

Il termine "gastronomia" di per sé, come è noto, implica lo studio fra cibo e cultura e si riconduce alle scienze sia umane (storia, filosofia, psicologia, sociologia) sia sperimentali (biologia, antropologia, agronomia), rispondendo in tal maniera ad un concetto fondamentale su cui poggia questo Journal: l'interdisciplinarietà.

Essa stessa arte, d'altra parte, è legata alle numerose e varie espressioni e attività del "fare" e del "sentire" ovvero dell'operare con destrezza, arricchendo quanto tramandato dal passato con la propria competenza e originalità e rispondendo anche al secondo aspetto altrettanto importante ovvero l'internazionalizzazione.

Ritengo di poter affermare che la breve nota che segue rappresenti un punto di riferimento nell'ambito delle tematiche già affrontate nel Journal, colmando un vuoto che si desidera poter "nutrire" nel prosieguo, quale altra riconosciuta eccellenza italiana.

L'Editor-in-Chief

Quella gastronomia che resiste alla crisi economica: la gastronomia etnica non conosce confini né geografici né culturali

Piergiorgio Tupini

Accademia della Cultura Enogastronomica
Roma, Italia

Parole chiave: gastronomia, cultura, globalizzazione

*Il miglior momento per piantare un albero era vent'anni fa;
il secondo miglior momento è ora...*

... un proverbio per ricordare e per sostenere che il cambiamento è sempre l'opportunità e il miglior sistema per realizzare idee e progetti.

Perché l'accostamento, in riferimento al proverbio, fra gastronomia e cultura?

Il significato è nel considerare come sia sovrapponibile il valore olistico di entrambi riconducibile peraltro alle seguenti considerazioni.

La predilezione per alcuni cibi e non per altri è dipendente da fattori geografici, ambientali, economici, storici, nutrizionali e, come tale, si riconduce ad una origine culturale: in altre parole, la condivisione dello stesso cibo fa riferimento a componenti della stessa comunità, avendo quindi un significato sociale, di comunicazione e culturale.

D'altra parte il cibo sottolinea le differenze fra gruppi, strati sociali e culture, rafforzando il significato identitario. Esso delimita le barriere ideologiche, politiche, etniche o, al contrario, è uno dei mezzi per conoscere le altre culture, per mescolare le civiltà, per tentare la via dell'interculturalismo.

E, a proposito di identità, fra quelle di ordine economico, sociale, religioso, filosofico, ci si sofferma sulla identità etnica, cioè su quei cibi – si parla, in particolare, di gastronomia – che in ciascuna tradizione costituiscono un segno distintivo e significativo della propria storia e cultura.

Ora, presentando un quadro informativo sulla attuale situazione del settore dell'alimentazione, le statistiche evidenziano che questo è il comparto che meglio sopravvive alle crisi economiche, confermandosi con un interesse crescente sia per l'importanza che la nutrizione riveste per l'uomo, sia perché l'arte del mangiar bene è considerata anche il metodo per definire il livello di benessere e della qualità della vita di un popolo o di una comunità.

Nella rivoluzione economica in atto, tutt'altro che pacifica, si assiste all'inserimento di un nuovo modello nel comparto della gastronomia rappresentato dalle cucine etniche, che contribuiscono alla tenuta economica del settore gastronomico. Si tratta di:

- cucine antiche, che hanno usato in abbondanza riso, erbe, spezie, zucchero di canna, cacao, marmellate, dolci, frutta e bottarga, importati poi in Europa;
- tè delle corti fastose, dei vincitori delle campagne di colonizzazione e del popolo;
- cucine e medicina araba del X secolo – stigmatizzata da Âbû Bakr âlRâzî nel suo trattato di dietetica ove recita "... chi conosce bene la natura degli alimenti è più illuminato" – che ripropongono al mondo occidentale la loro tradizione culinaria.

