



**ADOTTA UN BAMBINO A DISTANZA,
SOSTIENI LA SUA COMUNITÀ.**

ActionAid Via Broggi 19/A, 20129 Milano - Tel. 02 742001
E-mail: richieste@actionaid.org - www.actionaid.it

La Città

QUOTIDIANO DELLA PROVINCIA DI TERAMO



**ADOTTA UN BAMBINO A DISTANZA,
SOSTIENI LA SUA COMUNITÀ.**

ActionAid Via Broggi 19/A, 20129 Milano - Tel. 02 742001
E-mail: richieste@actionaid.org - www.actionaid.it

Domenica 21 luglio 2013 | Anno 8 - Numero 2227 (€ 1) | La Città Quotidiano in abbinamento con "QN - Il Resto del Carlino" e "QS Sport" | Redazione via Capuani, 53 - Teramo Tel 0861.246063 - Fax 0861.186.72.01 | www.quotidianolacitta.it

Economia

Tercas, i sindacati bacchettano la politica assente all'incontro



a pagina 7

Val Vibrata

Nuova impresa dei fedeli in bicicletta

a pagina 13

Spacciavano doping nelle palestre

I carabinieri seguono due giovani pusher e arrestano il trasportatore. Sequestrati farmaci pericolosi



GIULIANOVA - A stroncare un traffico di farmaci dopanti tra Teramo e Pescara sono stati gli uomini del Comando Compagnia di Giulianova, diretti dal Luogotenente Marino Capponi. Un colpo inferto ad uno spaccio illegale che ora darà il via ad un'attività di indagine ancor più articolata, volta a capire dove e a chi quelle sostanze venissero vendute. Con ogni probabilità finivano nelle palestre della costa teramana. L'operazione dei militari, messa a segno venerdì pomeriggio, ha portato all'arresto di un trafficante rumeno, a due denunce e al sequestro di 32 scatole di farmaci dopanti. Il blitz è avvenuto all'uscita di uno dei caselli della A14. I carabinieri da qualche tempo tenevano d'occhio due ragazzi rumeni, entrambi frequentatori di palestre della costa, sospettando che facessero uso di sostanze dopanti. Venerdì li hanno seguiti, a distanza. Nel tardo pomeriggio i giovan

a pagina 5

TURISMO GLI STRANIERI DANNO I VOTI ALL'ABRUZZO



CI SALVA LA CUCINA

a pagina 3

Rissa tra polacchi e botte ai poliziotti San Nicolò. Delirio notturno in un condominio: ubriachi in manette

a pagina 6

Teramo Calcio



Il patron Campitelli accoglie le matricole

a pagina 22

Castellalto

«Il ponte sul Vomano è una chimera»

a pagina 10

Sanità

Ad agosto scattano i tagli su riabilitazione e fisioterapia

a pagina 9



L'intervista

Di Renzo: «Mangiare l'autentico tra mode e consumi»

a pagina 20

Di Giacomo mobili
Via Nazionale 18-22 ROSETO DEGLI ABRUZZI (TE)
Tel. 085.8944350
www.mobiliidigiacomomobili.com

amare la casa

Vieni a visitare le Nuove Collezioni

GIUSTI PORTOS

capelan italia LE FABRIER OTTORE NOVARELLI Zanette Twills

L'APPROFONDIMENTO

Mangiare l'autentico tra mode e consumi

L'antropologo Ernesto Di Renzo parla del suo nuovo saggio: «Tra cibo e identità intercorrono legami assai stretti»

Simone Gambacorta

TERAMO - Nato ad Avezzano, **Ernesto Di Renzo** è antropologo e insegna Storia delle Tradizioni Popolari e Antropologia culturale nella Facoltà di Lettere dell'Università di Roma Tor Vergata. La sua più recente pubblicazione è il libro "Mangiare l'autentico", una ricerca su "Cibo e alimentazione tra revivalismi culturali e industria della nostalgia" (Universitalia, pp. 162, 14 euro). Il volume è stato presentato lo scorso 23 giugno a Teramo in un incontro organizzato dalla Fondazione De Victoris-Medori de Leone in collaborazione con il Circolo della stampa abruzzese - a moderare la serata è stato infatti il presidente **Marcello Martelli** - e con la Confraternita enogastronomica delle terre d'Abruzzo. In questa intervista, Di Renzo parla delle conclusioni a cui è giunto attraverso questo suo lavoro.

