

Storie di cibo, l'*Italian food*

di Agnese Portincasa

I. Premessa

Il cibo permette di perpetuare la vita biologica degli uomini e a prima vista pare ci sia poco da ragionarci sopra: si tratta, banalmente, di argomento che attiene la sopravvivenza. Eppure, anche solo una fugace osservazione del nostro presente, restituisce uno scenario in cui il cibo è consumato, o anche solo evocato, per i più svariati motivi tranne che per il soddisfacimento di un bisogno. Certo è ancora vero che, in un altrove assai prossimo ai luoghi dell'abbondanza, molti individui non hanno di che vivere e nutrirsi – ben più numerosi di quanto si possa pensare e non solo nei continenti a Sud del Mondo – ma è vero, altresì, che la condizione di questi uomini è meglio contestualizzabile, anche politicamente, attraverso il termine *fame*¹, inteso come assenza di cibo. Tema enorme che resta ai margini del ragionamento proposto, soprattutto perché ragionare di fame per parlare di cibo suona come un non-senso (mentre il contrario parrebbe, tutto sommato, possibile).

Da cosa partire? Il grado zero del discorso, si pone, qui, isolando in una categoria coloro che, seppure non toccati da preoccupazioni economiche che limitino i consumi alla sola sussistenza, siano distrattamente interessati e dedichino una quota minima del loro tempo a quelle pratiche che “sono” il cibo: gli acquisti, la cucina, il consumo, solitario o conviviale, tangibile e reale o immateriale (si pensi al recente e dilagante fenomeno *social del foodporn*). Quantificare statisticamente gli individui ascrivibili a una tale categoria sembra quasi non avere senso dato che è persino difficile immaginare possano esistere persone del genere; tuttavia si può presumere che, almeno in quella parte di mondo globalizzato che ha smesso di patire la fame dopo la fine della Seconda guerra mondiale, arriverebbe a indicare un numero a una sola cifra.

Oltre questa ipotetica soglia diventa possibile ragionare di cibo, per interrogarsi sulle motivazioni che spingono al consumo degli alimenti non

1. La stessa rivista “Parolechiave” ha dedicato il numero 45 dell’anno 2011 alla parola *Fame*.

perché commestibili bensì, come nel titolo di un famoso saggio dell'antropologo Marvin Harris, buoni da mangiare (o da pensare come sosteneva Claude Lévi-Strauss, a sua volta richiamato nei recenti studi di Gianfranco Marrone). Gli uomini assaggiano, variano, impongono divieti, subiscono tabù, inventano, sperimentano, scelgono con cura per finalità di benessere e così facendo subiscono, o impongono, un condizionamento – per forza di cose relazionale – che impatta sull'ambiente e sull'economia (si pensi come anche la dimensione demografica sia strettamente legata alla possibilità di ampliare la produzione di cibo, poiché non è data crescita senza le risorse per affrontarla).

Attorno al cibo sono nati lessici utili a definire prodotti e descrivere spettri sensoriali raffinati; hanno continuato a trasmettersi valori (religiosi, sociali, igienici e dietetici) o significati (per la costruzione d'identità di genere, generazionale, territoriale o d'appartenenza socio-economica); si sono codificate prassi (di ritualità, di consumo, di gusto) e leggi (di tutela, di protocollo produttivo).

Il tema-cibo può, dunque, riguardare la semplice necessità, ma anche riferirsi coerentemente a temi di cultura, economia, agricoltura, cucina, gastronomia, industria alimentare, socialità, persino politica. Quasi nulla gli sfugge ed è per questo motivo che ragionarne può essere operazione complessa, in quanto costringe a tenere insieme una notevole quantità di variabili e temi, reticenti a farsi ordinare, se non in una sequenza alfabetica. Senza contare che qualunque indagine sul cibo richiede di comprendere una fenomenologia entro la quale convivono valori nutrizionali e dietologici in costante relazione antitetica ai valori gustativi e conviviali. Il piatto che nessun medico potrà consigliare è perfetto in un qualunque *in-vito* a pranzo degno di tale nome; quanto è rappresentato nei *social media* e nei *cooking show* televisivi appare lontanissimo da ciò che è consumato quotidianamente. Attorno a queste fratture tutto convive e si confonde, perennemente ricomposto nella nostra mente grazie alla fascinazione che il cibo iper-reale² provoca in noi. In questo contesto, già orientato alla complessità, l'*Italian food*³ appare un oggetto perfettamente reale eppure mitico: desiderato per l'aura che lo circonconde e che ha una sua storia. Storia peculiare per ciò che è, ma soprattutto per come è raccontata. La materia reale, l'oggetto, non riesce a stare al passo con il dato affabulato, sovraesposto e moltiplicato senza sosta.

