

Unità 6: Aspetti religioso-antropologici legati al cibo e promozione del «made in Italy»



ANTROPOLOGIA DEL CIBO E CONSUMI ALIMENTARI

Lezione

02



L'antropologia (dal greco "ànthropos" = uomo e "logos" = studio) è una disciplina che studia l'uomo, le sue caratteristiche e il suo comportamento.

Elementi di antropologia alimentare

- L'aforisma del filosofo tedesco **Ludwig Andreas Feuerbach (1804-1872)** "*Der Mensch ist, was er isst*" ovvero "*l'uomo è ciò che mangia*" si riferisce all'importanza del cibo nella costruzione dell'identità individuale e collettiva.
- Il **cosa si mangia** fa l'uomo ricco o povero, forte o debole, ecc.



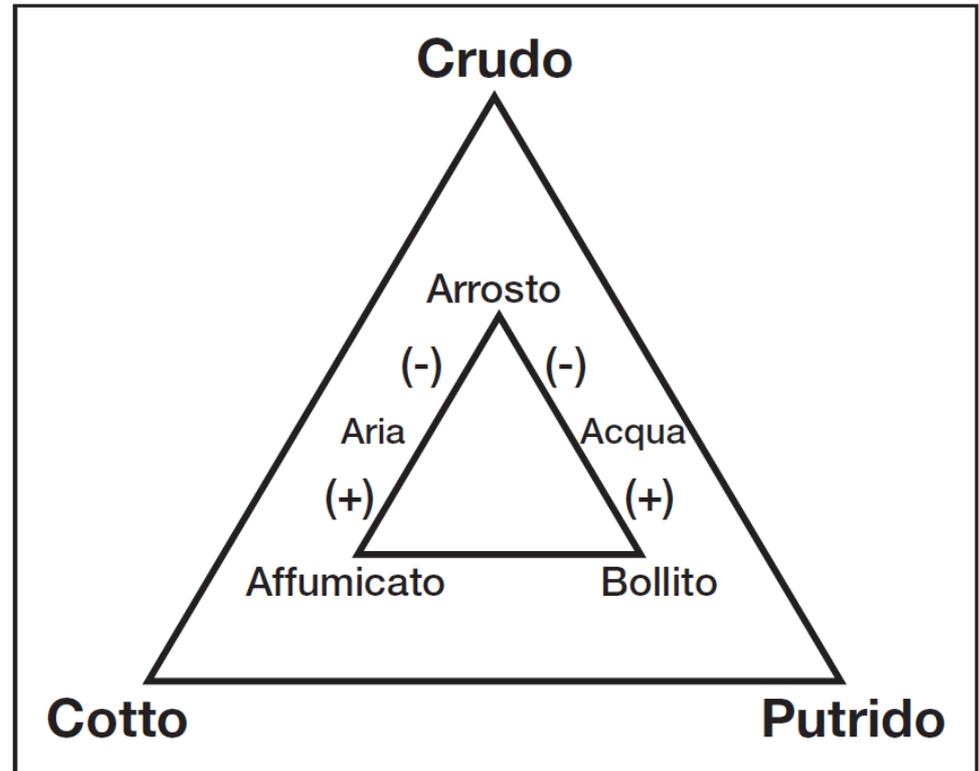
Elementi di antropologia alimentare

- L'antropologo francese **Claude Lévi-Strauss** (1908-2009) descrisse il significato del **triangolo culinario**.
- Il **cibo** “trasformato dalla cottura” perde la sua naturalità e assume significati e sapori diversi a seconda della cultura.



Elementi di antropologia alimentare

- Nel **triangolo culinario** i vertici corrispondono alle categorie del **crudo**, del **cotto** e del **putrido**.
- Il cotto è una trasformazione culturale del crudo, così come il putrido è una sua trasformazione naturale.
- Altri elementi sono **elaborato/non-elaborato**, da una parte e **cultura-natura** dall'altra.