Il suo nuovo saggio s'intitola "Mangiare l'autentico. Cibo e alimentazione tra revivalismi culturali e industria della nostalgia". Fra gli aspetti che più colpiscono del suo libro, c'è il rapporto - tanto stretto da risultare determinante - tra cibo e identità.

«E' vero. Tra cibo e identità intercorrono legami assai stretti, più di quanto non si riesca a prima vista a coglierne: a ricordarcelo è il celebre aforisma del filosofo tedesco Feuerbach «l'uomo è ciò che mangia», ma è anche l'altrettanto celebre adagio del gastronomo francese Brillat-Savarin «dimmi come mangi e ti dirò chi sei». Del resto, quanto il cibo sia legato ad un discorso di tipo identitario ce lo suggerisce anche il modo con il quale, spesso, si procede a stereotipizzare le persone sulla base della loro maniera di mangiare. In base a questi stereotipi gli italiani sono identificati come "maccheroni"; i tedeschi come "mangia-crauti"; i francesi come "mangia-rane"; i messicani come "mangia-tortillas"; i californiani come "granola", per via della loro passione per il muesli; gli inuit come "eschimesi", che nel dialetto algonchino vuol dire mangiatori di carne cruda. Scendendo poi di scala i veneti sono identificati come "polentoni"; i vicentini come "mangia-gatti"; i bolognesi come "mortadella", gli ortucchesi come "ranocchieri"; gli scurcolani come "cipollari" e gli avezzanesi come me come "patanari", per via della storica vocazione che hanno con la produzione e il consumo delle patate. Fondate o infondate si vogliano considerare simili stereotipi, resta comunque il fatto che le abitudini alimentari di una persona, o di un intero popolo, spesso finiscono con il diventare il pretesto per definire o dequalificare la propria identità. A volte però succede anche l'inverso, e cioè che la relazione cibo-identità non sia l'esito di uno sguardo et-



nocentrico con il quale si viene frettolosamente etichettati da chi mangia in maniera diversa da noi, ma sia l'esito di una precisa volontà auto-identificativa che ambisce a stabilire un legame assai intenso, oserei dire mistico, tra un cibo, un territorio e una popolazione. In questo senso si pensi a quanto i calabresi amino pensarsi in associazione al peperoncino, i napoletani alla pizza, i milanesi al panettone o al risotto, i liguri al pesto, i sardi al pane carasau, i canzanesi alla tacchinella, gli atriiani alla liquirizia e così via dicendo. Ma a ben pensarci, cos'è l'IGT se non la volontà di dotare il cibo di una precisa identità che lo leghi in maniera "totemica" ad un luogo geografico e alla comunità che lo abita?».

Il libro, oltre a far emergere l'esistenza di relazioni tra cibo e identità, mi sembra anche che suggerisca l'esistenza di un nesso molto stretto tra comunicazione e universo gastronomico.

«Che il cibo e le pratiche del mangiare manifestino delle connessioni dirette con la comunicazione è un dato che possiamo facilmente riscontrare nella nostra esperienza quotidiana. Pensiamoci: da ciò che si mangia, da come si mangia, da dove si mangia e da quanto si mangia ciascuno di noi comunica di sé, ed apprende dell'altro, ciò che più intimamente lo riguarda. Comunica cioè, prima ancora e senza il bisogno di esibire qualsivoglia documento di identificazione, da quale territorio si provenga, a quale classe sociale si appartenga, quale religione si professi e perfino quali disagi psicologici si patiscano. Ma il mangiare è un atto che si pone sul versante co-

