

STORIA ECONOMICA

ANNO XX (2017) - n. 2



Edizioni Scientifiche Italiane

Direttore responsabile: LUIGI DE MATTEO
Comitato di Direzione: LUIGI DE MATTEO, ALBERTO GUENZI,
PAOLO PECORARI

La Rivista, fondata da Luigi De Rosa nel 1998, si propone di favorire la diffusione e la crescita della Storia economica e di valorizzarne, rendendolo più visibile, l'apporto al più generale campo degli studi storici ed economici. Di qui, pur nella varietà di approcci e di orientamenti culturali di chi l'ha costituita e vi contribuisce, la sua aspirazione a collocarsi nel solco della più solida tradizione storiografica della disciplina senza rinunciare ad allargarne gli orizzonti metodologici e tematici.

Comitato scientifico: Frediano Bof (Università di Udine); Giorgio Borelli (Università di Verona); Andrea Cafarelli (Università di Udine); Aldo Carera (Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano); Giovanni Ceccarelli (Università di Parma); Daniela Ciccolella (CNR-Issm); Alida Clemente (Università di Foggia); Francesco Dandolo (Università Federico II di Napoli); Francesco D'Esposito (Università G. D'Annunzio di Chieti-Pescara); Marco Doria (Università di Genova); Giovanni Farese (Università Europea di Roma); Giulio Fenicia (Università di Bari); Luciana Frangioni (Università del Molise); Paolo Frascani (Università L'Orientale di Napoli); Maurizio Gangemi (Università di Bari); Andrea Giuntini (Università di Modena e Reggio Emilia); Amedeo Lepore (Seconda Università di Napoli); Germano Maifreda (Università di Milano); Daniela Manetti (Università di Pisa); Paola Massa (Università di Genova); Giampiero Nigro (Università di Firenze); Nicola Ostuni (Università Magna Græcia di Catanzaro); Paola Pierucci (Università G. D'Annunzio di Chieti-Pescara); Gianluca Podestà (Università di Parma); Mario Rizzo (Università di Pavia); Gaetano Sabatini (Università di Roma Tre); Giovanni Vigo (Università di Pavia).

Storia economica effettua il referaggio anonimo e indipendente.

Direzione e redazione: Prof. Luigi De Matteo, vico S. Maria Apparente, 44, 80132 Napoli; Università di Napoli "L'Orientale", Dipartimento di Scienze Sociali, Largo San Giovanni Maggiore, 30, 80134 Napoli – Tel. 081/6909483; *e-mail:* dematteo@unior.it

Gli articoli, le ricerche, le rassegne, le recensioni, e tutti gli altri scritti, se firmati, esprimono esclusivamente l'opinione degli autori.

Amministrazione: Edizioni Scientifiche Italiane, via Chiatamone 7, 80121 Napoli – tel. 081/7645443 pbx e fax 081/7646477 – Internet: www.edizioniesi.it; *e-mail:* info@edizioniesi.it

Registrazione presso il Tribunale di Napoli al n. 4970 del 23/6/1998. Responsabile: Luigi De Matteo.

Copyright by Edizioni Scientifiche Italiane – Napoli.

Periodico esonerato da B.A.M. art. 4, 1° comma, n. 6, d.P.R. 627 del 6-10-78

SOMMARIO

ANNO XX (2017) - n. 2

Storia economica 1998-2017. <i>Le origini, gli assetti, la linea scientifica ed editoriale</i> , di Luigi De Matteo	p. 357
IL PUNTO NAVE. PERCORSI E ACQUISIZIONI DELLA RICERCA STORICO-ECONOMICA IN ITALIA a cura di Luigi De Matteo, Alberto Guenzi e Paolo Pecorari	
<i>Premessa</i> di Luigi De Matteo, Alberto Guenzi e Paolo Pecorari	» 371
GUIDO ALFANI, <i>Crisi demografiche e crisi economiche nell'Italia preindustriale (ca. 1300-1800)</i>	» 377
ANGELA ORLANDI, <i>Tradizione e innovazione nel capitalismo toscano tardo trecentesco</i>	» 395
GIOVANNI CECCARELLI, <i>Rischio e assicurazioni tra medioevo ed età moderna</i>	» 411
MARIA PAOLA ZANOBONI, <i>Il lavoro delle donne nel Medioevo</i>	» 425
MARIO RIZZO, <i>La sfera strategica e le sue implicazioni socio-economiche in età moderna</i>	» 437
GERMANO MAIFREDA, <i>Religione, istituzioni, cambiamento economico</i>	» 453
ALIDA CLEMENTE, <i>Stati e commercio nell'Europa moderna tra reti e gerarchie</i>	» 469
CARLO MARCO BELFANTI, <i>La moda è un argomento di storia economica?</i>	» 489
LUCA MOCARELLI, <i>L'ambiente in una prospettiva storico-economica: l'Italia dell'età moderna</i>	» 499
ANDREA COLLI, <i>Italy Rocks! (e perché bisogna studiarla)</i>	» 511
LUIGI DE MATTEO, <i>Mezzogiorno e Unità d'Italia. Sul distacco tra storia e memoria</i>	» 523

