

Abstracts

La reinvenzione del cibo. I prodotti locali nell'era "glocale" *Cristina Grasseni*

All'agricoltura oggi non si chiede più di garantire solo un sufficiente approvvigionamento di cibo, ma anche qualcosa di più. Questo "qualcosa" comprende aspetti etici, sociali, perfino estetici. Diversi attori sociali e istituzionali stanno riscoprendo il cibo come patrimonio per lo sviluppo del territorio e come oggetto topico, per ripensare i temi della sostenibilità e della responsabilità.

Alcuni fenomeni contemporanei sono particolarmente interessanti da questo punto di vista, in quanto sembrano coniugare innovazione sociale e responsabilità ambientale mettendo a fuoco la possibilità di sviluppare nuovi stili di vita. La ricerca del rapporto diretto tra produttore e consumatore da parte dei consumatori "urbani" e il neo-ruralismo sono alcuni tra i molti aspetti di una galassia relativa alla co-produzione (e non solo al "consumo" critico) che dimostrano un eccezionale potenziale di incidenza non solo culturale e sociale ma anche economica rispetto alla vitalità delle città e delle campagne, e propongono nuovi modelli culturali legati al produrre e pensare il cibo.

Parole chiave: cibo, innovazione, consumo critico, sostenibilità, responsabilità.

Agriculture is not only required to provide sufficient food, but also ethical, social and aesthetic satisfaction. Several social and institutional actors have rediscovered food as patrimony, for local development and for critical analysis in the light of sustainability and responsibility.

Some contemporary phenomena are particularly interesting, since they combine aspects of social innovation and environmental responsibility whilst developing new life styles. A direct producer-consumer relationship, for instance, or neo-rural entrepreneurs, characterise a whole range of experiences of co-production (which include far more than just critical "con-

Culture della sostenibilità, Anno III, n. 6, 2009

Abstracts

sumption") and display a huge potential for cultural, social and economic impact on both urban and rural lifestyles.

Key words: *food, innovation, critical consumption, sustainability, responsibility.*

Il cibo come fattore di sostenibilità

Mario Salomone

L'articolo rimanda a fenomeni rilevanti e significativi della complessa relazione tra alimentazione e sostenibilità e mette in rilievo la mutua influenza tra produzione e consumo alimentare, proponendo uno schema di fondo per descrivere le questioni in esame.

L'articolo, infatti, declina la questione della "sostenibilità" rispetto al variegato universo della produzione e del consumo alimentare. L'autore procede attraverso una ricognizione di differenti aspetti che coinvolgono la relazione tra sostenibilità e contesto alimentare. In particolare il testo affronta: a) le trasformazioni dei consumi nel dopoguerra; b) il rapporto tra consumo e rischi alimentari; c) il ruolo del consumo critico e le trasformazioni del sistema alimentare in conseguenza dell'emergere delle forme di consumo "alternativo"; d) i contorni del "new rural development paradigm" e di un nuovo "approccio alimentare sostenibile". L'articolo insiste sul ruolo del cibo come *connettore* (tra esseri umani e natura, tra città e campagna), da un lato, e come *aggregatore sociale* (di relazioni, reti, movimenti), dall'altro.

Parole chiave: agro-ecologia, partecipazione, reti, sicurezza alimentare, sostenibilità, stili di vita.

The paper analyses the crucial relationship between food and sustainability, stressing the mutual influence between production and consumption of food-stuffs and proposing an interpretation pattern of food issues.

The paper examines the several aspects of this relationship. In particular, the paper deals with: a) changes of consumption after the Second World War; b) relationships between food and risks; c) the role of critical consumerism and the outcomes for the food system.

Finally, the paper analyses the 'new rural development paradigm' and describes a 'new sustainable approach', stressing the role of food: a) as 'connector' between humankind and nature and between towns and country; b) as social 'aggregation factor' of relations, networks, and movements.

Key words: *agro-ecology, food security, life styles, participation, networks, sustainability.*

