

# Cibo veloce e cibo di strada. Le tradizioni artigianali del fast-food in Italia alla prova della globalizzazione

**Giuseppe Parente**

---

Storicamente, 3 (2007).

ISSN: 1825-411X. Art. no. 2. DOI: [10.1473/stor389](https://doi.org/10.1473/stor389)

---

L'offerta relativa a prodotti alimentari concepiti per un consumo rapido è molto più articolata di quanto la maggioranza delle persone sia, almeno ad un livello consapevole, comunemente portata a credere. Questa "ignoranza" si alimenta in parte di un allentamento dello stretto contatto che vigeva in passato tra gli individui e le realtà territoriali di appartenenza (incluso il proprio mangiare), in parte dell'onnipresenza dei grandi marchi internazionali della ristorazione veloce e della loro potenza di impressionare l'immaginario collettivo, mettendo in ombra le forme tipiche di fast-food. Nel nutrito insieme costituito da tali tradizioni possiamo certamente includere i cosiddetti *cibi di strada*. Con questa e con altre espressioni, come *street food*, *mangiare o cucina di strada*, ci si riferisce a quei cibi preparati e offerti quasi sul momento da piccole botteghe e bancarelle che si affacciano o sono direttamente collocate appunto nelle strade. Solitamente vengono consumati in piedi, o al massimo su sedie e sgabelli fronteggiati da una piccola superficie d'appoggio (una mensola, un bancone o, nella migliore delle ipotesi, un tavolino). Jean Robert Pitte [1] descrive l'offerta delle cucine di strada in termini di singoli piatti o come un piccolo assortimento di cibi precucinati. Questi, generalmente acquistabili per somme modeste, si ritrovano praticamente in tutto il mondo e in ogni tempo, naturalmente con le

relative peculiarità. L'autore definisce le cucine di strada come il principale commercio di ristorazione fin dall'antichità. Un fattore propulsivo per la loro crescita sembra essere storicamente stato lo sviluppo di mercati e fiere, eventi che obbligavano contadini e artigiani ad allontanarsi dalle loro case e di conseguenza dalle loro cucine. In situazioni del genere uno dei bisogni fondamentali era quello di procurarsi da mangiare senza che ciò comportasse un'eccessiva perdita di tempo ai danni dei propri affari. Le caratteristiche paradigmatiche di questo mangiare indicano come ci si trovi di fronte alla prima forma di fast-food.

Per un momento viene spontaneo porsi una domanda "ontologica" riguardo agli elementi che rendono assimilabile la fruizione del cibo di strada alla categoria "veloce". Senza dubbio la fase del consumo è generalmente rapida, pur non dimenticando l'eventualità di comportamenti divergenti rispetto alla presunta norma, come ad esempio fruizioni lente, dettate più dal piacere di assaporare una specialità che da necessità pratiche. Al contrario, dobbiamo riflettere brevemente sul momento della produzione. Il fenomeno è così sfaccettato che risulta difficile stabilire se questa fase sia lenta piuttosto che veloce. Alcune preparazioni sono così semplici da poter essere portate quasi interamente a termine sul momento o comunque in un tempo molto contenuto. La frittura di alcune *panelle* (le caratteristiche frittelle palermitane di farina di ceci e prezzemolo) ad esempio non ne richiede molto. Altre preparazioni invece possono richiedere una maggiore cura nel confezionamento ed essere consumate velocemente in un secondo momento, riscaldate o no, a seconda della loro natura. In questo caso l'esempio potrebbe essere fornito da una torta di verdure (intramontabile prodotto della gastronomia ligure) venduta al taglio. Qui la categoria *fast* non è intrinseca al mangiato ma al mangiare, emergendo al momento della fruizione veloce. Simili differenze portano a riflettere sulla realtà sfaccettata delle cucine di strada. In relazione ai tempi e ai luoghi presi in esame, mutano le tecniche, gli strumenti e gli ingredienti alla base delle

preparazioni. Oltre a questa naturale tendenza verso il particolarismo, rinveniamo tuttavia elementi in grado di condurre all'individuazione di parametri sistemici generalizzabili all'intero fenomeno. In proposito si è già accennato a caratteristiche come i costi contenuti e la predisposizione dei cibi offerti ad un consumo rapido e pratico, senza la necessità degli strumenti e delle comodità che accompagnano il canonico pasto domestico (posate, stoviglie, ecc.).

Contrariamente a quanto emerge dai luoghi comuni, il modello alimentare veloce non ha avuto origine negli States, per poi diffondersi nel mondo; il fast-food di stampo americano non è altro che un'articolazione (commercialmente vincente) di un modo di mangiare che nasce nelle strade ed è riscontrabile nei più disparati contesti storici e geografici. Ovviamente si tratta di una serie di fenomeni (il plurale è doveroso) che presentano un tratto differenziale di notevole importanza rispetto alla ristorazione rapida di tipo moderno: il mangiare di strada si caratterizza per la sua essenza artigianale, mentre l'offerta dei ristoranti in *franchising* delle grandi catene internazionali è costituita da prodotti decisamente industriali. Nonostante il crescente peso dei fast-food moderni, lo *street food* presenta una generalizzata persistenza. La sua presenza è ancora fortemente affermata in America Latina, Medio Oriente e Africa (soprattutto nella fascia del Maghreb), luoghi nei quali l'atto del mangiare equivale spesso al ricorso a preparazioni gastronomiche di strada; rispetto a queste aree la persistenza in Europa sembra essere meno forte, ma comunque non trascurabile, soprattutto se prendiamo in considerazione i paesi che si affacciano sul Mediterraneo. In quanto ad esempi di cibi tipici votati ad un consumo veloce, l'Italia offre l'imbarazzo della scelta, tanto nella sua storia quanto nel presente.

Le prime testimonianze certe della presenza di *street food* nella nostra penisola risalgono ai tempi di Roma Antica. Le strade dell'Urbe e della miriade di città sparse nell'Impero erano animate da folle di cittadini che ad

una certa ora dovevano ovviare al problema della fame e della sete. Attorno a tali bisogni collettivi era venuto così a crearsi un fiorente commercio costituito dalla frenetica attività di [ambulanti](#), [botteghe](#) e [taverne di vario genere](#). Un ulteriore esempio, sempre volgendo lo sguardo al passato, è dato dall'insospettabile e domestica pastasciutta, alimento da sempre collegato all'immaginario gastronomico italiano, che ancora prima di una diffusione nazionale ed estera assurgeva al ruolo di pasto povero nelle strade della [Napoli borbonica](#).

