Convegno internazionale di studi

**Alimentazione, produzioni tradizionali e cultura del territorio**

12-13 marzo 2015

Museo internazionale delle marionette

Antonio Pasqualino - Palermo

**ABSTRACT**

**Fondazione Ignazio Buttitta**

Giovedì 12

**Marxiano Melotti**, Università degli Studi di Milano Bicocca

*Mito, vino e territorio: nuove pratiche turistiche tra archeologia liquida ed autenticità locale*

Il vino costituisce uno strumento importante tanto nelle pratiche di valorizzazione turistica del territorio quanto nei nuovi processi di riscoperta e costruzione dell’autenticità locale. Coerentemente con alcune caratteristiche della società post-moderna, culturalizzazione e tematizzazione storica dei consumi svolgono un ruolo di crescente importanza: mito, storia e archeologia vengono sempre più spesso utilizzati come efficace strumento di marketing territoriale e turistico. In tali processi il vino, inteso come concreta espressione della cultura del territorio e del patrimonio storico-identitario, materiale o immateriale, occupa un ruolo di rilievo. Scoperte di antichi vitigni sardi, etruschi, greci e romani ricondotti a produzioni attuali; nuovi vigneti impiantati in siti archeologici per produrre “autentici” vini romani; etichette con riferimenti ad antichi miti ed eroi fondatori; musei archeologici del vino con attività di *living history*; musei e siti archeologici che ospitano archeo-aperitivi, festival di prodotti tipici, eventi di degustazione e antiche taverne romane; resort che propongono attività di cucina minoica: archeologia sperimentale, attività di ricreazione storica, turismo emozionale, marketing territoriale, pratiche commerciali a tema archeologico e orgoglio locale stanno dando vita a un vivace e complesso sistema di nuove narrative, cui concorrono, con ruoli spesso  interscambiabili, operatori istituzionali, comunità accademica e imprenditori. La lettura delle relazioni emergenti tra turismo, vino, mito e archeologia permette di mettere a fuoco alcuni aspetti significativi del nuovo rapporto che si sta instaurando con il patrimonio storico.

**Leonardo Mercatanti**, Università degli Studi di Palermo

*La campagna di Mineo: una proposta turistica*

La relazione riguarda un territorio che con i suoi paesaggi e i suoi abitanti ha ispirato Luigi Capuana, Giovanni Verga, Giuseppe Bonaviri e Croce Zimbone. Un territorio che presenta un forte interesse non solo dal punto di vista letterario, ma anche archeologico e paesaggistico. Oggi alcune pratiche agricole sono rimaste in quel territorio (la campagna di Santa Margherita in particolare) come immobilizzate nel tempo. Gli stessi attori del territorio sembrano condurre una vita compatibile con standard di secoli passati. Una proposta di turismo sostenibile potrebbe essere quella di soffermarsi un periodo in questi luoghi per tornare indietro nel tempo, tra i silenzi di paesaggi meravigliosi, colloqui con gli abitanti dei luoghi e testimoni di pratiche ormai quasi del tutto scomparse. L’iniziativa fa parte di un progetto che coinvolge anche alcuni studiosi di turismo sostenibile americani (Arizona State University).

**Teresa Graziano**, Università degli Studi di Catania

*L’agricoltura in città: gli orti urbani per una nuova sostenibilità*

L’intervento si focalizzerà sulla nascita e l’evoluzione degli orti urbani come spazi condivisi finalizzati alla riscoperta del valore sociale delle produzioni agricole e a una rigenerazione urbana sostenibile. Dopo un breve excursus sui primi modelli di orti urbani e sociali in contesti internazionali, l’intervento si concentrerà sul panorama    
italiano e, in particolare, su quello siciliano, al fine di valutare i risvolti in termini identitari e socio-culturali connessi alle pratiche condivise di spazi agricoli in diversi scenari urbani.

**Mikhail Kabitski**, Università Umanistica Statale Russa

*Le cucine italiana e russa: un tentativo di confronto in un contesto universale*

Per comprendere la specificità di una cucina, la sua fisionomia propria, bisogna innanzitutto vederla allo specchio di altre tradizioni culinarie, ma anche in un contesto universale. In un mondo sempre più globale quel che chiamiamo tradizionale, “etnico” si sta pure globalizzando, ma sarà vero per tutti i fenomeni tradizionali? In altre parole, se la cucina italiana – o per esempio quella giapponese – godono oggi di gran diffusione nel mondo, può succedere lo stesso con la cucina russa?

