agricoltura e agricoltura senza campagne»²¹: in questa espressione si può condensare il senso di un processo di concentrazione e specializzazione della produzione agricola e alimentare che si è fisicamente allontanata da molte aree rurali nelle quali, in ragione della diversa prossimità a centri urbani e/o turistici, si sono innescati fenomeni di marginalizzazione (sino allo spopolamento) o, all'opposto, di un neo-ruralismo a matrice residenziale e ricreativa. Entrambe le tendenze sono tali da determinare fenomeni di grave perdita di identità sociale e territoriale²². Le attività agrozootecniche residue in molte aree rurali hanno peraltro subito processi di modernizzazione e di integrazione subalterna, che hanno trasformato il produttore in un trasformatore di materie prime acquistate dall'industria (pesticidi, carburanti, mangimi, farmaci, integratori alimentari) e in un venditore di una sola materia prima destinata alla trasformazione industriale, ceduta alle condizioni imposte da un mercato

²⁰ «By eating a so-called natural or traditional product, the eater seems to incorporate, in addition to nutritional and psychosensorial characteristics of the food, certain symbolic characteristics: one appropriates and embodies the nature, culture and identity of an area. It also represents integration into a social world as opposed to the universe of industrialized food. Eating farm-fresh products, for example, may represent for the urban tourist not only a biological quality, but also a short-lived appropriation of a rural identity. He symbolically integrates a forgotten culture». J. BESSIÈRE, op. cit.

²¹ C. F. CASSOLA, *Storia delle campagne padane dall'Ottocento a oggi*, Milano, 1996, Introduzione.

²² M. CORTI, 2005, op. cit.

SM22/2009

globalizzato in cui il prezzo di un prodotto divenuto *commodity*, come il latte conferito alle centrali di raccolta dallo stesso allevatore alpino, è legato alle condizioni climatiche che si registrano in lontane parti del mondo²³. Questi processi determinano fatti rilevanti per la nostra analisi del significato delle manifestazioni di celebrazione della vita rurale e, nella fattispecie, di quelle legate al ciclo della produzione zootecnica alpina. Un primo aspetto da considerare è costituito dalla perdita della dimensione comunitaria della produzione agrozootecnica intesa come processo ecologico e sociale di interscambio fisico e sociale tra la comunità insediata e le proprie risorse territoriali. I produttori agricoli hanno progressivamente rescisso le reti orizzontali locali di solidarietà e sono risultati incapsulati in filiere verticali, dominate dall'industria e dalla tecnoburocrazia²⁴. La sorte delle latterie sociali (già turnarie) di villaggio (che hanno costituito un importante fattore di aggregazione sociale oltre che economica in molte comunità alpine) è a questo proposito emblematica e, non a caso, emergerà anche nel contesto della nostra analisi degli eventi celebrativi della vita rurale: sotto la spinta degli allevatori più grandi – indotti da varie pressioni da parte del *milieu* corporativo a conferire il latte agli impianti di trasformazione industriale – le latterie di villaggio sono state chiuse o, in alcuni casi, «colonizzate» dai caseifici industriali²⁵.

D'altra parte, quella che era in passato una gestione comunitativa delle risorse dei pascoli e degli alpeggi²⁶, si è trasformata in una gestione imprenditoriale da parte delle poche aziende zootecniche rimaste attive, come conseguenza dell'applicazione di politiche produttivistiche e di una miope riduzione dell'attività agricola a fatto monofunzionale, economicistico, aziendalistico, del tutto indifferente non solo alle funzioni di produzione di significati sociali e simbolici (sarebbe chiedere troppo!), ma, molto matericamente, anche alle funzioni di accudimento del territorio. Sulla base delle mere considerazioni di profitto aziendale, una volta che l'unità di produzione è integrata in una filiera industriale in stretta relazione con il mercato globale, diventa inevitabile la scelta di acquistare il foraggio sul mercato e di sfalciare solo quei prati dove risulta possibile la completa meccanizzazione delle operazioni colturali. La conseguenza è un territorio soggetto all'«inselvaticimento» nell'impotenza di una comunità che vede il suo stesso spazio fisico modificarsi e restringersi

²³ È il caso dell'andamento congiunturale del prezzo del latte nel 2007 influenzato dalla siccità in Australia con la conseguente riduzione delle forniture alle industrie di produzione del latte in polvere europee.

²⁴ M. CORTI, 2005, op. cit.

²⁵ ANONIMO, «Il formaggio raro dei maggenghi», in *Cheese Time*, anno 4, n. 6/2007, p. 6; F. GUSMEROLI, «Le latterie di Valtellina si rinnovano», in *Cheese Time*, anno 4, n. 6/2007, p. 6.

²⁶ M. CORTI, «Süssura de l aalp. Il sistema dell'alpeggio nelle Alpi lombarde», in *SM Annali di San Michele*, 17/2004 «Il destino delle malghe. Trasformazioni nello spazio alpino e scenari futuribili di un sistema di consuetudini d'alpeggio», Atti di SPEA7.1 (Seminaro Permanente di Etnografia Alpina - 7° ciclo), 2002, pp. 31-155.

in stridente contrasto con un passato in cui le attività agrosilvopastorali se da una parte consentivano – a costo di fatiche oggi impensabili – alimenti e altri mezzi materiali di sostentamento, dall'altra strutturavano e davano un senso allo spazio fisico e sociale in una densa produzione di significati. Oggi la possibilità di operare un controllo su questo spazio risulta demandata a pochi soggetti privati, condizionati da esigenze di profitto (gli «imprenditori agricoli a titolo principale»), o alle «istituzioni», condizionate da meccanismi che comportano costi elevatissimi per operare quegli interventi un tempo garantiti dalla capillare e continua opera di manutenzione esercitata dai contadini sui fondi privati ma anche a favore dei beni e delle infrastrutture di interesse comunitario.

Tutto ciò comporta una grave perdita in termini di produzione di significati legati allo spazio della costruzione del senso di appartenenza e della località.

Al di là di questi aspetti legati al «divorzio tra agricoltura e rurale»²⁷, l'alienazione rurale assume anche altre forme: impiegati in attività industriali, nei servizi, nel turismo – spesso in centri più o meno distanti dalla località di residenza –, i membri della comunità non sono più uniti da quegli interessi e sentimenti comuni che, in passato, erano assicurati dall'esercizio da parte di ognuno, dell'attività agrosilvopastorale. Quest'ultima, infatti, presupponeva condizioni ed esperienze comuni, quando non l'esigenza di forme di aiuto reciproco e di cooperazione che i membri delle comunità alpine ex-rurali sentono il bisogno di celebrare nel presente alla ricerca di nuovi elementi di identità e solidarietà²⁸.

Per le piccole comunità «tagliate fuori» dallo sviluppo industriale e turistico, ma anche per la popolazione locale di centri «sviluppati», che hanno visto modificata profondamente la propria identità a seguito della presenza di lavoratori immigrati («nuovi venuti» in fuga dalla realtà urbana, turisti che occupano le «seconde case»), l'esigenza di riaffermare e rielaborare – attraverso la memoria del passato della comunità – una propria nuova riconoscibile identità, appare un bisogno fortemente sentito. In funzione della condizione specifica della comunità, l'alienazione rurale determina una serie di esigenze: riproduzione di memoria sociale e di senso di condivisione; mobilitazione di energie al di fuori di una *routine* caratterizzata dall'impoverimento di interessi sociali e/o dalla loro focalizzazione al di fuori dell'ambito della comunità; affermazione di alterità e di identità; ri-vitalizzazione culturale ed economica. Da questi bisogni, non solo in contraddizione con il turismo, ma, anzi, proprio dall'incontro tra le esigenze indotte dall'alienazione urbana e da quella rurale, possono scaturire innovazioni, iniziative, soluzioni positive.

²⁷ C. BARBERIS, «Il divorzio della campagna dall'agricoltura», in *Rivista di sociologia*, 10, 1972, pp. 95-108.

²⁸ P. HEADY, *Il popolo duro. Rivalità. Empatia e struttura sociale in una valle alpina*, Udine, 2001, pp. 191-195.

Il successo economico dell'offerta di eventi rievocativi della vita rurale tradizionale, quali prodotti turistici, non risulta in contrasto con le finalità culturali e identitarie²⁹. Il mantenimento di legami comunitari e dell'orgoglio per il proprio patrimonio culturale rappresentano, anzi, una premessa importante affinché i residenti siano coinvolti in modo attivo nella programmazione e nella realizzazione di iniziative di turismo rurale culturale³⁰. Queste ultime possono, a loro volta, contribuire a rinsaldare ulteriormente l'identità locale in un processo di rinforzo reciproco³¹. Bessièrè sostiene che si verifica convergenza tra il processo di costruzione esterna di tipo turistico (valori inerenti al viaggiare e alla «ricerca turistica da un punto di vista simbolico e mitico») e il processo di costruzione interna dell'*heritage* e mette in evidenza come le tradizioni gastronomiche rurali traggono nuova vitalità e ispirazione dalle contraddizioni e dalle crisi della vita metropolitana e arriva a concludere che «*in some rural areas, city dwellers develop heritage consciousness*»³². Il turista non gioca solo un indispensabile ruolo economico, ma svolge anche un ruolo importante nel processo culturale di ri-costruzione di una memoria identitaria. Rappresenta un pubblico, il recettore di una rappresentazione del rurale che si rafforza nell'interazione con un destinatario che mostra di apprezzarla e di dividerla. Ekman³³ nota come le manifestazioni di *revival* culturale locale rappresentino al tempo stesso una ricerca di identità, una forma di promozione turistica e una mobilitazione a favore dello sviluppo economico e sottolinea come gli elementi di rafforzamento dell'identità locale risultino inestricabilmente connessi con la rivitalizzazione economica, comportando effetti positivi specie per le località svantaggiate. Anche se, come nota la Ekman, gli eventi rievocativi possono assumere significato diverso per le diverse categorie di partecipanti (turisti e «nuovi venuti» da una parte, elemento locale dall'altra)³⁴, è importante il ruolo che i «nuovi venuti» svolgono quali volontari nell'organizzazione degli eventi a fianco dell'elemento locale. Nel mentre gli eventi rievocativi

²⁹ K. BRES, J. DAVIS, «Celebrating group and place identity», in *Tourism Geographies*, 3, (3), 2001, pp. 326-337.

