

Per una storia del rapporto tra alimentazione e diversità culturali

Maura Di Giacinto

Oggi sono sempre più numerose le società che scoprono di essere multiculturali, nel senso che comprendono più comunità culturali decise a farsi riconoscere, e di essere, nello stesso tempo, più “porose” (Habermas, Taylor 1998) ossia più aperte alle migrazioni internazionali e con un numero sempre maggiore di cittadini che vive nella diaspora.

Si potrebbe dire che i flussi migratori fanno parte del complesso di processi che vanno sotto il nome di globalizzazione, evidenziandone uno degli aspetti di maggiore conflittualità; “per globalizzazione si intende generalmente un processo mediante il quale società, economie, culture, forme e stili di vita prima separati si inseriscono in una prospettiva di interdipendenza. Con questo termine non solo si indica il fatto che elementi prima separati vengono a contatto, ma si vuole mettere in rilievo il fatto che, dal momento in cui si entra in una prospettiva di tipo globale, qualsiasi cosa accada ad un elemento del sistema avrà ripercussioni sugli altri” (Cotesta 2004, p. 94).

Questa definizione descrive il processo globale che investe la politica, l'economia, la salute, i consumi e il modo di divertirsi; la novità che caratterizza i riflessi attuali del mercato globale sta nel fatto che, a partire dagli anni '80, emerge il fenomeno - senza precedenti - di internazionalizzazione delle attività finanziarie che costituisce la premessa per quel profondo cambiamento culturale, quel rimescolamento di abitudini e aspirazioni che i sociologi chiamano “globalizzazione” (George 1983).

Il mondo globale, per quanto imprecisi siano i suoi contorni, è diventato la cornice nella quale vanno inseriti i fenomeni sociali, politici e culturali del nostro tempo, se vogliamo comprenderne la natura.

La globalizzazione è definita da uno dei suoi principali studiosi, il sociologo inglese Antony Giddens come “l'intensificazione di relazioni sociali mondiali che collegano tra loro località distanti facendo sì che gli eventi locali vengano modellati da eventi che si verificano a migliaia di chilometri di distanza e viceversa” (Giddens 1994, p. 23).

Sono questi alcuni degli indicatori interpretativi di quel processo di universalizzazione e di globalizzazione che ri-definisce e ri-disegna i fondamenti e le immagini tradizionali che rimandano al significato di appartenenza e di

adesione alle tradizioni culturali di riferimento. La diversità insita nei processi di globalizzazione si traduce, spesso, nella dicotomia “locale-globale” dove il “locale” si traduce come fonte di continuità culturale e il “globale” come fonte di cambiamento.

Il processo culturale mondiale sembra, però, presentare un'organizzazione della diversità molto più complessa di quanto non sia possibile rappresentarla immaginando una struttura centro-periferia con pochi centri che concentrano tutte le funzioni. Oggi è sempre più difficile vedere il mondo come mosaico culturale formato da pezzi separati, dai margini netti e ben definiti; le entità che per abitudine definiamo culture diventano sempre più simili a subculture, a culture locali, all'interno di un'entità più ampia, o globale, con tutto ciò che questo comporta in termini di indeterminatezza di confini. Non è casuale, infatti, che l'idea di globalizzazione all'interno del panorama interpretativo delle scienze sociali ha sempre supposto una visione asimmetrica per mezzo di antitesi quali centro e periferia.

Ma che peso hanno i rapporti mondiali centro-periferia sulle strutture di significato e sull'espressione culturale? E in quali habitat di significato devono essere collocati? C'è una specifica *political economy* della cultura, dal momento che il potere sociale e le risorse materiali vengono a incastrarsi nello spettro delle forme culturali, così che il termine “creolizzazione è la metafora più utile per cogliere la qualità dei processi in cui i significati e le forme significanti si formano e si organizzano tra il centro e la periferia” (Hannerz 1998, p. 53).

I processi culturali di creolizzazione non sono solo il risultato di una pressione costante dal centro verso la periferia, ma nascono da un movimento reciproco, da una interazione creativa; sono una “combinazione di diversità, interconnessione e innovazione nel contesto dei rapporti globali centro-periferia” (Hannerz 2001, p. 108). Le culture che vengono identificate come culture creole sono caratterizzate dal confluire di due o più correnti ampiamente separate che interagiscono in quello che è, essenzialmente, un rapporto centro-periferia; sono il prodotto di incontri culturali multidimensionali da cui possono uscire nuove combinazioni di elementi.