2. Nell'accezione di iper-reale codificata nella riflessione di Jean Baudrillard.

3. Definizione complessiva di cui saranno chiariti i caratteri nel contributo. Resta imprescindibile, per approcciare la questione identitaria sottesa al tema: M. Montanari, *L'identità italiana in cucina*, Laterza, Roma-Bari 2010.

2. Un patrimonio da raccontare

Il racconto intorno all'oggetto, dunque, è inteso come dato di partenza e primo nodo portante. Si pensi a come persino gli storici assumano un ruolo attivo nella sempre più diffusa patrimonializzazione delle risorse alimentari e gastronomiche, e siano inseriti nei processi di custodia e valorizzazione di un *food heritage* che contribuiscono a strutturare. Come dire che le ricostruzioni di un ricercatore di scienze sociali possono faticare a rendersi autonome dal *marketing* di un *Made in Italy* un po' troppo acritico e radicato per sperare di non esserne condizionati. Né sarebbe possibile dato che la cucina italiana – insieme al sistema-moda – non propaganda solo una precisa idea d'identità connaturata in una mescolanza di gioia di vivere, genio creativo, propensione all'arte e alla bellezza – paesaggio, arte, musica e cibo sono definite felicità d'Italia nel recente saggio di Piero Bevilacqua⁴ – ma costituisce una risorsa economica strategica.

E, dunque, come definire l'*Italian food*? Per provare a comprendere si può chiarire il concetto di *sistema gastronomico*, inteso come quella costruzione materiale e intellettuale che consiste in una casistica di regole, significati, linguaggi, usi e *savoir-faire*, riconosciuti fuori e dentro i confini del territorio di riferimento. Sistema che, così descritto, acquista senso nel mondo globalizzato in cui viviamo e nel quale i riferimenti valgono nella logica di scambio e della riproducibilità che scaturisce dalla riconoscibilità. Pochissimi sono i sistemi gastronomici nazionali assurti a una funzione di riferimento nel mondo globale; entrano nel novero *in primis* la cucina francese, quella italiana, la giapponese e la messicana (in particolare nella sua variante *tex-mex*; più complessa la questione della cucina cinese che resiste all'identificazione di una processualità di costruzione identitaria circoscritta al solo Otto-Novecento, come negli altri casi citati).

Va detto che i percorsi che hanno portato alcuni sistemi a divenire riferimento culturale condiviso su scala sempre più diffusa sono costellati di lacune e ritrosie. Se si pensa all'Europa si osserva come per secoli la sensibilità cristiana avesse faticato ad attribuire alla gola qualcosa che non fosse degradazione dei costumi e/o segno di decadenza; per secoli solo le classi dominanti avevano avuto il privilegio di preoccuparsi di una riprovazione impossibile da percepire laddove prevaleva la pura e semplice sussistenza. Solo in seguito, e come effetto collaterale dello sfaldamento dei vincoli dell'*ancien régime*, si accreditano, presso nuovi strati sociali, pratiche già sperimentate negli usi di corte e nei *palais* nobiliari: si consolida la reputazione d'eccellenza dei *restaurant* parigini, ambito di un'ari-

4. P. Bevilacqua, *Felicità d'Italia. Paesaggio, arte, musica, cibo*, Laterza, Roma-Bari 2017.

stocrazia professionale fiera del proprio ruolo imprenditoriale che finisce per stimolare nuovi estimatori appassionati a ragionare del rapporto fra gusto, piacere e fisiologia. La cucina francese di oggi – e con lei quella di buona parte dell’Europa e del mondo occidentale – deve parte della sua fama alle teorie di una generazione di *gourmand* – si pensi a Grimod de La Reynière (1758-1837) e Jean Anthelme Brillat-Savarin (1755-1826) – capaci di permeare delle proprie teorie la progressiva affermazione di una cultura del tempo libero. Processo lento – contestualizzato nella lunga fase in cui i paesi europei escono, a diverse velocità, dalla morsa del livello di sussistenza – che sostanzia quell’oggetto socio-culturale definito, appunto, *sistema gastronomico*.

