

Spunti per una riflessione sul Paesaggio del Parmigiano Reggiano.

Fabrizio Frignani

Il Paesaggio del Parmigiano Reggiano, probabilmente è molto meno noto-conosciuto, del prodotto principe che si ottiene dalla lavorazione dei prodotti della sua terra, e della successiva trasformazione del latte dei bovini selezionati e dagli allevatori, che con devozione e sacrificio continuano a mantenere attivo e vivo questo territorio attraverso le lavorazioni agrarie, che quando sono fatte con coscienza e sapienza, applicando le buone maniere che vengono dal passato, contribuiscono evitare il così detto dissesto idrogeologico.

I paesaggi del parmigiano reggiano, si possono suddividere in tre aree geografiche ben definite sul territorio, la pianura che per i reggiani si identifica con il toponimo la "Bassa", l'alta pianura e la collina-montagna. Logicamente spostandoci da Nord a Sud da Est ad Ovest, di valle in valle, abbiamo delle caratterizzazioni che diversificano ulteriormente queste tre fasce, formando delle unità di paesaggio, che a loro volta contengono delle micro unità che danno unicità e specificità tipicità ai prodotti della terra, al punto che anche il re dei formaggi, può avere un gusto diverso se prodotto in una valle o in un'altra.

Quello di montagna è sicuramente un territorio complesso, difficile da coltivare per via della morfologia del terreno, ma soprattutto perché la produzione, la quantità di foraggio, non potendo irrigare, è dettata esclusivamente dalle condizioni meteorologiche, dalle stagioni. Un paesaggio disegnato nel tempo dall'uomo, così come tutti i paesaggi, modificati inesorabilmente dalle necessità della meccanizzazione agraria soprattutto in pianura, ma che vede in questo territorio montano, più che dalle altre parti, ancora la presenza delle identità culturali, che con rispetto lo hanno sempre governato.

Il sapere, le conoscenze, diventano la storia, non solo della morfologia che l'uomo ha adattato nel tempo alle sue esigenze, non solo dalla selezione delle specie che meglio si adattano a questi luoghi "scomodi" ma anche delle persone che hanno abitato ed oggi vivono in questo spazio geografico. Paesaggi culturali, intrisi di storie, che si tramandano di generazione in generazione, così come di padre in figlio si tramandano i sistemi di "conduzione" del terreno, in quanto il sapere antico in questi casi prevale sulla tecnologia; è impossibile ed impensabile omologare il paesaggio agrario montano a quello di pianura, dove l'agroindustria ha cancellato quasi inesorabilmente ogni traccia del passato facendolo diventare un paesaggio uniforme e banalizzato.

Un paesaggio umanizzato, quello di montagna, dove è ancora possibile osservare, spero ancora per lungo tempo, il rispetto alla naturalità dei luoghi, dove ad esempio nei campi le piante solitarie vengono ancora rispettate, vengono lasciate lì anche se per arare, zappare, seminare, bisogna girarci intorno. Vengono lasciate perché sono un riferimento, perché "ricordano" o "ricollegano" fatti avvenuti, storie, il passato ed il presente, credenze popolari, il mondo reale con il mondo fantastico, del quale in montagna le tracce sono ancora ben presenti nella cultura e nelle tradizioni della gente. La magia delle tradizioni, storie che apparentemente hanno un significato solo per questa gente, in quanto scritte e tramandate con un linguaggio sconosciuto ai più, a chi non fa parte della comunità, così

come i prodotti tipici, sono realizzati con queste grammatiche che per forza di cose se si vuole tradurle è necessario vivere a contatto con queste persone, dentro queste comunità.

L'osservatore esterno, l'escursionista, il turista, il cittadino comune, può di fronte a questo paesaggio deposito di culture, rimanere impassibile e attraversarlo senza capirne i significati, oppure diventarne attore, entrando a far parte della scenografia, visitando un'azienda agraria, un caseificio, oppure immergendosi percorrendo lentamente il paesaggio, per percepire, dare significato, a dei valori culturali, sociali, antropologici, specifici di questi luoghi, che senza una "trasmissione" esterna, una esternalizzazione, purtroppo rimarrebbero solo ed esclusivamente della comunità e rischierebbero l'oblio.

I prodotti tipici così come i contenuti del paesaggio culturale, non possono rimanere "locali" devono, per essere conosciuti e diffusi, ampliare i propri e limitati confini geografici che li hanno resi speciali. Allora il paesaggio culturale, non può trasformarsi in un paesaggio produttivo, ma deve diventare produttivo rispettando e valorizzando le caratteristiche di biodiversità dove sono ancora ben presenti e rigenerandole dove queste non sono più vive, per far dire all'osservatore esterno WOW. Così la bellezza si trasforma in fascino, in esclusività, in detonatore di emozioni; il contenuto storico culturale, i legami tra la gente del luogo, delle valli, delle colline, dei versanti dai quali si ottengono questi prodotti speciali, non esiste solo il parmigiano reggiano, diventa un'espressione artistica, che può essere narrata attraverso un testo, una fotografia, un'opera pittorica, un disegno, un'installazione che la reinterpreta.

Un'area dove la sostenibilità è un rapporto antico, vero tra uomo e territorio, "preservarne" le caratteristiche attraverso l'area Mab, è stato l'atto fondamentale per affermare che questo territorio è più speciale di altri. Ma ci devono credere tutti, mantenere questa biodiversità significa, mantenere il sapore antico che si può cogliere nei vecchi borghi, lungo le vecchie strade interpoderali, le fontane, gli abbeveratoi, i boschi che si alternano ai campi, ai castagneti che sono il più classico dei boschi che l'uomo da secoli coltiva.