Il tema suppone un confronto di alcuni tratti principali delle due cucine: italiana e russa. Alcuni punti di comparazione: il cibo, il pasto e la cucina nel sistema dei valori; tradizionale e autentico *vs*. moderno e importato; carattere regionale e legame con la produzione locale; la cucina e gli aspetti di genere e di stratificazione sociale; la capacità di espansione globale.

**Cristina Papa**,Università degli Studi di Perugia

*Sistema agroindustriale globale e forme locali di agricoltura: dialettiche e conflittualità*

L’intervento si articola in due partizioni fondamentali. In primo luogo si intende offrire un quadro generale entro cui nuove forme di agricoltura vanno affermandosi accanto ad un sistema  agroindustriale  terziarizzato  che riguarda ormai la metà della popolazione mondiale.

All’interno di questo quadro saranno delineati i caratteri principali di nuove forme di agricoltura che  si distinguono rispetto al sistema dominante  perché  al di là delle differenze tendono a non utilizzare  un’elevata concentrazione di risorse per la produzione,  fanno riferimento ad un mercato prevalentemente  locale e  rispondono a una molteplicità di funzioni e di bisogni, tra cui quello della valorizzazione dei territori anche attraverso la produzione agricola.

In alcuni casi esse si presentano come forme alternative al sistema dominante che mettono in discussione mentre in altri rappresentano risposte  ad una pluralità di  esigenze   non solo  alimentari e presuppongono nuove alleanze  tra agricoltori e consumatori urbani.

**Francesco Faeta**,Università degli Studi di Messina

*Alimentazione e politiche identitarie. Due casi di studio*

A partire da due casi di studio, appartenenti ad aree geografiche diverse del territorio italiano e a due diversi livelli dell’organizzazione sociale, si tenterà di esaminare, con concreto riferimento teorico-metodologico alla nozione di “politica dell’identità” qual è delineata negli studi contemporanei, la funzione dell’alimentazione, e della cerimonialità pubblica a essa collegata, nel sostenere poetiche e pratiche di costruzione identitaria.

**Sebastiano Mannia**, Università degli Studi di Palermo

*Il cibo dei morti. Figure dell’alterità nel folklore sardo*

Le questue infantili, pressoché scomparse in tutte le regioni euromediterranee, sono ancora diffuse in numerosi centri della Sardegna. L’1 e il 2 novembre, il 31 dicembre e il 16 gennaio è possibile osservare gruppi di bambini che, in orari definiti e con formule consuetudinarie, questuano nelle case alla ricerca di doni, e segnatamente di beni alimentari. Il cibo, infatti, tra gli altri simboli rituali, è il tratto costante che meglio connota tali questue, a prescindere dai cambiamenti occorsi negli ultimi decenni che hanno introdotto, di fianco all’offerta di pani, dolci, frutta e frutta secca, la dazione di denaro, giocattoli, materiale scolastico, caramelle.

Se si considera, com’è noto, che i bambini costituiscono simbolicamente i vicari dei defunti – in Sardegna, peraltro, questa concezione è ancora vitale –, nonché la collocazione temporale delle questue, s’intuisce l’importanza e la dimensione sacralizzante del cibo nella mediazione tra offerenti e riceventi.

La sacralità degli alimenti emerge ancor più chiaramente in una tipologia di questua invalsa l’1 novembre in alcune comunità dell’Isola, in cui a questuare sono i chierichetti. Il cibo rientra in una complessa fenomenologia di dono e contro-dono, e a fruire delle offerte non sono esclusivamente i bambini – come accade nella maggior parte delle altre questue documentate – ma l’intera collettività.

