

SECONDA PARTE
Strategie e forme del discorso

Il gusto politico nel movimento Slow Food

Valeria Siniscalchi

Introduzione

In queste pagine affronterò la questione del gusto e dei suoi ruoli all'interno del movimento Slow Food¹. Ho lavorato sul movimento Slow Food per alcuni anni, svolgendo un'etnografia del quartier generale, in Italia e di alcuni nodi politici ed economici, come la struttura francese (Slow Food France) o gli eventi che Slow Food organizza sulle questioni alimentari: Cheese, il Salone del Gusto, Terra Madre, Slow Fish. Considero Slow Food come un esempio di "food activism": con questo termine indico sia le azioni più o meno strutturate di gruppi di consumatori e/o produttori che le forme di mobilitazione più durature e i movimenti dotati di un'organizzazione interna complessa. Come altre forme di mobilitazione nel campo della produzione e del consumo alimentare (Counihan e Siniscalchi 2014), Slow Food si è trasformato nel corso della sua esistenza. Negli anni i suoi responsabili hanno moltiplicato i progetti ed esteso i campi d'azione dei soci, contribuendo a legittimare Slow Food nelle arene in cui si discute di cibo, di alimentazione ma anche di tematiche trasversali come il cambiamento climatico, la minaccia ai beni comuni, la biodiversità².

Ho osservato questo oggetto polimorfo – associazione e movimento al tempo stesso – con gli strumenti di un’antropologia attenta alle visioni e alle pratiche quotidiane degli individui che lo compongono. Quando sono stata invitata a partecipare al convegno annuale dell’associazione italiana di semiotica, mi sono chiesta cosa potesse apportare il mio lavoro ai colleghi semiologi. Antropologia e studi semiotici, vicini per certi aspetti, si distinguono per molti altri. L’antropologia che pratico considera il terreno l’elemento centrale del lavoro di ricerca e cerca di apportare elementi di comprensione – in modo complementare ad altre scienze sociali – di ciò che si situa su alcune linee di tensione: tra ciò che è comune e ciò che è specifico di un dato contesto, tra la dimensione individuale e collettiva di pratiche e rappresentazioni, tra fatti sociali situati e processi di portata più ampia. Impresa interpretativa, ma con una forte esigenza di adeguazione empirica (Olivier de Sardan 2008), di prudenza nelle generalizzazioni e diffidenza nei confronti degli eccessi concettuali che allontanano dal reale.

Il tipo di lettura che propongo, in questo caso di alcuni aspetti del movimento Slow Food, si basa su un lungo lavoro di ricerca, fatto di interviste ma soprattutto di osservazione quotidiana di quanto accade nella sede di Bra, dove si trovano gli uffici dell’associazione italiana, della s.r.l. Slow Food promozione, incaricata dell’organizzazione degli eventi, e dell’associazione internazionale, ma anche la casa editrice e la fondazione per la biodiversità. A pochi chilometri da Bra si trova la sede dell’Università di Scienze Gastronomiche, creata da Slow Food. Durante tre anni di terreno – tra il 2009 e il 2014 –, mi sono interessata alle dinamiche economiche e politiche e al funzionamento interno della struttura: ho seguito riunioni interne, riunioni politiche, ho incontrato e discusso con i leader, con i responsabili dei vari servizi, gli impiegati, i soci che hanno responsabilità politiche, e alcuni di coloro che nel corso degli anni si sono allontanati da Slow Food.

In questa etnografia, fin dall’inizio, il ruolo del gusto mi è apparso centrale: nei momenti di socializzazione interna, negli eventi destinati a diffondere la visione del movimento e nelle scelte politiche. Cercherò qui di analizzare questi tre aspetti, mostrando in che modo essi siano

legati tra loro e contribuiscano, insieme, a definire il ruolo del gusto all’interno di Slow Food.

1. Il gusto e l’impegno

Nel volume *The Taste Culture Reader*, Caroline Korsmeyer sottolinea che “I gusti sono soggettivi ma misurabili, relativi alla cultura e all’individuo, ma condivisi; sensazioni fugaci che tuttavia durano per molti anni nella memoria; esperienze transitorie cariche del peso della storia. E, infine, i gusti possono fornire intrattenimento e assorbimento intellettuale” (2005: 8)³. Ma il gusto può essere anche politico: con l’espressione “gusto politico” indico in queste pagine il ruolo politico che riveste il gusto, ma anche il gusto per la politica che i responsabili di Slow Food esprimono attraverso le proprie azioni e i progetti legati al cibo, al vino e alla biodiversità alimentare.