Come già affermato però le realtà del cibo di strada italiano non sono affatto circoscritte ad epoche passate. È quindi opportuno fornire una panoramica esemplare che faccia luce sulla ricca offerta di specialità che si possono ancora incontrare nel Belpaese. Partendo dall'ultima città citata, potremmo iniziare con la pizza, geniale manufatto che spicca per praticità, per il suo «essere allo stesso tempo arnese, luogo del cibo e cibo stesso» [2]. L'usanza partenopea di consumarla ripiegata “a libretto” o “a portafoglio” (ovvero in quattro), risale al Seicento, quando le pizzerie erano dei semplici laboratori nei quali era possibile l'acquisto ma non il consumo. Due secoli più tardi alcuni si attrezzarono per una fruizione in loco, cosicché iniziò una parziale divaricazione fra semplici forni e pizzerie (nell'accezione contemporanea del termine); i primi vendono tuttora la pizza in modalità *take-away* oppure riforniscono altri rivenditori, mentre i secondi consentono un'eventuale degustazione lenta. Il popolare prodotto ha attecchito a Roma (e da qui in altre zone del paese) sotto forma di *pizza al taglio*, variante più alta rispetto a quella napoletana, preparata con diversi complementi in grandi teglie, per essere poi porzionata e venduta ai clienti, che sono soliti mangiarla mentre passeggiano.

Degne di attenzione sono poi tutte le ulteriori versioni locali di questo prodotto da forno, la cui matrice (ossia l'impasto di farina, acqua, lievito, sale, olio o strutto) appare come una base universale, dunque tale da non consentire un'attribuzione di paternità univoca. La focaccia è ad esempio

una pizza bianca che, dato il suo spessore, si presta bene ad essere farcita con i più disparati ripieni. Volendo indicare una città per la quale questa possa costituire un simbolo gastronomico si potrebbe menzionare Genova, dove occupa da sempre un posto d'onore fra i tanti cibi di strada (o meglio, di *carrugio* [3]). Tuttavia dal Ponente al Levante ci si imbatte in una nutrita serie di versioni locali. In provincia di Imperia si prepara la *piscialandrea*, una torta di pasta di pane ricoperta da cipolle cotte, olive e acciughe. Famosissima poi la *focaccia di Recco*, costituita da due sottili sfoglie riempite con del formaggio molle [4]. Altra categoria di prodotti congeniali ad un fast-food alla ligure è quella delle *torte*. Fonti storiche ce ne segnalano la presenza in Europa a partire dal XIII secolo circa [5]. Essendo la loro cottura legata alla disponibilità di un forno, esse si configurarono come alimento lontano dalla dimensione domestica, acquistabile piuttosto in rosticcerie e botteghe specializzate che le preparavano per acquirenti nobili. Il consumo si è poi esteso, includendole a pieno titolo fra i cibi di strada. Oltre al variare delle farce (bietole, carciofi, zucchine o farro, arricchite da uova e formaggio) rimane la costante dei due sottili dischi di pasta non lievitata che le contengono. Sempre nella stessa regione troviamo la *farinata*, tanto elementare negli ingredienti quanto difficile nel loro corretto dosaggio. L'impasto liquido di farina di ceci, acqua e olio viene cotto in teglie poste in forni a legna. Il risultato è un fragrante e dorato disco, le cui fette possono essere mangiate da sole o inserite in un pezzo di focaccia. A Livorno, dove il prodotto prende il nome di *torta di ceci* ed è venduto nelle *torterie*, la seconda modalità di consumo prende il nome di "5 e 5", da un modo di dire locale risalente all'epoca in cui si usava ordinare cinque lire di torta ed altrettante di focaccia per accompagnamento. La farinata è diffusa come *belecalda* nelle propaggini meridionali del Piemonte [6]. Un altro prodotto caratteristico della ristorazione veloce italiana ci conduce fino in Romagna, regno indiscusso della *piadina*. Questo disco, preparato stendendo circolarmente un'amalgama di farina, acqua, sale, bicarbonato, olio o strutto,

è un antico cibo di strada. Gli oltre mille chioschi della zona la offrono farcita di salumi e formaggi; il ripieno tipico è dato dall'accoppiata fra prosciutto crudo e squacquerone. Durante la stagione estiva il mercato si estende alla popolazione turistica in cerca di un cibo caratteristico e veloce, la cui fruizione non sottragga tempo alla villeggiatura [7]. Prima di passare ad un'ulteriore area dello *street food* nostrano, un ultimo esempio dall'Italia meridionale. La semplicità dei grani pugliesi è magnificamente trasformata dall'abilità manuale dei fornai in prodotti pronti all'uso. I *pizzi* sono il caratteristico cibo di strada leccese; si tratta di panini dalla forma circolare, all'impasto dei quali vengono aggiunti ingredienti tipici della zona salentina, come olive, pomodorini, cipolle e cime di rapa '*nfucate*, ovvero saltate in olio con aglio e peperoncino [8].

Sempre il grano, e il suo derivato principale, riportano alla mente una diffusa forma del mangiare veloce ed economico: il panino, diverso a seconda del tipo di pane che ne costituisce la base e del contenuto. Dal punto di vista delle varianti dei due elementi costituenti, l'Italia si presenta una volta ancora particolarmente ricca. Si può ad esempio parlare del *pane sciocco* ("insipido") toscano. L'usanza di evitare l'utilizzo del sale pare sia nata per aggirare le onerose imposte che gravavano su questo prezioso ingrediente dalle proprietà conservanti; la sua assenza è tuttavia abbondantemente compensata dalla sapidità dei tanti affettati e pecorini della regione. Tipico del capoluogo è poi il panino con il *lampredotto*, la parte meno pregiata della trippa di bovino, lessata in un brodo di verdure, tagliata e condita con sale e pepe o con una salsa verde. Baluardi dell'ultimo vero *fast-food* fiorentino sono gli otto trippai del centro storico, ai quali si sommano i vari ambulanti [9]. Scendendo nel Lazio vanno menzionate le sontuose pagnotte di Genzano (paese dei Castelli Romani), uniche ad aver ottenuto il marchio di «indicazione geografica protetta». Attraversando Roma e la regione non è difficile imbattersi nei tanti ambulanti che preparano panini con la porchetta di Ariccia; il prodotto, molto noto e apprezzato, consiste in un maiale giovane

disossato, privato delle interiora, aromatizzato con rosmarino, aglio e altre spezie, infine cotto al forno [10]. Nel centro Italia (soprattutto in Lazio, Abruzzo e Molise) il companatico è spesso formaggio stagionato di pecora, come nei semplici spuntini che i pastori si concedevano quando erano impegnati nella cura dei propri greggi.