SOMMARIO

VITTORIO DANIELE, <i>Divisi in partenza? Nord e Sud dopo l'unificazione nazionale</i>	»	535
STEFANO MAGAGNOLI, <i>Le frontiere della food history. Storia sociale, storia economica, storia culturale</i>	»	549
SALVATORE LA FRANCESCA, <i>Breve rassegna della storiografia sulla banca in Italia</i>	»	561
PIETRO CAFARO, <i>La cooperazione: un modo antico (o nuovo?) di fare economia</i>	»	579
ALDO CARERA, <i>Nessi storiografici. Economia, lavoro, sindacato</i>	»	597
AUGUSTO CIUFFETTI, ROBERTO PARISI, <i>La memoria del lavoro negli studi di storia e archeologia del patrimonio industriale</i>	»	615
GABRIELLA CORONA, <i>L'ambiente nella storia d'Italia</i>	»	633
FREDIANO BOF, <i>Sericoltura e setificio in Italia tra Otto e Novecento: una rassegna bibliografica</i>	»	649
ANDREA CAFARELLI, <i>Navigare necesse est. La Storia marittima nell'ultimo ventennio</i>	»	673
ANDREA GIUNTINI, <i>Un paradigma per la storia della mobilità. La difficile transizione della storiografia economica italiana</i>	»	693
GIUSEPPE MORICOLA, <i>Per una storia economica dell'emigrazione: alcune indicazioni di ricerca</i>	»	707
GIAN LUCA PODESTÀ, <i>Africa e colonie, perché no?</i>	»	721
MARIO ROBIONY, <i>Siderurgia e meccanica in Italia nell'età contemporanea: orientamenti storiografici</i>	»	731
GIOVANNI FARESE, <i>Per una storia sopranazionale. Istituzioni economiche e protagonisti italiani, 1919-2019</i>	»	751
Storia economica. <i>Indice generale delle annate I-XX (1998-2017)</i>	»	767

LE FRONTIERE DELLA *FOOD HISTORY*.
STORIA SOCIALE, STORIA ECONOMICA,
STORIA CULTURALE

Nell'ultimo decennio l'attenzione per i temi del cibo è cresciuta enormemente; un'attenzione che ha abbracciato il cinema e l'entertainment televisivo ed è diventato un genere letterario molto importante. Nel 2015, poi, anno dell'EXPO milanese, tutto il mondo dell'intelligenza nostrana (filosofi, priori ed editorialisti) hanno presidiato i mass media, più o meno travestiti da esperti delle varieghe liturgie eno-gastronomiche.

L'articolo, a partire da un riflessione sull'esperienza della "nuova storia" delle *Annales*, propone alcuni cardini metodologici della *Food History*, che, in ambito nazionale, marca qualche ritardo di troppo rispetto al panorama internazionale in cui i *Food Studies* si sono ormai emancipati da qualsiasi vincolo disciplinare (vincoli ancora tanto forti, invece, nel panorama nostrano), assumendo una propria specifica e autonoma identità.

Food History, *Food Studies*, sistema agro-alimentare, psicologia del consumatore, tipicità

In the last decade the focus for food topics has hugely increased. This focus included cinema and TV entertainment, becoming on the other hand an important literary genre. In 2015 with the Milan EXPO the Italian "intelligence" (philosophers, Priors, and editorialist) policed the mass-media system, more or less dressed up like experts of the varied food and wine liturgies.

This article, starting with a reflection on the "new history" experience of *Annales*, proposes some methodological cornerstones about Food History. This research field seems too much late compared to the international state-of-art of Food Studies, that are already emancipated from any disciplinary tie, in contrast with the Italian experience. In this way they undertook a specific and autonomous identity.

Food History, Food Studies, agri-food system, consumer psychology, typicality

Non vi è dubbio alcuno che le grandi ondate della produzione storiografica, in molti casi, sono state condizionate e indirizzate da circostanze estranee alle dinamiche naturali dei processi della ricerca. I casi sono ovviamente numerosi, e potrebbero rappresentare un futuro – e molto promettente – tema di riflessione¹. Questa considerazione generale ci permette di entrare senz'altro indugio in argomento, osservando come la realizzazione a Milano nel 2015 dell'Esposizione Universale *Nutrire il pianeta, energia per la vita*, con tutto il dibattito che ha preceduto e seguito un evento capace di mobilitare numerosi milioni di visitatori, ha concorso alla moltiplicazione di studi e ricerche sul tema dell'alimentazione in una proporzione forse mai vista prima. Presa d'atto della rilevanza del fenomeno o semplice "bolla" legata a un evento fortemente mediatizzato? La risposta non è ovviamente semplice, ove si tenga conto di quanto sia invasivo l'entertainment televisivo dedicato al cibo nelle sue numerose declinazioni e di come tutto il mondo della "cultura spettacolarizzata" abbia avuto spazi importanti nell'anno di EXPO per parlare di cibo, non infrequentemente in modo inversamente proporzionale alle reali argomentazioni scientifiche a sua disposizione.