Ho già analizzato in altri scritti alcuni momenti della nascita e delle trasformazioni di Slow Food: dalla creazione, nel 1986, di Arcigola – *Legato-gastronomica*, branca dell’ARCI⁴ – fino alla creazione della struttura internazionale, poi di strutture nazionali in altri paesi del mondo (Svizzera, Stati Uniti, Francia, Germania, Giappone...) (Siniscalchi 2014b, 2017). Arcigola appare come un’associazione di buongustai interessati alla buona cucina e alle tradizioni culinarie locali, ma i fondatori e i futuri leader provengono dai circoli di sinistra, militanti e intellettuali che, negli anni Settanta, erano stati implicati a vari livelli nella politica locale, nei sindacati o in associazioni culturali locali. Nel periodo di “riflusso” che caratterizza gli anni Ottanta in Italia, quando la capacità di mobilitazione collettiva sembra lasciare il posto all’individualismo e al disimpegno, costoro cercano nuovi spazi d’impegno sociale e politico. Qui vorrei semplicemente ricordare che i fondatori di Slow Food reintroducono concetti come quello di “piacere”, che sembrava bandito nel decennio precedente. Il piacere di bere e di mangiare bene, il piacere della convivialità, diventano i pilastri di Slow Food: un piacere collettivo e condiviso che permette di transitare dal periodo dell’impegno e delle lotte politiche a questa nuova fase in cui l’impegno assume altre forme. Con Carlo Petrini, uno dei leader di Slow Food, oggi presidente di

Slow Food internazionale, firmano il *Manifesto dello Slow Food, Movimento per il diritto al piacere* (Portinari 1987)⁵, scrittori, intellettuali e artisti. Il Manifesto, pubblicato nel supplemento mensile *Gambero rosso*, all'epoca curato da Arcigola, all'interno del quotidiano *il Manifesto*, redatto in una prosa ironica e provocatrice – tratto comune alle azioni e alle pubblicazioni di Slow Food, in particolare in quegli anni –, introduce alcuni degli elementi a partire dai quali si costituirà la filosofia del movimento. Opponendo “fast life” e “fast food” ai “piaceri sensoriali” e alla “masticazione lenta”, il manifesto invita a riconsegnare “la tavola al gusto, al piacere della gola”. Il Manifesto ricorda, invertendone il senso, il manifesto del futurismo scritto da Filippo Tommaso Marinetti e pubblicato nelle pagine della *Gazzetta dell'Emilia* poi del *Figaro* nel 1909 (cfr. Marro-ne 2016: 276-279, Siniscalchi 2018). Marinetti esaltava il “movimento aggressivo” e la “bellezza della velocità”. Al contrario, “slow” si oppone a “fast” sottolineando l'importanza di prendere tempo, come reazione alla frenesia della “fast life” e alla standardizzazione del cibo e del gusto. Nel tempo, questo primo manifesto è stato riscritto, adattato, semplificato e tradotto in varie lingue. Ma le diverse versioni sottolineano tutte l'importanza del gusto e dei piaceri della tavola. Qualche anno dopo la redazione del primo Manifesto, il Dizionario di Slow Food definisce il gusto come “la conoscenza dei sapori, estesa ai riti della tavola, estrapolata a tutto il patrimonio di una civiltà, artistica e intellettuale” (Ruffa e Monchiero 2002: 87-88). Il gusto è legato alla conoscenza e alla tavola, e in senso più ampio alle civiltà di cui fanno parte. Ma cosa fanno i leader di Slow Food con tutto questo?