Insieme ai prodotti da forno, fra i cibi di strada italiani trovano largo spazio le **fritture**. A Napoli, per esempio, lo stesso impasto alla base della pizza viene fritto, dando origine ad un'ampia gamma di cibi da asporto. Vi sono le *paste cresciute*, piccole pizze tonde che dopo un tuffo nell'olio bollente vengono condite con sugo di pomodoro, parmigiano e basilico; poi i *calzoni* e più piccoli *panzarotti*, ripieni con mozzarella, verdure, ricotta, salame, ecc. Pochi carrettini, ma in compenso molte friggitorie, portano avanti questa antica tradizione gastronomica. Altra roccaforte di preparazioni pensate per un consumo veloce sembra essere Genova; forse la presenza di un porto, quindi la presenza costante nei tempi di gente in transito, non è avulsa dal perdurare dello *street food* tradizionale. Le friggitorie della città ligure offrono i *frisceu*, frittelle lievitate alle quali vengono incorporati ingredienti come i *giancheti* (novellame), e anche i *cuculli*, delle frittelline di farina di ceci. Il trittico cucina di strada-frittura-porto si ripropone egregiamente a Palermo che, per la radicata abitudine popolare di mangiare fuori casa, meriterà di essere approfondita in separata sede. In maniera analoga, la cucina di strada romana presenta una propensione alle frittture che sembra derivare dalla **cucina giudia**. *Filetti di baccalà*, *fiori di zucca* (entrambe pastellati) e *suppli* (crocchette di riso con pomodoro, carne e mozzarella) sono i "fritti" da mangiare con le mani che troneggiano nelle pizzerie al taglio come nelle trattorie e nei ristoranti [11].

La strada offre inoltre diversi prodotti tipici al frequentatore assetato. Ancora oggi i romani in cerca di refrigerio durante la rovente estate cittadina possono rivolgersi ai minuscoli chioschi concentrati prevalentemente sul Lungotevere per una **grattachecca**, ghiaccio tritato sul quale vengono versati

sciropi e all'occorrenza pezzi di frutta. In Sicilia sono molto diffusi gli *acquafrescai*. L'eloquente nome indica i baracchini che servono granite alla frutta (limone, gelsi, e latte di mandorle), limonate ed altri prodotti rinfrescanti artigianali. Tipico di Catania è per esempio il *seltz*, bevanda a base di limone, sale e sciroppo agli agrumi. Addirittura in questa città la colazione estiva si compone di una brioche affiancata da una granita. La grattachecca palermitana prende il nome di *grattarella*, anche se in questo caso la freschezza degli agrumi locali rende superfluo il ricorso agli sciropi artificiali: il ghiaccio è solitamente irrorato con succo di limone o di arancia [12]. Questi rimedi contro l'arsura sono solo alcuni dei tanti usi mutuati dalla cultura araba. Si pensi anche ad uno dei mezzi più salutari e naturali per dissetarsi: la frutta. Con la bella stagione lungo le strade compaiono molti venditori da cui acquistare succose fette di anguria e melone.

Da ultimo ci si vuole soffermare sul luogo italiano che meglio rappresenta il modo di mangiare preso in analisi. A Palermo il cibo di strada è *il* cibo, la città nella sua rappresentazione gastronomica. L'abitudine del pasto fuori casa, veloce ma sostanzioso, è sedimentata nel granitico patrimonio culturale e appare come un involontario presidio contro le degenerazioni alimentari attuali. Involontario perché, come si è appena detto, per la stragrande maggioranza dei palermitani questa resta l'unica maniera possibile di concepire il fast-food. In posti del genere si ha la sensazione che Mc Donald's e simili abbiano più difficoltà che altrove a sottrarre clientela al mangiare tradizionale. Una delle possibili spiegazioni per tale persistenza può essere rintracciata scavando nel passato dell'isola, fino ad arrivare all'epoca in cui questa rientrava nei territori di dominati dagli Arabi, popolo la cui cultura alimentare è da sempre orientata al cibo di strada. Giannici offre una testimonianza dei diversi luoghi che giorno dopo giorno perpetuano l'esistenza del fast-food declinato in palermitano [13]. Ci sono i locali storici, come la Focacceria di San Francesco, la cui veneranda attività risale al 1843, ma anche le rosticcerie diurne e notturne, nelle quali per 80 centesimi

o al massimo per 1 euro è possibile acquistare un cosiddetto *pezzo*; con questo termine ombrello si intendono sia cibi dolci (un cannolo, un cornetto) che salati (un rustico di pasta sfoglia, un'arancina, ecc.). Vi è poi l'esercito di bancarelle e di ambulanti con i loro rombanti *lapini* (nel dialetto l'Ape diventa 'a *lapa*), come quelli che vendono lo *sfinciuni*, una pizza alta e soffice, condita con pomodoro, cipolla, acciughe e caciocavallo. La varietà delle prelibatezze offerte al passante è straordinaria. Va premesso che, nonostante la presenza del mare, per motivi esclusivamente economici il pesce è il grande escluso dalla cucina di strada. A questa regola sfuggono il *polpo bollito*, servito al mercato della *Vucciria*, mangiato sul momento con limone e prezzemolo e i *cicireddu* (pesciolini fritti) serviti nelle friggitorie. Molte sono invece le preparazioni a base di carne, sebbene le parti utilizzate siano scarti della macellazione che rispondono alla logica popolare del risparmio; il vantaggio che deriva dai bassi costi di simili ingredienti è un mangiare economico. La specialità più famosa è il *pani ca'meusa* (pane con la milza). Previa cottura, la meusa, i polmoni e lo scannarozzato (trachea) di vitello vengono ripassati nella *saimi* (strutto) e mangiati all'interno della *vastedda* (caratteristico panino circolare ricoperto da semi di sesamo). Il cliente decide se il ripieno deve essere *schietto* (semplicemente bagnato da gocce di limone) o *maritato* (completato con ricotta e caciocavallo). Vi è poi una serie di cibi che metterebbe a dura prova anche il meno schizzinoso dei turisti. Il *quarume* (*quariari* significa "scaldare") è un brodo di frattaglie, cipolla, carote, sedano, pomodoro e odori. I suoi venditori offrono spesso anche il *musso* (testa, zampe, mammelle e nerbo) del vitello. La *frittola* è ottenuta friggendo in un calderone pezzetti delle cartilagini residue dall'estrazione dello strutto. Il fondo di cottura è dato dallo stesso strutto aromatizzato con alloro, zafferano e buccia di limone. Si è soliti consumarla su fette di pane [14]. Le protagoniste della gastronomia di strada a Palermo restano tuttavia le varie frittiture vegetali, occasionalmente a base di carciofi, cime di cavolfiore e melanzane in pastella. Galleggiano invece