municativo non solo per la sua capacità di veicolare messaggi che hanno a che fare con la dimensione individuale, sociale e culturale delle persone, bensì anche per il suo conformarsi a delle regole condivise che caratterizzano ogni sistema di comunicazione. E dunque, così come nella lingua parlata e scritta esistono precise regole grammaticali, sintattiche o logiche che rendono la comunicazione corretta e comprensibile, allo stesso modo in ogni cultura alimentare esistono regole altrettanto precise che consentono a chi prepara e consuma i cibi di non incorrere in errori grossolani di genere grammaticale, sintattico o logico: tipo servire il caffè prima del dolce; o mettere il parmigiano sulla pasta e fagioli; o, peggio ancora, utilizzare un montepulciano al posto di un trebbiano o di un pecorino per accompagnare un brodetto alla giuliese, che equivarrebbe a scambiare l'ausiliare avere con l'ausiliare essere per accompagnare un verbo transitivo. Sulla base di questo accostamento del cibo con la comunicazione, noi possiamo allora equiparare gli ingredienti ai lessici, i contorni agli aggettivi, le salse alle preposizioni, le ricette alle frasi, l'agrodolce all'ossimoro e via discorrendo. In pratica anche nel mangiare, così come nel parlare o nello scrivere occorre avere apprendistato, competenza e rispetto delle regole».

Il sottotitolo del libro contiene due concetti sui quali sarà opportuno soffermarsi: revivalismi culturali e industria della nostalgia. Di che cosa si tratta?

«Si tratta di due concetti tra loro distinti, eppure strettamente collegati, cui gli antropologi fanno assai spesso ricorso per spiegare

certi aspetti dei comportamenti collettivi contemporanei. Nel caso dei revivalismi culturali abbiamo a che fare con un atteggiamento di risveglio e di riappropriazione del passato che riporta in auge valori, gusti e oggetti di epoche trascorse che vengono rivisitati secondo i bisogni e le sensibilità del presente. Si tratta di un fenomeno dall'andamento ciclico che è sempre esistito e con il quale ogni contemporaneità ha pensato di poter risolvere le crisi del presente. Nel libro, i fenomeni di revivalismo che prendo in considerazione sono specificamente quelli del neo-folklore e della neo-ruralità. Il primo, come suggerisce lo stesso nome, consiste nella volontà di ripresa della cultura popolare che è vista come l'espressione più autentica del modo di essere da parte di una comunità o di un territorio che intendono contrapporsi alle omologazioni identitarie messe in atto dai fenomeni della globalizzazione. Questa ripresa si concretizza soprattutto nel rilancio dei dialetti, dei generi musicali e teatrali, delle pratiche di convivialità o delle ritualità festive che sono appartenute al mondo contadino pre-moderno e che solo qualche decennio fa si era pensato bene di dismettere per via del loro essere legate ad un modo di vita troppo ancorato alla miseria, alla povertà e all'arretratezza economica e culturale. Il secondo fenomeno che prendo in considerazione è invece quello della neo-ruralità. Si tratta di un fenomeno complesso e sotto molti aspetti contraddittorio che guarda al mondo delle campagne, e della realtà borghigiana, come ad una sorta di luogo paradisiaco dove poter fare esperienze di piacere, di rilassamento e di autenticità lontano dall'alienamento urbano e,

come diceva una celebre pubblicità degli anni '70, dal «logorio della vita moderna». Tutto ciò in armonia con la natura, le tradizioni e gli stili di vita semplici: in primis quelli legati al cibo e alle tradizioni gastronomiche locali viste come il mezzo più efficace e piacevole per attuare ricomposizioni del corpo con l'anima. L'industria della nostalgia, cui ha fatto riferimento nella sua domanda, nella interpretazione che ne ho voluto dare nel libro, costituisce invece quella potente macchina persuasiva orientata dai maghi della comunicazione e dai professionisti del marketing di cui si servono le multinazionali dell'alimentazione e la grande distribuzione organizzata per perseguire i loro obiettivi di business e di condizionamento dei consumi. E' l'industria del vintage, del retrò, del folk, del biodinamico, ma anche dei mercatini, dei palii o delle sagre degli «gnocchi a coda de soreca»».

Mi pare di capire che - in tutto questo - incida non poco la suggestione.

«Incide eccome. Incide la suggestione, ma incide soprattutto il bisogno interiore di recuperare tutto un mondo di valori, di emozioni e di esperienze di vita autentica di cui si avverte la disperata mancanza e che si reputa appartengano ad un passato ormai trascorso».

Del resto lei stesso sottolinea quanto sia trainante e diffuso il desiderio di recuperare un'idea di passato più che "il" passato...