2. Il gusto inclusivo

I piaceri della tavola e la riscoperta del gusto della cucina regionale diventano prima di tutto l'elemento grazie al quale Slow Food si diffonde nelle varie regioni italiane. Carlo Petrini e i suoi collaboratori percorrono la penisola alla ricerca di prodotti e di produttori locali, di “osterie” e dei piccoli ristoratori⁶, mescolando critica gastronomica, promozione delle specificità “tradizionali” e “locali” e diffusione dell'associazione (Siniscalchi 2014a). Questi ristoratori diventano spesso ambasciatori dei messaggi

dell'associazione e le loro osterie, che propongono una cucina regionale a base di prodotti locali, diventano luoghi di aggregazione per i soci: “Ho gestito un ristorante, l'Ochina Bianca, per 13 anni. Un giorno al mese chiudevo il ristorante, che diventava un luogo per gli eventi Slow Food in cui organizzavo le cene e gli incontri dell'associazione” (Gilberto V. 12/9/2009). Gilberto è uno degli “anziani” dell'associazione, ristoratore e fiduciario per anni della condotta di Mantova. Gli incontri che organizza nella sua osteria – cene o degustazioni – sono un strumento che permette di far vivere e rendere visibile Slow Food. Questi eventi, che ruotano intorno a un prodotto o a un vino, aperti anche ai non soci, trasformano la degustazione in una pratica collettiva e, allo stesso tempo, in una modalità per reclutare nuovi soci. Al termine di ogni evento o incontro, infatti, i partecipanti non soci sono incoraggiati ad acquistare la tessera associativa. Il gusto della buona cucina locale diventa uno degli strumenti per la diffusione dell'associazione e dei suoi principi sul territorio.⁷ Più in generale, il gusto e le degustazioni definiscono e delimitano l'appartenenza a Slow Food: sono occasioni per incontrare amici, condividere pratiche e conoscenze riguardanti il cibo, in una sorta di famiglia allargata, con uno spirito simile a quello proposto dalle osterie dove spesso si svolgono. Ma soprattutto, le degustazioni sono meccanismi per plasmare collettivamente il gusto e sviluppare l'appartenenza attraverso l'apprezzamento del buon cibo e del buon vino. Esse contribuiscono a creare una sorta di “intimità culturale” (Herzfeld 1997) del gusto, che diventa una caratteristica distintiva dell'associazione.

Un pomeriggio del mese di giugno 2010, i dipendenti degli uffici di Slow Food Italia, si preparano a lavorare fino a tarda sera per un incontro annuale chiamato il “gioco del piacere”. Si tratta di un gioco di degustazione che si svolge in contemporanea nelle condotte italiane, coordinato dall'ufficio “associazione” (responsabile dei rapporti con i soci e con i gruppi locali) a Bra. In ufficio ci sono dieci persone, oltre a me. Le cassette contenenti le bottiglie di olio d'oliva – di quattro diversi oli prodotti in diverse regioni italiane – sono state inviate a tutte le condotte che hanno deciso di partecipare al gioco. Si tratta di oli segnalati dalla *Guida agli extravergini*, una delle guide pubblicate da Slow Food che presenta e classifica gli oli extravergine di oliva

di alta qualità. Le etichette sono state coperte e ogni olio è identificato semplicemente da un numero. A Benevento, come a Scandicci o a Verona, e in tutti gli altri gruppi locali, i soci sono riuniti nelle osterie aspettando il “via” della sede centrale, per iniziare una degustazione “alla cieca” di olio d’oliva. Le stesse quattro bottiglie, ma con le etichette originali, troneggiano su una delle scrivanie nell’ufficio dell’associazione: un olio pugliese, uno siciliano, uno laziale e uno ligure. Prima dell’inizio del gioco, due dipendenti vanno ad acquistare del pane. Poi, il gioco inizia contemporaneamente in tutte le condotte. Il fiduciario⁸, o un socio esperto di oli, guida la degustazione. L’obiettivo del gioco è di classificare i quattro oli a livello locale e poi contribuire alla classifica a livello nazionale. Al termine della degustazione, ogni fiduciario telefona all’ufficio di Bra per trasmettere i risultati della sua condotta. Nell’ufficio di Bra, Alberto, Serena, Marco e Fabrizio aspettano le telefonate per poi calcolare quale sia il miglior olio d’oliva della serata sulla base della media delle valutazioni locali. In attesa dei risultati delle condotte, anche noi cominciamo a degustare gli oli di oliva. Il colore, poi il “naso”, cioè il profumo, poi il “palato”: ognuno dà le sue preferenze, discutiamo, poi assaggiamo di nuovo prime di decidere la nostra classifica. Di tanto in tanto i telefoni suonano: i ritardatari chiedono precisioni su qualche aspetto del gioco. Intanto continuiamo ad assaggiare gli oli sulle fette di pane. La conversazione continua, ma non più sugli oli: aneddoti, commenti sui fiduciari o sullo stile di alcune condotte, poi cominciano le battute e gli scherzi. Finché le telefonate non iniziano ad arrivare. Tutti tornano alle scrivanie per annotare i risultati trasmessi dai fiduciari. Le prime a chiamare sono delle condotte del Nord, alcune estremamente puntuali, se non addirittura in anticipo sui tempi previsti. Altre condotte sono in ritardo. L’attesa fa aumentare la tensione nell’ufficio, dove tutti ormai siamo presi dal gioco. Verso le 11 di sera, l’ultimo gruppo finalmente trasmette i risultati e “il gioco del piacere” si chiude. Una volta calcolati i risultati a livello nazionale, ogni condotta viene ricontattata per comunicare i risultati finali e indicare il produttore e la regione di provenienza di ciascuno dei quattro oli d’oliva. I fiduciari a loro volta li annunciano ai partecipanti. Ogni degustazione è seguita da una cena e alla fine della serata ogni partecipante riceve una copia della *Guida agli extravergini*. Come sottolineano alcuni organizzatori,