Le cucine etniche, che hanno trovato da 40 anni un'apprezzabile diffusione nel nostro Paese, sono diventate ambasciatrici della cultura, della storia e della religione dei paesi orientali offrendo "le carni di montone, i piccioni arrosto o ripieni, i pasticci di carni conditi, il riso al latte, gli antipasti a base di verdure agrodolci in Siria e in Giordania, gli involtini di carne nella foglia di vite con lo yogurt palestinese, i crostini con il purè di sesamo, di fave, di melanzane, di ceci, aromatizzati con foglie di menta e conditi con olio di oliva, in Egitto, dove nel Medioevo i viaggiatori europei, che visitarono il Cairo parlavano di circa 12.000 rosticcerie", nonché, i dolci a base di mandorle e di arachidi nell'Africa del Nord, di pistacchi e pasta sfoglia in Medio Oriente, l'um ali, specialità egiziana dolce con mandorle e pinoli o il baklawa preparato nel mondo arabo, con pasta sfoglia, mandorle e miele tagliato a piccoli rombi, la kunafeh dall'Egitto alla Palestina preparato con mandorle ricoperte di pasta sfoglia e miele.

A questi alimenti si aggiungono:

le bevande come il tè verde alla menta, la linfa di palma, il caffè aromatizzato con

i fiori nei paesi del Maghreb e con il cardamomo nel Medio Oriente, lo sharbat, la spremuta di limone aromatizzata alla vaniglia e, infine, l'aggiunta a dessert e dolci di acqua di fiori d'arancio per conferire raffinatezza e aromi.

Lo sviluppo della gastronomia etnica fornisce la considerazione che gli alimenti, a differenza degli uomini, non conoscono confini né geografici né culturali e che, in quanto tali, possono rappresentare l'opportunità di un apporto di valori di stile e di integrazione, arricchendo lo scenario mondiale della buona tavola, allo stesso modo in cui nel passato si sono sviluppate ed inserite nel mondo le cucine francese, italiana e cinese riconosciute da un vastissimo pubblico e stimate dai più grandi gastronomi della storia.

Oggi il fenomeno della migrazione globalizzata genera malcontenti, ma la penetrazione degli orientamenti estremisti-populisti nei paesi europei è sempre stata facilitata sia dalle scarse risorse culturali ed economiche, sia dall'indebolimento della capacità di mediazione dei partiti di massa, sia da un'antipolitica artatamente divulgata e sviluppata tra la gente comune quali gli operai, gli addetti al comparto commerciale, i pensionati, i disoccupati o sottoccupati e le casalinghe, oggi amplificata e trascinata dal dominio web-politico.

La profonda labilità dei confini degli Stati, divenuti inutili a contenere l'esodo di decine di migliaia di persone che fuggono prevalentemente dai regimi arabi in continua e tragica lotta, fa discutere su quanto siano diventati insignificanti e marginali e fa riflettere sulla validità della loro difesa. Lasciano perplessi le decisioni avventate di una classe politica delegittimata che arrischia di frenare l'esodo con sistemi coercitivi o con accordi che pesano negativamente sulla storia dei popoli e sul loro sviluppo di democrazia e di cultura, fino ad assistere alla realizzazione dei muri-farsa, polvere negli occhi per non perdere i voti dei più accaniti xenofobi.

Tutto ciò conferma la consapevolezza che i confini degli Stati, tanto invocati anche nel passato per arginare la migrazione umana, siano soltanto il prodotto della volontà di alcuni di creare piattaforme di identità nazionale subalterne al potere, presupposto moderno di ogni ricchezza e della crescita della leadership personale.

La notevole presenza degli immigrati sta, inevitabilmente, producendo un nuovo stile di comunicazione politica, che il sistema dei media diffonde e amplifica, proponendolo sovente quale responsabile dell'aumento della criminalità e del degrado delle aree urbane, nonché come origine dei problemi di trasformazioni dell'economia e della vita sociale, ma senza rilevare che queste popolazioni, affascinate dal modello di vita europeo, chiedono di farne parte. Tale convivenza produce contestualmente la diffusione di nuovi rapporti familiari, di prodotti, di tecnologie e di abitudini rapidamente assorbiti dalle popolazioni ospitanti.

L'Italia non è nuova a questa realtà poiché, già dal febbraio 1990 "cessando nell'ordinamento interno gli effetti della dichiarazione di limitazione geografica ..." posti dall'Italia all'atto della sottoscrizione della convenzione di Ginevra, iniziò a verificarsi l'affollamento delle città da parte di extracomunitari senza dimora che trovavano riparo nelle stazioni ferroviarie, sotto i ponti, all'interno di industrie e di edifici abbandonati, nonché di complessi archeologici incontrollati.