³⁰ S. LANKFORD, «Attitudes and Perceptions toward Tourism and Rural Regional Development», in *Journal of Travel Research*, 32, (3), 2004, pp. 35-43.

³¹ Riferendosi alle feste sul tema di particolari cibi organizzate negli Stati Uniti, Lewis osserva come «*Spawned by the desire of communities to put themselves on the map, creating positive images and symbols for themselves (which in turn, generates spirit as well as attracting tourists and business interests)*». G.H. LEWIS, op. cit.

³² J. BRASSIÈRE, op. cit.

³³ A-K. EKMAN, op. cit.

³⁴ «*Local history festivals mean different things to different people. The tourist or the incomer may have an interest in antiques and in learning old techniques, while to the locals these are familiar things and they experience the festival more in terms of social contexts and continuity*». *Ibidem*.

mantengono o rafforzano il carattere distintivo della località rispetto ad altre, ripristinando anche – sul piano culturale – vecchi confini amministrativi³⁵, esse all'interno assumono un ruolo di rafforzamento del senso di appartenenza attraverso il ruolo di accettazione e inclusione sociale di nuovi gruppi. Questo aspetto, ovvero le relazioni tra gruppi sociali, ha implicazioni tutt'altro che banali: l'organizzazione di eventi celebrativi della memoria locale può risolvere problemi di conflittualità potenziale o effettiva tra i locali, i «nuovi venuti» e i turisti.

La rappresentazione contesa del rurale

Il sottolineare le implicazioni sociali positive dell'incontro tra le esigenze del turismo rurale alla ricerca di «autenticità» e le dinamiche di re-identificazione e mobilitazione delle comunità locali, non significa ignorare che, molto spesso, i bisogni alla base del *revival* rurale trovano risposte surrogatorie, mistificate, che implicano nuove forme di mercificazione e consumismo e la legittimazione di quel sistema di produzione e consumo che è all'origine dei fenomeni stessi di alienazione urbana e rurale. Uno degli aspetti che tendono a «corrompere» il carattere autentico delle manifestazioni legate al cibo e ad altri aspetti della vita rurale e della festività tradizionale, è legato alla tendenza all'imitazione di formule «di tendenza» che hanno incontrato il favore del pubblico³⁶ o che sfruttano più o meno consapevolmente il modello mitico della celebrazione comunitaria per finalità meramente commerciali o promozionali³⁷. Trapiantate in un diverso contesto culturale le iniziative realizzate per puro spirito imitativo, ottenute senza preoccupazioni di approfondimento e di coerenza culturali, con scarso coinvolgimento della comunità e dei gruppi locali, possono determinare impatti sociali e culturali negativi fino a sviluppare la percezione della mercificazione e dell'esproprio della propria cultura

³⁵ *Ibidem*.

³⁶ «All too often, the images and traditions created are imitative and shallow. In the end, the "authentic" tradition of one community may be, for all cultural intents and purposes, much like any other-as interchangeable as local malls and fast food outlets». G.H. LEWIS, op. cit. «Some heritage or tradition may be misunderstood, misrepresented or may even be considered genuine inherited, when they are in fact recent artificial constructions void of any historical substance. Such "folklore" products may become a form of escape therapy, and may have a dimension especially created for one particular occasion», J. BESSIÈRE, op. cit.

³⁷ «Festivals of this type are "invented" usually by groups who have an economic interest in generating business and public relations in an area, and can be viewed as using a fictive altruistic and mythic model of community celebration as their rationale, while at the same time being centrally focused on attracting attention and dollars to particular communities and groups». G.H. LEWIS, op. cit. Il carattere fittizio di queste manifestazioni emerge con evidenza nei tentativi di trapiantare in ambito urbano il modello della sagra paesana promossi da associazioni di quartiere o da associazioni di commercianti di determinate zone cittadine. L'utilizzo di alcuni elementi esteriori non basta a «scaldare» il clima di questi eventi ma è significativo di un certo ribaltamento di valori tra la campagna e la città, che accoglie al suo interno forme culturali provenienti dalla, fino a ieri, disprezzata «campagna».

e quindi indurre nuove diffidenze da parte di una comunità locale che rischia di chiudersi ancora più in se stessa e nella passività.

La rappresentazione del rurale è oggi contrassegnata da conflitti simbolici che vedono impegnate le comunità e i produttori rurali da una parte, gli apparati industriali e tecnoburocratici dall'altra. Costruire una rappresentazione sociale significa far interagire esperienze personali e convinzioni che, veicolate dalla letteratura, dai media, dallo stato, dalla famiglia, dagli amici, dalle istituzioni, assumono il carattere di un portato tradizionale³⁸. La tradizione, che si conferma quale costruzione definita nel presente (e in funzione del futuro) è quindi un elemento chiave per l'affermazione di opposte visioni del rurale. La strategia iconografica dell'industria sottolinea l'aspetto folkloristico, stereotipato, decontestualizzato della tradizione in perfetta corrispondenza con l'ideologia modernista, che vede in essa qualcosa appartenente al passato, finito «inevitabilmente» per sempre.

Il richiamo al passato serve quale richiamo emotivo per il consumatore sollecitato dall'immagine dell'idillio alpestre, mentre sul piano razionale l'industria si presenta come l'erede legittima di questo passato attraverso una spregiudicata operazione di «esproprio della memoria», che trova la sua espressione nel paradigma del «Mulino Bianco»: l'idillio rurale commodificato.

Quanto più la produzione alimentare si separa dalla realtà rurale e assume il carattere di complessi processi tecnologici, quanto più l'immagine del *food system* è associata a devastanti impatti ambientali³⁹, agli scandali alimentari, all'evidenza della sofferenza animale insita nei sistemi intensivi di allevamento⁴⁰, tanto più il sistema agroindustriale stesso ricorre a strategie di *re-imagining*⁴¹. L'esibizione accattivante di animali, bidoni di latte, vecchi attrezzi agricoli, ragazze in costume rappresenta il tentativo ricollocare in una dimensione «rurale» (meglio se aspatial e atemporale) un sistema agroindustriale che, come abbiamo già avuto modo di osservare, ha da tempo divorziato storicamente e fisicamente dal rurale⁴².

Questa rappresentazione sociale del rurale, funzionale alle strategie

³⁸ K.H. HALFACREE, «Locality and social representation: space, discourse and alternative definitions of the rural», in *Journal of Rural Studies*, 9 (1), 1993, pp. 23-37.

³⁹ H. STEINFELD (a cura di), *Livestock's Long Shadow: environmental issues and options*, Food and Agriculture Organization of the United Nations, Roma, 2006.

⁴⁰ Cfr. la documentazione video sui maltrattamenti inflitti alle vacche da latte prodotta dalla Lav (Lega antivivisezione) negli allevamenti e nei macelli della Lombardia e dell'Emilia-Romagna alla fine del 2006 e riportata da diversi media.

⁴¹ «The image thus created of farming tends to collude in the reproduction of a perspective that "forgets" particular issues (including slaughter, but also aspects of intensive livestock production), and instead tends to associate farming with spectacular or appealing live animals, a sensual experience of food and the farmed landscape, and conservation practices». L. HOLLOWAY, op. cit.

⁴² «Social representation of agriculture tend to locate that shere of activity in simultaneous representations of rurality, so that attempts to re-image agriculture simultaneously implicate particular social representations of rurality». *Ibidem*.

di legittimazione dell'agroindustria, è ovviamente contestata dai produttori rurali, in modo tanto più vivace quanto più questi ultimi, oggi, non rappresentano un «residuo» di un settore di piccola produzione agricola destinato alla scomparsa ma, al contrario, un'avanguardia di aziende che hanno deciso di percorrere una traiettoria diversa da quella della specializzazione e dell'espansione della scala produttiva (con l'inevitabile corollario della subordinazione alle filiere industriali). Oggi i produttori rurali puntano sulla «filiera corta» (con l'esempio emblematico della distribuzione automatica del latte crudo sfuso⁴³), sulla differenziazione produttiva, sulla reintegrazione nell'unità di produzione agricola dei processi di trasformazione e preparazione alimentare, sulla multifunzionalità (offerta di servizi didattici, educativi); tutti aspetti che implicano l'intreccio di multiformi relazioni economiche, sociali e culturali con il consumatore (residente o turista) e la ri-produzione di valori sociali e simbolici. Quelle che l'agroindustria utilizza come icone nella rappresentazione strumentale di una ruralità idealizzata da «natura morta», per i produttori rurali costituiscono, oltre che degli strumenti di lavoro, dei simboli viventi di una reale continuità con il saper fare tradizionale, nel solco di una produzione che si qualifica per il contenuto di manualità, assenza di standardizzazione, artigianalità. La contesa intorno a questi simboli è aspra, in quanto la legittimazione che può conseguire per uno dei due campi contrapposti dall'affermazione della propria rappresentazione del rurale, comporta inevitabilmente la delegittimazione dell'altro campo⁴⁴. Anche considerando che la diversa qualità organolettica dei prodotti rurali può rappresentare un termine di paragone non favorevole per la produzione industriale⁴⁵, risulterebbe incomprensibile la

⁴³ M. CORTI, «Avanti col crudo», in *Caseus*, n. 3, 2007, pp. 6-7.