quotidianamente nei padelloni stracolmi di olio le panelle e i *crocché* (o *cazzilli*). Per realizzare le prime si cuoce preventivamente in pentola un impasto di acqua, farina di ceci e prezzemolo tritato. Con il composto così realizzato si formano delle frittelline che vengono poi cotte nell'olio. I secondi sono crocchette di patate schiacciate, sempre con l'aggiunta di prezzemolo. Il panino panellecrocchè è un appuntamento obbligatorio per i bagnanti della spiaggia di Mondello, il cui lungomare è costellato di friggitorie ambulanti ricavate razionalizzando al massimo la capacità dei minuscoli "lapini". La filosofia del non spreco portata al suo grado più estremo si concretizza nelle raschiature, ovvero nei detriti raccolti dalla padella, fritti una seconda volta e serviti in un panino. Infine il pezzo simbolo, noto anche al di fuori dalla città e dell'isola: l'arancina. Costituita da una palla compatta di riso rivestita di pangrattato e fritta, la si trova essenzialmente in due varianti: alla carne, ossia condita da un ragù di pomodoro, carne, piselli e con pezzi di provola, oppure al burro, distinguibile per la forma conica, contenente dadini di mozzarella e prosciutto. Singoli pezzi che nei posti più apprezzati arrivano a sfiorare il mezzo chilo. Un primo piatto più che completo, considerando i condimenti, sublimato in un involucro che lo rende cibo di strada. Un elemento del mangiare lento, come una porzione di riso, condensato sotto la spinta della necessità in una forma che ne permette un consumo veloce. E' il voto definitivo dei palermitani al fast-food, secondo la loro originale via.

Il carattere non esaustivo della rassegna presentata è evidente. Per rendere a pieno la vastità del fenomeno in questione sarebbe forse più indicata un'opera di tipo enciclopedico. Lo scopo principale era tuttavia quello di dimostrare la resistenza nel tempo di un modo di mangiare che da un passato estremamente lontano è arrivato fino ai nostri giorni. Se per un verso il cibo di strada rientra ancora a pieno titolo nei nostri modelli alimentari, dall'altro occorre prendere atto del fatto che esso vive in un contesto profondamente diverso da quello nel quale ha avuto origine. I continui cambiamenti che hanno investito la società hanno portato a

mutamenti nel modo di nutrirsi degli individui che la compongono e, di riflesso, a riconfigurazioni dell'intero settore alimentare. In epoca moderna la concomitanza di fattori quali la strutturazione dei turni di lavoro, la diminuzione delle pause, l'aumento dei redditi, nonché il progressivo tramonto della donna casalinga, gettarono le basi per una trasformazione senza precedenti, che rese il mangiare fuori casa un bisogno di massa. Già sul finire del XIX secolo diversi imprenditori fiutarono le prospettive di crescita della ristorazione veloce nelle metropoli europee e nord americane, facendo da precursori all'**impressionante espansione** che sarebbe iniziata a partire da metà Novecento. Quest'ultima riguardò in particolar modo la nascita e la diffusione dei moderni gruppi di fast-food gestiti tramite il franchising, formula vincente che, dopo una fase di crescita interna agli States, permise ai marchi americani di estendere la propria presenza al mercato estero. Il dilagare di ristoranti veloci di stampo statunitense in tutto il mondo si iscrive perfettamente nel processo definito da Fishler [15] come «planetarizzazione del settore alimentare», in altre parole la globalizzazione del cibo; la produzione e la distribuzione operano ormai a livello mondiale, ponendo gli individui più fortunati nella condizione di poter attingere ad una varietà di scelte che spaziano dagli alimenti tradizionalmente legati al proprio territorio a quelli importati (materialmente e culturalmente) da realtà originariamente estranee. Fra le molteplici conseguenze di una simile situazione, valutata da alcune correnti di pensiero come positivamente ibrida e da altre come negativamente omologata, nel nostro paese come in altri assistiamo alla copresenza di gastronomia tipica e di fast-food in stile Mc Donald's. Insieme queste diverse forme di ristorazione rapida costituiscono un robusto ramo dell'industria alimentare contemporanea. Secondo una stima del Censis basata su dati Istat, nel 2003 i locali fast-food presenti in Italia ammontavano a 15.927, per un numero di occupati pari a 31.187 unità [16]. Vista la multiformità del fenomeno, resta problematico individuare un indicatore che quantifichi precisamente l'incidenza degli esercizi che

forniscono cibi di strada sull'offerta totale di prodotti per un consumo rapido. Un dato comunque significativo, proveniente dal *Rapporto sul commercio 2005* stillato dalla Confcommercio, riguarda gli ambulanti di generi alimentari, presenti sul territorio nazionale con 8.185 postazioni mobili e 32.199 fisse. Se consideriamo l'andamento della domanda, è verosimile presagire una continua crescita del volume di affari dell'intero settore. L'indagine Istat su *Stili di vita e condizioni di salute nel 2001* ha riportato infatti l'innalzamento della percentuale di popolazione che non pranza in casa in 2,1 punti: dal 15,8% del 1997 si è passati al 17,9% del 2001 (la tendenza è più marcata nelle grandi città) [17]. In relazione al 2005 la FIPE ha indicato che oltre 11 milioni di italiani mangiano abitualmente fuori, per una spesa di 46 miliardi di euro (pari al 30,8% dei consumi alimentari complessivi)[18].