«È vero, il passato così come realmente è stato nessuno credo lo voglia per davvero: chi vorrebbe tornare ad indossare le ciocle al posto di comodi mocassini? Chi vorrebbe tornare a lavorare i campi con l'aratro a trazione animale invece che con efficienti trattori con l'aria condizionata? Chi vorrebbe tornare a stabilire la propria residenza da sposati presso la casa dei genitori paterni invece che vivere in una comoda villetta mono o bifamiliare? Oppure chi vorrebbe tornare a mangiare tutti i giorni la stessa pasta di farina e acqua condita con un po' di erbe di campo insaporite con della misera bollitura di ossa? Perché, diciamoci tutta la verità, questa è stata la realtà del passato che hanno vissuto quasi tutti i nostri padri e quasi tutti i nostri nonni. Se noi invece arriviamo oggi ad immaginarci il passato come un paese dell'abbondanza dove tutto era genuino, naturale e saggiamente combinato secondo antiche sapienze tradizionali, è perché l'industria della nostalgia e la retorica massmediatica da "mulino bianco" hanno avuto buon gioco sulla nostra fantasia e sulla nostra immaginazione».

Da un punto di vista antropologico, quale significato assume tutto questo circa il

presente che stiamo vivendo?

«Assume il significato di un voler trovare rimedio alle ansie di identità e di radicamento che ci fanno sentire sperduti e inautentici dinanzi al dilagare del conformismo consumistico che impone ovunque gli stessi modelli estetici, vestimentari, musicali, ludici, ideologici e - non ultimo - alimentari. Significa voler ritrovare un luogo e un tempo della semplicità, della originalità, della pienezza e dell'autenticità di vita che l'oggi sembra negare e che solo il passato, specie il passato folklorico, sembra in grado di restituire. E' quella che si potrebbe definire la "sindrome dell'età dell'oro" e che in tutte le epoche della storia ha portato le persone a retroproiettare i concetti di bello, di giusto e di buono, negandoli al presente».

Dunque quale significato assume oggi - culturalmente parlando - il concetto di autenticità?

«Il concetto di autenticità assume la connotazione positiva di un modo di essere spontaneo, non contaminato e non fuorviato che riscatta le "vere" identità da tutte quelle tendenze omologanti nelle quali ci si è trovati coinvolti a partire dagli anni del boom economico e della modernizzazione industriale.

Applicata al discorso gastronomico, l'autenticità rappresenta così una sorta di uscita di sicurezza in grado di redimere i gusti contemporanei da pericolose derive esterofile e iperlipidiche, consentendone un riorientamento in chiave nostrana e locale. In questo modo, casce e ova, scrippelle m'busse, mazzarelle, 'ndocca 'ndocca, tielle bazzoffie, strinù, turcinatieddi, prebuggini, ciciri e tria, belli e cotti, mandilli de sea, hanno progressivamente acquisito la connotazione di un mangiare valido capace di riconnettere gusto e tradizioni, ricette e stagioni, appetiti e salute, stomaci e cittadinanze, secondo consuetudini sedimentatesi nella storia culinaria di ciascun territorio».

Un elemento essenziale della sua ricerca, direi un presupposto, è la nozione di consumatore per come possiamo concepirlo oggi.

«In Italia e in tutto il mondo occidentale il consumatore odierno non è solo una persona che vede



nel cibo il mezzo per nutrirsi e per placare i morsi dello stomaco. Il consumatore odierno è una persona che, risolto definitivamente il problema della necessità, vede nell'atto del mangiare un utile strumento per comunicare cose intime di sé, per compiere esperienze emozionali extra-ordinarie o per soddisfare bisogni secondari come la socializzazione e la costruzione della propria immagine sociale. Tuttavia queste positive intenzionalità, condivise secondo gradi differenti di interesse e di consapevolezza, non sempre sono accompagnate da un esercizio oculato della ragione e della propensione all'acquisto, ma finiscono il più delle volte con il trasformare il consumatore in una nuova tipologia di cliente-compratore da irretire con lusinghe di tipo salutistico, estetico, oltre che etico. Lusinghe che lo indirizzano verso nuove e costose tipologie di prodotti, sempre più difficilmente inventariabili come cibi, che gli diano la sensazione, o l'illusione, di sentirsi bene in salute, di perseguire risultati di bellezza fisica e - perché no? - di contribuire alla salvaguardia del

planeta: si pensi al riguardo ai concetti di chilometri zero, di biologico, di biodinamico, di biodiversità e via dicendo».