il gioco del piacere permette di scoprire le qualità dell’olio d’oliva in modo conviviale: i partecipanti al gioco degustano oli di alta qualità e imparano non solo ad apprezzarli ma anche a preferirli⁹. Ma il gioco, sia per i soci delle condotte che all’interno del piccolo gruppo di dipendenti di Bra, crea legami e un senso di comune appartenenza, non solo al gruppo locale, ma alla famiglia più ampia di Slow Food. Per una serata, con l’aiuto della sede, i soci sono collegati tra loro e partecipano tutti contemporaneamente a una sorta di degustazione unica e collettiva. Questo evento e le modalità attraverso le quali si svolge, contribuiscono a definire l’adesione al gruppo e al tempo stesso trasmettono i valori del movimento – in questo caso la qualità degli oli di oliva – attraverso il gusto.

3. Delimitare attraverso il gusto

Le pratiche di degustazione continuano a essere una modalità di socializzazione e di apprendimento dei principi del movimento: dalle cene destinate a scoprire prodotti e produttori, ai “laboratori del gusto”, fino ai “master” e alle formazioni che l’associazione propone ai suoi soci¹⁰. Nei momenti chiave della vita dell’associazione, la degustazione è un mezzo per creare convivialità e intimità, per condividere pratiche (soprattutto legate al gusto) e sentirsi membro dell’associazione. Ma diventare o essere socio di Slow Food non significa automaticamente entrare nella “cerchia ristretta”. L’organizzazione interna di Slow Food è estremamente gerarchica: un semplice socio, che possiede la tessera dell’associazione, si distingue dai volontari che fanno vivere l’associazione attraverso le attività della propria condotta e/o la partecipazione ai grandi eventi di Slow Food. E tra i volontari, coloro che rivestono ruoli politici a livello della condotta, oppure a livello regionale o nazionale, fanno parte di una cerchia più ristretta, più vicino alle alte sfere della gerarchia, situate nella sede centrale di Bra, negli anni del mio terreno. Questi leader locali eletti, sono spesso anche le persone che organizzano i laboratori del gusto, le cene e o i master del cibo. La capacità di insegnare a sviluppare il gusto e le sue sottigliezze contribuiscono a rafforzare il senso di appartenenza che costoro hanno, non solo all’interno del movimento ma anche alla gerarchia Slow Food. Spesso le degustazioni informali di vino sono uno degli stru-

menti che identificano un'appartenenza ancora più intima al movimento. Durante gli anni di esistenza della struttura francese, Jean, che ne era il presidente, arrivava sempre agli incontri internazionali – il consiglio o la presidenza – con qualche bottiglia di vino “speciale” nello zaino, destinata a essere condivisa con una cerchia ristretta, composta non da altri leader nazionali, quanto piuttosto dai leaders e fondatori di Slow Food. I soci di Slow Food sono considerati (e si considerano) intenditori di vino: un leader non può non essere (anche) un intenditore di vino. Fin dall'inizio, il vino ha occupato un posto importante all'interno dell'associazione e caratterizza ancora oggi molti momenti di vita interna di Slow Food e della sede¹¹. Le bottiglie di vini di piccoli produttori, che Jean portava con sé dalla Francia, servivano a confermare le sue competenze ma anche il suo essere parte del gruppo dei leaders storici e della gerarchia di Slow Food. I leader, nazionali, regionali o locali, prima di essere eletti dai soci, hanno ricevuto infatti l'avallo della sede e delle alte sfere del movimento. Teil e Hennion suggeriscono che “il gusto è un'attività performativa [...] è un'azione, non un fatto; è un'esperienza, non un oggetto” (2004: 35). Queste degustazioni informali costituivano una pratica intima destinata a delimitare i confini del gruppo interno di Slow Food.