Un dato è sicuramente reale: nell'ultimo decennio si è assistito a una grande dilatazione della sfera di attenzione, sia mediatica che editoriale, per i temi del *food*. Un'attenzione che ha abbracciato tanto le sale cinematografiche, quanto le feroci competizioni televisive tra cuochi in erba in cerca di affermazione, ma che non ha risparmiato nemmeno il mondo editoriale in cui insospettabili cultori di tematiche ben più serie si sono cimentati nella scrittura di libri sul cibo, sostanziano in questo modo il pregiudizio che vuole le ricerche sul cibo appannaggio di chiunque, proprio perché chiunque svolge quotidianamente (spesso più volte!) la funzione di mangiare². Circostanza pe-

¹ Si pensi, ad esempio, all'importantissima produzione scientifica sullo Stato italiano che prese vita intorno al primo centenario dell'unificazione del paese o a come, nel decennio Sessanta, nel fuoco del dibattito politico sulla concreta attivazione degli enti regionali previsti dalla Costituzione, si sia registrata un'altrettanto rilevante stagione di studi sul regionalismo.

² Si tratta di una "semplificazione" in cui incorre talvolta lo stesso mondo accademico, come può attestare l'esperienza diretta avuta dell'autore in seno al Collegio docenti del Dottorato in Storia contemporanea dell'Università di Bologna. Sede autorevole e qualificata, in cui la discussione dei progetti e dei lavori di ricerca dei dottorandi, sviluppata sempre in modo approfondito e lasciando ampio spazio agli specialismi tematici e metodologici, subiva paradossali semplificazioni nella discussione dei pochi lavori che si cimentavano sul terreno della *Food History*.

raltro verissima, che rischia però di fare inciampare negli ormai consueti e logori luoghi comuni sull'irenica e incontrastata bellezza del "made in Italy"³. Non solo, il nuovo millennio ha rappresentato un *turning point* importantissimo nel campo della ricerca storica nell'ambito del *food*⁴, disvelando e proponendo numerosi e crescenti interrogativi di natura euristica e metodologica; tanto più rilevanti quanto più l'attenzione degli studiosi si è andata discostando dai pilastri classici della storiografia nostrana sull'alimentazione avvicinandosi via via alle sollecitazioni poste in ambito internazionale dalla *Food History* e, più in generale, dai *Food Studies*.

Di cibo, comunque, si è scritto e si scriverà ancora in modo sicuramente eccessivo nei prossimi tempi; troppo spesso più con la volontà di competere sul mercato delle opinioni comuni, spesso superficiali, che per contribuire seriamente allo sviluppo di una storiografia che, sebbene annoveri studi di qualità rilevante, non può per questo dire esauriti gli ambiti di approfondimento. Di cibo, dunque, si è scritto e si scriverà ancora in modo compulsivo ed eccessivo proprio perché questo "genere letterario" sta incontrando un successo di pubblico senza precedenti legittimando chiunque a presentarsi come "esperto di alimentazione". Un genere letterario, peraltro, cui viene sempre più richiesto un taglio semplificadorio, per raggiungere un segmento ampio di lettori; un'esigenza di "banalizzare" e semplificare concetti e riflessioni in cui cadono anche i cosiddetti "specialisti" del mondo accademico. Tutti noi, ovviamente, abbiamo un'esperienza diretta con il cibo; si tratta di una verità incontestabile. Come del resto ciascuno di noi ha esperienze dirette con tutti gli altri aspetti che punteggiano l'esperienza umana. Non per questo, però, disponiamo *naturaliter* del

³ Un caso tra tutti, ma comunque emblematico di come una pur elevata qualità della ricerca scientifica finisca preda dei "luoghi comuni" che il sistema dei media concorre a diffondere nell'opinione pubblica, è rappresentato dal recente libro di PIERO BEVILACQUA, *Felicità d'Italia. Paesaggio, arte, musica, cibo*, Laterza, Roma-Bari 2017. Al di là di molte considerazioni storiograficamente condivisibili, ciò che colpisce è l'uso disinvolto del tema "cibo" per avallare considerazioni un po' scontate sugli elementi che rendono il suolo italico attrattivo per il turista straniero. Si tratta di valutazioni in molti casi veritiere, ma che, confezionate seguendo un ordito un po' scontato, talvolta sul confine stretto del luogo comune, rischiano di apparire estremamente prevedibili.