**Fra consumo e utopia.
Il cibo planetario all'Expo 2015**
Maria Cristina Paganoni

Nel 2015 Milano ospiterà un'esposizione universale dedicata al rapporto fra cibo, salute e sviluppo sostenibile. Atteso come occasione per rilanciare la città, l'evento è già da tempo anticipato da una campagna mediatica in costante espansione. Mediante gli strumenti dell'analisi del discorso e dei generi testuali, si sono confrontati documenti promozionali e articoli apparsi sulla stampa nazionale e internazionale inglese e francese per portare alla luce l'intreccio delle molteplici finalità – culturali, sociali e commerciali – della manifestazione. A livello discorsivo si è rilevato che la campagna dell'Expo 2015 adotta un registro ufficiale pedagogico e universalista e ricorre a un'incalzante retorica delle promesse. Seppur velatamente, entrambe le caratteristiche mirano soprattutto alla promozione dell'aspetto commerciale dell'Expo, utilizzando a tal fine tecniche di marketing ben riconoscibili in filigrana e rappresentando il capoluogo lombardo come *World City* all'incrocio strategico fra locale e globale per ragioni di *rebranding*. Laddove lo sguardo disincantato della stampa internazionale registra le molte contraddizioni della complessa pianificazione dell'evento, la stampa nazionale riporta un conflitto di opinioni e valori che rende problematica la costruzione del consenso da parte dell'opinione pubblica. L'evidenza testuale rileva quindi serie discrepanze fra le molteplici narrazioni mediatiche. Tale cesura discorsiva e sociale rischia di minare non solo l'immagine dell'Expo come spazio sociale utopico del prossimo futuro, ma soprattutto la realizzazione di interventi significativi di riqualificazione urbana.

Parole chiave: analisi del discorso dei media, discorso promozionale, esposizioni universali, generi testuali, globalizzazione, *rebranding* urbano

In 2015 Milan will host a world fair dedicated to the relationship between food, health and sustainable development. An expanding media campaign is already anticipating the event, which is expected to boost the international reputation of the Lombard metropolis. By means of the tools of discourse and genre analysis, the Expo promotional texts have been compared with related print and online articles, published in the international (English and French) and Italian national press, in order to elicit the interweaving of its several goals, cultural, social and commercial. The re-

Abstracts

search shows that, at the discursive level, the launch of the event adopts an official pedagogic and universalist attitude and forceful promissory rhetoric. Both features, though, covertly aim to promote the commercial side of the Expo, embedding easily recognisable marketing strategies as watermarks and urging the rebranding of Milan as a World City, placed at the strategic crossroads of the local and the global. Whereas the disenchanted outside gaze of the international press does not miss to retrace several contradictions in the twists and turns of the complex Expo planning, the Italian press reports a clash of views and values that discourages consensus building in the public opinion. Textual evidence thus reveals deep discrepancies among the multiple media narratives of the Expo 2015. This discursive and social hiatus risks undermining not just the image of the Expo as a utopian social space of the near future, but above all the realisation of major urban regeneration interventions.

Key words: *globalisation, international exhibitions, media discourse analysis, promotional discourse, text genres, urban rebranding.*

I processi di tipicizzazione tra singolarità e ripetizione *Valeria Siniscalchi*

In questo scritto l'autore rilegge i fenomeni di tipicizzazione di prodotti, pratiche e luoghi attraverso alcuni elementi costitutivi: la singolarità, l'autenticità e la ripetizione nel tempo. Un'attenzione particolare è rivolta alle produzioni alimentari. I prodotti tipici sono oggetto e risultato di conflitti, di negoziazioni, di rapporti di forza e di giochi di potere, spesso occultati o invisibili nei lavori sulla tipicità. L'autore mostra come essi siano, invece, centrali per l'analisi di simili processi.

Parole chiave: tipicità, autenticità, alimentazione, località, antropologia economica.

In this text the author analyze "typification" phenomena (of product, practices and places) by some of their constitutive elements: singularity, authenticity and repetition in time. A special care is given to food by/with different ethnographic cases. Typical products generate and also are the result of conflicts and power relationship, which are often hidden or invisible in most work on typification. Here the author shows that political dimension is essential to the understanding of these processes.

Key words: *typical products, authenticity, food, locality, economic anthropology.*

Mangiare con gli occhi.
Cibo, rappresentazioni della località e scenari translocali
Letizia Bindi

L'articolo affronta il tema della attribuzione di tipicità a prodotti agroalimentari e del rapporto che questi processi intrattengono con la costruzione delle identità locali e della valorizzazione e commercializzazione dei territori.

Partendo da alcune etnografie in fase di avvio alcune, di svolgimento altre – particolarmente in Molise –, l'autrice intende mostrare la complessità dei rapporti intrattenuti tra produzione agroalimentare, strategie di promozione culturale dei territori da parte istituzionale e privata e livelli sovralocali e talora anche sovranazionali di definizione della tipicità dei prodotti e di loro ammissibilità nei circuiti commerciali (disciplinari, tutela, fonti di finanziamento specifiche). Accanto a ciò questo studio ha la finalità di mostrare come i processi di trasformazione degli stili del gusto enogastronomico rientrino progressivamente in una riformulazione dell'idea stessa di tipicità e nella più ampia definizione di un patrimonio immateriale che tiene insieme paesaggi e comunità di pratica, ambiente, “tradizioni” e marketing dei territori, attivismo locale e quadri di riferimento politico-istituzionali sovralocali. L'ultima parte del saggio, infine, tenta di individuare un'ulteriore pista di indagine sui temi della reinvenzione del cibo attinente l'insieme dei media (anche di ultima generazione) nella costruzione di mode e stili del gusto di tipo contemporaneo concretamente sganciati da un'afferenza territoriale, ma sempre più “ri-localizzati” sul piano simbolico.