Vista anche la coesistenza di ristori veloci tradizionali e d'importazione, è importante considerare queste due diverse articolazioni del mangiare 'rapido', mettendo in luce le rispettive specificità. Infatti, anche se entrambe possono trovare una ragione d'essere nel medesimo bisogno funzionale (la fame), si riscontrano tra loro profonde discontinuità paradigmatiche. Innanzitutto, come anticipato, i moderni fast-food di catena offrono prodotti standardizzati. Al fine di fornire ai propri clienti un cibo apparentemente rassicurante, sempre e ovunque identico a se stesso, i gruppi che gestiscono questo genere di ristoranti operano secondo un sistema volto a garantire l'omogeneità; le forniture degli ingredienti devono rispondere ai rigidi parametri prefissati dalle corporation, al pari delle operazioni "tayloriste" per la preparazione e la presentazione dei pasti [19]. Come ricordato da alcuni autori, le varianti locali si sono progressivamente ricavate uno spazio minimo all'interno dei menu, sebbene si tratti sempre di prodotti industriali che, oltre l'aspetto di facciata, non rifuggono da **principi produttivi** vigenti in tutti i franchise. Nel caso dello *street food* tradizionale la situazione è tendenzialmente diversa; nonostante la quotidiana reiterazione dei gesti

necessari a cucinare le tante specialità di strada, l'artigianalità delle preparazioni rimane un fondamentale tratto distintivo. Sicuramente la tecnologia ha apportato un prezioso contributo verso la semplificazione di alcune lavorazioni, senza tuttavia sminuire il significato della componente umana, fattore che garantisce l'unicità di ogni prodotto. Va tuttavia precisato che dietro l'apparenza di genuinità può sempre celarsi la minaccia di un cibo cucinato a partire da semi-lavorati industriali (o comunque da ingredienti di qualità e provenienza dubbie), successivamente spacciato per *street food* autentico. La dimensione artigianale non costituisce inoltre una prerogativa del solo mangiare di strada; ristoranti e trattorie tradizionali permettono infatti la fruizione di pietanze caratteristiche, spesso prese a prestito proprio dal mangiare spicciolo di tutti i giorni, garantendo però un pasto lento, maggiormente strutturato e reso confortevole dalle comodità di un locale al chiuso.

Alle diverse modalità operative relative ai due modi di intendere la ristorazione veloce corrispondono diversi tipi di personale. I fast-food [20] ricorrono prevalentemente a lavoratori a tempo determinato, come studenti e giovani assunti con contratti part-time, che a rotazione vengono impiegati in tutti i ruoli operativi (cucina, cassa, pulizie, ecc.). Il tasso di ricambio dei dipendenti è estremamente elevato: le peculiarità, i ritmi alienanti delle mansioni e le possibilità di carriera pressoché nulle non costituiscono un incentivo alla continuazione delle prestazioni di lavoro. Da queste considerazioni si evince come gli addetti siano spinti ad assolvere alle loro mansioni più dal dovere che dalla motivazione personale. Per quanto riguarda invece il cibo di strada è più verosimile pensare ad artigiani del mangiare che portano avanti con convinzione saperi ed abilità tradizionali, spesso tramandati di padre in figlio.

Dopo aver trattato le differenze strutturali riguardanti l'offerta, si può passare ad analizzare la composizione della clientela ed il tipo di esperienza fruitiva connessa ai modelli alimentari che stiamo trattando. Le grandi catene della

ristorazione veloce hanno potuto contare sull'appoggio propulsivo dei giovani, rivelatosi fondamentale nella fase di insediamento in Italia. Ancora oggi questa fascia di clientela dimostra di essere particolarmente attratta dall'immagine del fast-food; l'atmosfera dei punti vendita, fatta di luci, colori e musica, la proposta di cibi che si distanziano dalla monotonia della tradizione e che possono essere consumati senza dover sottostare alle norme del pasto domestico, hanno contribuito a creare un accattivante modello di consumo in controtendenza rispetto al mangiare dei genitori. Un'altra fetta di mercato non trascurabile è data dai bambini, i soggetti più influenzabili dai richiami pubblicitari. Nel tempo la clientela si è tuttavia allargata fino ad includere manager di medio livello, colletti bianchi e commercianti, individui costretti dalle rispettive attività nel centro delle città, ovvero nelle zone dove i fast-food hanno deciso di insediarsi strategicamente. Chiaramente il fattore spaziale in sé non è sufficiente a motivare una simile scelta di consumo. Dato il basso livello qualitativo dei prodotti, bisogna assumere che quanti indirizzano le proprie preferenze verso queste forme alimentari siano in possesso di una [scarsa cultura gastronomica](#) e poco informati sui rischi derivanti da un'alimentazione scorretta. Diversamente, la consapevolezza dell'esistenza di alternative tipiche, non viziata dall'industrialità di fondo che affligge invece hamburger e affini, preparate a partire da ingredienti più facilmente rintracciabili, appartiene a individui, sia giovani che adulti, contraddistinti da una cultura gastronomica superiore o quantomeno da un attaccamento naturale alle proprie tradizioni. Anche per quanto concerne l'esperienza del mangiare, fast-food e cucine di strada si situano su posizioni tendenzialmente opposte. Le *corporation* della ristorazione veloce non si limitano semplicemente a perseguire la standardizzazione dei prodotti, ma si adoperano con uguale dedizione alla pianificazione di tutti gli aspetti relativi alla loro fruizione. Il cliente che entra in un *franchise* accetta, perlopiù inconsapevolmente, *routine* comportamentali che tendono ad indirizzare il modo di consumare il cibo

(scelta fra le opzioni disponibili, generalmente strutturate in un menu, ordinazione e pagamento alla cassa, ritiro del vassoio, ricerca di un posto a sedere, fruizione, deposito rifiuti, infine uscita). Ogni particolare è minuziosamente studiato, al fine di favorire l'efficienza massima nel servizio. Al pari degli alimenti offerti, gli ambienti che fanno da cornice al pasto presentano diversificazioni superficiali, ma non differenze sostanziali. Ovviamente l'ingresso in un fast-food non comporta l'adesione tassativa ai modelli ritenuti ottimali dai vertici delle società di ristorazione. In altre parole non tutti frequentano simili luoghi perché spinti dall'esigenza di [mangiare in fretta](#). È tuttavia evidente che un'esperienza del genere presenta un notevole grado di prevedibilità, tratto che sembra invece mancare nell'ambito delle cucine di strada; questi esercizi sono appunto collocati nel mezzo del flusso di persone che anima quotidianamente gli insediamenti umani, in un mondo che può sempre offrire al cliente situazioni, incontri e scambi potenzialmente inediti, in sostanza un "colore" reale, ben diverso dall'atmosfera artefatta dei ristoranti di catena.

In sintesi, le modalità alimentari esposte possono essere collocate secondo l'organizzazione della produzione ed il tipo di luogo ospitante nel seguente schema (nella consapevolezza che in realtà gli ambienti di ristoro possono posizionarsi in un continuum di sfumature fra le polarità analitiche di artigianale/industriale e di outdoor/indoor).