⁴ In queste pagine si fa largo utilizzo di questo termine poiché, sebbene esistano in lingua italiana numerosissime possibilità di sostituzione, ha ormai conosciuto una diffusione planetaria. In modo particolare, nelle comunicazioni scritte in lingua inglese è il lemma che sintetizza numerosi concetti che ruotano intorno al tema dell'alimentazione.

set di competenze/conoscenze che ci permettono di ergerci a specialisti della materia. Per intenderci: se ciò accadesse in altre branche del sapere storiografico, sarebbero numerosi coloro che stigmatizzerebbero la leggerezza compiuta. Nel campo degli studi sull'alimentazione sembra invece regnare maggiore indulgenza, una sorta di *deregulation* che espone però al rischio di appiattare il senso dei temi indagati svuotando ogni sforzo per definire con serietà e rigore rilevanze tematiche, metodologie di ricerca e approcci interpretativi.

Nell'eccessiva estensione dei perimetri dei temi di ricerca non si annidano solo insidie. Ai rischi di dispersione e generalizzazione – inevitabili dilatando gli spazi – corrispondono infatti elementi non trascurabili di segno positivo, tra cui l'aumento delle prospettive analitiche e delle angolature; in buona sostanza, delle possibilità di dare più slancio agli strumenti analitici e interpretativi. Esempi recenti, in tale direzione, sono rappresentati dagli ultimi due Congressi dell'Associazione italiana di storia urbana (AISU) – il primo tenutosi nel 2015 a Padova; il secondo nel 2017 a Napoli⁵ – nei quali il tema della “città” si è ripetutamente coniugato a quello dell'alimentazione e del viaggio, suggerendo nuovi stimoli per lo sviluppo delle ricerche. Anche dal recente Convegno di Public History⁶ svoltosi a Ravenna nel giugno 2017 sono provenute conferme importanti: il cibo – nelle sue varie accezioni – è un ambito di ricerca che travalica la dimensione “materiale” delle cose (il bisogno, la produzione, il commercio e il consumo) divenendo a pieno titolo un elemento che compone e qualifica l'*heritage* culturale e identitaria di un luogo, di un popolo, di una civiltà.

Una convinzione – quella sull'importanza dell'immaterialità della questione alimentare – che è alla base della costituzione, nel 2009, del Centro di Ricerca Food Lab all'Università di Parma⁷, e che nel 2014 ha rappresentato la base comune per la formalizzazione di FHNet, Network internazionale sulla *Food Heritage*⁸. Che il *food* sia entrato

⁵ I programmi e i materiali dei due convegni sono consultabili all'URL: <http://www.storiaurbana.org>.

⁶ IFPH International Federation for Public History - 4th Annual Conference; AIPH Associazione Italiana di Public History - 1° Convegno Nazionale, Ravenna 5-9 giugno 2017.

⁷ Il Centro sebbene sia stato fondato per la volontà di storici ha un'impronta e un approccio multidisciplinari. Gli obiettivi e le attività sono disponibili all'URL: www.foodlabunipr.it.

⁸ Il network è stato ufficialmente costituito a Parma il 12 maggio 2014, consorziando, oltre a Food Lab, l'Université “Francois Rabelais” di Tours; l'Université Mi-

a pieno titolo nel novero delle componenti della *Cultural Heritage* è ormai un dato di fatto; circostanza ampiamente accreditata dalla copiosità della produzione scientifica in materia⁹ e dal fatto che tale tematica è diventata oggetto di convegni, seminari, workshop¹⁰. Tutto ciò comporta ovviamente la necessità di allargare lo spettro delle riflessioni metodologiche necessarie per affrontare il tema dell'alimentazione in prospettiva storiografica, sottolineando con chiarezza la natura specifica di un tema che, per definizione, si colloca come pochi altri nell'alveo della storia economica e sociale o, per meglio dire, di quella storia economica e sociale che si richiama alla lezione dei grandi innovatori della scuola francese delle "Annales", che, nel 1929, con la rivista *Annales d'histoire économique et sociale* segna uno dei più importanti momenti di discontinuità nella storiografia contemporanea, ponendo le basi della "nouvelle histoire", che delle emozioni, dei riti del quotidiano e degli aspetti della soggettività avrebbe fatto i propri pilastri principali.

Non si tratta di un richiamo generico o superficiale. La necessità di curvare la *Food History* nella direzione indicata dagli esponenti delle "Annales" rappresenta una necessità fisiologica per cogliere la struttura polisemica e complessa della tematica (in cui confluiscono e interagiscono economia, cultura, civiltà, rappresentazione, ecc.), evitando di confinarla nel limbo di approcci parziali e tutto sommato incapaci di valorizzarne le reali potenzialità. Non è certo un caso, peraltro, che il tema dell'alimentazione nell'alveo delle discipline storiografiche inizi a conoscere grandissimo successo soprattutto in Francia, quando appunto si diffonde quel rinnovato interesse per la dimensione della "vita materiale" delle società umane; quando cioè si fa strada l'idea di una

chel de Montaigne - Bordeaux 3; The University of Adelaide e la Chaire Unesco "Sauvegarde et valorisation des patrimoines culturels alimentaires" con base all'Università di Tours.