⁴⁴ Tra i produttori rurali dell'Associazione produttori Valli del Bitto (noti come i «ribelli del Bitto») e il CTCB (Consorzio di Tutela Casera e Bitto – i formaggi Dop della Provincia di Sondrio –) è da anni in corso quella che è stata definita la «guerra del Bitto», che ha trovato eco sulla stampa nazionale e persino sui media di altri paesi europei (T. SANTAGOSTINO, *Antropologia della tipicità. Il caso del Bitto della Valtellina*, Elaborato finale. Corso di Laurea in Scienze Umane dell'Ambiente e del Paesaggio, Università degli Studi di Milano, aa. 2005/2006, Relatore Prof. S. Allovio). Uno degli elementi della battaglia simbolica tra questi soggetti è rappresentato dal *calec*, la capanna casearia, costituita da un recinto di muretto a secco sormontato da un semplice telone impermeabile, dove tutt'ora – in parecchi casi – si lavora il latte per la produzione del formaggio Bitto. Se da una parte gli esponenti «modernisti» del CTCB esibiscono il *calec* come icona ricostruendolo nell'ambito delle manifestazioni fieristiche e, in forma museificata, all'interno dei maxi-agriturismi di alcune delle più grandi aziende zootecniche del fondovalle valtellinese, dall'altra essi considerano il suo utilizzo incompatibile con i presupposti di una produzione igienica, qualificando come «trogloditi» coloro che «insistono» a utilizzarlo (M. CORTI, «Bitto: una storia esemplare una questione aperta», in *Caseus*, n. 3, a. 2006, pp. 20-39). Nelle ultime stagioni d'alpeggio, e ancor più in quella in corso [2007], non solo l'uso del *calec* è stato ripristinato in alcuni alpeggi «ribelli», ma anche in un alpeggio-agriturismo gestito dal più grande caseificio sociale valtellinese (con un ruolo chiave nel CTCB), che lo utilizza come «vetrina».

⁴⁵ Quest'ultima, anche quando presentata come «tipica» attraverso l'uso di denominazioni tradizionali (forma concreta di esproprio della tradizione), è caratterizzata da prodotti con

SM22/2009

preoccupazione dei grandi caseifici industriali per l'affermazione di una determinata visione di «tipicità» se non la si colloca all'interno del conflitto simbolico che abbiamo delineato.

Lo studio empirico: i casi e la metodologia

Nell'ambito del *revival* delle celebrazioni della vita rurale alpina abbiamo circoscritto la scelta dei casi di studio oggetto di indagine empirica a una valle alpina, la Valtellina, includendo però un evento particolare al di fuori di quest'area. Quanto al tema delle celebrazioni – indipendentemente dalla connessione più o meno superficiale con il reale contenuto di esse –, si sono considerati i richiami ai cicli del fieno e della transumanza, alla base delle condizioni di riproduzione fisica e del legame sociale delle comunità alpine e fondamentale scansione del tempo annuale⁴⁶. Delle quattro manifestazioni prese in esame, solo una, la *Sagra del pradèir* di Piatta di Valdisotto, in provincia di Sondrio, ha all'attivo diverse edizioni, le altre sono molto recenti, dal momento che la loro prima edizione risale al 2005 o 2006.

Evento (denominazione)	Località	Prima edizione	Data di svolgimento
<i>Sagra del pradèir</i>	Piatta di Valdisotto (alta Valtellina - So)	2000	30.7.2006/ 29.7.2007
<i>Transumanza</i>	Aprica (Valtellina - So)	2005	2.9.2006
<i>Festa del fieno</i>	Livigno (alta Valtellina - So)	2006	8.8.2006
<i>Transumanza dei bergamini</i>	Abbiategrosso (valle del Ticino - Mi)	2005	15.10.2005 ⁴⁷

caratteristiche poco marcate in relazione ai processi di termizzazione del latte (di varie e variabili provenienze), all'impiego delle medesime attrezzature, dei medesimi innesti di fermenti selezionati (o comunque da pochi tipi sempre uguali a se stessi e della medesima provenienza industriale). Il consumatore «moderno» tende a prediligere questo tipo di prodotti dai gusti appiattiti, dolci, di poco impegno gustativo; si tratta di preferenze dettate dai mutamenti degli stili di vita e di consumo, ma spesso dipendono dal fatto che le sue esperienze di consumo sono chiuse all'interno della gamma di prodotti industriali e non ha avuto la possibilità di confronti con prodotti artigianali. Questo processo di costruzione delle preferenze del consumatore, in funzione delle esigenze del *food system*, è ravvisabile nella crescente preferenza per la frutta immatura, la carne non frollata, a tutto detrimento delle qualità organolettiche e nutrizionali di questi prodotti. Le esperienze gustative «diverse» possono ribaltare questa struttura di preferenze, come appare evidente nel caso del latte crudo. Il successo della vendita del latte crudo, non pastorizzato, non omogeneizzato, non scremato (il latte definito in modo mistificatorio «intero» dalla normativa vigente subisce una parziale scrematura del quantitativo di grasso eccedente il tenore minimo imposto dalla normativa stessa) è in larga misura legato al gusto «pieno» del latte non privato del suo contenuto lipidico.

⁴⁶ È significativo, a questo proposito, un proverbio inciso su una trave lignea di una delle più antiche dimore rurali di Bormio: *Agn de nef, agn de fen, agn de ben* (annata nevoa, annata di fieno, annata di abbondanza).

⁴⁷ La manifestazione si è svolta anche nell'ottobre del 2006.

I metodi di ricerca impiegati sono stati di tipo qualitativo. La *Sagra del pradèir* è stata oggetto di osservazione partecipata da parte dell'autore⁴⁸, che ha avuto la possibilità di eseguire riprese fotografiche, fare brevi interviste non strutturate, redigere note di campo (edizione del 2007) mentre, in occasione dell'edizione precedente, aveva avuto la possibilità di somministrare una lunga intervista non strutturata a Duilio Tagliaferri (organizzatore dell'evento e animatore del Gruppo tradizionale Sant'Anna di Piatta) nonché di effettuare una sequenza di riprese fotografiche a dei vari aspetti in cui si articola l'evento e di acquisire materiale a stampa. Nel caso della *Transumanza* dell'Aprica la breve durata delle azioni costitutive dell'evento ha consentito l'osservazione diretta da parte dell'autore di tutte le fasi del medesimo, con esecuzione di riprese fotografiche, registrazione sonora di conversazioni e commenti di organizzatori e spettatori, in parte stimolati da domande dell'autore. Per le altre manifestazioni non è stato possibile effettuare osservazioni partecipate; sono state peraltro analizzate riprese fotografiche fornite dagli organizzatori (Livigno) o eseguite appositamente da un collaboratore (Abbiategrasso) e sono state eseguite brevi interviste telefoniche con gli organizzatori o testimoni privilegiati. In tutti i casi sono stati analizzati i materiali testuali ricavati da pagine internet, *dépliant*, locandine, menù.

La Sagra del pradèir di Piatta di Valdisotto

«Con le nostre attività sosteniamo la latteria turnaria del paese...»⁴⁹.

«Da come la gente pratica lo sfalcio, risulta chiaramente che non è solo un modo per ottenere fieno, ma anche un modo per imporre l'ordine»⁵⁰.

La *Sagra del pradèir* di Piatta, giunta alla settima edizione, appartiene a pieno titolo alle manifestazioni di celebrazione dell'*heritage* della comunità locale. Si tratta di un evento altamente strutturato, frutto di un lungo, appassionato, impegnativo lavoro di preparazione, che mobilita una significativa componente della piccola comunità di Piatta, una frazione del Comune di Valdisotto a 2 km dal centro di Bormio.

«Su 500 abitanti a Natale per le rievocazioni partecipano più della metà, 70 partecipano alle diverse iniziative»⁵¹.

Come sottolineato da tutti gli intervistati, i giovani del paese contribuiscono attivamente a fianco degli anziani. La storia del Gruppo tra-

⁴⁸ Che, nel caso della *Sagra del pradèir*, è stato (immeritamento) cooptato nella giuria della *gara de la seganda* (prova di falciatura); la partecipazione all'evento ha riguardato le fasi salienti: dalla fine della mattinata a tutto il pomeriggio.

⁴⁹ Intervista dell'autore a Duilio Tagliaferri (di seguito D.T.), organizzatore della *Sagra del pradèir*.

⁵⁰ D. HEADY, op. cit., p. 163.

⁵¹ Intervista dell'autore a D.T.

SM22/2009

dizionale Sant'Anna di Piatta, sorto a seguito del successo del «presepio vivente» del 1999, costituisce un interessante esempio di combinazione tra spontaneità e riflessività, di partecipazione volontaria entusiastica e di lucido perseguimento di finalità strategiche. «Ci teniamo a essere un gruppo tradizionale, non un gruppo folkloristico» tiene a precisare il fondatore e animatore del Gruppo, Duilio Tagliaferri, che aggiunge anche che il Gruppo, nonostante la partecipazione a importanti eventi in varie parti della Lombardia, i riconoscimenti ricevuti in ambito locale e regionale, l'organizzazione di attività didattiche sui temi della vita rurale tradizionale nelle scuole medie della zona, abbia mantenuto un carattere informale, di aggregazione in ambito parrocchiale, tanto da non tenere una contabilità autonoma rispetto alla parrocchia stessa. Il legame con la parrocchia e con le espressioni della religiosità popolare emerge anche nella coincidenza della *Sagra del pradèir* con la festa patronale di Sant'Anna. Ciò consente già due importanti osservazioni: come ogni nuova forma di ritualizzazione la *Sagra del pradèir* trae legittimazione e capacità di coinvolgimento dei partecipanti dal collegamento con provviste simboliche e forme rituali precedenti; lo stretto legame tra l'organizzazione della festa e la parrocchia è la diretta conseguenza dell'importanza della parrocchia quale elemento di identificazione per una piccola comunità fisicamente prossima a centri di ben maggiori dimensioni, dove gravitano inevitabilmente gli interessi sociali degli abitanti in condizione lavorativa o scolastica.