Sono sorte, così, seppure in troppi casi fuori dalle regole, nuove organizzazioni per gestire un mercato alimentare di prodotti etnici caratteristici della loro terra di origine, al fine di soddisfare le inderogabili esigenze nutrizionali di una popolazione straniera in aumento, con la quale la gastronomia tradizionale del nostro Paese deve fare i conti in quanto attira un numero crescente di consumatori affascinati dal nuovo, dall'esotico e dallo strano. Così pure si è costituito un mercato molto esteso e parallelo a quello nazionale dell'abbigliamento venduto per lo più in modo itinerante nelle strade e lungo le spiagge affollate, fino al mercato del lavoro low cost.

Dai dati di Unioncamere - Infocamere si legge che dal 2011 al 2014 il comparto ristorazione è cresciuto dell'1,6% e che dei nuovi ristoranti aperti, quasi uno su tre è etnico.

La Camera di commercio di Milano ha approfondito il fenomeno dichiarando che nel 2013, dei circa tremila ristoranti aperti in città (+7% dal 2011), uno su tre è gestito da stranieri. In Lombardia, il 22% delle imprese di ristorazione è straniero.

Le cucine regionali, invece, hanno registrato un calo del fatturato pari al 25% e, secondo Fipe – Confcommercio, negli ultimi tre anni è aumentato del 39% il numero di ristoranti e pizzerie gestiti da imprenditori stranieri. Dal 2011 nel paniere dell'Istat è stato inserito anche il fast food etnico.

Gli effetti, oltre che politici, hanno determinato un nuovo assetto economico nella distribuzione dei prodotti alimentari destinati alla nuova popolazione insediata e delle merci in genere, sviluppando nuovi punti di produzione, soprattutto di una gastronomia etnica, per lo più sconosciuta all'italiano sedentario.

La popolazione italiana si mescola così, più o meno consapevolmente, con le nuove

popolazioni che a volte allontana non per istinto, ma di cui poi accetta con spontaneità i cibi e le merci, apprezzandone la qualità e l'attrazione esotica.

Il cambiamento, spesso traumatico, è all'origine dello sviluppo delle società e resistergli è indice di arretratezza culturale e sociale, di esagerato egoismo e di cecità creativa.

È sotto gli occhi di tutti che è in atto un cambiamento non voluto, riconducibile ai mutamenti dell'economia di mercato, alla concorrenza più aggressiva, all'incapacità di una leadership di offrire un'**alternativa credibile**, al mutamento nei gusti dei consumatori, alle nuove tecnologie, alle catastrofi naturali, ma soprattutto alla scarsa propensione a **spendersi in prima persona per valorizzare** quelle risorse che sicuramente esistono.

Mahatma Gandhi ha detto: "Dobbiamo diventare il cambiamento che vogliamo vedere". Occorre, quindi, vivere il cambiamento per trasformarlo in modo positivo verso ciò che desideriamo diventare.

A tal riguardo si vuole sottolineare che bisogna trarre vantaggio da quelle organizzazioni emergenti che influiscono sul sistema commerciale tradizionale, indirizzandole sulla strada maestra dei principi del modello occidentale per stimolare un'adeguata domanda attraverso gli investimenti.

In conclusione, si fa presente che è vero che esiste un dubbio sottile e angoscioso sulla possibilità di poter esprimere la propria identità e la tradizione del proprio Paese e che vi è un oscuro timore circa il futuro. Ciò si è potuto notare passando da culture locali ad una cultura globale, anche per una atavica difficoltà, dovuta ad una diversità di lessico e mentalità, di realizzare l'ultima fase fondamentale relativa al "technology transfer".

In verità, è attuabile un modello che consente di raggiungere concreti risultati collegati ad un termine concettuale: la creatività. Essa, traslata nel settore alimentare, si esprime in partecipazione, coinvolgimento, sensazioni, ma anche in operatività, redditività, gestione.

Ecco, dunque, come l'identità etnica rappresentata dalla gastronomia, in quanto estrinsecazione di quella creatività, può a ragione mantenere il segno distintivo della propria storia e cultura, ma può e deve essere anche veicolo di conoscenze ed esperienze al di fuori dei confini nazionali.