La creolizzazione consente anche alla periferia di interagire sempre di più con il centro; via via che si crea una maggiore affinità tra culture del centro e della periferia e, mano a mano che quest'ultima viene a usare sempre di più le stesse forme organizzative e la stessa tecnologia usate dal centro, anche alcuni dei suoi prodotti culturali diventano sempre più attraenti sul mercato globale.

In questo scenario per inquadrare gli andamenti che oggi assume il pluralismo culturale e il rapporto interculturale, dovremmo adottare un'ottica globale e globalizzante: in fondo spaesamento ed estraneità invadono l'intero pianeta, riguardano “noi” e “loro” in quanto i confini culturali sono caratterizzati da un dinamismo così veloce da essere sempre per tutti in via di continua definizione (Callari Galli, Cambi, Ceruti 2003).

L'intensificarsi dei flussi migratori verso le nostre città, la rapida e capillare circolazione delle merci nel mercato globale, le rivoluzioni mediatiche hanno determinato, tra l'altro, un effetto moltiplicativo della varietà e quantità sui nostri banchi di vendita di nuovi prodotti alimentari, favorendo la diffusione

di molti ristoranti e gastronomie di cucine extraeuropee in tantissime città italiane e europee. Tutto questo ci ha permesso di avvicinare le altre culture anche attraverso il cibo, dando via a processi di scambio, di contaminazione, di mescolamento di nuovi prodotti e abitudini alimentari.

Così come ci ricorda lo storico Giovanni Rebora “l’economia e l’antropologia dell’alimentazione risentono anche direttamente dei grandi avvenimenti politici, dei mutamenti dell’assetto territoriale dei regni, delle grandi scoperte, degli esiti delle guerre, delle fortune e delle sconfitte degli Stati ed anche degli accordi mercantili che una vera e propria classe sociale, quella dei mercanti internazionali, riusciva a stipulare nonostante le frequenti guerre e le differenze religiose che, soprattutto in età moderna, dividevano l’Europa. I mercanti infatti non scambiavano solo merci e denaro, ma anche idee e soprattutto mode, usi e costumi, compresi i modi di cucinare” (Rebora 2006, p. XI).

L’alimentazione umana è, dunque, soggetta a forti condizionamenti culturali, economici e socio-ambientali; mangiare è differente da nutrirsi per il diverso tipo di rapporto che il genere umano ha sviluppato nei confronti del cibo. Nell’esperienza umana i valori portanti del sistema alimentare non si definiscono in termini di “naturalità” ma rimandano alle *res non naturales*, ossia all’esito e alla rappresentazione di processi culturali che prevedono l’addomesticamento, la trasformazione, la reinterpretazione di ciò che è presente in natura.

“Il cibo è cultura *quando si produce*, perché l’uomo non utilizza solo ciò che trova in natura (come fanno tutte le specie animali) ma ambisce anche a creare il proprio cibo, sovrapponendo l’attività di produzione a quella di predazione. Il cibo è cultura *quando si prepara* poiché, una volta acquisiti i prodotti base della sua alimentazione, l’uomo li trasforma mediante l’uso del fuoco e una elaborata tecnologia che si esprime nelle pratiche di cucina. Il cibo è cultura *quando si consuma* perché l’uomo, pur potendo mangiare di tutto, o forse proprio per questo, in realtà sceglie il proprio cibo, con criteri legati sia alle dimensioni economica e nutrizionale del gesto, sia a valori simbolici di cui il cibo stesso è investito. Attraverso questi percorsi il cibo si configura come elemento decisivo dell’identità umana e come uno dei più efficaci strumenti per comunicarla (Montanari 2004, pp. VII-VIII).

Dunque, gli uomini nel corso dell’evoluzione della specie non si sono limitati a cacciare le loro prede, a raccogliere frutti e bacche, a cercare tuberi e radici, ma hanno iniziato a coltivare le piante e ad allevare il bestiame, in modo da avere sempre a disposizione di che sfamarsi. Hanno poi creato gli utensili per riuscire a manipolare e trasformare gli ingredienti in alimenti commestibili, elaborando tecniche di cottura via via più raffinate e complesse, fino a dar vita ad un sistema di regole codificate su come consumare i cibi.

Il semiologo francese Roland Barthes nei suoi *Elementi di Semiologia* sostiene che:

Il nutrimento non è solo una collezione di prodotti soggetti a studi statistici o dietetici, ma anche, nello stesso tempo, un sistema di comunicazioni, un corpo di immagini, un protocollo di usi, di situazioni, di comportamenti...