Si tratta di una trasformazione che coinvolge, oltre alla materialità delle preparazioni, anche la nomenclatura attinente al cibo. Fin dal XVII secolo la cucina europea coincideva con le operazioni di traduzione terminologica dal francese (spesso ridotte al solo calco linguistico); poi la progressiva diffusione del *servizio alla russa* e l’uso dei cartoncini dei menù modificano la fruizione, e la codificazione del modello si attesta su locuzioni che sintetizzano in una sola riga procedure, tecniche, servizio: sorta di marchio che è il nome della vivanda in menù. Si tratta di un’evoluzione che arriva a definitiva sintesi con Auguste Escoffier (1846-1935), quando il rango della cucina professionale francese, con la sua dotazione formalizzata di tecniche e di divisione del lavoro, esprime la propria egemonia attraverso la capacità di gestire l’intera ricchezza gastronomica continentale. Entrando nelle liste, prodotti rari, primizie costose e specialità straniere si rappresentano in un immaginario condiviso, aumentano la loro visibilità e, in alcuni casi, divengono elementi strutturanti di un modello unitario e sempre meglio riconoscibile. È un processo di cui si avvantaggia principalmente l’alta ristorazione e l’*hôtelserie*, ma la trasformazione va ben oltre gli effetti pratici immediati: la lessicalizzazione gastronomica avvenuta fra Ottocento e Novecento enfatizza il valore di un *cibo* che è ormai divenuto *piatto*, in un sistema in cui la cucina scritta subordina a sé il gusto e la messa in scena. Senza contare che il processo vale anche per le resistenze che provoca e finisce per dotare di significato vari livelli di formalità da intrattenere con la clientela.

Il posizionamento dell’*Italian food* sulla scena internazionale si perfeziona in queste fasi, nel corso di un Novecento in cui la cucina locale «viene “innalzata” al rango delle ricette scritte della borghesia, dell’aristocrazia e dei ristoranti». Momento in cui la cucina francese si è talmen-

S. J. Goody, *Cibo e amore. Storia culturale dell’Oriente e dell’Occidente*, Raffaello Cortina, Milano 1998, p. 208.

te standardizzata da permettere anche a potenziali cucine concorrenti di potersi avvantaggiare del suo percorso, semplicemente adeguando alcune tonalità. Non tutte quelle che erano state fino a quel momento delle periferie gastronomiche saranno in grado di produrre un proprio spazio d'autonomia: ci riuscirà l'Italia, per forza di contrapposizione e grazie a un'ostentata cifra culturale policentrica, da cui scaturisce un vasto repertorio di piatti semplici, adatti a soddisfare i palati di una borghesia in cerca di piccoli piaceri da gita fuori porta.

Pochi decenni prima Pellegrino Artusi (1820-1911), autore de *La scienza in cucina e l'arte di mangiar bene*, già nella prima edizione del ricettario (1891) aveva sostenuto come l'unica condizione per l'emersione di una cucina nazionale italiana fosse l'emancipazione dal condizionamento linguistico e culturale d'Oltralpe. Così sarà, senza che questo significhi un avvicendamento al vertice. La cucina italiana mantiene un tono semplice e frugale e affianca la raffinatezza del modello francese, e la costante dialettica fra i due modelli produce innovazione e sperimentazione in un terreno in cui le contrapposizioni hanno reciproco potere legittimante. Una competizione che, nella seconda metà del Novecento, vede il modello italiano prevalere, soprattutto per quanto riguarda la diffusione, davvero globale, di alcune sue specialità e prodotti.