4. Il giusto gusto

Gli obiettivi e le ambizioni di Slow Food si sono allargati nel corso del tempo, e questo ha generato una necessità crescente di mostrare pubblicamente la trasformazione di Slow Food da associazione enogastronomica a un movimento sociale e politico. I soci sono incoraggiati a diventare più consapevoli e attenti ai processi produttivi e a sostenere i piccoli produttori locali, della propria regione o di paesi lontani, che seguono i principi del “buono, pulito e giusto”. Slogan e parola chiave del movimento dalla pubblicazione del libro di Carlo Petrini, *Buono, pulito e giusto* (2005), questa triade riassume l'evoluzione della filosofia di Slow Food e simboleggia l'impegno politico per una nuova economia “rispettosa della terra e dei popoli”. “Buono” fa riferimento al gusto e alle qualità organolettiche dei prodotti; “pulito” estende l'attenzione alle condizioni di produzione e al rispetto dell'ambiente (attraverso la

riduzione o l'eliminazione di prodotti chimici); “giusto” introduce la dimensione della giustizia sociale e un'attenzione più forte nei confronti delle condizioni di lavoro e di vita dei produttori. In questo processo, il gusto acquisisce sempre più una connotazione morale. Il cibo “buono” è anche “moralmente” buono perché prodotto nel rispetto dell'ambiente e degli animali. Consumare prodotti “moralmente” buoni significa non solo rispetto per l'ambiente ma anche per il lavoro dei produttori. Spesso i “laboratori del gusto” accolgono i produttori che vengono a presentare il loro prodotto, raccontandone la storia e spiegando i metodi di produzione, mentre i partecipanti assaggiano e assaporano il gusto, il profumo e le caratteristiche del suo prodotto, imparando ad apprezzarle non solo attraverso il naso o il palato ma anche attraverso la sua narrazione. L'apprendimento che si svolge durante questi eventi va quindi oltre l'esperienza organolettica e include altri elementi come le condizioni di produzione, le scelte del produttore, il contesto ambientale. Se le pratiche di degustazione sono rituali in cui il cibo svolge sia un ruolo di connessione, che di comunicazione, questi rituali producono nuove forme di socialità, collegando produttori, consumatori e ristoratori. La conoscenza diretta dei produttori locali è infatti un aspetto centrale dell'attività dei soci – e tra questi i ristoratori delle osterie – sul territorio. Roberto, dell'Osteria La Campanara, afferma con orgoglio “Quando porto in tavola certi prodotti, mi sento a mio agio, posso parlare di chi li ha fatti, della loro storia e del percorso che ha fatto il produttore per arrivare a questo risultato” (16/5/2013). Se oggi i leader e i responsabili di Slow Food identificano tutte le azioni del movimento come essenzialmente politiche, i “presidi” costituiscono il progetto che fin dall'inizio, e probabilmente più di altri, ha avuto un carattere decisamente “politico” (Siniscalchi 2013a). Nel campo dei prodotti labellizzati da Slow Food – i “presidi della biodiversità” – il gusto diviene un elemento chiave. Un “presidio della biodiversità” è allo stesso tempo un prodotto e un progetto di valorizzazione e di promozione di prodotti “di alta qualità”, considerati a rischio di scomparsa, minacciati ma preziosi per la conservazione della biodiversità alimentare. I produttori possono, infatti, avere difficoltà a vivere della loro attività o semplicemente