Viste queste importanti differenze, sorge un interrogativo riguardo la natura della ristorazione rapida tradizionale dei nostri giorni. Occorre infatti comprendere se lo *street food* nostrano persiste in accordo con le peculiarità del modello originale, oppure se ha risentito in qualche maniera dei campi di forze che attraversano un mondo ormai globalizzato, nel quale è possibile scorgere tanto spinte all'omologazione, quanto ritorni al localismo. Del resto la globalizzazione non è un fenomeno lineare e le divergenze di vedute circa la direzione in cui essa spinge sono un sintomo di tale complessità.

Innanzitutto si può riscontrare come alcuni cibi di strada, coerentemente con la planetarizzazione dell'alimentazione, abbiano cessato di essere semplicemente realtà locali, diffondendosi al di fuori delle zone dove erano stati sviluppati. È ad esempio il caso di *falafel* e *döner kebab* [21], prodotti che, partendo dai suk arabi, hanno letteralmente conquistato il mondo. La pizza costituisce un ulteriore emblema della possibilità di espansione su scala globale dei cibi. Nella maggior parte dei casi simili processi di diffusione si sono concretizzati attraverso riadattamenti, dettati da ragioni culturali e commerciali, che hanno di fatto snaturato l'essenza e abbassato il livello qualitativo delle preparazioni tradizionali. Oltre alle mistificazioni compiute a fini di esportazione, non vanno trascurate quelle perpetrate negli stessi luoghi di origine. Per tornare in ambito italiano, si pensi alla pizza in tranci che viene offerta in ristoranti come *Spizzico*. Si tratta di un prodotto che, sia nella forma che nella sostanza, non è paragonabile a quello che viene offerto dai laboratori artigianali partenopei. Il discrimine non si limita solamente al fattore qualitativo, ma riguarda anche il differente contesto di fruizione (genere di locale e relativi *pattern* di consumo) e co-testo alimentare (l'offerta di contorno). L'esperienza fruitiva avviene in ristoranti concessi in franchising che presentano medesime caratteristiche ambientali e consuetudini produttive; il cliente ordina e ritira un pasto organizzato in un menu all'interno del quale la pizza è accostata a patatine fritte e bevande gasate. Questi tratti sono chiaramente mutuati dalla ristorazione rapida statunitense, modello che nel tempo ha progressivamente attecchito in tutto il mondo, tanto da spingere alcuni autori a riflettere sugli aspetti negativi connessi ad una tendenza ritenuta imperante.

George Ritzer ha proposto in proposito la nozione di «mcdonaldizzazione» [22], ovvero l'idea che si stia assistendo ad un inarrestabile processo di razionalizzazione, inizialmente incarnato dal sistema Mc Donald's, ma ormai esteso ad ogni sfera della società contemporanea. Il colosso americano non rappresenta l'argomento tipico del discorso ritzeriano in quanto fast-food,

ma figura piuttosto come caso paradigmatico di un mutamento su ampia scala. Il funzionamento di questo settore, imperniato su parametri chiave quali efficienza, calcolabilità, prevedibilità e controllo delle operazioni, avrebbe spinto verso una crescente razionalizzazione molti settori del vivere organizzato. La critica nei confronti di quella che viene indicata come una delle principali fonti di omologazione a livello mondiale viene ripresa nella più recente opera del sociologo americano, intitolata *La globalizzazione del nulla* [23]. Con il termine *nulla* Ritzer si riferisce a qualsiasi «forma sociale generalmente concepita e controllata centralmente e relativamente priva di contenuto sostanziale distintivo» [24]. Ciò che rientra in questa categoria tende ad essere intercambiabile (non unico), privo di legami con un luogo ed un tempo specifico, disumanizzato e disincantato. I fast-food, ritenuti dei *non-luoghi* nei quali delle *non-persone* offrono *non-cose* attraverso un *non-servizio*, si distinguono fra i principali promotori del nulla. L'autore propone poi una personale nozione integrativa alle teorie preesistenti, che chiama "grobalizzazione"; il vocabolo, derivato dalla fusione di *growth* (crescita) e *globalization*, si riferisce alle ambizioni espansionistiche da parte di nazioni, organizzazioni e multinazionali (come quelle della ristorazione veloce) che, perseguendo il profitto, mirano ad estendere la loro influenza al mondo intero. Le dinamiche della grobalizzazione comportano una crescente esportazione del *nulla*, che avrebbe come conseguenza un'irreparabile perdita di peso del locale, culla originaria del qualcosa. Tale categoria comprende le forme sociali generalmente concepite e controllate localmente e relativamente ricche di contenuto sostanziale distintivo [25]. Nella misura in cui esiste ancora, il locale non sarebbe altro che *glocale*, un *pastiche* di «imbastardimenti» risultante dall'azione di forze globalizzanti sui restanti avamposti delle specificità territoriali.

Altri autori preferiscono comunque ricordare la complessità dei fenomeni di globalizzazione, inclusi alcuni degli aspetti costruttivi del compromesso globale. Uri Ram [26] descrive ad esempio l'attuale revival del *falafel* in

Israele. Dopo un periodo di declino durante gli anni Settanta ed Ottanta, dovuto al confronto con novità quali *shawarma*, pizza ed hamburger, le caratteristiche polpettine sono tornate in auge attraverso due canali. Il primo è costituito da ristoranti di lusso, come il *The Falafel Queens* di Tel Aviv, che in aggiunta al prodotto tipico serve nuove varietà (ai peperoni, alle olive, ecc.), garantendo agli avventori alti standard qualitativi. Questa “gourmetizzazione” riflette la volontà di apertura alle nuove tendenze, senza tuttavia tradire l’artigianalità di un cibo tradizionale. Il secondo canale è rappresentato dalla distribuzione ad opera di esercizi “mcdonaldizzati”. Il sociologo cita i ristoranti della catena *Ma’Oz*, confortanti locali dal design retro, nei quali i falafel sono prodotti da un macchinario al ritmo di ottanta unità per minuto, per essere poi venduti nel packaging con il marchio del gruppo. L’incontro fra un modello di ristorazione americano con un prodotto mediorientale, sostiene Ram, non rappresenta la semplice crescita del globale ed il conseguente declino del locale. Si tratta piuttosto di una appropriazione a livello strutturale di contenuti culturali specifici, che però ha contribuito in qualche modo alla diffusione di un alimento tradizionale (sia pur modificandone, almeno in parte, le caratteristiche stesse). Nel processo le regole della produzione standardizzata globale hanno certamente eroso le consuetudini artigianali originarie, rivitalizzando tuttavia il locale in una chiave “mutata”. Tramite esempi di questo genere l’autore manifesta una volontà di superamento delle teorie alle quali si riferisce con le etichette di «one-way» e «two-ways». Le prime sono eccessivamente sbilanciate verso la visione di una globalizzazione che funzionerebbe in modo totalmente omogeneizzante, mentre le seconde insistono fortemente sul potere di ridefinizione delle spinte esterne da parte delle culture locali. La risposta di Ram consiste in un approccio che vuole essere «both ways»: se ad un piano strutturale (rapporti e pratiche inscritte nelle istituzioni e nelle organizzazioni) la realtà obbedisce ad un livellamento «a senso unico», ad un piano simbolico-espressivo essa restituisce spazio ai meccanismi «a doppio