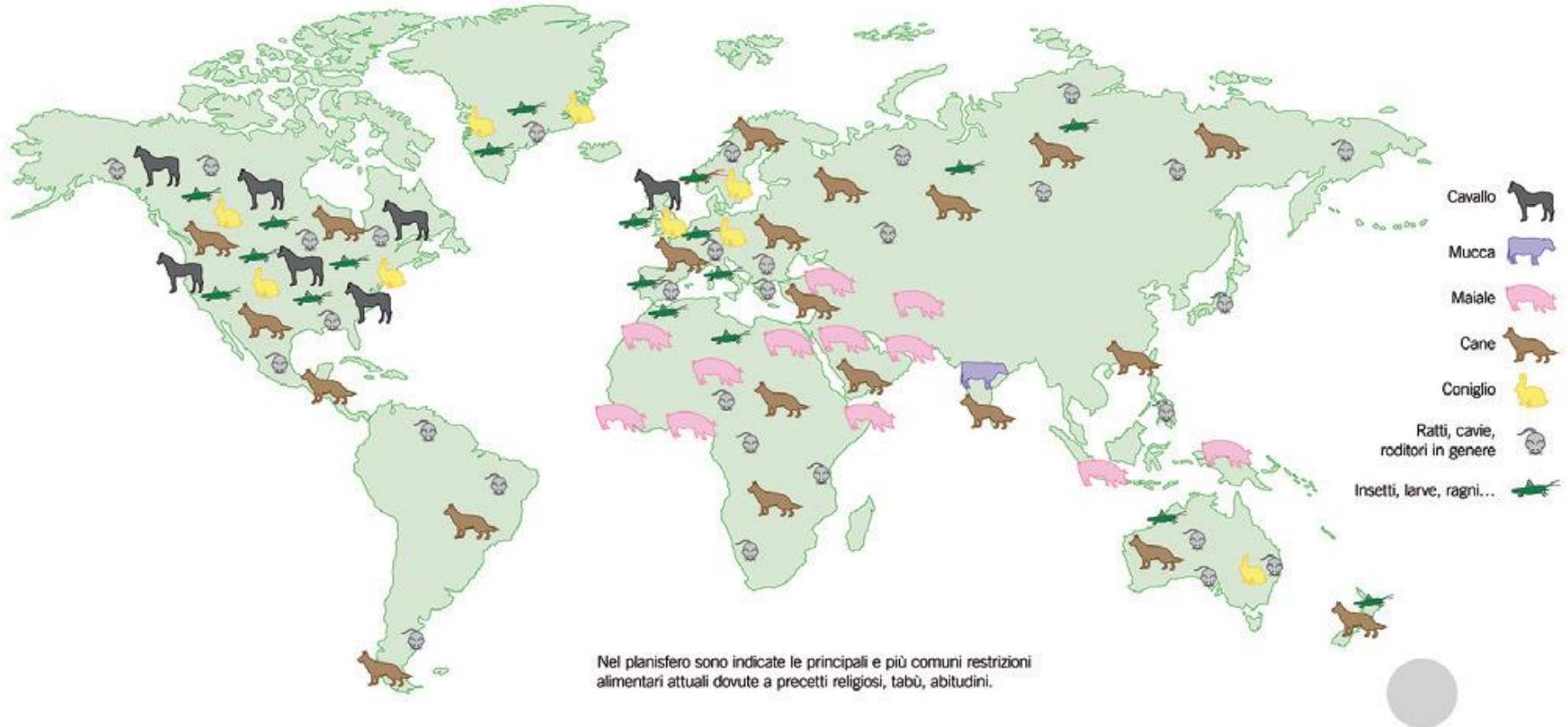


Tabù alimentari

- Il termine **tabù**, che deriva dal polinesiano **tapu**, segnalato dal **capitano James Cook** nel 1777, indica una forte proibizione, relativa ad una certa area di comportamenti e consuetudini.
- Infrangere un tabù costituisce una cosa ripugnante da parte della comunità.



Tabù alimentari



Tabù alimentari

- Prospetto rielaborato dall'antropologo e sociologo **Claude Fischler** (1947-vivente) sul significato della **commestibilità o meno di alcuni animali** in diverse aree del mondo.