⁹ Si veda fra i tanti *Edible Identities. Food as Cultural Heritage*, edited by Ronda L. Brulotte and Michael A. Di Giovine, Routledge, New York 2016; «In the grand scheme of things, heritage is a relatively new term, its origins stemming from the French and British imperial eras to denote the accumulation of wealth or patrimony (*patrimoine*) of tangible and intangible goods that a society inherits from the past (*héritage*), preserves in the present, and passes on to the future. These are mediators, linking members of society together through space and time, serving as referential touchstones for a group's self-identification – often at the level of the nation [...] – and representing the group to outsiders», *ivi*, p. 1.

¹⁰ Anche in questo caso, cito a campione: *Produits, terroir et typicité: la valorisation économique des biens immatériels*, Università di Parma, 12 maggio 2014; *Food as Heritage*, Università di Bologna, 2-3 febbraio 2017.

storia che «vuol cogliere gli uomini al di là delle forme sensibili del paesaggio, degli arnesi o delle macchine, degli scritti in apparenza più freddi e delle istituzioni in apparenza più completamente staccate da coloro che le hanno create». È questo il senso che da Lucien Febvre a Marc Bloch, da Fernand Braudel a Jacques Le Goff, diviene la punta più avanzata della moderna storiografia economica e sociale. «Chi non vi riesce» – aggiunge ancora Bloch – «non sarà, nel migliore dei casi, che un manovale dell'erudizione»¹¹.

Necessità quindi di riflettere e definire con molta accortezza i perimetri metodologici entro cui posizionare gli studi di *Food History*, tenendo conto delle peculiarità evolutive conosciute dalla storiografia “annalista” nel suo quasi secolo di vita; evoluzioni che non hanno tuttavia “alterato” l'essenza delle questioni euristiche ed epistemologiche delle origini¹². Posto ovviamente che nella seconda decade del secondo millennio abbia ancora senso proporsi interrogativi riguardanti – in modo così netto come in passato – i perimetri delle ortodossie scientifico-disciplinari, o se non sia invece molto più proficuo per la qualità delle ricerche (ma non delle carriere accademiche!) ribaltare il punto di osservazione concentrando i propri sforzi sull'oggetto di studio. Ed è in realtà proprio da questa considerazione che hanno origine alcune altre riflessioni.

La prima riguarda la necessità di osservare e analizzare i fenomeni dell'alimentazione tenendo insieme il lato dell'offerta e quello della domanda, come pure tutto il corollario di comportamenti emozionali (spesso irrazionali¹³) che incidono sulle scelte dei consumatori e dun-

¹¹ MARC BLOCH, *Apologia della storia o mestiere di storico*, Einaudi, Torino 1969, p. 41 (ed. orig. *Apologie pour l'histoire ou métier d'historien*, «Cahiers des Annales», Librairie Armand Colin, Paris 1949).

¹² Va notato, infatti, che l'articolo del 1958, con cui Fernand Braudel affronta il tema della lunga durata [*Histoire et sciences sociales. La longue durée*, «Annales E.S.C.», XIII (1958), 4, pp. 725-753] e inaugura la sua successione a Lucien Febvre alla presidenza dell'École Pratique des Hautes Études, continua a distanza di quasi sessant'anni a essere indicato come faro guida di quella storiografia. Non vi è storico, in erba o già avviato sul viale del tramonto, che non si senta in obbligo di richiamarsi a un approccio di lavoro che, prima ancora che metodologico, assume una propria dimensione ontologica. Cfr. MAURICE AYMARD, *La lunga durata oggi: bilancio di un mezzo secolo (1958-2008)*, http://www.disci.unibo.it/it/risorse/files/228702-Aymard1.pdf/at_download/file/None.

¹³ Il Premio Nobel per l'Economia 2017 è stato peraltro assegnato a Richard H. Thaler per i suoi studi sulle conseguenze della razionalità limitata dei processi economici «incorporat[ing] psychologically realistic assumptions into analyses of economic decision-making. By exploring the consequences of limited rationality, social pre-