senso». In sostanza i modelli criticati sono assunti come validi, purché applicati ai rispettivi livelli sociali. Del resto siamo di fronte a processi che non possono essere ridotti all'idea di rigidi flussi unidirezionali. E in modo ancor più netto l'antropologo Néstor Garcia Canclini, riflettendo sulla situazione delle popolazioni sudamericane, sottolinea la natura ibrida di un'identità culturale negoziata, continuamente coprodotta in circuiti di scambio che non possono tuttavia prescindere dal raggiungimento di un'equità fra gli attori in causa [27].

Il gioco di influenze bidirezionali appena descritto, non porta necessariamente ad incroci che cambiano la natura di pratiche e prodotti umani che originariamente traevano il loro senso da un dato luogo e dalla relativa cultura (sebbene per correttezza occorra ricordare che anche in tempi in cui il mondo non era manifestamente globalizzato, le tradizioni sono state continuamente rimodellate dagli scambi o scontri fra diverse culture). In alcuni casi l'incontro si attua in termini di convivenza pacifica fra elementi gastronomici che non presentano nessun legame fra di loro. Per quanto concerne il mangiare di strada in Italia, una tendenza del genere si palesa ad esempio nel caso degli acquafrescai siciliani o napoletani e nei chioschi di *grattachecca* trasteverini; i prodotti rinfrescanti forniti da questi artigiani sono usciti indenni dall'incontro con le *sodas* d'importazione (Coca-Cola, Fanta, Sprite, ecc.), che hanno semplicemente arricchito l'offerta complessiva. Coerentemente alla planetarizzazione del mangiare, bevande che appaiono "paracadutate", si sono progressivamente ricavate un posto nelle abitudini alimentari degli italiani. Per il resto la qualità, i luoghi, gli attori e i modi della produzione non hanno risentito della copresenza con il globale. Si può addirittura ipotizzare che le novità abbiano attratto clienti che diversamente non avrebbero frequentato simili siti, accrescendo la visibilità del tradizionale.

Va infine menzionata la significativa persistenza di cibi di strada per i quali non si riscontrano né alterazioni sostanziali né mutamenti di contorno.

Numerose preparazioni tipiche sopravvivono immutate grazie al sostegno da parte di associazioni e di singoli consumatori. Fra le più visibili ed attive si segnala *Slow Food*, nata in Italia nel 1986 in reazione all'apertura dei primi franchise della Mc Donald's. L'organizzazione, attualmente presente in 130 paesi con circa 120.000 soci, si batte per la salvaguardia dei modelli di produzione e allevamento a rischio, nonché per la promozione delle gastronomie tipiche, basate sull'utilizzo di tecniche e ingredienti tradizionali. L'impegno contro lo scadimento del cibo rappresenta una fra le tante risposte su scala locale innescate dalle pressioni omologanti dell'industria agro-alimentare globale. La portata del movimento Slow Food è così significativa da indurre lo stesso Ritzer, nel finale dell'opera sopraccitata, ad abbandonare i toni pessimistici, constatando come questa associazione sia un attore collettivo *globale* capace di tutelare ed esportare espressioni del *qualcosa* (nella fattispecie, un mangiare incantato, ricco di contenuto distintivo, concepito e controllato localmente).

Insieme alle forme programmatiche di difesa, lo *street food* tradizionale gode dell'appoggio quotidiano da parte di soggetti individuali che dimostrano di preferirlo alla ristorazione veloce d'oltreoceano. Sebbene sia ipotizzabile l'esistenza di un'inclinazione spontanea verso cibi ritenuti familiari e quindi rassicuranti, nel ricorso alle cucine di strada si scorgono sempre più frequentemente i lineamenti di una scelta mirata. L'alimentazione è infatti una delle sfere nelle quali l'identità del consumatore ha progressivamente assunto una connotazione «politica». Roberta Sassatelli illustra i recenti fenomeni che attraversano il mercato sul versante della domanda, ricordando che:

è la nostra identità di consumatori che può diventare propriamente politica, consumando in un certo modo, o rifiutandoci di consumare, possiamo esprimerci come consumatori “etici” o “critici”, e così facendo contribuire in qualche modo ad un più ampio, spesso globale, processo politico [28].

L'impossibilità di eludere le regole alla base del gioco rende manifesta la necessità di agire al loro interno, tramite comportamenti volti a reindirizzare l'offerta nella direzione sperata [29]. Nonostante le etichette di «tipico», «tradizionale» o «italiano» non forniscano una garanzia a priori di eticità e qualità, i dati emersi dalla presente analisi dimostrano che le *routine* di produzione e fruizione di cibi di strada rappresentano delle pratiche potenzialmente riformanti. Il consumo di tali prodotti, oltre a procurare una piacevole esperienza personale, può esprimere il rifiuto nei confronti della ristorazione rapida industrializzata e dei connessi aspetti problematici (appiattimento dei sapori, squilibri nutrizionali, consumo non sostenibile di risorse naturali, precarizzazione dei dipendenti, eccessiva influenza politico-economica da parte delle *corporation*, ecc.). I responsabili del settore, vincolati dalla continua ricerca del profitto, mostrano per il momento limitati segnali di apertura verso le istanze critiche del mercato. La maggiore consapevolezza dei consumatori e la crescente abitudine al pasto fuori casa lasciano poi prevedere non una semplice sopravvivenza, ma addirittura una crescita nell'ambito del mangiare di strada tradizionale, ai danni delle forme più scadenti di fast-food. Senza dimenticare la necessità di una tutela attiva, possiamo dunque guardare con fiducia al futuro di un modello alimentare che rappresenta da sempre un patrimonio non solo gastronomico, ma anche culturale.

## Note

[1] J.R. Pitte, *Nascita e diffusione dei ristoranti*, in: J.L. Flandrin, M.