ANIMALE	COMMESTIBILE	NON COMMESTIBILE
Insetti	America latina, Asia, Africa, ecc.	Europa occidentale, Nord America, ecc.
Cane	Corea, Cina, Oceania, ecc.	Europa, Nord America, ecc.
Cavallo	Francia, Belgio, Italia, Giappone, ecc.	Gran Bretagna, Nord America, ecc.
Coniglio	Francia, Italia, ecc.	Gran Bretagna, Nord America, ecc.
Lumaca	Francia, Italia, ecc.	Gran Bretagna, Nord America, ecc.
Rana	Francia, Italia, Asia, ecc.	Resto dell'Europa, Nord America, ecc.

Scelta del cibo

- Secondo l'antropologo americano **Marvin Harris** (1927-2001) la scelta alimentare è dettata esclusivamente da **ragioni utilitaristiche** considerando i **vantaggi/svantaggi del cibo**.
- Un nuovo settore di studi antropologici analizza anche i **gusti/disgusti del cibo** e il relativo **successo/insuccesso** culturale nella società.



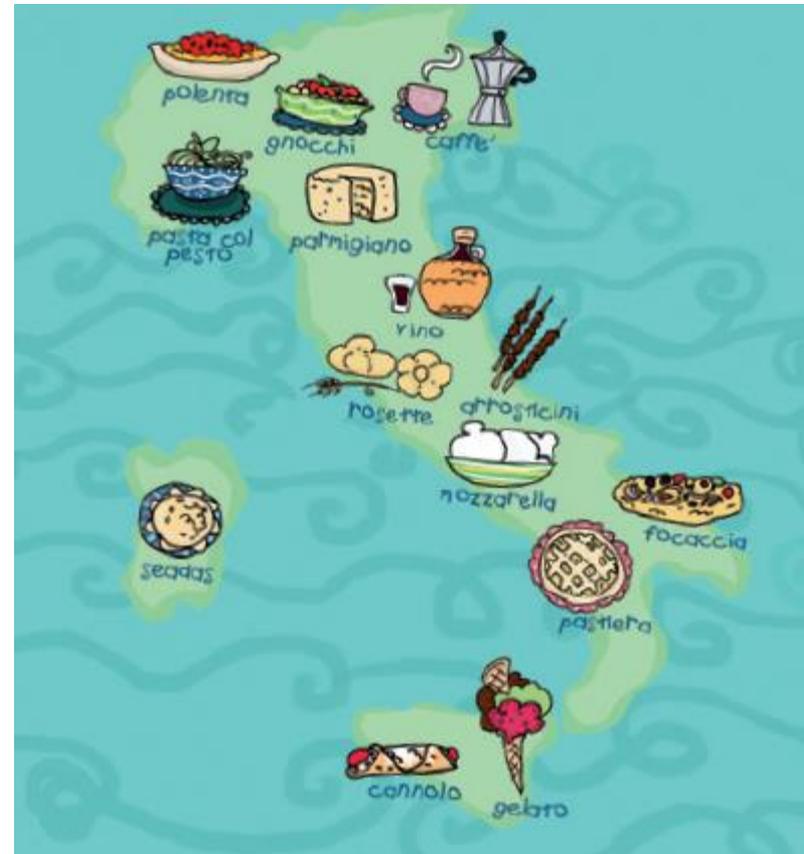
Paradosso dell'onnivoro

- Nel 1990 **Claude Fishler** ha introdotto il **paradosso dell'onnivoro**, in quanto sostiene che l'uomo è biologicamente predisposto alla varietà alimentare e a nuove diete o **neofilia**, ma teme i rischi di esplorare nuovi alimenti o **neofobia**.



Consumi alimentari

- A partire dagli **anni '50** il progressivo miglioramento della situazione economica del Paese ha comportato, per gran parte della **popolazione italiana**, un maggior consumo alimentare, caratterizzato sia da un aumento quantitativo pro capite sia da una maggior libertà di scelte alimentari.