148

possono essere rimasti in pochi a dedicarsi a quel determinato prodotto. Il Fiore Sardo, ad esempio, formaggio pecorino a latte crudo prodotto dai pastori in Sardegna, e presidio Slow Food, è considerato un prodotto di alta qualità, ma il suo gusto è spesso troppo forte per un palato abituato ai pecorini industriali. I produttori – oggi poco più di una trentina, rispetto a qualche centinaio solo quarant’anni fa – hanno spesso difficoltà a vendere il proprio prodotto a prezzi “giusti”. Le tecniche di produzione e di affumicatura utilizzate per conservare e affinare il formaggio contribuiscono al suo gusto particolare, che a sua volta lo esclude da alcuni mercati e quindi aumenta le difficoltà economiche per i produttori (Siniscalchi 2013b, 2014b, Siniscalchi e Zecchin 2018)¹². Per i leader di Slow Food, promuovere il Fiore Sardo è un modo per difendere i piccoli produttori contro le logiche di mercato che li emarginano, ma anche un modo per promuovere un gusto specifico, diverso rispetto al cibo industriale, promuovendo un nuovo tipo di “bontà”. Il gusto diventa così, ancor più che in passato, uno strumento politico ed economico. Ma in questa nuova dimensione politica, il gusto è anche un mezzo di distinzione e di esclusione. Durante i processi di selezione dei prodotti destinati a divenire dei presidi, i responsabili della Fondazione Slow Food per la biodiversità negoziano con i produttori una serie di elementi: le tecniche, le quantità, il luogo di produzione, gli ingredienti, ma anche il gusto. Gli esperti di Slow Food riconoscono che devono imparare ad apprezzare gusti diversi da quelli che sono loro più familiari, rispettando il principio secondo il quale il gusto è relativo e cambia da un contesto all’altro. Allo stesso tempo, possono chiedere di modificare alcuni passaggi del processo produttivo. In questi casi il gusto diventa il criterio che permette l’inclusione dei prodotti nel progetto del presidio, ma può anche essere un motivo per escludere alcuni prodotti il cui gusto può essere troppo lontano dall’idea di “bontà” che hanno elaborato i responsabili di Slow Food, oppure può rivelare che i produttori si sono allontanati troppo dai principi del movimento, che gli avevano permesso diventare presidio (e di conseguenza, il prodotto può perdere il label). Se le degustazioni, le formazioni e gli esercizi gustativi “espongono” i soci al gusto “giusto”, costoro devono poi mostrarsi in grado di riconoscere un cibo buono e distinguerlo da uno che non lo è.

Il gusto modella i soci e ancora una volta definisce la loro appartenenza. Diventando uno strumento politico e morale, il gusto consente di escludere il cibo industriale o il cibo considerato moralmente cattivo, ma esclude anche tutti coloro, sul fronte della produzione, che non fanno un lavoro “buono”, così come coloro tra i consumatori, che non sono in grado di riconoscere il cibo “buono”. Questo in certi casi fa apparire i soci di Slow Food a chi non lo è o non lo è più, come gli appartenenti a un’élite che sa e sa riconoscere, talvolta “des donneurs de leçons”, comme lo sottolineava una ristoratrice francese, in passato membro dell’associazione. La difesa delle economie locali, degli agricoltori e dei produttori di tutto il mondo, alla base delle azioni e della filosofia che il movimento promuove oggi, è volta a creare “comunità” di obiettivi, intessute attorno alle attività produttive e alle economie locali, spesso immaginate come direttamente collegate a un passato ideale che ignorava i danni del capitalismo, della produzione industriale e dello sfruttamento irresponsabile delle risorse. In questo quadro, “buono, pulito e giusto” sono concepiti sempre più come i parametri di un’economia morale che è in parte un’alternativa al capitalismo sfrenato e in parte mira a modificarlo dall’interno. E il gusto diventa uno strumento di queste battaglie.

Note

- 1 Questo scritto è una rielaborazione di alcuni altri testi, in particolare del capitolo “Political Taste: inclusion and exclusion in *Slow Food* movement” pubblicato nel 2018 nel volume diretto da C. Counihan and S. Højlund; e dell’articolo “La politique dans l’assiette: restaurants et restaurateurs dans le mouvement Slow Food en Italie” apparso nella rivista *Ethnologie Française* nel 2014. Un ringraziamento a Anna Maria Lorusso e a Gianfranco Marrone per avermi invitata a partecipare a questo volume.
- 2 Ho affrontato alcuni di questi aspetti in altri testi (Siniscalchi 2013a, b, 2014a, b, 2017, tra gli altri). L’insieme dell’etnografia del movimento Slow Food è inclusa nel volume *Slow Food: The Economy and Politics of a Global Movement*, in preparazione presso Bloomsbury.
- 3 “Tastes are subjective but measurable, relative to culture and to individual, yet

shared; fleeting sensations that nonetheless endure over many years in memory; transient experiences freighted with the weight of history. And finally, tastes can provide entertainment and intellectual absorption” 2005: 8).