Lei parla anche di narrazione del cibo: che spiegata in parole povere significa...

«Narrare il cibo, oggi, vuol dire soprattutto renderlo protagonista di una storia, costruirgli un surplus di significato, dotarlo di un valore aggiunto che lo renda appetibile e, se mi si consente, commercializzabile. Vuol dire collegarlo ad una vicenda territoriale ed artigianale fatta di saperi, di manualità e di "terroir" che gli conferisca unicità e identificabilità da spendersi in chiave anti-omologativa e anti-globalizzatrice. Vuol dire inoltre attribuirgli delle peculiarità che lo facciano distaccare dal suo essere un semplice alimento, un mero aggregato di macro e micro-nutrienti, e farlo diventare un qualcosa di originale e direi soprattutto di identitario. In questo modo, un semplice sugo per pastasciutta diventa allora una "vellutata di datterino ischitano con il suo basilico e il suo extra-

vergine d'oliva spremuto a freddo da coltivazione biologica"; oppure un semplice piatto di formaggi diventa così una "selezione di pecorini di fossa affinati sei mesi in cenere di castagno". E così via dicendo. C'è poi un'altra accezione con la quale l'attualità provvede a "narrare" il cibo. Mi riferisco al modo con il quale i saperi culinari, l'arte del mangiare e il piacere dello stare a tavola hanno trovato spazio discorsivo nella più recente produzione letteraria e cinematografica. Basti qui pensare a quanta passione gastronomica c'è nei vari Gadda, Vasquez Montalban, Camilleri, Stout, Carofiglio e Simonon, tanto per citare alcuni tra i più celebri narratori del cibo in prosa; oppure, spostandosi nel genere filmico, basti pensare a pellicole dal grande consenso critico e di botteghino come "La grande abbuffata", "Soul kitchen", "Sapori e dissapori", "Un tocco di zenzero", "Pane e cioccolata", "Delicatessen", "Spaghetti House", "Pranzo reale", "Mystic pizza", "Ricette d'amore", "Cous cous" e moltissime altre ancora».

Quali sono state le ragioni che l'hanno spinto a dedicarsi alle ricerche da cui è nato il libro?

«Direi che questo libro nasce essenzialmente da un bisogno di rispondere ad alcune curiosità che, in tempi recenti, si sono venute imponendo tanto alla mia attenzione di studioso di comportamenti collettivi quanto alla mia esperienza di consumatore che si è visto subissare di messaggi e di proposte gastronomiche ad alta promessa di autenticità».

A quali curiosità si riferisce?

«Beh, ad esempio capire la ragione per la quale le erbe di campo, che nel mondo rurale spesso non sono neanche più raccolte, nei mercati rionali delle grandi città vengono assai ricercate e acquistate a prezzi da capogiro. Oppure capire la ragione per la quale piatti come la coratella, la zuppa di farro o le animelle, che fino a qualche anno fa venivano dai più snobbate, oggi trovano spazi sempre crescenti nei menù dei ristoranti più alla page. Oppure capire come mai il cibo contadino, gli aperitivi del contadino, le patate del contadino e le sagre gastronomiche riscuotono un così grande appeal nei gusti delle persone, ma soprattutto dei giovani di città che tutt'altro sono eccetto che dei coltivatori diretti».

Da un punto di vista scientifico, quali criteri ha seguito per impostare e strutturare il suo lavoro?