Consumi alimentari

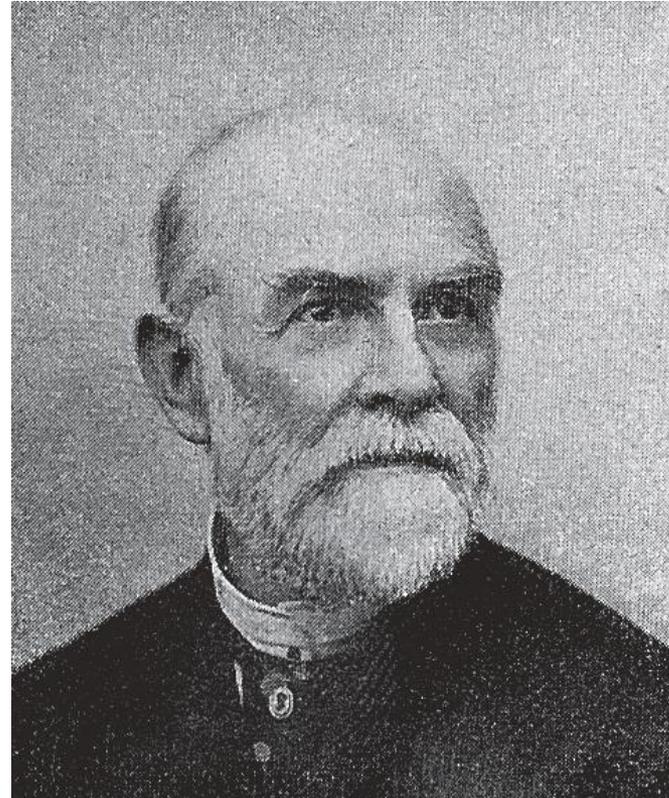
CONSUMI ALIMENTARI PRO-CAPITE IN ITALIA (in kg o l)						
TIPOLOGIA	1951-1960	1961-1970	1971-1980	1981-1990	1991-2000	2001-2009
Frumento	159,3	166,2	173,7	158,1	147,7	148,1
Granoturco	9,4	5,7	n.d.	3,2	3,6	4,2
Risone	8,9	7,2	6,3	5,6	5,6	6,0
Legumi secchi	5,3	5,4	4,1	n.d.	n.d.	n.d.
Patate	38,4	44,7	41,6	42,2	40,4	39,4
Pomodori	20,2	37,1	44,3	56,3	63,5	57,8
Ortaggi	61,7	90,4	93,5	103,7	123,1	105,5
Frutta fresca	52,6	86,6	76,3	82,1	85,4	93,0
Frutta secca	10,1	11,9	7,1	6,1	5,8	7,1
Agrumi	11,4	22,7	34,8	37,4	45,3	53,3
Carne bovina	9,1	19,6	24,2	26,1	25,7	23,8
Carne suina	5,8	8,1	16,0	26,3	35,6	43,1
Carne ovi/caprina	0,9	0,9	1,2	1,6	1,6	1,4
Altra carne	6,0	13,9	23,1	25,4	24,7	22,6
Totale carne	21,8	42,5	64,5	79,4	87,6	90,9
Pesce fresco	4,9	6,7	7,6	16,4	21,9	24,3
Pesce conservato	2,4	2,6	2,0	n.d.	n.d.	n.d.
Latte	54,2	64,4	75,9	84,3	n.d.	63,3
Formaggio	7,8	9,3	12,3	15,3	n.d.	22,7
Uova	7,6	9,6	11,4	11,8	12,4	11,7
Burro	1,5	1,8	2,1	2,2	2,5	2,8
Lardo	1,4	1,6	2,3	4,1	5,3	4,7
Olio d'oliva	6,2	9,6	11,1	11,4	12,2	13,8
Olio di semi	3,2	6,9	10,2	11,9	13,2	13,7
Zucchero	16,7	25,0	29,4	28,4	29,12	29,6
Caffè	1,5	2,5	3,4	4,4	4,9	5,6
Vino	100,6	110,5	102,1	78,1	57,2	45,8
Birra	3,7	9,2	14,3	21,8	23,9	29,0
Calorie	2.418	2.897	3.259	3.358	3.574	3.664
% consumi alimentari	42,0	34,6	30,7	23,5	18,6	16,0



Fonte: prof. Danilo Gasparini
(Università di Padova).
Rielaborazione trend dei
consumi alimentari in Italia
su dati Istat.