Un altro aspetto che contraddistingue l'attività del Gruppo tradizionale di Piatta è il suo impegno in un ciclo annuale di attività rievocative⁵² che impegnano in modo continuativo i partecipanti in diverse attività di preparazione degli eventi stessi. Il Gruppo, infatti, non si limita a esibire vecchi attrezzi o costumi, ma è impegnato nella loro riparazione e allestimento ex-novo e, fatto significativo per la connessione con la pratica agricola, l'esigenza di rievocazione degli «antichi mestieri» ha portato a intraprendere (sia pure su piccolissima scala) coltivazioni di lino, segale e *duméga* (un tipo di orzo). Nell'ambito del Gruppo si pratica la tessitura (con telaio di legno) di lino e lana. Un aspetto dell'attività del Gruppo chiarisce il senso del rapporto tra la *Sagra del pradèir* e altre manifestazioni che vedono la partecipazione dei componenti del gruppo stesso⁵³.

⁵² Oltre alle rievocazioni natalizie, un altro evento celebrativo è rappresentato dalla «Giornata del pastorello».

⁵³ Si tratta di occasioni etichettate come «serata contadina», «mestieri in piazza», finalizzate ad animare le strade e le piazze del grosso centro turistico di Bormio durante la stagione estiva. Anche se in questi eventi non è estranea una componente educativa e di autorappresentazione, prevale, almeno dal punto di vista dei promotori, la finalità spettacolare e folkloristica. È un esempio della polivalenza di significati simbolici, che è spesso associata alle azioni ritualizzate e che ne rappresenta al tempo stesso un elemento di attrazione e di ambiguità.

«Partecipiamo alle “iniziative turistiche” in piazza a Bormio organizzate da albergatori e Azienda di promozione turistica per finanziare la promozione della “nostra” manifestazione»⁵⁴.

La distinzione tra le due categorie di eventi, almeno nella rappresentazione soggettiva di un protagonista, non potrebbe essere più netta. Un elemento chiave per comprendere il significato della *Sagra del pradèir* (nel contesto dell’attività del Gruppo tradizionale) è la connessione che gli organizzatori intendono stabilire con il presente e il futuro della comunità, specie in relazione al mantenimento e al rilancio delle attività agricole («Con le nostre attività sosteniamo la latteria turnaria del paese...»⁵⁵). Come vedremo, su questo punto la visione degli organizzatori diverge da quella degli amministratori pubblici che – pur sostenendo la sagra, e magari partecipandovi in prima persona – non colgono il valore dell’azione culturale di valorizzazione dell’*heritage* quale «anticipo di futuro» e, comunque, quale stimolo alla soluzione dei problemi attuali della comunità e dello spazio territoriale che ne rappresenta una componente inscindibile. Come abbiamo già avuto modo di osservare, una visione settoriale produttivistica che ha largamente sottovalutato le valenze socio-territoriali connesse all’esercizio delle attività zococasearie in area alpina, ha promosso la chiusura delle latterie di paese in nome di motivazioni di razionalizzazione produttiva e commerciale (oggi largamente rimesse in discussione) con il risultato di disperdere un patrimonio di strutture ed esperienze di aggregazione e di solidarietà comunitarie⁵⁶. Le discussioni sul tema delle latterie di paese, oggetto in molte località valtellinesi e sparse per le Alpi di vivace contrasto politico, trovano riflesso nell’attività del Gruppo tradizionale di Piatta, fornendo un’ulteriore prova che la dimensione della celebrazione del patrimonio culturale e della vita rurale tradizionali si intreccia con la dimensione del presente, con il conflitto tra diverse visioni e modelli di sviluppo economico e sociale che si condensano intorno alle questioni del cibo «di una volta» e della produzione alimentare locale:

«A Valfurva (comune limitrofo) abbiamo organizzato nella latteria una cena del gruppo con degustazioni dei prodotti “di una volta”. Il Sindaco si è inc... ato perchè in questo modo abbiamo riacceso il problema della latteria»⁵⁷.

Collocato sullo sfondo dell’attività del Gruppo tradizionale, lo svolgimento della *Sagra del pradèir* risulta così comprensibile nel suo carattere di evento corale che coinvolge le persone, gli spazi edificati del paese, il

⁵⁴ Intervista a D.T.

⁵⁵ *Ibidem*.

⁵⁶ Che oggi con il ritorno alle filiere corte e alle forme di associazione tra produttori e consumatori torna a rivestire un forte valore.

⁵⁷ Intervista a D.T.

suo spazio esterno, rappresentato dai prati. Uno svolgimento complesso, che comprende diversi eventi di contorno che non devono oscurare il tema centrale, ma ne sottolineano l'importanza, oltre che servire a trattenere più visitatori per più tempo⁵⁸. Nel caso della *Sagra del pradèir* gli elementi di «contorno» comprendono il fondamentale aspetto dei riti alimentari collettivi, un aspetto centrale in tutte le manifestazioni del genere, grazie all'atmosfera conviviale informale che essi sono in grado di suscitare nei partecipanti. È evidente, la preoccupazione di marcare la differenza tra la *Sagra del pradèir* e le mille sagre che vengono organizzate sul tema dei prodotti «tipici». I diversi «appuntamenti» gastronomici della giornata rimandano tutti al tema centrale della celebrazione: il taglio e la raccolta del fieno. Si inizia alle 6.30 con la *colazione del pradèir* (con degustazione della *rosumada*, a base di uova sbattute) per arrivare alle 12.00 (*de mesdi inànz* [da mezzogiorno in poi]) al *pranzo del pradèir* («a tavola nel periodo della fienagione tra sapori riscoperti nella memoria e nella tradizione»)⁵⁹ e si continua alle 16.30 con la *merenda nel mondo alpino*⁶⁰, per finire alle 20.00 con la *cena della reštelögna* (donna addetta a radunare il fieno con il rastrello)⁶¹. La manifestazione, che con buona ragione, viene definita «Giornata gastronomica e culturale», non perde occasioni per sottolineare la distanza con le sagre a pura base gastronomica e per rimarcare con puntiglio la coerenza culturale dei suoi contenuti. Il menù del pranzo⁶² rappresenta un esercizio di filologia gastronomica con manifesti intenti pedagogici volti a marcare le differenze linguistiche entro le stesse comunità della valle nonché al recupero all'uso corrente di elementi lessicali a rischio di scomparsa come conseguenza dell'affermazione di una *koinè* locale⁶³. Sempre sul piano della trasmissione dei

⁵⁸ G.H. Lewis, op. cit.

⁵⁹ Il menù del *pranzo del pradèir* è ben diverso da quello delle sagre «salamelle e polenta» con diverse portate e possibilità di scelta. Si inizia con i primi a base di pasta fatta in casa: *la pašta šcarelèda de la trùegia de da camana* [la pasta lavorata dalla padrona di casa] e i *gnòch šbatù de la reštaza* [gli gnocchetti di pane della nonna], seguono le carni: *al brasà del nòclu* [lo stracotto di manzo del nonno] e *al filón del purcèl bir* [la lombatina di maiale dell'ospite], i contorni (*i maiaisich del šòber* [i contorni del calzolaio]: *i carcàgl e la bòglia* [le patate lesse e la polenta], *l'insalata di bagul e öf* [l'insalata di patate e uova], *l'erba del löch* [l'insalata dell'orto]), i formaggi (*la frua de la reštelögna* [i prodotti della contadina]): *al solandru* [lo *scimudin*], *la magnòc(h)ia* [la *scimuda*], i dolci: *i manžulin de la lameda* [i *manžulin* della zia], *al pichè de Sant'Ana* [il «capriccio» di Sant'Anna].

⁶⁰ Con il pane di segale del forno a legna, il vino e il caffè del *pignatin*, la *šlinziga* (carne essiccata, salata e leggermete affumicata), il (formaggio) magro di Piatta e lo *scimudin*.

⁶¹ Con le «tonificanti» minestre, i saporiti prodotti della *becheria* (salumi) e la gustosa *pizza del pradèir*.

⁶² Vedi nota precedente n. 58.

⁶³ Si veda l'utilizzo delle voci *solandru* e *magnòc(h)ia* per indicare rispettivamente lo *scimudin* (formaggio fresco di latte intero tipico del Bormiese ormai conosciuto anche fuori della Valtellina a seguito di una «globalizzazione regionale» che, con l'attribuzione della DOP vede la produzione concentrarsi nella bassa Valtellina) e la *scimuda* (termine altovaltellinese per indicare il formaggio).

saperi linguistici va segnalata la tessera a punti che consente di accedere all'intero percorso di degustazione del mezzogiorno⁶⁴. La tessera è costituita da 18 punti del valore di 1 € ciascuno, o meglio di 1 *cuzèir* (porta cote), l'unità «di conto» che viene utilizzata nell'ambito della festa. Ogni punto (da staccare dalla tessera) corrisponde a un oggetto tradizionale (nel caso dell'edizione del 2007 gli oggetti corrispondono ai semplici giocattoli autoprodotti dai ragazzi del «tempo che fu»). Per ciascun oggetto viene riportata la denominazione nella parlata locale con la traduzione in italiano⁶⁵. Anche questo è un modo per tenere vivo il patrimonio linguistico e per trasmettere conoscenze etnografiche. Va anche notato che alla redazione dei menù (come ad altri aspetti della sagra) non è estranea una vena di sottile umorismo, elemento che la ricollega alle tradizioni festive popolari, ma che la distingue dalle manifestazioni plebee in cui scadono «feste» prive di riferimenti tradizionali⁶⁶.