4 ARCI è l'acronimo dell'Associazione Ricreativa e Culturale Italiana, l'organizzazione nazionale dei club antifascisti e di sinistra creata nel 1957. Tra la fine degli anni '70 e l'inizio degli anni '80 erano state create diverse associazioni tematiche all'interno dell'ARCI poi diventate rapidamente delle strutture autonome (Legambiente, Arcidonna, Arcidonna, Arcigay e Arcigola).

5 Per un'attenta analisi semiotica del manifesto, rinvio a Marrone (2016) e in particolare al capitolo dedicato ai ritmi alimentari “dal fast allo slow” (Marrone 2016: 273-298).

6 Le osterie sono definite dal Dizionario di Slow Food come “luogo simbolo della cucina tradizionale, del servizio semplice, dell'accoglienza ospitale senza orpelli, dell'offerta di vino di qualità, dei prezzi ragionevoli” (Ruffa et Monchiero 2002: 118).

7 Modalità simili sono state adottate anche nel processo di diffusione di Slow Food in altri paesi (Siniscalchi 2017).

8 Il fiduciario è la persona che ha la “fiducia” del presidente e della sede di Slow Food. Referente e responsabile della condotta, il fiduciario contribuisce, attraverso le attività dell'associazione, a marcare la presenza di Slow Food nel territorio.

9 Questi antropologi hanno analizzato processi simili di trasformazione del gusto e delle preferenze. Tra questi, Mintz (1996), Terrio (2000), Paxon (2013), Counihan (2018), Counihan e Højlund (2018).

10 I laboratori del gusto sono proposti fin dagli anni '90 in occasione di eventi Slow Food organizzati a livello locale, nazionale e internazionale. Essi si rivolgono sia ai soci che al grande pubblico. Attraverso un'esperienza sensoriale e un lavoro sul gusto, permettono la scoperta di prodotti e delle relazioni tra prodotti (ad esempio, vini o birre artigianali e formaggi). Il progetto dei Master of Food è concepito come un insieme di lezioni volte a conoscere in modo approfondito cibi e bevande. Si tratta di uno dei progetti di educazione al gusto e ai principi di Slow Food, “il gusto di saperne di più”. Il *gusto*, suggerisce l'idea del piacere della conoscenza e del gusto nel senso della capacità di apprezzare sapori e di utilizzarli come strumento di conoscenza di prodotti.

11 Negli anni '80 la regione delle Langhe, dove nacque Slow Food, fu colpita dallo scandalo dei vini contenenti metanolo che uccisero una ventina di persone. I fondatori di Slow Food presero posizione contro l'adulterazione del vino – all'origine non solo della tragedia umana ma anche del conseguente crollo del mercato del vino italiano – insistendo sulla necessità di puntare sulla qualità per uscire dalla crisi che stava investendo il mondo dell'enologia.

12 Dal 2016, ho ripreso il lavoro di ricerca sulle produzioni di pecorino in Sardegna e in particolare sulla “vita politica” del Fiore Sardo, nell'ambito di un progetto collettivo sulla vita politica delle merci (VIPOMAR, finanziato dall'Agence Nationale de la Recherche francese).

Bibliografia

Anderson, B.

1983 *Imagined Communities*, London: Versus.

Counihan C. e V. Siniscalchi (eds.)

2014 *Food Activism: Agency, Democracy and Economy*, London: Bloomsbury.

Counihan C. e S. Højlund (eds.)

2018 *Making Taste Public*, London: Bloomsbury.

Counihan, C.

2018 *Italian Food Activism in Urban Sardinia. Place, Taste, and Community*. London: Bloomsbury.

Fassin, D.

2009 “Les économies morales revisitées”, in *Annales. Histoire, Sciences Sociales*, 6: 1237-1266.