Venerdì 13

**Paolo Scarpi**, Università degli Studi di Padova

*Ordine cosmico e scelte alimentari nelle tradizioni religiose mediterranee*

Le religioni, nei limiti in cui si può usare questo termine, in quanto conferitori di senso e insieme strumenti di organizzazione dell’essere-nel-mondo umano, agiscono anche sulle scelte alimentari, sullo stile di consumo e sulla preparazione stessa dei cibi. Da ciò scaturiscono forme di classificazione tassonomica di ciò che è consumabile, forme che frequentemente dipendono da processi le cui radici affondano in primo luogo nello schema sacrificale mediterraneo. Ѐ uno schema che per opposizione definisce la macellazione profana determinatasi con l’affermarsi del cristianesimo, ma contemporaneamente definisce la macellazione rituale ebraica e islamica.

**Letizia Bindi**, Università degli Studi del Molise

*Transumangiando… cibo, filiere agroalimentari e patrimonializzazione del territorio in area di tratturi*

Nella cornice dei preparativi di EXPO2015 l’effervescenza in materia di cibo e filiere della produzione agroalimentare divengono un catalizzatore di interessi di ricerca e di spinte divulgative di estremo interesse e ambivalenza. In questo contributo si intende analizzare - quasi come in una restituzione immediata di una stagione culturale in atto - le note e le osservazioni, ma anche i processi culturali, accademici, politici che è dato di osservare in questo scorcio di mesi intorno a questo evento a partire dall’osservatorio molisano nel quale si svolge, da un decennio, la mia ricerca etnografica e il mio impegno accademico. In questi ultimi mesi si è sviluppato, infatti, un notevole dibattito intorno al tema della transumanza e della conservazione e valorizzazione del sistema di percorsi paesaggistici, ma anche sul destino produttivo dei tratturi, con un forte accento portato proprio sulla promozione e valorizzazione delle produzioni agroalimentari ‘di nicchia’ che un tempo vi si producevano e che oggi, secondo altre linee e protocolli, si cerca nuovamente di produrre. Ne emerge un quadro articolato in cui il ‘food’, inteso in primo luogo come significato e come merce, entra nel gioco complesso delle strategie di sviluppo territoriale, nelle attività di rilancio del sistema economico rurale secondo nuove, più contemporanee linee di intervento e secondo nuove logiche di partecipazione dal basso alla *governance* dei processi economici e culturali.

**Cristina Grasseni**, Utrecht University

*(Re)inventare lo Strachitunt*

La mia riflessione si focalizzerà sulle trasformazioni delle forme di produzione tradizionali del formaggio in area alpina, e sulle strategie di valorizzazione della “tipicità” che connettono in modi complessi livello locale e governance europea. Il caso di studio sarà quello dello *Strachitunt* della Valtaleggio, ora DOP, dopo un decennio di procedure e ricorsi. Mi soffermerò sulle modalità di auto-organizzazione dei diversi attori del territorio come sulla trasformazione dell’immaginario locale ai fini del suo ottenimento.

**Katia Ballacchino**, Università degli Studi del Molise

*Se il commensale è l’UNESCO. Note sulla creatività alimentare attorno a una festa diventata patrimonio*

L’intervento prende spunto da una lunga etnografia sulla festa dei Gigli di Nola (Napoli) e sul suo recente inserimento nella Lista Rappresentativa UNESCO del Patrimonio Culturale Immateriale (Dicembre 2013). A margine dello studio antropologico e del monitoraggio dei diversi processi di patrimonializzazione che in questi ultimi anni hanno coinvolto la comunità nolana, si propone una riflessione sulla creatività alimentare rinnovata e ripensata attorno alla corsa verso il riconoscimento UNESCO che sembra divenire sia in senso emozionale e identitario che mediatico, soprattutto da parte delle politiche locali, il volano della contemporanea notifica della presenza nel mondo dei molti protagonisti accomunati dalla passione per la pratica festiva. L’invenzione di prodotti legati al panorama festivo di cui si dichiara la “tipicità” – ma non necessariamente la tradizionalità – e la sponsorizzazione dello stesso riconoscimento internazionale della festa passano anche per la dimensione alimentare, pur non essendo il cibo il principale protagonista concreto o simbolico del sistema cerimoniale giglistico. Dunque, in senso metaforico si potrebbe intendere questa come una tavola imbandita dove l’antropologo si trova a sedere accanto ad agenzie internazionali, istituzioni locali e alle comunità di pratica festive che si reinventano e rappresentano retoricamente in termini turistici attorno al sistema alimentare, anche in previsione di una possibile partecipazione al prossimo EXPO.