3. Un catalogo di gusti

Studiare il cibo significa molto spesso penetrare in una quotidianità talmente minuta da lasciare traccia di sé quasi esclusivamente nelle azioni rituali delle generazioni che, insieme, si sono attardate nei locali di cucina o hanno consumato attorno a un tavolo cibi quotidiani e festivi. Spazi silenziosi, spesso vivificati da una memoria ipertrofica e sentimentale che si accompagna a un corollario di retoriche celebrative, raccolte intorno al termine polisemico – oltre che vago e spesso culturalmente indefinito – di “tradizione”. La natura di questo processo restituisce spesso la straniante sensazione di ragionare attorno a uno spazio vuoto nel quale la narrazione, da cui non a caso si è partiti, finisce per colmare la maggior parte delle lacune. Effetti collaterali, e tutto sommato scontati, del processo sono il proliferare dell'*italian sounding* e la diffusione, nella ristorazione di cifra italiana, di vivande inesistenti nella nostra cucina. Si pensi al caso di *spaghetti bolognese*, piatto famoso in tutto il mondo ma che a Bologna nessuno mai si vanterebbe di avere preparato; un non senso che legittima se stesso grazie alla trascrizione del “nome-icona” sulle lavagnette d'ardesia fuori dai locali: bandiera di un *italian style* ri-visitato in salsa *yankee* che funziona anche grazie alla storpiatura, nella pronuncia anglosassone, dei fonemi “gh” e “gn”. Come in un'operazione

di traduzione improvvisata e approssimativa – gastronomica e linguistica – che pure funziona, in un rimando continuo fra slang maccheronici e memorie, soprattutto cinematografiche. Tutto è coerente e credibile se ben raccontato: invenzioni utili a valorizzare economie di zone depresse, codificare strategie di ristorazione-pop, rinsaldare legami collettivi in debito d'ossigeno. L'immersione nella dimensione glocale fa il resto, fino al paradosso per cui la tipicità si riduce a *brand* per strategie di *heritage marketing*⁶.

Se le divagazioni sul tema spesso occupano gran parte dell'immaginario, pure le tracce di una tipicità tangibile esistono. Nel 1792 Vincenzo Corrado, uno dei più illustri cuochi meridionali, pubblica il *Notiziario delle produzioni particolari del Regno di Napoli e delle cacerie riserbate al Real divertimento*⁷ e introduce un dettagliato inventario di specialità e prodotti segnalati in base alla provenienza di un Regno borbonico suddiviso in 12 province. Per la prima volta la cucina è descritta come pratica capace di valorizzare le risorse del territorio e incrementare le potenzialità dell'agricoltura. Dunque la geografia ha un ruolo reale nella valorizzazione di un *Italian food* che – seppure del tutto parziale e ancora *in nuce* – è già capace di nominare le sue produzioni particolari per inserirle in un sistema complesso di riferimenti minuziosi.

In realtà già da molti secoli alcune specifiche produzioni agricole fungevano da marcitore territoriale incoraggiando a esistere ciò che oggi identificheremmo come tipicità. Tuttavia, prima dell'avvento dell'industria alimentare, alcune tipologie di specialità erano accessibili a pochi: il loro mercato era una rete molto ampia ma a maglie larghissime e gli unici acquirenti erano cuochi a servizio presso famiglie facoltose, alla ricerca di prodotti non comuni. È solo nel corso del Novecento, in Italia non prima degli anni Cinquanta, che l'avvento del mercato di massa diffonde competenze conoscitive, di scelta e di tecniche cui sono connaturati ruoli e identità impensabili in tempi diversi. La standardizzazione industriale finisce per essere il volano di un'evoluzione che a prima vista sembrerebbe negare fin nella sostanza. Eppure è in questa fase che la cultura alimentare nostrana scopre definitivamente ciò che Corrado aveva contribuito a svelare: di essere sufficientemente ricca di tradizioni locali, tanto da comporre generosi cataloghi e liste di vivande idonee a combinazioni, variazioni e stereotipizzazione. Una combinazione magnificamente pertinente per un mercato globale in forte espansione.

6. M. Montemaggi, F. Severino, *Heritage marketing. La storia dell'impresa italiana come vantaggio competitivo*, Franco Angeli, Milano 2007.