Prima di passare al cuore della sagra, legato al rito dello sfalcio, vogliamo ancora illustrare qualche evento di contorno. Dalle 10 alle 12 nelle vie del villaggio si svolge *L'incontro con la famiglia del pradèir*. Si tratta dell'accurata ricostruzione per le vie del paese e in alcuni ambienti con accesso dalla pubblica via, di «arti dimenticate e antichi mestieri»: la lavorazione della pietra per le coperture dei tetti, il lavoro del ciabattino (la *šcòber* è l'esponente di quella che in passato è stata, per la comunità, un'importante forma di emigrazione stagionale), la produzione del sapone, il bucato, la lavorazione al telaio, la lavorazione del latte⁶⁷. In quest'ultimo caso si esplica, nei confronti dei turisti-consumatori più disponibili all'approfondimento, quell'azione di tipo educativo che rappresenta una delle principali preoccupazioni degli organizzatori di eventi rurali⁶⁸ e che, come vedremo, risulta al centro di un altro caso di studio da noi indagato: la *Transumanza* dell'Aprica. Molti dei «figuranti» (ma pare inappropriato definirli così) indossano – con la massima naturalezza – abiti tradizionali; non un costume inventato e standardizzato, si badi bene. «Ci teniamo a essere un gruppo tradizionale non un gruppo folkloristico»⁶⁹, tiene a precisare Duilio Tagliaferri. La giornata si conclude con la serata danzante sotto le stelle.

⁶⁴ «Mi batto perché gli ingredienti e i piatti siano autentici, veri piatti del *pradèir*, con le salsicce guadagneremmo anche noi come gli alpini, così rimane poco». Intervista a D.T.

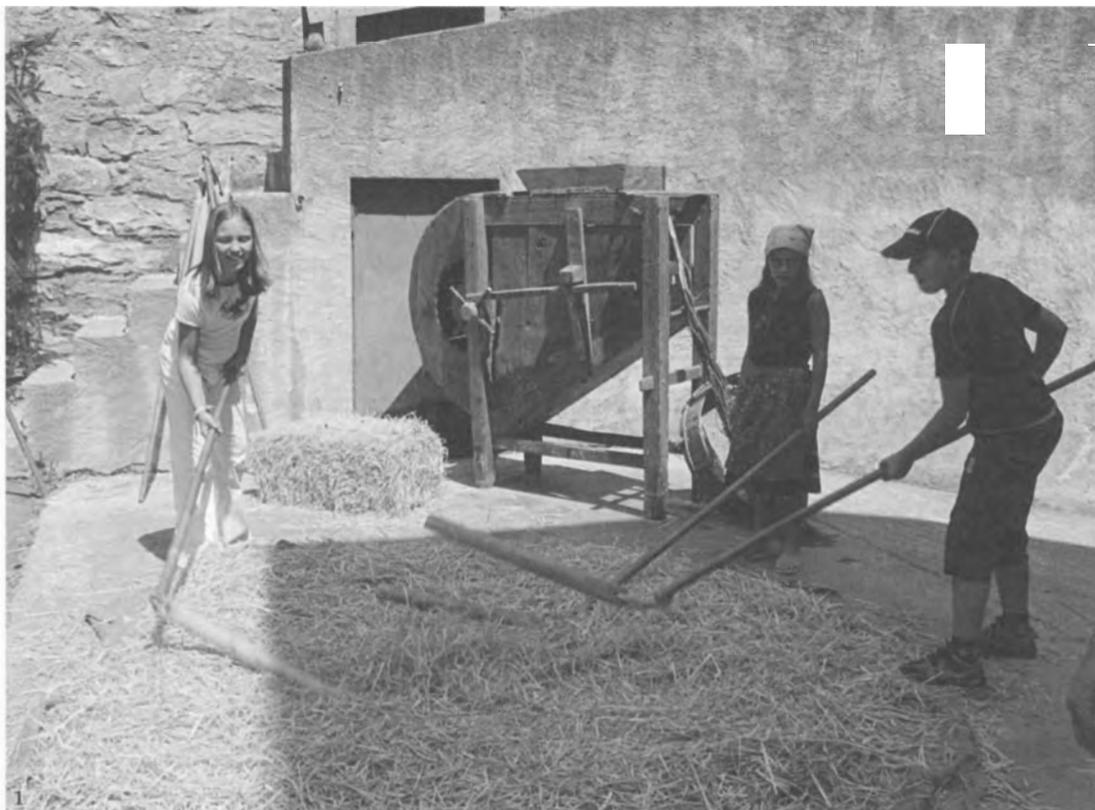
⁶⁵ Es. la *šquitarola* (la cerbottana).

⁶⁶ La festa tradizionale è semmai segnata da connotati carnascialeschi che si esprimono nelle forme della satira e della trasgressione.

⁶⁷ «A chi vuole facciamo assaggiare tutto: il latte intero, il latte scremato, la panna, *al gall* prima che il coagulo precipiti, la cagliata prima del taglio e dopo il taglio, il siero, il latticello, il siero che rimane dopo fatta la ricotta, il formaggio senza sale dopo un'ora». D.T.

⁶⁸ L. HOLLOWAY, op. cit.

⁶⁹ Intervista a D.T.



1. Alcuni ragazzi di Piatta impegnati in una delle tante azioni rievocate: la trebbiatura della segale con i correggiati.

2. Il pranzo in piazza.

3. Falciatori e pubblico riuniti in piazza a Piatta.

4. Vecchie trattorie d'epoca sbuffanti alla testa della processione verso il campo di gara.









5. Il pubblico incolonnato dietro i falciatori per raggiungere il campo di gara a breve distanza da centro abitato di Piatta.

6. Un concorrente della gara di falciatura durante l'azione.

7. Un giudice della gara di falciatura; dietro di lui alcuni concorrenti.

8. Il pubblico assiste alla gara di falciatura; a destra in alto il villaggio di Piatta, sullo sfondo Bormio.

9. Alla fine della competizione tutti i partecipanti terminano di segare il prato in modo da lasciarlo *net*.



L'evento centrale prende inizio alle 15.00⁷⁰ con il formarsi di un corteo preceduto dai falciatori (ben attenti a mantenere alte le falci onde evitare spiacevoli incidenti) seguiti da sbuffanti trattrici d'epoca. Dietro si incolonnano centinaia di abitanti, turisti, curiosi. Nella complessa struttura simbolica della festa tradizionale, una struttura che la *Sagra del pradèir* tende consapevolmente a ricalcare, la parata (come nel caso del carnevale, ma anche in quello delle processioni religiose e dei cortei politici), rappresenta un momento tipico in cui la massa dei partecipanti tende, marciando verso un'unica meta, a perdere il carattere amorfo per raggiungere un'espressione di unità. La parata termina di fronte alla chiesetta della Madonna della Salute, presso la quale si trova il «campo di gara» ovvero il prato da falciare. Alla gara partecipano una dozzina di squadre di due falciatori ciascuna in rappresentanza di comunità più o meno vicine, più diversi iscritti «liberi» che provengono da diverse località lombarde (una coppia di anziane falciatrici – alla gara sono ammesse anche le donne – proviene dalla limitrofa provincia di Bolzano). I concorrenti sono costituiti da un «nocciolo duro⁷¹» che ha partecipato a tutte o a buona parte delle edizioni precedenti e da alcune *new entry*. Ogni partecipante sega (falcia) procedendo parallelamente alle curve di livello del terreno (il prato è in forte pendenza per mettere in evidenza l'abilità del falciatore alpino e anche perché, oggi, solo i prati con acclività proibitiva per i mezzi meccanici sono sfalciati a mano). La striscia segata è lunga una quindicina di metri. La valutazione con la quale i giudici esprimono il loro giudizio sulla coppia è espressa mediante un punteggio da 5 a 10, con votazione palese, effettuata alzando delle palette numerate. Il giudizio è di tipo sintetico e tiene conto (o almeno dovrebbe) di quattro parametri: la tecnica, valutata fondamentalmente sulla base dell'ampiezza del taglio e dalla scioltezza dell'azione, la postura (capacità di mantenere l'equilibrio e di produrre un'azione efficace), la bravura nell'affilare la lama e, almeno in teoria, nel martellarla. Ogni falciatore deve essere equipaggiato con cote e portacote, oltre che con il martello e l'incudine da infiggere nel terreno. Gli attrezzi dovrebbero essere in legno (tranne, ovviamente, la lama)⁷². Uno degli aspetti che viene penalizzato è l'eccessiva foga del taglio⁷³, mentre molto apprezzata è l'«eleganza»

⁷⁰ In realtà alle 15.30 per la difficoltà a mettere in marcia le sbuffanti trattrici d'epoca. Queste ultime costituiscono una concessione a un elemento spettacolare che ha trovato negli ultimi anni grande diffusione presso varie manifestazioni agricole ma che non è privo di una sua giustificazione: a Piatta, come in molti altri insediamenti rurali, il primo automezzo a essere introdotto e a rappresentare l'ingresso nell'era della meccanizzazione, non è stato un'automobile, bensì una trattrice agricola.

⁷¹ L'espressione è di D.T.

⁷² L'autore ha però osservato anche falci con manico metallico.