**Alessandra Broccolini**, Università degli Studi di Roma “La Sapienza”

*Il pesce di lago e la “Dieta mediterranea”: strategie di valorizzazione e di resistenza nell’alto viterbese*

Se si fa eccezione per alcune aree ristrette della penisola, la pesca tradizionale nelle acque interne e il pesce di lago inteso come prodotto alimentare, rappresentano in Italia campi piuttosto marginali, sia nelle locali politiche territoriali di valorizzazione e salvaguardia, che nel campo demoetnoantropologico. Questa marginalità sollecita l’antropologo a rintracciarne le cause, che possono essere individuate oltre che nello statuto simbolico ambiguo che caratterizza negli usi alimentari il pesce di lago rispetto alla sua versione “nobile” rappresentata dal pesce di mare, anche nelle dinamiche conflittuali che hanno coinvolto le comunità di pescatori in rapporto alle politiche del territorio, ambientali e del tempo libero; primi fra tutti l’inquinamento ambientale e la pesca sportiva, che hanno favorito la scomparsa di numerose attività di pesca. Nel Lazio, a fronte di una marcata visibilità simbolica in termini di poetiche dell’autenticità e della località, la pesca di lago, nonostante la presenza di numerosi laghi e di consistenti attività di pesca, non ha mai prodotto politiche attente nei confronti delle culture locali, dei saperi e delle pratiche di pesca, anche laddove esistono forti comunità di pescatori, e neppure una reale valorizzazione del pesce come prodotto alimentare. Sul lago di Bolsena, nell’alto viterbese (il lago vulcanico più grande d’Europa), la cultura del lago è stata al contrario profonda, ma anziché rappresentare un fattore di valorizzazione del territorio appare oggi negletta e in via di depauperamento e vive entro spazi di marginalità e di resistenza. Le attività di pesca, infatti, non essendosi mai meccanizzate - per ragioni intrinseche - se non in forme molto limitate, sono caratterizzate da una forte manualità, da saper fare e da saperi naturalistici, che se da un lato avvicinano la pesca ad attività arcaiche di caccia/raccolta, nello stesso tempo allontanano il prodotto da circuiti di lavorazione industriale di impatto economico e dalla grande distribuzione, mantenendolo entro una dimensione di consumo locale dalla forte valenza simbolica. Una recente campagna di catalogazione promossa dall’Istituto Centrale per il Catalogo e la Documentazione nell’ambito di un progetto relativo al patrimonio culturale immateriale legato alla candidatura della Dieta Mediterranea ha permesso, per la prima volta, di documentarne la consistenza, la capacità di adattamento all’ambiente e la resistenza. Numerose pratiche di lavoro e di consumo alimentare (la *sbroscia*, la minestra di tinca, la tinca “a porchetta”, ecc.) vivono una dimensione “nascosta”, spesso nella sfera amicale, maschile entro genealogie di pescatori ed entro tempi e modi di una socialità locale che vive parallela al turismo stagionale e al consumo turistico.

**Alessandro Lutri**,Università degli Studi di Catania

*Quanto vale la “testa di turco”? Analisi di una strategia di marketing territoriale e di folklorizzazione*

Il contributo focalizza l’attenzione su un episodio di riflessività allo stesso tempo politico e culturale, messo in atto recentemente su un prodotto alimentare locale di tipo dolciario denominato in maniera un po’ contraddittoria “testa di turco”, originariamente legato a una festività religiosa, in una delle comunità dell’area degli Iblei, Scicli. Una comunità in cui sia il patrimonio artistico e architettonico di tipo tardo-barocco, sia le principali festività religiose tradizionali sono state già oggetto di patrimonializzazione da parte dell’UNESCO, con la sua inclusione insieme allo stesso tipo di patrimonio di altre comunità siciliane, nella World Heritage List col nome di “Val di Noto”, e da parte della Regione Sicilia con la loro inclusione nel Registro delle Eredità Immateriali (REI). L’episodio di riflessività promosso da alcuni dei soggetti locali già protagonisti delle precedenti esperienze di patrimonializzazione (intellettuali e amministratori locali), è stato proposto sia per riflettere su come migliorare la promozione del territorio e del proprio patrimonio culturale, sia per individuare uno strumento identitario di tipo commerciale per competere con la vicina comunità di Modica che vanta la produzione di uno storico prodotto dolciario importata sin dal XVII sec., il “cioccolato di Modica” di tradizione azteca, che ha fatto la fortuna commerciale del territorio locale.