Note biografiche

Piergiorgio Tupini è Presidente dell'Accademia della Cultura Enogastronomica con sede in Roma e Professore ITS "Libera scuola di Ingegneria e di Scienze Applicate all'Industria" di Fribourg, Svizzera. Già docente nel Master "Igiene e Sicurezza Ambientale" e cultore della materia "Economia Politica" presso l'Università di Roma "La Sapienza". Come Direttore del Settore Ambientale e Alimenti della USL RM1 e poi Direttore del Dipartimento Tecnico ASL RMC, ha svolto compiti e indagini, conseguendo importanti risultati, in riferimento alla limitazione dell'inquinamento atmosferico e ambientale, alla realizzazione degli interventi per il risanamento dei settori ambientale e alimentare del Centro Storico della città di Roma, alla campagna contro il fumo nei locali pubblici. Ha inoltre svolto indagini di P.G. presso le strutture ospedaliere in materia di igiene e di sicurezza, nonché presso gli esercizi, i laboratori e i mercati alimentari di Roma. Ha pubblicato oltre 100 articoli e 3 monografie.

Summary

Gastronomy and, in particular, ethnic cuisine is synonymous with cultural identity. On the basis of an informative picture of the current situation in the food sector, it is evident that the art of eating well, defines the level of welfare and quality of life in a community. It also true, however, that the prerogative of a given community knows no boundaries, whether geographical or cultural, undoubtedly representing a synergy between peoples and countries in a globalized world.

Riassunto

Gastronomia e, in particolare, gastronomia etnica, è sinonimo di identità culturale. Sulla base di un quadro informativo circa l'attuale situazione del settore alimentare,

si sottolinea come l'arte del mangiare bene definisca il livello di benessere e di qualità della vita di una comunità. È altrettanto vero, tuttavia, che tale prerogativa di quella data comunità non conosce confini, siano essi geografici o culturali, rappresentando un aspetto senza dubbio sinergico fra popoli e paesi in un mondo globalizzato.

Résumé

La gastronomie, et notamment la gastronomie ethnique, est synonyme d'identité culturelle. Un cadre d'information sur la situation actuelle du secteur alimentaire souligne que l'art de bien manger définit le niveau de bien-être et de qualité de vie d'une communauté. Il est également vrai que cette prérogative d'une communauté donnée ne connaît pas de frontières, qu'elles soient géographiques ou culturelles, car elle représente un aspect sans nul doute synergique entre les peuples et les pays d'un monde globalisé.

Zusammenfassung

Gastronomie, insbesondere ethnische Gastronomie, steht für kulturelle Identität. Auf der Grundlage einer Übersicht über die derzeitige Lage der Nahrungsmittelbranche wird unterstrichen, dass die Kunst des guten Essens das Wohlbefinden und die Lebensqualität einer Gemeinschaft bestimmt. Ebenso wahr ist jedoch auch, dass dieses Merkmal jener Gemeinschaft keine Grenzen kennt, seien sie geografischer oder kultureller Art, sondern zweifellos einen synergischen Aspekt zwischen Völkern und Ländern in einer globalisierten Welt darstellt.

Resúmen

Gastronomía y, concretamente, gastronomía étnica es sinónimo de identidad cultural. Partiendo de la base de un cuadro informativo acerca de la actual situación del sector alimentario, se subraya cómo el arte de comer bien define el nivel de bienestar y de calidad de vida de una comunidad. También es cierto, sin embargo, que el privilegio de comer bien de una determinada comunidad no conoce fronteras, ni geográficas ni culturales, y sin duda representa un aspecto sinérgico entre pueblos y entre países en un mundo globalizado.

概述

美食，特别是民族特色美食，是文化认同的另一面。根据食品领域现有状况作出的信息表，可以看出，饮食艺术的好坏体现出特定群体的健康水平和生活质量。另外值得肯定的是，无论是地理上还是文化上，该特定群体的嗜好没有限制，为全球的国家和人民提供了一个毫无疑问的协同效果。

Резюме

Гастрономия, и, в частности, этническая гастрономия является синонимом культурной идентичности. На основе информационной картины о текущем состоянии в пищевой сфере, подчеркивается, как искусство хорошего питания определяет уровень хорошего состояния и качества жизни общества. Тем не менее, также верно, что эта prerogativa определенного общества не знает ни географических, ни культурных границ, а является несомненным синергическим аспектом, объединяющим народы и страны в глобализованном мире.