Parole chiave: località/translocalità, tradizione/innovazione, stili comunicativi, prodotti tipici, Molise.

The paper focuses around the definition of ‘typicality’ of food and the relationship of these processes with the construction and valorisation of local identities and the marketing of the territories as well.

Local ethnographies – specifically grounded in Molise – represent the starting point for an analysis of relationships between food production, strategies of cultural valorisation of the territories by institutions and private enterprises and translocal – sometimes transnational too – processes of definition of ‘typicality’ of specific products and their general commercial acceptability (disciplinary rules, safeguard, funding).

By these specific examples the author aims to show how the processes of transformation of the taste styles are a part of the wider definition of intan-

Abstracts

gible cultural heritage joining landscapes and practice communities, environment, 'traditions' and marketing of the territories, local activism and translocal reference frames. The last part of the paper specifies a further path of inquiry on 'reinventing food' processes: the relevance of media (even of the new media) in the construction of contemporary trends and styles of taste the less practically rooted in the local, the more symbolically 're-localised'.

Key words: *communication styles, locality/translocality, Molise, tradition/innovation; typical products.*

La reinvenzione del cibo e lo sviluppo del territorio: il turismo enogastronomico

Paolo Corvo

Il rapporto tra le dimensioni fondamentali del vivere sociale e le caratteristiche dei 'nuovi' turisti sono molto strette, a dimostrazione del ruolo rilevante assunto dal fenomeno turistico; la dimensione globale, lo spazio estetico, la ridefinizione delle coordinate spazio-temporali, il desiderio di recuperare relazioni interpersonali significative determinano in modo decisivo le scelte turistiche.

L'autore si sofferma sulla crescente attenzione per la natura e per la ruralità, che conduce alla diffusione di nuove forme di fruizione del territorio, come le greenways, e di modelli innovativi di ricettività come gli agriturismi. Lo stretto legame che si instaura tra turismo e ambito rurale si esprime in particolare nella riscoperta delle culture e delle tradizioni dei luoghi d'origine dei prodotti enogastronomici. Il binomio turismo-agricoltura è rafforzato dal fatto che la ristorazione e le ricette locali sono parte integrante di ogni tipologia di prodotto turistico. Anche alcune aree montane in difficoltà possono trovare occasioni di rinascita sociale ed economica sviluppando il turismo enogastronomico.

La rete locale dei soggetti che agisce sul territorio per sviluppare una tale offerta turistica deve peraltro essere suggellata da una progettualità condivisa, che coinvolga la popolazione locale e si ispiri a modelli di sostenibilità: una delle componenti fondamentali del sistema turistico è costituita dalla partnership strategica tra i partecipanti, che li accomuna attorno a progetti di sviluppo.

Parole chiave: turismo enogastronomico, turismo rurale, sviluppo del territorio, mobilità dolce, sviluppo sostenibile.

Relationship between fundamental dimensions of the social way of living and characteristics of the 'new' tourists is very narrow, to demonstration of the remarkable role assumed by tourist phenomenon; the global dimension, the aesthetical space, the redefinition of the space-temporal coordinates, the desire to recover relationships meaningful determine in decisive way the tourist choices.

The author writes on the increasing attention for nature and peasantry, that conducts to the diffusion of new fruition' forms of territory as the greenways and of innovative models of receptiveness as the farm holidays. The narrow bond that is established between tourism and rural places is expressed particularly in the rediscovery of the cultures and the traditions of places of origin of the gastronomic products.

Binomial tourism-agriculture is strengthened by the fact that the restaurants and the local recipes are integral part of every typology of tourist product. Also some areas of mountain that are in difficulty can find occasions of social and economic rebirth developing the gastronomic tourism.

The local network of the subjects acting on the territory must involve the local population and must follow the models of sustainability: one of the fundamental components of tourist system is constituted by strategic partnership among participants, that unites them around projects of development.