7. Recentemente pubblicato dall'editore Slow Food, con prefazione di Alberto Capatti (2005).

In questo senso la vera forza dell'*Italian food* è il suo essere un catalogo folk – inteso nel richiamo al concetto di *folksonomy* – quando non addirittura *pop* (nell'accezione di non-metodico o capace di salire dal basso). Un sistema che regge grazie alla presenza di un numero considerevole di varianti ben inserite in una classificazione coerente in forza di una logica ovvia perché diffusa, e diffusa perché carica di caratteri intuitivi e ben decifrabili che non necessariamente hanno a che fare con il contesto alimentare. Numerosi piatti e specialità della tradizione italiana sono un corredo possibile del pittoresco turismo nazionale: da quello più triviale dei souvenir prodotti in serie o delle cartoline con paesaggi alpini e marittimi, a quello più colto delle città d'arte, della musica sinfonica e lirica. È come se la vivanda non si staccasse mai dal suo contorno, in un rimando di correlazioni che, come Umberto Eco⁸ ha più volte spiegato, sono costitutive di ogni sistema semantico.

Seguendo questa pista interpretativa ci si accorge che sono innumerevoli, e fondanti, i cataloghi di cui è costituito l'*Italian food*. È un catalogo quello degli usi territoriali che consolidano uno schema regionalistico nel quale svettano alcuni universali gastronomici (in particolare le tradizioni emiliano-romagnola, toscana, laziale, campana e siciliana) ben armonizzati dalle vocazioni turistiche di quegli stessi luoghi. Baricentri come cardini attorno ai quali, questa è la tendenza attuale, lo scavo in profondità permette di scoprire nuovi usi (agricoli e gastronomici) sempre più e meglio localizzati. La rappresentazione cartografica, tanto carica di referenze, implode e di conseguenza si moltiplicano gli inventari, unici strumenti capaci di restituire tanta varietà (un esempio concreto di questa strategia di valorizzazione è osservabile in larga parte della produzione editoriale di Slow Food).

È un catalogo quell'elenco di cibi sani, ma saporiti, che il medico statunitense Ancel Keys (1904-2004) trova nel paradiso perduto del Cilento a metà del Novecento e mette a regime in una dieta pensata per un pubblico di connazionali già alle prese con problemi cardiovascolari per eccesso di cibo e di grassi (l'opera *Eat well and stay well*, che promuove la dieta mediterranea, è pubblicata in inglese e tradotta in italiano solo tre anni dopo)⁹. A ben vedere si tratta di una rusticità simile a quella che aveva fatto storcere il naso nelle fasi in cui la migrazione transoceanica dei decenni a cavallo fra Ottocento e Novecento aveva diffuso negli Stati Uniti consuetudini nostrane (a lungo il “mangiare italiano” dei migranti Oltreoceano

8. Basti un solo esempio, forse fra i testi meno noti e certo fra i meno citati, ma carico di suggestioni per la chiave interpretativa proposta: U. Eco, *Vertigine della lista*, Bompiani, Milano 2008.

9. A. Keys, M. Keys, *Eat well and stay well*, Doubleday & C., Garden City (NY) 1959 (opera tradotta in italiano nel 1962).

resta consuetudine etnica, niente affatto diffusa oltre i circuiti familiari e le reti delle piccole botteghe¹⁰). Oltre le contraddizioni, profonde, conta la promozione di un carattere di salubrità di certo cibo italiano da cui tutto si origina e che acquista valore solo in tempi di un'abbondanza sempre più diffusa. Keys viaggerà a lungo e scoprirà caratteri comuni di alimentazione in tutto il bacino del Mediterraneo, ma l'Italia è l'origine di quanto, nel 2010, diventa Patrimonio culturale immateriale dell'umanità Unesco. Si tratta di un valore aggiunto niente affatto trascurabile: gli uomini si sono sempre attardati nella composizione di qualche dieta miracolosa capace di preservare la salute e regalare longevità. Keys non immaginava, forse, di regalare all'Italia qualcosa che avrebbe contribuito a moltiplicare gli specchi attorno alla sua immagine e a caricare di significati il suo valore.