⁷³ Osservando i membri della giuria e anche commentando l'azione dei concorrenti con alcuni di loro l'autore ha constatato una grande severità dei giudici (quasi tutti esperti falciatori «in pensione») nei confronti di coloro che si esibivano in un'azione «muscolare».

e l'armonia dei gesti che, all'occhio del profano, potrebbero apparire un aspetto estetico e che, invece, dimostrano l'abilità di un falciatore, la sua padronanza dell'attrezzo, la tecnica di mantenersi saldamente in equilibrio su un terreno in forte pendenza e la sua capacità di svolgere un'azione di sfalcio regolare per un lungo periodo. Al momento della competizione segue quello dell'azione collettiva, che rappresenta, a giudizio dell'autore, quello più spettacolare e, al tempo, denso di significati dell'intero evento: tutti i partecipanti, disponendosi a debita distanza l'uno dall'altro, provvedono a segare l'intero prato. La *Gara della seganda* è definita nel programma ufficiale della sagra «l'antica danza del "Giardinere delle Alpi"». Estetismo deteriore, potrebbero obiettare in molti, a cominciare da quei *farmer* che considerano una totale perdita di identità la dipendenza del proprio reddito dall'adesione a quelle misure agroambientali che presuppongono una trasformazione in «giardinieri dell'ambiente»⁷⁴. Ma il «giardinere delle Alpi» non operava al servizio di enti percepiti come distanti apparati burocratici («Bruxelles», «la Regione») e neppure al servizio dei turisti (o dell'industria alberghiera), che desiderano un paesaggio curato come fondale delle loro vacanze. Operava per ricavare indispensabili mezzi di sostentamento materiali, ma anche per imprimere, attraverso la cura e l'organizzazione dell'orizzonte spaziale della comunità, un ordine morale e cosmico in accordo con profonde esigenze di ordine spirituale che – nelle società tradizionali – assumono altrettanta importanza di quelle materiali.

«Da come la gente pratica lo sfalcio, risulta chiaramente che non è solo un modo per ottenere fieno, ma anche un modo per imporre l'ordine. Un prato falciato viene descritto come *net - pulito*»⁷⁵.

La fienagione, impedendo l'avanzata del bosco, lascia lo spazio «aperto» alla luce; è l'espressione di un'alleanza tra l'uomo e il sole contro la natura caotica⁷⁶. La natura caotica con il suo carattere ctonio, è rappresentata dal serpente che si insinua nell'erba alta minacciando le case. Questo aspetto è stato richiamato da Heady a proposito delle sue considerazioni sui significati simbolici dello sfalcio, ma può essere colto in una qualsiasi conversazione con la gente di montagna⁷⁷.

⁷⁴ R.J.F. BURTON, «Seeing Through the "Good Farmers's Eyes: Toward Developing an Understanding of the Social Symbolic Value of 'Productivist' Behaviour"», in *Sociologia Ruralis*, 44, 2004, pp. 195-215.

⁷⁵ D. HEADY, op. cit., p. 163.

⁷⁶ *Ivi*, p. 164. L'autore cita a proposito la frequenza della presenza di simbologie solari nelle decorazioni dei portacote, ma la grande diffusione di esse non ci pare poter costituire un elemento specifico a questo proposito.

⁷⁷ La vecchia cascina dell'Alpe Li Piani a 2.100 m, in comune di Brusio (Canton Grigioni) è autogestita da un'associazione culturale; in occasione della festa dell'Alpe (luglio 2007) il proprietario, avvocato Plinio Pianta, nell'illustrare all'autore il principio di «soggiorno attivo», che vede coloro che trascorrono alcuni giorni di vacanza presso l'alpe impegnati

È in ogni caso evidente che la preoccupazione per il mantenimento dei prati va al di là di considerazioni pratiche ed estetiche e che la disapprovazione per la non coltivazione di essi (come la corrispondente approvazione per chi esegue lo sfalcio) si colorano in Carnia come a Piatta, e dovunque sulle Alpi, di un connotato morale. La *Sagra del pradèir* mira a rafforzare queste considerazioni e a portare l'attenzione su un presente in cui la cura della montagna appare sempre più problematica. Pur non in grado di indicare delle soluzioni, la sagra rappresenta un incitamento a ricercarle, facendo leva sulle risorse della comunità, sulla mobilitazione sociale e culturale, dal momento che le forze economiche e istituzionali appaiono incapaci di farlo.

Nonostante il tono brillante e umoristico utilizzato dallo *speaker* ufficiale della manifestazione (un amministratore di un comune della zona), nei commenti ricorrono spesso alcune «parole chiave»: «celebra-zione», «cura della montagna», «accudimento della montagna». Il senso strategico della manifestazione emerge chiaramente in coincidenza con l'assegnazione del «Premio per i piccoli falciatori», un auspicio di continuità, una scommessa in un futuro che appare incerto.

Nonostante il largo impegno profuso, le finalità degli organizzatori della *Sagra del pradèir* si scontrano con la difficoltà dell'ambiente istituzionale locale a cogliere il significato della manifestazione. Di essa viene apprezzato il clima positivo e l'attivismo suscitati, ma si manifesta poi una notevole dose di scetticismo quanto alla sua capacità di suscitare dinamiche in grado di contrastare l'ulteriore contrazione delle attività agrosilvopastorali⁷⁸. L'incomprensione dei significati della sagra deriva dall'influenza sulla mentalità corrente delle fratture che la modernità introduce tra eco-

in piccoli lavori di manutenzione e cura del fabbricato e delle sue pertinenze, si esprimeva in questi termini sulla falciatura dello spazio intorno alla cascina: «Sono venuti su e hanno falciato tutto intorno per bene. Altrimenti ci troviamo le vipere in casa». Oltre che a considerazioni pratiche, questa preoccupazione di «pulire» risponde indubbiamente a esigenze di altro ordine.

⁷⁸ «Le sagre servono per fare memoria ma di per sé una sagra non può cambiare le cose» (Enrico Giacomelli, Direttore del Consorzio Forestale Alta Valtellina, un ente che fornisce un supporto all'organizzazione della sagra). Anche sulla capacità della sagra di mantenere in vita competenze tradizionali si avanzano riserve. «Imparare? A saper martellare la falce saranno rimasti in 10 in tutta la valle» (*ivi*). Rino Dei Cas è un altro testimone privilegiato: «assessore della frazione» con delega (ufficiale) alla cultura e ai servizi sociali, è anche uno dei falciatori che hanno partecipato alla gara e che, come la gran parte dei *pradèir*, la vive con grande partecipazione. Egli, però, ne sottolinea il valore di aspetto legato al ricordo, al tenere viva una tradizione «Magari un domani con la crisi del turismo e dell'industria ci può essere un ritorno all'agricoltura». Dei Cas riconosce che l'evento, che vede la partecipazione attiva di buona parte della comunità, coinvolge anche i giovani del paese ma, secondo la sua opinione, senza suscitare in loro un reale interesse per la vita rurale del passato e, tantomeno, per un ritorno alle attività agricole, definitivamente abbandonate da parte della gran parte della popolazione in favore del lavoro nel turismo, nei servizi, nell'industria. Come in tante altre località i pochi (due!) allevatori professionali eseguono lo sfalcio solo dove è possibile operare in modo meccanizzato. Le stalle del paese sono rimaste vuote e sono solo otto i proprietari di bestiame. Sempre secondo Dei Cas le scelte della Regione,

nomia e cultura (spesso ridotta a «ninnolo»), tra produzione e consumo, tra lavoro e «svago», dalla sottovalutazione del ruolo della comunità (a favore del rapporto tra «cittadini» e istituzioni), dall'incapacità di andare oltre il presente e di collegare il passato al futuro riducendo la tradizione al «folklore». La sagra, con la sua puntigliosa ricerca di autenticità e di rifiuto del folklore, contribuisce a sollevare importanti questioni: senza «veri» falciatori, senza una «vera» produzione locale artigianale di formaggio, essa perderebbe di significato. La *Sagra del pradèir* celebra un passato che è ancora in parte vivo e a cui si assegnano valori e significati per il futuro della comunità (e non solo), inserendosi nel confronto attuale tra i diversi discorsi sul rurale e sulla montagna e confermando pertanto che questo tipo di manifestazioni «può» rappresentare uno spazio pubblico, assumere significato non solo culturale, ma anche politico. Oltre a sollevare in modo efficace i problemi del rapporto della tradizione con il presente, la sagra ha in questi anni conseguito risultati importanti, stimolando la mobilitazione della comunità e attirando in termini positivi l'attenzione dell'ambiente esterno su una piccola comunità con un'identità a rischio.

La Transumanza dell'Aprica

«Perché prima la si faceva, ma senza coinvolgere la gente, adesso è una forma di turismo, Aprica s'è cambiata ... prima venivamo giù da soli noi e cercavamo di non farci vedere perché eravamo sporchi, perché eravamo su da tutta un'estate ... invece adesso il turismo è cambiato...⁷⁹».

La *Transumanza* dell'Aprica rappresenta dichiaratamente un «evento per i turisti»; a differenza della *Sagra del pradèir*, lo svolgimento si esaurisce in poco più di due ore e l'organizzazione, piuttosto semplice, non implica l'impegno e la mobilitazione della comunità. Gli attori sono alcuni giovani allevatori, alcuni organizzatori della locale Pro Loco (significativamente ex-allevatori) e i turisti. Nonostante queste premesse, l'evento si presta a più di una considerazione circa il significato attuale della rievocazione della vita rurale, delle sue scansioni temporali, dei suoi riti. La discesa dall'alpeggio costituiva molto spesso nella comunità tradizionale alpina un evento festivo, ritualizzato⁸⁰. Il caso dell'Aprica mette in evidenza come la data fissa della discesa dagli alpeggi fosse legata

con la cessazione dell'erogazione del contributo allo sfalcio del fieno che, in precedenza, era erogato anche ai piccoli proprietari di terreni privi della qualifica di imprenditori agricoli e senza bestiame, e che oggi è concesso solo in funzione del bestiame allevato e ai soli imprenditori agricoli, non hanno certo aiutato a mantenere la coltivazione dei prati. Per la raccolta del fieno, conclude l'assessore, ci vorrebbero delle cooperative. Oltre all'assessore Dei Cas partecipano alla manifestazione (anche come falciatori) altri amministratori pubblici; il fatto non pare casuale e riflette l'efficacia, in termini di rivalutazione dell'immagine del rurale, dei processi culturali innescati dalla sagra stessa.