«Senza dubbio il primo criterio è stato quello dell'esercizio metodico della curiosità: la curiosità di sapere e di voler conoscere. A questo poi si è accompagnato un procedimento di costante "distanziamento" che mi ha permesso di osservare con uno "sguardo da lontano" tutti quegli aspetti della quotidianità che di solito sfuggono alla percezione in quanto normali e scontati. Da questo punto di vista direi che vale quella definizione minimalista dell'antropologia come la «problematicizzazione dell'ovvio». L'altro criterio che ho seguito è stata la cosiddetta «osservazione partecipante», ossia il metodo di indagine proprio delle discipline socio-antropologiche che consiste nel calarsi fisicamente e mentalmente nel terreno della ricerca al fine di acquisire personalmente e di "prima mano" tutti i dati da sottoporre a successive analisi. Questa osservazione partecipante mi ha portato a più riprese a partecipare a sagre paesane, a degustazioni di vini, a frequentare agriturismo e borghi rurali, a calare gli spazi dei centri commerciali e dei mercatini rionali, a frequentare numerose persone anziane dell'Abruzzo, del Lazio, del Molise, della Puglia da cui ho imparato a scoprire ricette, distinguere odori, apprezzare sapori, riconoscere erbe e apprendere saperi gastronomici e nutrizionali che meriterebbero di essere sistematizzati e salvaguardati affinché non se ne perda per sempre la cognizione».

Se dovesse racchiudere in una formula la sua diagnosi, se dovesse sintetizzare il significato dell'analisi che ha proposto nel suo libro, che cosa direbbe?

«Direi che se da una parte tutta questa ricerca del mangiare l'autentico persegue ineccepibili intenti di utilità ecologica, nutrizionale e identitaria, dall'altra, conformandosi alle mode culturali e alle lusinghe dell'industria dei consumi, rischia di indurre ad un clamoroso malinteso: il malinteso cioè che mangiando "e comperando" cibi di garantita tradizione locale si possano far rivivere esperienze gustative di cui si avverte la nostalgica mancanza. Siamo davvero davvero sicuri che sia proprio così?»

CHI È

Ernesto Di Renzo, nato ad Avezzano, è antropologo e ha insegnato dal 1996 al 2001 all'Università dell'Aquila e dal 2002 è docente di Storia delle Tradizioni Popolari e Antropologia culturale nella Facoltà di Lettere dell'Università di Roma Tor Vergata. Nella stessa Facoltà è anche coordinatore didattico del Master di I° livello in "Cultura dell'alimentazione e delle tradizioni eno-gastronomiche". Ha compiuto numerosi studi "sul campo" su tematiche inerenti l'antropologia dell'alimentazione, l'antropologia visiva, le tradizioni folkloriche e i rapporti cultura, ambiente e società. Dal 2005 al 2008 ha collaborato con la Rai per svolgere attività di consulenza etno-antropologica nella trasmissione Geo&Geo. Tuttora continua ad intervenire in qualità di esperto presso trasmissioni televisive e radiofoniche. Le sue ricerche

spaziano dallo studio processi di patrimonializzazione della cultura materiale e immateriale ai significati simbolici del cibo letto in chiave transculturale; dai comportamenti rituali collettivi alle etno-tassonomie popolari sulla funzione nutrizionale e terapeutica delle piante erbacee spontanee. Tra i suoi principali lavori in tema di cultura alimentare si segnalano: "Mangiare l'autentico. Cibo e alimentazione tra revivalismi culturali e industria della nostalgia" (Universitalia, 2013); "Lazio's gastronomic roots" (in O. Zanini De Vita, "Popes Peasants and Sheppards. Recipes and Lore from Rome and Lazio", California University Press, 2012); "Il cibo duttile. Le moderne pratiche alimentari tra identità, salute e resilienza delle tradizioni", in L. Di Renzo, E. Di Renzo et Alii, "Mangiare Italiano, nutrirsi mediterraneo" (La Nuova Cultura,

2012); "Quando il cibo si fa memoria: l'esperienza delle Tre Marie tra storia, ricordo e narrazione letteraria" (in E. Centofanti, "Quel ramo di mandarino", One Group Edizioni, 2011); "Alimentazione, salute, età, in un contesto specifico di studio: le pratiche fitoalimurgiche nel comprensorio di Oratino" (in Longo E., Cedri C., Giustini M., "Invecchiare oggi: una sfida per il domani", Istituto Superiore di Sanità, 2011); "Tradizioni culturali e itinerari vitivinicoli nella provincia teramana" («Annali Italiani del Turismo internazionale» n. 3, 2006); "Strategie del cibo. Simboli, pratiche, valori" (a cura di, Bulzoni, 2005); "Convivio. Luoghi, riti e radici dei prodotti agroalimentari della Provincia di Roma" (in collaborazione con A. Manodori Sagredo), Società Geografica Italiana, 2005).