Key words: *gastronomic tourism, rural tourism, territorial development, greenways, sustainable development.*

La zuppa, il fuoco e il lago. Cibo e identità intorno al lago di Bolsena *Alessandra Broccolini e Katia Ballacchino*

Il saggio prende spunto da un lavoro di ricerca e documentazione relativo ai beni demotnoantropologici immateriali promosso dall'Istituto Centrale per il Catalogo e la Documentazione (ICCD) del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, che è stato condotto sui saperi e le pratiche alimentari nell'area del lago di Bolsena (provincia di Viterbo). In particolare il saggio analizza il ruolo che occupa un piatto tradizionale dell'alimentazione lacustre denominato sbroschia – una zuppa di pesci di lago – nella definizione dell'identità locale entro pratiche e saperi della contemporaneità. Questo piatto che, a causa di un sapore denso e di una natura poco adatta ai palati turistici non si è trasformato in prodotto commerciale, rappresenta per molti aspetti un elemento narrativo e uno strumento catalizzatore di sentimenti di appartenenza al lago, grazie alla sua origine mitica e arcaica, al suo rapporto intimo e solido con l'ambiente naturale lacustre e con la cultura locale

Abstracts

della pesca tradizionale, di natura prettamente maschile. La riflessione antropologica proposta vuole riflettere sulle problematiche insite nei processi di patrimonializzazione della cultura immateriale locale prodotti dalle pratiche ministeriali di catalogazione (attraverso la scheda BDI), che a fatica riescono a restituire la complessità del rapporto cibo/identità in quello che viene da più parti definito il lago “che si beve”, proprio per l’uso alimentare delle acque lacustri che si faceva e che si fa ancora nella preparazione locale della sbroschia.

Sono proprio le acque del lago, infatti, insieme ad un uso tutto maschile del fuoco “non domestico” e all’utilizzo del “pignatto” per cucinare la sbroschia che rendono la preparazione e la consumazione di questo piatto un rito significativo sul piano simbolico per i pescatori che vivono questo territorio. Persino l’abitudine di mangiare la sbroschia con le mani entra nel confine identitario, nella memoria narrativa dei pescatori che si rifanno ad un passato premoderno. Nell’uso quotidiano contemporaneo della sbroschia si rileva il suo rapporto opaco con altri luoghi del consumo alimentare: i paesi lontani dal lago, le sagre e i ristoranti del luogo, confermando la sua forte caratteristica di piatto “intimo” e non commerciale, privato, selettivo e di retroscena. In che modo quindi, questo così complesso bene effimero, in bilico tra materiale e immateriale, si può inserire in un processo di valorizzazione del territorio e delle comunità locali legato al loro sviluppo sostenibile? A questo e ad altri interrogativi relativi al patrimonio etnografico, tenta di rispondere il saggio in questione.

Parole chiave: patrimonio immateriale, identità maschile, catalogazione, sviluppo sostenibile, cibo.

This article draws on a research and documentation project on immaterial demo-ethno-anthropological resources sponsored by the Central Institute for Cataloging and Documentation (Istituto Centrale per il Catalogo e la Documentazione [ICCD]), a part of the governmental Department for Cultural Resources and Activities. This project investigated food-related practices and forms of knowledge in the Bolsena Lake area in the Province of Viterbo. In this article we focus primarily on the role a traditional lake area dish called sbroschia (a freshwater fish soup) plays in defining local identity within contemporary practices and forms of knowledge. Because of its intense flavor, not well suited to the palates of tourists, this soup has not been transformed into a commercial product. In many ways this dish therefore represents a narrative element and catalyst for senses of belonging to the lake area, thanks to its mythical and archaic origins, its powerful and intimate connection with the natural environment of the lake area and the local culture of traditional fishing which is strongly associated with mascu-

linity. This anthropological investigation seeks to analyze the problematics involved in the processes of transforming local immaterial culture into heritage through the government's practices of cataloging (using the BDI form). What these cataloging practices have trouble capturing is the complexity of the relationship between food and identity in the area of the lake, which is often referred to as the lake "that you drink" because of the use that had been and continues to be made of the lake water in the local recipe for *sbroscia*.

In fact, it is precisely the use of the lake water, together with an exclusively male use of "non-domestic" fire and *pignatto* to cook the *sbroscia* that makes the preparation and consumption of this dish a significant symbolic ritual for the fishermen living in the area. The very habit of eating *sbroscia* with the hands is also part of local identity in the narrative memory of fishermen as they hark back to a pre-modern past. The contemporary daily use of *sbroscia* reveals the unclear relationship it has with other sites of food consumption (such as villages far from the lake, local feasts and restaurants) and reinforces its powerfully intimate, non-commercial, private, selective and "backstage" character. In what ways is it possible, therefore, to incorporate this ephemeral and complex resource, which walks the line between material and immaterial, into the process of promoting local areas and communities in a sustainable manner? This article seeks to address this and other questions related to ethnographic heritage.

Key words: intangible heritage, male identity, cataloging, sustainable development, food.