È un catalogo, e fra questi uno dei meglio riconoscibili, quello della pasta. Elemento perfettamente trasversale a molte località e, nello stesso tempo, termine di relazione di un discorso sufficientemente unitario – anche se costitutivamente policentrico – da costituire carattere nazionale oltre che codice di esportabilità (si può dire che sia proprio il carattere di molteplicità a permettere una semplice traduzione sul piano globale). Eppure la storia della pasta nel Novecento si configura come un paradosso: è proprio quando smette di essere vocazione produttiva di una napoletanità da lungo tempo considerata costitutiva, che la pasta diventa prodotto-bandiera di una tipicità che va ben oltre i confini della nazione. L'avvento dell'era industriale segna la fine del monopolio produttivo locale, ma al posto del declino scaturisce una crescita. Riflessione che invita a domandarsi quanto l'attuale successo del prodotto-pasta sia ricostruibile attraverso l'enumerazione delle sue ascendenze e quanto, invece, vada attribuito alla coerenza con il nostro modo di produrre cibo, venderlo, mangiarlo. La pasta è economica, saziante e sana, pronta all'uso ma in grado di trasformarsi in vivanda ricca; di lunghissima conservabilità, s'inserisce agevolmente nelle processualità del mercato di massa e si adegua a trasporto, logistica e a *visual merchandising* della grande distribuzione. Né è solo questo: in tempi di *macdonaldizzazione* e ibridazioni continue, il prodotto-pasta riesce a non perdere il suo valore di cibo identitario in quanto viaggia accompagnato da un preciso sistema di regole che attiene la conoscenza dei formati esistenti, delle regole di cottura, dell'abbinamento a condimento idoneo, di una precisa sequenza nel pasto e di una gestualità di consumo. Raffinata concettualmente, basica praticamente.

La valorizzazione del quasi infinito pastario storico italiano – e delle sue svariatissime ricette filologiche – è la chiave per comprendere il significato

10. Come chiarito in S. Cinotto, *Una famiglia che mangia insieme. Cibo ed etnicità nella comunità italoamericana di New York (1920-1940)*, Otto, Torino 2001.

di un successo che consiste nella possibilità di richiamare l'intero sistema di riferimento anche quando si approntano degli anonimi spaghetti al pomodoro. È la persistenza della varietà di formati e qualità ad alimentare il dibattito gastronomico e a potenziare il sistema economico di riferimento, esprimendo atti di comunicazione modulati capaci di creare, e mantenere, segmenti di mercato. E tuttavia va inteso come la valorizzazione del catalogo storico dei formati e degli usi¹¹ vada considerato uno degli effetti – non la causa – della diffusione del prodotto. Gli assetti del mondo globale ampliano le logiche combinatorie nel sistema di comunicazione gastronomico e rilanciano modelli tradizionali di cucine del territorio, volgarizzandone il modello originario in un orizzonte di senso i cui sviluppi sono all'ordine del giorno. La standardizzazione a livello degli stili di vita e di consumo fa il resto, configurando una rete di gerarchie del gusto nel sempre più ampio scenario delle cucine mondiali.

È in questi scenari che l'*Italian food* significa, produce senso, diventa prodotto con un proprio fiorente mercato. La storia millenaria che costituisce la sua rendita – anche di spunti narrativi – non è fattore trascurabile per comprenderne la fama, ma solo a patto di riflettere sugli usi quasi mitopoietici che sono riscontrabili in alcune riflessioni, anche scientifiche, attorno al cibo.

Riferimenti bibliografici

Il contributo, che richiama numerosi ambiti di studio, è volutamente povero di riferimenti. Oltre alle opere citate nel testo si propone qui una selezione, dalla ricca bibliografia esistente sui differenti temi toccati, di letture recenti, utile a seguire le piste dell'approfondimento proposto.

- CAPATTI A. (2014), *Storia della cucina italiana*, Tommasi, Milano.
- CAPATTI A., MONTANARI M. (2017), *Il cibo in Italia: breve storia della gastronomia italiana; Una storia dei prodotti e della cucina italiana*, in *Cultura del cibo, L'Italia del cibo*, vol. III, UTET, Torino.
- LAUDAN R. (2013), *Cuisine & Empire*, University California Press, Berkeley.
- MARRONE G. (2016), *Semiotica del gusto. Linguaggi della cucina, del cibo, della tavola*, Mimesis, Milano-Udine.
- MORO E. (2014), *La dieta mediterranea. Mito e storia di uno stile di vita*, il Mulino, Bologna.
- PATRIARCA S. (2010), *Italianità: la costruzione del carattere nazionale*, Laterza, Roma-Bari.
- SCARPELLINI E. (2014), *A tavola! Gli italiani in 7 pranzi*, Laterza, Roma-Bari.

11. Allo stato attuale il più dettagliato è INSOR (a cura di), *Atlante dei prodotti tipici: la pasta*, RAI-ERI Agra, Roma 2004.