que sul funzionamento e sugli equilibri del mercato. Tale affermazione non vuole ovviamente significare che le attenzioni di ricerca dedicate in passato all'organizzazione della produzione (sia prima che dopo l'affermazione dell'industria moderna), al funzionamento della distribuzione o alla disciplina annonaria siano contributi esornativi o impropri; ma sottolinea semplicemente come un approccio tarato esclusivamente sul versante della *Business History* non potrebbe che risultare estremamente parziale se l'obiettivo fosse quello d'incrementare il livello delle conoscenze e delle riflessioni. Certo, è vero che vi è ancora molto da analizzare del sistema agro-industriale italiano¹⁴: sia dal lato dell'evoluzione del sistema delle imprese, sia da quello del tardivo adattamento del sistema distributivo ai nuovi bisogni della società. Due terreni di indagine su cui muoversi celermente, tenendo conto in particolare di due cerniere cronologiche importanti: il ventennio/trentennio a cavallo tra Otto e Novecento (quando si assiste al passaggio tra dimensione artigianale e industriale della produzione); il ventennio che chiude il secondo millennio, con tutte le torsioni determinate dalla globalizzazione dei mercati e dall'ingresso sulla scena di nuovi e agguerritissimi *competitor*. È altrettanto vero che la "nuova storiografia" sull'alimentazione non può più evitare di confrontarsi – con il rigore del metodo storico – con quei temi che la sociologia dei consumi ha messo al centro dei propri studi. Dal lato della domanda, dunque, esiste una moltitudine di tematiche ancora da dissodare, proprio in virtù della considerazione che «i fatti umani sono per definizione fenomeni delicatissimi, molti dei quali sfuggono alle determinazioni matematiche. Per esprimerli bene e, di conseguenza, per bene intenderli (si comprende mai perfettamente quel che non si sa esprimere?), occorrono grande finezza di lingua e giusto colorito nel tono espressivo. Dov'è impossibile calcolare, bisogna suggerire»¹⁵. Bisogna avere la capacità di studiare l'evoluzione del comportamento del consumatore con un approccio storiografico; indagarne le emozioni, le spinte all'emulazione, la ricerca di distinzione. E considerare questi approcci metodologici come consustanziali alla storia economica e sociale dell'alimentazione. Ostinarsi pervicacemente a espungere dall'a-

ferences, and lack of self-control, he has shown how these human traits systematically affect individual decisions as well as market outcomes» (https://www.nobel-prize.org/nobel_prizes/economic-sciences/laureates/2017/press.html).

¹⁴ È questo quanto è emerso dal recente convegno di studi *Prospettive e ipotesi di ricerca sulla storia dell'industria alimentare italiana*, Facoltà di Economia "Giorgio Fuà", Ancona, 13-14 gennaio 2017.

¹⁵ BLOCH, *Apologia della storia*, p. 42.

nalisi questi elementi significa indirizzare i propri interessi di ricerca molto lontano dagli attuali assi del dibattito scientifico internazionale¹⁶.

La seconda considerazione riguarda invece la profondità cronologica necessaria per sostanziare le nuove ricerche di storia dell'alimentazione. Una profondità che non può che richiamarsi, in modo esplicito, alla *longue durée* e all'attivazione di una sensibilità analitica in grado di seguire l'evoluzione dei processi, indipendentemente da artificiali partizioni cronologiche frutto più della difesa di steccati disciplinari/concorsuali che di reali esigenze analitico/interpretative. Se prendiamo, ad esempio, il caso delle tipicità alimentari (e quindi della reputazione dei prodotti) non ci si può più accontentare di studiare il fenomeno a partire dalla concessione delle denominazioni giuridiche di protezione (DOC, DOP, ecc.). Si tratterebbe di un taglio analitico certamente comprensibile (lo studio della tipicità a partire dalla formalizzazione di uno statuto giuridico che riconosca, tuteli e valorizzi tale condizione), ma indubbiamente incapace di mostrare le motivazioni che, probabilmente nel corso dei secoli e ben prima che produttori e istituzioni si ponessero il problema delle tutele, fanno crescere presso i consumatori la reputazione di un determinato prodotto (o di un territorio), a partire ovviamente da una lunga serie temporale di esperienze di consumo positive, che sedimentano un sentimento di fiducia in un determinato sistema di segni (nome, patronimico territoriale, ecc.)¹⁷.

Sul tema della tipicità e della lenta sedimentazione dei meccanismi della reputazione che ne è la componente di base, Food Lab di Parma e chi scrive hanno da tempo indicato alcune rotte di ricerca¹⁸. Di que-

¹⁶ Chi frequenta la scena internazionale dei *Food Studies* sa benissimo che ci si sta riferendo alle attività scientifiche dell'IECHA di Tours (in particolare all'annuale Conférence Internationale d'Histoire et des Cultures de l'Alimentation, giunta alla terza edizione e già diventata uno degli appuntamenti mondiali più importanti), ma anche dell'Università Montaigne di Bordeaux e del suo Centre d'études des Mondes Modernes et Contemporains (in particolare ai progetti Vivalter e Teresma dei quali Food Lab è uno dei soggetti ideatori).

¹⁷ Si veda, ad esempio, CARLO SHAPIRO, *Premiums for High Quality Products as Returns to Reputations*, «The Quarterly Journal of Economics», 98 (1983), 4, pp. 659-680.