Herzfeld, M.

1997 *Cultural intimacy: social poetics in the nation-state*, New York and London: Routledge.

Korsmeyer, C. (ed.)

2005 *The Taste Culture Reader. Experiencing Food and Drink*, Oxford: New York: Berg.

Mintz, S.W.

1996 *Tasting Food, Tasting Freedom. Excursions into Eating, Culture and the Past*, Boston: Beacon Press.

Marrone, G.

2016 *Semiotica del gusto. Linguaggi della cucina, del cibo, della tavola*, Milano: Mimesis.

Olivier de Sardan, J. P.

2008 *La rigueur du qualitatif: Les contraintes empiriques de l'interprétation socio-anthropologique*, Louvain-la-Neuve, Belgium: Academia- Bruylant.

Paxson, H.

2013 *The Life of Cheese: Crafting Food and Value in America*, Los Angeles, Berkeley: University of California Press.

Petrini, C.

2005 *Buono, pulito e giusto*, Torino: Einaudi.

Portinari, F.

1987 "Manifesto dello Slow Food, Movimento per il diritto al piacere", *Gambero Rosso, Il Manifesto*, Roma.

Ruffa, G. e A. Monchiero

2002 *Dizionario di Slow Food*, Slow Food Editore: Bra.

Teil, G. e A. Hennion

2004 "Discovering Quality or Performing Taste?", in Mark Harvey et al. *Qualities of Food*, Manchester: Manchester University Press.

Siniscalchi, V.

2013a "Environment, regulation and the moral economy of food in the Slow Food movement", in *Journal of Political Ecology*, 20 : 295-305.

2013b "Pastori, attivisti e mercato. Pratiche economiche e logiche politiche nei Presidi Slow Food", in *Voci. Annuale di Scienze Umane*, X : 173-182.

2014a "La politique dans l'assiette: restaurants et restaurateurs dans le mouvement Slow Food en Italie", in *Ethnologie Française*, XLIV, 1 : 73-83.

2014b "Slow Food Activism between Politics and Economy", in C. Counihan and V. Siniscalchi (eds.) *Food Activism: Agency, Democracy and Economy*, London: Bloomsbury : 225-241.

2017 "Slow Food: les politiques locales d'un mouvement international", in T. Grillot e S. Gacon (eds.) *Manger autrement*, Paris: PUF 63-85.

2018 "Political Taste: inclusion and exclusion in Slow Food movement" in C. Counihan e S. Højlund (eds.) *Making Taste Public*, London, Bloomsbury: 185-197.

Siniscalchi, V. e F. Zecchin

2018 "Conservation et production de la valeur du Fiore Sardo. Producteurs, commerçants et activistes dans la régulation de la typicité d'un fromage italien", in *Techniques et culture*, 1: 56-73.

Terrio, S.

2000 *Crafting the culture and history of French chocolate*, Berkeley: University of California Press.

E | C

Fenomenologia di un piatto simbolo. Cosa *su porceddu* ci insegna su cibo, significato e identificazione

Franciscu Sedda

1. Tagliare o decostruire? Riflessioni preliminari sull'analisi di un piatto simbolo

"I miti non si toccano!", dice il luogo comune. Figuriamoci se è il caso di analizzarli. Smontandoli il rischio è di *smontarli*. E se poi non si riuscisse più a metterli insieme? E se ne venisse fuori una storia impura? E se perdessero la loro aura di autoctona sacralità? Il loro statuto di eterno presente?

Sono alcuni dei dilemmi a cui ci mette davanti un piatto che si fa simbolo, come *su porceddu* per i sardi e la Sardegna. Questi dilemmi tuttavia coinvolgono diversamente *la gente e gli intellettuali*, chiamati a giocare, o forse a essere, due diversi *giochi linguistici*. Mentre l'uomo comune pensa infatti a *tagliare il maialetto e goderselo*, dando per buono che la sua origine sia antichissima e sia persino offensivo parlare di una sua invenzione, l'intellettuale pone invece come suo compito quello di *decostruire il maialetto e far riflettere* i suoi consumatori sugli inganni storici e le ingiustizie sociali sottese al loro effimero e contingente godimento. Un godimento tanto più colpevole in quanto produttore dell'oblio dei mali del mondo che esso stesso invece testimonia. E forse addirittura produce¹.