Preservare non significa però monumentalizzare, ingessare, ma appartiene all'educare a far sì che lo sviluppo di questa montagna, di questo paesaggio del parmigiano reggiano, diventi economia vera, se si costruisce una nuova rete di un sistema economico che sa guardare in direzioni nuove, forse ambiziose, ma diverse e diversificate rispetto a quanto fatto e pensato fino a oggi per questa particolare area montana. Non si può pensare ad un'economia della montagna che si basa solo sulla produzione e sulla vendita del parmigiano reggiano, ma attorno a questo prodotto si deve e può sviluppare tutta quella rete di servizi che permettono di "vendere" questo paesaggio. Turismo, agriturismo, albergo diffuso, centri benessere, educazione ambientale, fattorie didattiche, vita sana, il mangiar bene, servizi alle persone, un sistema economico territoriale, che vede al centro l'uomo e l'azienda agricola, il sistema parmigiano reggiano. Conseguenza di quanto scrivo è la necessità di far fare alle aziende agricole un salto di qualità, culturale ed estetica, non si può pensare di vendere il paesaggio, con un architettura rurale fatta con i capannoni industriali.

Come si può fare emergere il valore che questi luoghi hanno al loro interno, che solo poche persone sanno vedere, è sufficiente il prodotto tipico, il parmigiano reggiano per fare conoscere questo paesaggio nel mondo? Probabilmente no, perché fino ad oggi, ne stiamo appunto discutendo, il paesaggio è stato considerato solo un “supporto” visivo al prodotto finale, che raramente anche negli spot pubblicitari viene utilizzato. Al contrario di altri prodotti, in altri luoghi d’Italia dove il paesaggio è il valore aggiunto, quel qualcosa che attrae turisti da tutto il mondo, il paesaggio del Chianti, delle Langhe, della Val di Non e Val Venosta, i terrazzamenti in Val d’Aosta, le colline del Prosecco (quello vero).

Lo studio del paesaggio diventa fondamentale per capire e dare continuità al sapere antico, che deve essere trasmesso alle generazioni future, non necessariamente eredi diretti degli agricoltori, di oggi, ma esperienze e sapere, che devono essere trasmesse anche ad altri giovani che possono apportare a loro volta con le loro conoscenze e le loro esperienze, nuove visioni, nuovi approcci.

Un paesaggio tutto ancora da studiare, da capire, da conoscere, che può ancora svelarci trame a noi non note, che va letto attraverso multidisciplinarietà scientifiche che devono mantenere ben evidente la presenza della sapienza popolare.

Il paesaggio non è accademico, è semplicemente un “costruito” dell’uomo, con tutto il suo sapere, ma anche i suoi errori, il paesaggio rappresenta i comportamenti dell’uomo e della sua capacità o incapacità di relazionarsi in quello specifico spazio geografico con tutti gli elementi naturali e no che lo compongono. Quando tutto funziona vuol dire che la relazione è stata costruita in modo equilibrato. Il paesaggio del parmigiano reggiano, deve diventare quel qualcosa che mette in equilibrio, economia e produzione con sostenibilità e reddito, che allo stesso tempo deve diventare o ri-diventare attrattore, perché sì è importante “vendere” il prodotto attraverso i media, ma è più importante far capire al consumatore finale che i luoghi dove questo prodotto viene “creato”, hanno un ‘anima.

In questo mondo globale, il turista che vive il luogo, ne vive la parte intima, vive un’esperienza particolare, ed è il paesaggio che introduce ad una prima scenografia speciale a chi arriva da un’altra realtà geografica e poi accompagna questo “consumatore” a prendere coscienza e consapevolezza, che questo prodotto è speciale perché tutto intorno a lui è speciale.

Così si ampliano gli orizzonti geografici, il paesaggio con il suo prodotto principe, comunicato attraverso le esperienze personali, ha un altro sapore perché nel linguaggio comunicativo c’è l’esperienza diretta, quella che ti permette di immaginare. Il messaggio all’altro non viene comunicato da un’idea commerciale, ma da un’esperienza di vissuto fatta da quell’insieme di strati emozionali che nessun spot pubblicitario potrà mai trasmettere.

Lascio per ultimo l’aspetto culinario, che è parte integrante del paesaggio, perché proprio questo ambito è la dimostrazione, che un prodotto tipico diventa esclusivo nel momento in cui la sapiente interpretazione creativa di un cuoco ne può esaltarne contemporaneamente le tradizioni ma anche la novità. I cuochi che portano il nuovo, non danno “da mangiare” al turista, ma attraverso un piatto reinterpretano- ridisegnano un

nuovo paesaggio, diventando a loro volta comunicatori di emozioni, di sentimenti . Nuovi importanti attrattori nello scenario economico generale. Un legame importante lega i cuochi con gli agricoltori, la qualità l'eccellenza dei piatti inizia in campagna con la qualità dei prodotti della terra. Uno artista del piatto l'altro, l'agricoltore artista inconsapevole che da secoli disegna e ridisegna continuamente con le sue pratiche l'aspetto estetico dei campi che lui coltiva.....ma solo un osservatore esterno può apprezzare il valore artistico del suo lavoro ed il sapore dei suoi prodotti.