¹⁸ Sul piano delle produzioni collettive segnalo i seguenti lavori; STEFANO MAGAGNOLI, STEFANO VERATTI, *Il mito della memoria. L'Aceto Balsamico Tradizionale tra innovazione e tradizione*, Artestampa, Modena 2017; *Typicality in History. Tradition, Innovation, and Terroir / La typicité dans l'histoire. Tradition, innovation et terroir*, edited by Giovanni Ceccarelli, Alberto Grandi and Stefano Magagnoli, Peter Lang, Bruxelles 2013. Sul piano individuale: *The Revenge of the Avatar. Industrial Vine-*

sta stagione di studi che – individualmente e collettivamente – ha cercato di introdurre nel panorama dei *Food Studies* stimoli di analisi e approcci interpretativi nuovi sono da segnalare alcuni punti specifici. Il primo riguarda la nozione di tipicità e la sua presunta “persistenza” all’interno del ricco paniere di prodotti tipici, tutelati da denominazioni nazionali ed europee che difendono il loro ancoraggio alla tradizione e a un territorio preservato dall’azione antropizzante. Non neghiamo che in molti casi si ritrovino gusti e procedimenti codificatisi nel tempo che appartengono ormai alla tradizione di un territorio. In molti altri, però, troviamo costanti processi di innovazione – a monte e a valle – che finiscono per modificare la qualità del prodotto, il suo aspetto, i suoi elementi nutritivi, così come anche il suo gusto. Per non parlare dei legami e dei vincoli con territori ormai profondamente cambiati, come anche di specie animali e vegetali che – nell’arco di un solo secolo – hanno modificato profondamente la propria identità¹⁹.

Ma il vero nodo della questione riguarda il rapporto tra prodotto

gars versus Traditional Balsamic Vinegar of Modena, in corso di stampa in *Des produits, entre déclin, renaissance et patrimonialisation (XVI^e-XXI^e Siècle)*, edited by Corinne Marache and Philippe Meyzie, Peter Lang, Bruxelles; *Eating Italian. The spread of the Italian way of eating in the world: original products, counterfeiting and Italian Sounding*, in corso di stampa in Atti del 6th Asian Food Study Conference (Ritsumeikan, JP, 3-5 dicembre 2016), edited by Kazunobu Ikeya, Françoise Sabban, Senri Ethnological Studies (SES); *Dal marketing della fame ai prodotti della memoria: il ruolo di Carosello*, «Officina della storia», 17 (2017), pp. 1-11; *Eating Tradition. Typical Products, Distinction and the Myth of Memory*, in corso di stampa in «Global Environment»; *Parmigiano-Reggiano Cheese: the Industrialization of Typicality*, in *Cheese Manufacturing in the Twentieth Century. The Italian Experience in an International Context*, edited by Claudio Besana, Rita d’Errico and Renato Ghezzi, Peter Lang, Bruxelles 2017, pp. 163-179; *Put’ ot rynka do gostinoy. Gorodskaja sostavlajushhaja tipichnosti*, in *Al’manah Centra issledovanij jekonomicheskoy kul’tury faku’teta svobodnyh iskusstv i nauk SPbGU*, Zdatel’stvo Instituta Gajdara (Moskva) – Fakul’tet svobodnyh iskusstv i nauk SPbGU (Sankt-Peterburg), 2017, pp. 269-286; *The Invention of Typicality: Parmigiano-Reggiano Cheese Between Tradition and Industry*, «China-USA Business Review», XIV (2015), 11, November, pp. 545-556; *La globalizzazione del gusto. Esposizioni universali e prodotti alimentari*, «Ricerche Storiche», XLV (2015), 1-2, pp. 41-49; *Les produits typiques: une construction urbaine? Réputation et terroir à partir d’une perspective italienne*, in *Les produits de terroir. L’empreinte de la ville*, sous la direction de Corinne Marache et Philippe Meyzie, Presses Universitaires François Rabelais et Presses Universitaires de Rennes, Rennes-Tours 2015.

¹⁹ Per tutti, si rimanda a DARIO BRESSANINI, BEATRICE MAUTINO, *Contro natura. Dagli OGM al «bio», falsi allarmi e verità nascoste del cibo che portiamo in tavola*, Rizzoli, Milano 2015; DARIO BRESSANINI, *Pane e bugie*, Chiarelettere, Milano 2013.