L'atto di nutrirsi rappresenta dunque un comportamento-linguaggio e i singoli alimenti sono le parole; le relazioni esistenti tra gli alimenti (usi e abitudini, tecniche culinarie) danno vita e sostanza alla struttura sintattica e identitaria riconoscibile nei comportamenti collettivi e caratteristici di ciascun gruppo (Kumalè 2007).

Mai come in questi ultimi anni il cibo ha suscitato tanto interesse da parte del mondo della comunicazione, lo dimostrano il moltiplicarsi di riviste specializzate, guide gastronomiche, canali satellitari monotematici, sfide televisive tra chef, portali in internet, per non parlare delle manifestazioni enogastronomiche che muovono decine di migliaia di visitatori e di addetti ai lavori.

Tutto questo interesse, questo clamore plurimediativo, rischia però di trasformarsi in una sorta di bolla generalizzata, di universo confuso, fatto di marchi di qualità, di sigle di denominazioni tipiche e di origine controllata che tempestano il consumatore di stimoli verso questo o quel prodotto-produttore-ristorante. Ovunque si parla in modo generico del cibo come elemento fondamentale di una cultura ma spesso lo si fa per finalità commerciali, banalizzandone i contenuti. L'attenzione esclusiva su questo o quel prodotto e sulle tecniche culinarie necessarie per eseguire i piatti non lascia spazio ad altri fondamentali aspetti che costituiscono l'identità delle diverse culture alimentari.

Nascono quindi spontanee alcune domande: "cosa significa nel terzo millennio sostenere che il cibo è sinonimo di cultura?" e ancora "ha senso parlare in modo univoco di una sola cultura alimentare in un contesto sempre più complesso e differenziato per stili di consumo e composizione multi-etnica?"

Sono in molti a temere che il fenomeno dell'esotizzazione dell'offerta gastronomica rappresenti una minaccia alla nostra identità e alla nostra cucina tradizionale; alcuni partiti politici hanno addirittura lanciato nuovi slogan per resistere a queste nuove tendenze, del tipo "polenta sì...couscous no!" nel vano tentativo di arginare il fenomeno di circolazione e scambio che da sempre contraddistingue la storia dell'alimentazione, dimenticando fra l'altro che il mais non è certo un prodotto di origine padana!!!!

Nello specifico possiamo aggiungere che l'offerta gastronomica di ogni paese comprende influenze, piatti e tradizioni presi in prestito o scambiati con quelli di altri paesi: alcuni mescolati tra loro e difficilmente riconoscibili, altri – come le specialità oggi più globalizzate (pizza, couscous, döner kebab, sushi, hot dog, hamburger) – molto ben identificabili ed etnicamente connotati, pur avendo subito profonde rivisitazioni e adattamenti. Per studiare questi fenomeni non bisogna limitarsi ad analizzare i cibi delle diverse tradizioni e le abitudini alimentari dei diversi gruppi etnici, ma anche le interazioni tra queste tradizioni e quelle delle culture dominanti.

Riferimenti bibliografici

M. Callari Galli, F. Cambi, M. Ceruti, *Formare alla complessità. Prospettive dell'educazione nelle società globali*, Roma, Carocci, 2003.

- V. Cotesta, *Sociologia del mondo globale*, Roma-Bari, Laterza, 2004.
- P. George, *Société en mutation*, Paris, Presses Universitaires de France, 1983.
- A. Giddens, *Reflexive Modernization. Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*, Stanford, Stanford University press, 1994.
- J. Habermas, C. Taylor, *Multiculturalismo. Lotte per il riconoscimento*, Milano Feltrinelli, 1998.
- U. Hannerz, *Cultural Complexity. Studies in the Social Organization of Meaning*, New York, Columbia University Press, 1992; trad. it. *La complessità culturale. L'organizzazione sociale del significato*, Bologna, Il Mulino, 1988.
- U. Hannerz, *Transnational Connections. Culture, People, Places*, London-New York, Routledge, 1996; trad. it. *La diversità culturale*, Bologna, Il Mulino, 2001.
- C. Kumalè, *Il mondo a tavola. Precetti, riti e tabù*, Torino, Einaudi, 2007.
- H. Marvin, *Good to Eat. Riddles of Food and Culture*, New York, Simon and Schuster, 1985.
- M. Montanari, *Il cibo come cultura*, Roma-Bari, Laterza, 2004.
- G. Reborà, *La civiltà della forchetta. Storie di cibi e di cucina*, Roma-Bari, Laterza, 2006.