⁷⁹ Intervista dell'autore a un organizzatore dell'evento.

⁸⁰ M. CORTI, op. cit., 2004.





CORTI

10. La mungitura quale spettacolo.

11. L'assaggio del latte appena munto.

12. La lavorazione del latte a cura di giovani allevatori del paese.

(Foto di Michele Corti)

13. Sfilano le vacche e i carretti dei bergamini.

14. La mandria attraversa il centro storico.

(Foto di Cristina Bianchi)



all'organizzazione comunitativa delle risorse; essa implicava l'apertura (di necessità a una data stabilita) dei prati di proprietà privata siti al di sopra del villaggio, che venivano così resi disponibili per il pascolo del bestiame della comunità secondo la consuetudine del «libero pascolo», che consentiva il razionale utilizzo del ricaccio autunnale. La discesa dagli alpeggi avveniva quindi in forma collettiva.

«Il 2 settembre venivano giù da tutte le malghe, cominciavano le prime brine e allora giù ... le mucche non avevano più latte o poco e qui sui prati bassi c'era erba ... e si andava a *baragh* (libero pascolo)»⁸¹.

Il rientro in paese era certamente un'occasione di festa per i pastori «eravamo sporchi, perché eravamo su da tutta un'estate»⁸². Mentre «pri-

⁸¹ Intervista dell'autore a un organizzatore dell'evento.

⁸² *Ibidem*.

SM22/2009

ma venivamo giù da soli noi e cercavamo di non farci vedere... invece adesso il turismo è cambiato...⁸³». Pastori e turisti si evitavano, oggi invece la discesa lungo la pista da sci della (non proprio numerosa) mandria proveniente da Malga Magnolta è seguita dai turisti che la attendono in uno spiazzo all'arrivo della funivia. Se il contenuto spettacolare della *Transumanza* risulta modesto (come conseguenza della quasi scomparsa del patrimonio zootecnico del noto centro turistico), va rilevato che l'evento, che prende avvio con l'arrivo del drappello di vacche scese dalla malga, assume il connotato di una «festa degli animali e del latte», non priva di elementi di spontaneità e di interesse. Ad attendere le bovine che hanno effettivamente trascorso l'estate in alpeggio, oltre ai turisti e agli organizzatori vi è anche un gruppetto di capre di razza «gentile», dalle mammelle voluminose; sono animali che in alpeggio non sono saliti di certo! La loro partecipazione alla festa costituisce però una rappresentazione dell'evoluzione in corso, realtà della zootecnia di molte località alpine caratterizzata dalla differenziazione produttiva, dal sorgere di piccoli allevamenti che puntano sulla trasformazione aziendale, la vendita diretta, l'agriturismo.

Subito dopo l'arrivo delle vacche d'alpeggio inizia l'operazione della mungitura al cospetto del pubblico, che si avvicina, osserva, fa domande. Un aspetto importante della «festa» è offerto proprio dalla possibilità da parte dei turisti di osservare da vicino gli animali e di porre domande sulla loro vita, il loro comportamento. Gli animali sono indubbiamente anch'essi soggetto della «festa». Così essi vengono in qualche modo re-incorporati entro quella «comunità allargata» alla quale, nella società tradizionale, appartenevano a pieno titolo e dalla quale sono stati segregati (socialmente e fisicamente) in seguito all'industrializzazione della zootecnia, che li ha reificati a «macchine da latte» (o, peggio, da carne), riducendoli a numeri intercambiabili, «usa e getta».

Appena i secchi si riempiono gli organizzatori invitano all'assaggio del latte appena munto, che viene offerto in bicchierini di plastica⁸⁴. Questa azione costituisce una fase determinante dello svolgimento della festa: rappresenta un annullamento ritualizzato della distanza tra produzione e consumo, che caratterizza il sistema alimentare industriale. A differenza di molti eventi zootecnici dove questo annullamento è solo simbolico e funzionale a un'operazione strumentale superficiale di *re-imagining dell'agrofood system*⁸⁵ (che non ne mette in discussione il

⁸³ *Ibidem*.

⁸⁴ Qualche anno orsono il peso dei condizionamenti igienistici e l'affermata superiorità culturale del modello della manipolazione alimentare-industriale avrebbero indotto molti a rifiutare, mentre oggi la maggior parte dei presenti accetta di buon grado l'assaggio.

⁸⁵ Nell'analisi di Holloway (L. HOLLOWAY, op. cit.) emerge come da parte degli organizzatori delle mostre agricole e zootecniche inglesi ci sia la preoccupazione di far conoscere ai consumatori la «verità» sulla produzione alimentare. («*We think we do have an educational*

carattere sempre più industrializzato), qui l'incontro tra produzione e consumo assume una dimensione reale. Gli attori che animano la scena, mungendo, discutendo con i turisti, rispondendo alle loro domande sono giovani impegnati nella trasformazione aziendale, nella vendita diretta, nell'agriturismo. «Con il latte a 30 centesimi ti paghi il fieno e la paglia, io ho 10 vacche e faccio l'agriturismo», afferma un giovane allevatore-casaro impegnato nella lavorazione del latte sotto gli occhi dei turisti. Per questi giovani la partecipazione all'evento è parte della loro attività, un'azione dai risvolti socializzanti ed educativi, ma comunque finalizzata alla promozione aziendale. Non sono certo comparse.

Al termine dell'assaggio del latte appena munto, utilizzando attrezzature tradizionali collocate ben in vista al centro del prato, si dà il via alla caseificazione. Si lavora il latte ancora caldo (vaccino e caprino mescolati insieme) sino alla messa in fascera della cagliata e poi si procede anche alla produzione della *maschèrpa* (ricotta grassa) mettendo in evidenza come il siero venga utilizzato per fornire un ulteriore pregiato prodotto. Durante tutte le fasi della lavorazione, i turisti hanno la possibilità di chiedere spiegazioni e viene loro offerta la possibilità di effettuare l'assaggio della cagliata.

Quello che in apparenza poteva apparire solo un evento «inventato», con legami molto deboli con la cultura tradizionale, a un'analisi ravvicinata mette in evidenza alcuni aspetti che costituiscono la rielaborazione di una nuova ritualità, in cui il valore simbolico degli animali, della produzione del latte, lungi dal risultare mistificato, è direttamente funzionale a una visione e a una prassi «multifunzionale» dell'allevamento. In questa visione – pur non esente da contraddizioni – si colgono le condizioni di una continuità tra passato e presente, che si esprime nella solidarietà intergenerazionale tra ex-allevatori (gli organizzatori dell'evento) e i giovani allevatori. L'evento, presupponendo la collaborazione tra più aziende agricole, rappresenta anche un terreno nuovo in cui si ricreano forme di cooperazione orizzontali e in cui il gruppo sociale degli allevatori mostra di essere in grado di relazionarsi sia al proprio interno, che all'esterno con altri gruppi sociali al di fuori delle paralizzanti mediazioni istituzionalizzate in cui essi erano stati incapsulati. Non va dimenticata infine la valenza zooantropologica della re-incorporazione

role, and that it is necessary and desirable that people should understand that milk comes from somewhere before it comes out of the bottles» afferma un manager). Questa vocazione a educare il pubblico «ignorante» viene assunta quale imperativo morale. La finalità strategica, però, è quella di persuadere il pubblico circa l'importanza del ruolo dell'agricoltura nell'ambito delle filiere agroindustriali, operazione tanto più importante quanto più il settore agricolo si percepisce in crisi e – dal suo punto di vista – ingiustamente sottoposto a critiche. Ovvio poi il tentativo dell'agricoltura industrializzata di sparare le ultime cartucce rimaste di una retorica che, per lungo tempo, ha sfruttato (con la compiacenza dei politici) l'immagine dell'azienda familiare, dell'agricoltura di montagna per sollecitare sostegno corporativo per le grandi aziende industrializzate.

degli animali entro la sfera sociale. Queste considerazioni confermano il ruolo positivo sul piano socio-culturale di tali eventi rievocativi⁸⁶. Nei confronti dei turisti, al di là dell'aspetto promozionale, i contenuti dell'evento indicano chiaramente che non vi è da parte degli organizzatori il solo intendimento dell'intrattenimento, ma una chiara finalità educativa che assume i connotati dell'impegno morale a far conoscere «da dove viene il latte e come si fanno i formaggi».

La Festa del fieno a Livigno

I livignaschi hanno esorcizzato, apparentemente con successo, il rischio che la loro comunità risultasse disintegrata dall'impetuoso sviluppo turistico, commerciale, finanziario (legato alla zona extra-doganale) con la concreta conseguenza del passaggio del controllo dell'economia locale da parte di interessi esterni. A Livigno non ci sono grattacieli e i nomi delle vie sono monolingui, non in italiano, ma in lombardo-alpino! Fatti esteriori, ma che corrispondono a una «tenuta» del tessuto locale attraverso i cicli dello sviluppo commerciale e turistico. Tutto ciò è stato conseguito «investendo» (simbolicamente e non) in coesione comunitaria, continuità, ancoraggi dei valori. Parecchi sono gli eventi a carattere festivo di rievocazione della vita rurale. Essi hanno per oggetto il bestiame o particolari cibi «etnici», ma vengono celebrati normalmente al di fuori dei periodi di forte presenza turistica.