tipico e industria, un rapporto difficile, che ha comportato la necessità di modificare profondamente tecnica e qualità dei beni, per adattarle alla necessità delle lavorazioni industriali e di una domanda crescente, alimentata dalla reputazione dei prodotti e sempre più orientata in una prospettiva internazionale. Prodotti tipici e mercato globale: un ossimoro che diviene la base di partenza per l'ideazione di prodotti sostitutivi; surrogati che devono però essere capaci di assumere – e trasmettere al consumatore – le medesime emozioni dei prodotti originari. Si tratta degli Avatar industriali dei prodotti tipici; una categoria importantissima per comprendere le dinamiche della produzione e della distribuzione della tipicità. Avatar capaci di impossessarsi della stessa reputazione del “vero” prodotto tipico, in grado però di far leva sulla ricerca di emozioni del consumatore, appagato dalla corona di simboli che circonda ogni Avatar. È evidente che si tratta di un caso emblematico di dissociazione tra significato e significante; un'operazione che appaga sia il produttore che il consumatore e che permette di chiudere con soddisfazione collettiva l'intero cerchio. Un'operazione estetica, per tanti versi, in cui la tecnica – in questo caso: l'innovazione tecnica e gli *skills* tecnologici dell'industria – permette di “riprodurre” gli elementi che simbolicamente raffigurano il prodotto tipico; quell'opera d'arte²⁰ che permette al produttore di estrarre un elevato premio di prezzo da un prodotto altrimenti assai meno remunerativo.

Attraverso la lente focale (o bifocale, ma non apriamo in questa sede il discorso) della tipicità l'obiettivo è stato – ed è tuttora – quello di aggiungere il mercato, nelle sue varie articolazioni, a un discorso storiografico sul *food* che in Italia aveva preso soprattutto la via “culturalista” grazie ai pregevolissimi lavori di Massimo Montanari e Alberto Capatti²¹. Non che in questi studi non ci fossero i mercati, tutt'altro. Ma gli sforzi di ricerca in tale direzione si erano limitati a enfatizzare il ruolo dello scambio come fattore importantissimo per conferire identità ai prodotti. Assolutamente importante, ma non sufficiente. Mancavano i consumatori (e i loro comportamenti); mancavano i mercanti (e le loro strategie); mancavano per certi versi anche

²⁰ Il riferimento è ovviamente allegorico e rimanda a WALTER BENJAMIN, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi, Torino 1966 (ed. orig. *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, 1936).

²¹ Non è possibile condensare in una nota la copiosa produzione di Montanari e Capatti; per un utilizzo sapiente di quella letteratura in una pregevole opera di ricerca si rimanda ad AGNESE PORTINCASA, *Scrivere di gusto. Una storia della cucina italiana attraverso i ricettari*, Pendragon, Bologna 2016.

i prodotti, che pure affollavano le pagine di questi libri, ma che apparivano troppo confinati in un tempo “senza tempo”, che impediva di scorgere i cambiamenti che la tecnologia industriale aveva messo in campo, almeno nell’ultimo secolo e mezzo. Il mercato, non solo inteso nelle sue componenti economiche, ma anche nelle sue implicazioni culturali, in cui ovviamente il consumatore gioca un ruolo determinante che, nel medio periodo, decide dei destini delle imprese. Pensare il contrario è assolutamente fuorviante, e testimonia di un approccio meccanicistico ai problemi; sicuramente destinato a infrangersi sull’aridità di qualche numero di bilancio che non torna. Pensare al mercato utilizzando nuove categorie di analisi, che poi tanto nuove non sono e rischiano di apparire tali solo a uno sguardo disattento o poco informato. Pensare al mercato – credo sia questo il compito dello storico dell’alimentazione – come a un luogo in cui si scambiano non solo i beni materiali, ma anche le emozioni, i simboli e le ricerche di status sociale. Luogo, dunque, in cui la razionalità economica ha un ruolo non totalizzante; anzi, come molta letteratura ha suggerito, ove l’irrazionalità degli agenti diviene una delle principali componenti²².

Vi sono insomma necessità concentriche: di messe a punto metodologiche, di revisioni interpretative come pure di ripensamenti che intervengano a livello organizzativo per riallineare le esigenze del lavoro dello storico con i paradigmi – spesso insensati – introdotti nelle discipline da valutatori non sempre consapevoli dell’esatta portata delle questioni. «Credere che la storia sia meno capace di soddisfare anche la nostra intelligenza per il fatto che esercita un così possente richiamo sulla sensibilità – scriveva Marc Bloch – sarebbe davvero una straordinaria sciocchezza»²³.

STEFANO MAGAGNOLI

Università degli Studi di Parma - Food Lab

²² MAURA FRANCHI, *Il cibo flessibile. Nuovi comportamenti di consumo*, Carocci, Roma 2009; EAD., *Raccontare il consumo. Strumenti per l’analisi*, Franco Angeli, Milano 2008; EAD., AUGUSTO SCHIANCHI, *Scelte economiche e neuroscienze. Razionalità, emozioni e relazioni*, Carocci, Roma 2009; IID., *Scegliere nel tempo di Facebook. Come i social network influenzano le nostre preferenze*, Carocci, Roma 2011.

²³ BLOCH, *Apologia della storia*, p. 27.