Consumi alimentari

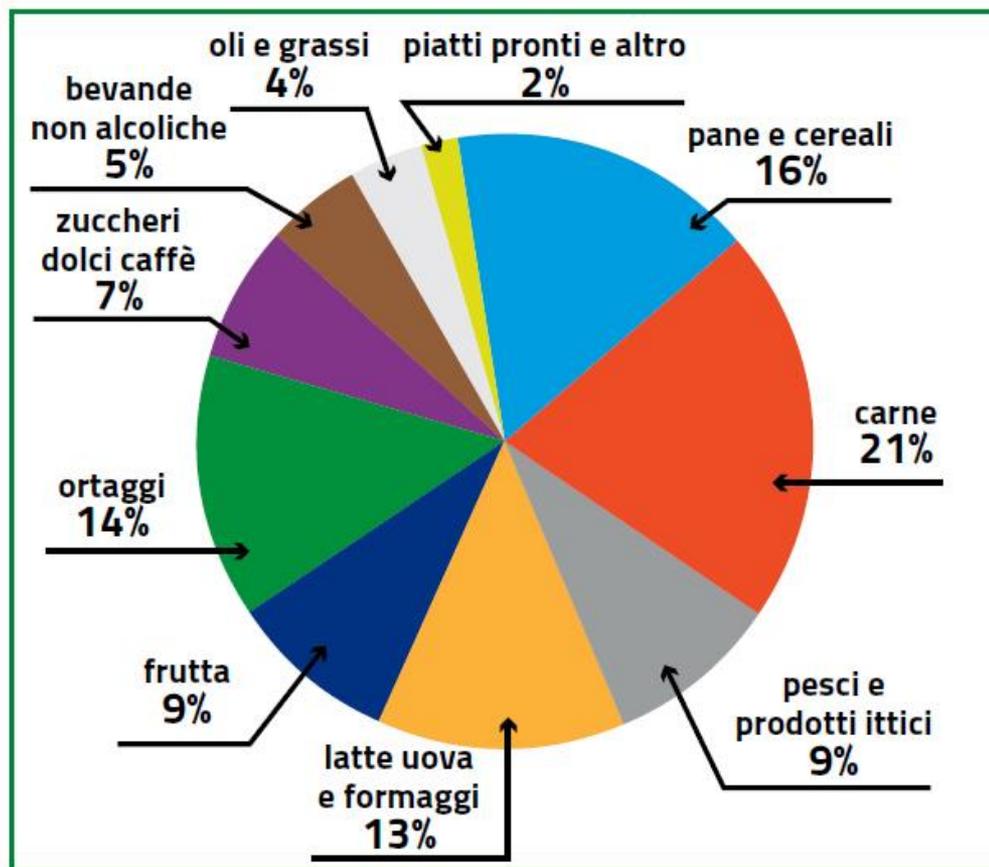
- La **Legge di Ernst Engel** (una delle leggi più generali in economia) afferma che la proporzione del reddito di una famiglia che viene consacrato all'alimentazione diminuisce quando il reddito aumenta.



Consumi alimentari

La **spesa mensile delle famiglie** per il settore alimentare nel **2018** è stata di circa **462 euro mensili**, così ripartiti:

- **pane e cereali: 74 euro;**
carne: 98 euro; pesci e prodotti ittici: 41 euro; latte, uova e formaggi: 59 euro; frutta 43 euro; ortaggi: 64 euro; zucchero, dolci, caffè, tè e cacao: 33 euro; oli e grassi: 17 euro; bevande: 23 euro; piatti pronti e altre preparazioni: 10 euro.



Consumi alimentari

Le **nuove tendenze nei consumi alimentari** delle famiglie si identificano in:

- **ricerca di prodotti a prezzi contenuti;**
- **ricerca di maggiori garanzie alimentari;**
- **ricerca di alimenti ecosostenibili.**

Questi bisogni forti si stanno traducendo nella modificazione, talvolta sostanziale, dei consumi alimentari ed un atteggiamento più critico verso la provenienza dei prodotti acquistati.