Ai primi di agosto, in un tempo quindi non dedicato alle celebrazioni formali della comunità, vi è un frenetico via vai di modernissimi (e costosi) mezzi agricoli specializzati. Intere famiglie ex-agricole si dedicano a segare, a curare e a trasportare il fieno. A Livigno la fienagione è da tempo una «festa» implicita. Commercianti e albergatori continuano a «curare» le loro strisce di prato non certo per motivi economici, ma, palesemente, per motivi sociali e simbolici, ovvero per riconoscersi parte di una comunità che nell'orgoglio di un comune passato (sempre più mitico) di duro lavoro agricolo, dal mantenimento del patrimonio linguistico e di tradizioni, trova elementi di celebrazione della propria unità e continuità, un punto di riferimento. Accanto a questa *Festa del fieno* non proclamata (ma intensamente partecipata e che non manca di esprimere evidenti connotati ritualistici), dal 2006 è stata proclamata una *Festa del fieno*, che arricchisce il ricco panorama di intrattenimenti e di eventi «folkloristici» rivolti ai turisti. La dimensione rievocativa assume un aspetto ludico e coreografico, con i ragazzi del paese che, brandendo attrezzi «di una volta», si esibiscono nel «costume locale» mimando le azioni della raccolta sotto la regia dallo staff di animatori della *Natur Card* («pacchetto eventi» offerto agli ospiti dall'associazione albergatori). L'evento prevede anche



11. I ragazzi in costume con gli attrezzi della fienagione. (Per gentile concessione dell'Associazione Albergatori di Livigno).

animazioni e momenti ludici per i ragazzi «ospiti». Il collegamento con la dimensione tradizionale è offerto dalla presenza della coppia di falciatori «storici» livignaschi che per diversi anni hanno vinto la competizione di *seganda* alla *Sagra del pradèir* a Piatta (vedi sopra). Domenico Pedrana e il suo compagno danno dimostrazione della loro grande abilità ed eleganza (sia nell'abbigliamento tradizionale, questo sì autentico, che nelle movenze). Personaggi come questi sono presenti spesso in eventi rievocativi, divenendo icone viventi nel presupposto che la loro presenza costituisca una garanzia di autenticità dell'evento. Ovviamente non può essere così, e la *Festa del fieno*, con il suo duplice aspetto di festa implicita (quella di chi sega realmente, esibisce i nuovi mezzi meccanici, percorrendo quasi in parata con il carico di fieno le strade brulicanti di auto e turisti) e di «festa» turistica, resta – nell'insieme – una festa a metà, una festa mancata. Senza mezzi termini un tecnico agricolo del paese, interpellato sulla *Festa del fieno* (quella ufficiale, esplicita) l'ha sbrigativamente liquidata «è una festa popolare che rallegra i turisti organizzata dagli albergatori»⁸⁷. Gli esponenti del mondo agrozootecnico livignasco indicano come importanti eventi la *Festa degli allevatori*, la festa del patrono (questa, però, è fresca di riscoperta!) e altri eventi accomunati dalla centralità di rituali alimentari e rivolti a rinsaldare il legame di gruppo e comunitario, senza turisti.

Sentendosi al riparo dei problemi di crisi del modello produttivistico che abbiamo incontrato nei casi precedenti, il *mileu* zootecnico livignasco, forte di un importante patrimonio di bestiame, di una nuovissima super latteria sociale dai costi stratosferici e, soprattutto, del sostegno assisten-

⁸⁷ Intervista telefonica a Gianni Bonmolini.

zialistico di un comune «più-che-autonomo» (forte delle entrate sulla vendita dei carburanti extra-doganali), non è indotto a riconsiderare la separatezza tra economia zoocasearia e cultura, tradizione e folklore. Ma i problemi non mancano (gli allevatori, nonostante tutto si lamentano – come loro *habitus* – per un prezzo del latte basso, come altrove) e, forse, potrebbe essere utile anche a Livigno ripensare la *Festa del fieno*.

La Transumanza dei bergamini ad Abbiategrasso

Abbiategrasso, pianura lombarda. Il legame con le Alpi però c'è, ed è strettissimo. Per secoli i mandriani transumanti della Valsassina (nell'attuale provincia di Lecco) sono scesi a svernare in pianura, acquistando il fieno presso delle caschine della zona e producendo per tutto l'inverno gli «stracchini»⁸⁸. Da qualche anno, sia da parte di coloro che sono tornati a risiedere presso i paesi di origine, che di quelli (la maggioranza) che sono rimasti in pianura per esercitare l'attività agricola (o passando poi ad altri settori) vi è un forte interesse a rispolverare la memoria di questa «epopea» che rischia di essere dimenticata, ma che ha segnato profondamente lo sviluppo dell'economia zoocasearia lombarda⁸⁹. Il bestiame di montagna in occasione della *Transumanza dei bergamini* scende oggi al piano trasportato da automezzi ma, ovviamente, in passato il percorso era coperto a piedi effettuando diverse tappe giornaliere. Le masserizie e gli attrezzi per la caseificazione (la cosa più importante) erano trasportati con dei carretti. Gli allevatori valsassinesi (tra cui alcuni che da bambini la transumanza a piedi l'hanno vissuta) sono sfilati con orgoglio con le loro vacche, i loro vecchi carretti, restaurati per l'occasione, e che costituiscono uno degli elementi simbolici principali della storica transumanza dei bergamini. Una rievocazione senza contenuti turistici, ma tutta giocata sulla trasmissione della memoria sociale dei transumanti e della valorizzazione delle «radici» di una componente significativa della popolazione attuale di Abbiategrasso e dintorni. L'interesse degli abbiatensi di origine bergamina si era già manifestato in occasione di affollate conferenze presso la sala comunale, tanto che in questo contesto è maturata la decisione da parte del Comune e dell'Associazione Provinciale Allevatori di Como e Lecco di organizzare la rievocazione.

Anche in occasione dell'evento di Abbiategrasso si è rinnovato il «rito» della mungitura e della lavorazione in piazza del latte. Pur senza escludere quelle finalità generali di carattere promozionale ed educativo

⁸⁸ M. CORTI , op. cit., 2004.

⁸⁹ L'importanza della transumanza bovina dei bergamini emerge dalla semplice constatazione che è proprio dall'ambiente della Valsassina e nel legame tra la montagna e la pianura che nasce la moderna industria casearia italiana. Da qui provengono i fondatori di primarie aziende lattiero-casearie come Galbani, Invernizzi, Locatelli (oggi tutte controllate dalla francese *Lactalis*).

che abbiamo già avuto modo di osservare nel corso dell'esame degli altri casi di studio, non si può dubitare della coerenza storico-culturale di questo aspetto della manifestazione. La lavorazione del latte durante le soste della transumanza rappresenta un elemento di coerenza storico-culturale e rievoca efficacemente il lascito duraturo cui, alla transumanza stessa, sono debitorie diverse aree della pianura e, in modo particolare, la valle del Ticino. La festa della *Transumanza dei bergamini*, circostanza di cui gli organizzatori sono forse meno consapevoli, è anche una «festa della mucca», che nel contesto della rievocazione si «emancipa» dal ruolo di oggetto, di «macchina da latte», per conquistare quello della protagonista.

Conclusioni

Sullo sfondo di una generale alienazione urbana che, per quanto ci riguarda nello specifico, assume i contorni della de-identificazione del cibo e della deprivazione del contatto con gli animali «utili», si sono sviluppate negli ultimi anni delle manifestazioni celebrative della vita rurale centrate sui fondamentali cicli della vita contadina alpina: la fienagione, l'alpeggio, la lavorazione del latte. Le tipologie, le finalità, gli attori di questi eventi appaiono i più disparati, ma ciò non impedisce di trarre qualche considerazione generale.

I membri delle comunità locali, coloro che sono tuttora impegnati nelle attività zootecniche (o che lo sono stati in passato) appaiono orgogliosi di rappresentare la vita rurale. L'interesse del pubblico e l'apprezzamento dimostrato per le rievocazioni realistiche della vita rurale tradizionale, con la presenza degli animali, la loro mungitura sul posto, la lavorazione del latte in presenza dei turisti, contribuiscono a rafforzare la consapevolezza da parte delle comunità locali e dei gruppi sociali più legati all'attività agrozootecnica, dell'importanza delle tradizioni e attraggono l'attenzione sui rischi di una scomparsa o ulteriore rarefazione delle attività agrozoocasearie nella montagna alpina.

In linea con i significati profondi della socievolezza festiva, queste manifestazioni assumono carattere di innovazione e di stimolo al cambiamento in direzione di sistemi economici territoriali in cui il ruolo delle attività agricole possa essere ri-valutato e ri-definito. Considerata la crisi del modello produttivistico, corporativo, settoriale «agricolturalista» e la sua incapacità a garantire un futuro all'agricoltura alpina e all'opera di accudimento del territorio, pare indispensabile operare sul piano culturale per favorire l'emancipazione delle residue attività agricole da un'integrazione verticale nelle filiere industriali e tecno-burocratiche (mediante la loro de-specializzazione e de-industrializzazione e la loro re-integrazione) nelle reti di solidarietà orizzontale della comunità. In tal

SM22/2009

modo l'agricoltura può, a sua volta, contribuire attivamente allo sviluppo di un'economia identitaria. Su un piano più generale questi processi richiamano l'esigenza di ricomposizione delle fratture «moderniste» tra cultura ed economia, tra produzione e consumo e mettono in evidenza come la tradizione sia una realtà vivente, definita nel presente e orientata al futuro.