**Chiara Ghidini**, Università degli Studi di Napoli “L’Orientale”

*“The West in the East”. Ricezione e ri-creazione della cultura enogastronomica occidentale e italiana in Giappone*

1. The West **and** the East.

Lo storico giapponese Etchū Tetsuya, che si è occupato sin dagli anni ’60 del secolo scorso della storia culturale del cibo in Giappone, sceglie come simbolo del patrimonio gastronomico giapponese la regione di Nagasaki, attraverso cui tra il XVI e il XVII secolo, insieme a preti gesuiti e francescani e a mercanti europei, entrano in Giappone cibi e ricette estranei alle abitudini alimentari nipponiche.

2. The West **for** the East.

Nella seconda metà del XIX secolo, periodo delle grandi modernizzazioni e della costruzione del Giappone come potenza internazionale, la presenza su territorio nipponico di europei si fa più diversificata e alcuni prodotti alimentari occidentali subiscono adattamenti nazionali o sono consigliati perché si ritiene che le loro proprietà energetiche possano giovare ai giovani soldati della nazione.

3. The West **in** the East.

La revisione della Legge sugli investimenti stranieri del 1969 permette ai ristoranti a capitale straniero di operare liberamente, stimolando la crescita di ristoranti e catene occidentali in Giappone e segnando l’inizio di un processo di globalizzazione frutto di politiche culturali nazionali che interessa soprattutto, ma non solo, Tokyo e all’interno del quale la cultura enogastronomica italiana svolge un ruolo fondamentale.

**Roberto Sottile**, Università degli Studi di Palermo

*Pratiche gastronomiche sulle Madonie: aree linguistiche, aree culturali e promozione del territorio*

Il carattere (almeno) tripartito della cultura madonita (cfr. Giacomarra 2000 e Sottile 2002, 2004, 2009) permette di tracciare una serie di “confini alimentari” che, al pari di quelli linguistici, delimitano diversi nuclei microareali. Sulle Madonie si registrano diversi casi di coincidenza (e differenziazione) microareale: la *testa di turcu* di area nord-orientale, il *cunìgghiu* di area occidentale, *lo* *sfùogghiu* di area sud-orientale, l’uso di fiori di fichidindia a sud-est per le frittate, il consumo di bucce di fichidindia in agrodolce a nord-est, la pasta o il frumento cotti nel latte nell’*enclave* sud-orientale; ancora di più la differenziazione microareale è osservabile in relazione alle aree lessicali (ambito semasiologico): è il caso, per esempio, del *cucciḍḍatu* che designa, a seconda delle diverse microaree, ora un dolce natalizio, ora un pane o una focaccia ora un pane devozionale.

Tali dati di distinguibilità e peculiarità, rispetto alle quali è rilevabile una forte coscienza tanto nelle istituzioni quanto nelle popolazioni locali, hanno dato vita negli ultimi anni a numerose azioni di promozione territoriale volte a creare condizioni di sviluppo economico e di valorizzazione culturale, in un momento storico in cui il “tipico” è percepito come strumento potentissimo per la ricerca e la salvaguardia glocalizzante delle “radici”.

Saranno presentati due esempi interessanti che vedono protagonisti da un lato le istituzioni locali e dall’altro la società civile. Nel primo caso verrà discussa l’esperienza del Parco della Madonie in relazione all’istituzione del marchio “Paniere Natura” tendente a valorizzare i prodotti agroalimentari del territorio con fini di promozione turistica e economica. Nel secondo caso verrà presentata l’esperienza di un’Associazione locale che da diversi anni organizza in estate la “Festa della neve” attraverso un percorso di riscoperta ecologico-ergologico-alimentare connessa all’attività montana, ormai scomparsa, di conservazione e “coltivazione” della neve per la preparazione di sorbetti e gelati.