Montanari (eds.), *Storia dell'alimentazione*, Roma-Bari, Laterza, 1997, 601. In questo saggio lo storico francese fornisce un interessante excursus sulla storia della ristorazione tout court, partendo proprio dal fenomeno delle cucine di strada.

[2] F. La Cecla, *La pasta e la pizza*, Bologna, il Mulino, 1998, 42.

[3] Nome con il quale ci si riferisce ai caratteristici vicoli della città vecchia.

[4] F. Amabile, *Mangiare per strada*, Bologna, Airplane, 2004, 64, 69, 72. Questa guida presenta regione per regione i cibi di strada nel nostro paese con tanto di indirizzi utili per scovarli. Va sottolineato che sotto l'etichetta "di strada" vengono fatti ricadere anche prodotti tipici disponibili in punti vendita che non hanno la vocazione per un mangiare dichiaratamente spicciolo, come visto per le cucine di strada propriamente dette. Qualche comprensibile imprecisione terminologica dovuta ai tanti nomi dialettali da riportare non toglie comunque nulla ad un'utile fonte, utilizzata anche nella stesura del presente articolo.

[5] M. Montanari, *La fame e l'abbondanza. Storia dell'alimentazione in Europa*, Roma-Bari, Laterza, 2003, 84.

[6] F. Amabile, *Mangiare per strada* cit., 24, 64, 267.

[7] *Ibid.*, 250.

[8] *Ibid.*, 418.

[9] *Ibid.*, 255.

[10] *Ibid.*, 341, 338-39.

[11] Tutte le frittiture tipiche alle quali si è fatto cenno sono elencate in F. Amabile, *Mangiare per strada* cit., 381, 66, 330-31.

[12] *Ibid.*, 337, 460, 470, 453.

[13] F. Giannici, *A Palermo*, «Slow. Messaggero di gusto e cultura», 44 (2003), 126-31.

[14] F. Amabile, *Mangiare per strada* cit., 451.

[15] C. Fishler, *La «macdonaldizzazione» dei costumi*, in: J.L. Flandrin, M. Montanari (eds.), *Storia dell'alimentazione* cit., 692.

[16] Fonte: [www.censis.it](http://www.censis.it)

[17] Fonte: [www.confcommercio.it](http://www.confcommercio.it)

[18] Fonte: elaborazione del Centro Studi della Federazione Italiana Pubblici Esercizi su dati Istat ([www.fipe.it](http://www.fipe.it)).

[19] Un'illustrazione esemplare delle modalità operative adottate da questi fast-food è desumibile dall'opera di Love sulla Mc Donald's Corporation. J. Love, *Mc Donald's: dietro gli archi dorati*, Milano, Edimar, 1998.

[20] Ove non specificato ulteriormente, con questa etichetta si intenderà sempre il moderno fast-food di catena.

[21] I falafel consistono in polpettine fritte di ceci e prezzemolo, mentre il döner kebab è lo "spiedo rotante" dal quale vengono ricavate striscioline di carne di montone grigliata. Entrambe sono serviti all'interno di pani di vario tipo, arricchiti da verdure e salse.

[22] G. Ritzer, *Il mondo alla Mc Donald's*, Bologna, il Mulino, 1997.

[23] G. Ritzer, *La globalizzazione del nulla*, Bra, Slowfood Editore, 2005.

[24] *Ibid.*, 25.

- 
- [25] In effetti il nulla ritzeriano non può esistere indipendentemente dal suo opposto, il qualcosa. *Ibid.*, 25.
- [26] Cfr. U. Ram, *Glocommodification: how the global consumes the local – Mc Donald's in Israel*, «Current Sociology», 52 (2004), 13-15.
- [27] Cfr. N. Garcia Canclini, *Consumers and citizens. Globalization and multicultural conflicts*, Minneapolis-London, Minnesota University Press, 2001, 94-5.
- [28] R. Sassatelli, *Il ruolo politico dei consumi nel processo globale*, «Il Mulino», 6 (2004), 970.
- [29] R. Sassatelli, *Consumo, cultura e società*, Bologna, il Mulino, 2004, 230.

# Link

---

## Ambulanti, botteghe e taverne di vario genere

Le caratteristiche di questi luoghi sono giunte a noi innanzitutto grazie alle preziose testimonianze degli autori classici, ma anche tramite i reperti archeologici sulla base dei quali è stato possibile operare delle ricostruzioni (in testa a tutti spiccano quelli di Pompei). Per maggiori dettagli sui principali luoghi di ristoro nella Roma antica e sulle relative specificità si consiglia la lettura di A. Dosi, F. Schnell, *Pasti e vasellame da tavola (Museo della civiltà romana. Vita e costumi dei Romani antichi)*, Roma, Quasar, 1986.

[Indietro](#)

---

[Indietro](#)

## Fritture

Ragioni pratiche, come la necessità di spazio per l'utilizzo di grandi fornelli e padelle, sembrano indicare nella strada l'habitat originario di preparazione e consumo di prodotti fritti. È molto comune imbattersi in preparazioni del genere in luoghi affollati ed in particolar modo durante le occasioni di aggregazione collettiva, come fiere, feste, sagre, manifestazioni ed eventi che costringono le persone a passare l'intera giornata fuori casa e ad un mangiare senza pretese. Cfr. F. Aubaile-Sallenave, *Fragile e croccante*, «Slow. Messaggero di gusto e cultura», 5 (1997).

[Indietro](#)

## Cucina giudia

Vocabolo dal dialetto romanesco, carico di connotazioni spregiative, che significava “ebreo” ed “ebraico”. Malgrado la ghettizzazione degli ebrei, prassi comune a tutte le città con consistenti comunità, la cucina capitolina è stata notevolmente influenzata dagli usi dei discriminati.

[Indietro](#)

## Grattachecca

[[figure]]figures/2007/03parente/03parente\_2007\_02.jpg[[/figure]] Triturazione del ghiaccio necessario alla preparazione della *grattachecca*, presso il chiosco *Alla fonte d'oro*, attivo dal 1913 sul Lungotevere Sanzio, in Trastevere (Roma). Foto di Giuseppe Parente.

[Indietro](#)

## Arabi

In ambito alimentare l'influenza dei "Mori" si manifestò attraverso l'introduzione di nuovi prodotti (agrumi, melanzana, pistacchio, vitigno Zibibbo, ecc.) e tecniche agronomiche. Parallelamente agli ingredienti, il bagaglio culinario si arricchì di tecniche nuove. La frittura è ad esempio una cottura insegnataci dagli Arabi, che ne facevano un largo uso nella loro cucina di strada.

[Indietro](#)

Pani ca' meusa

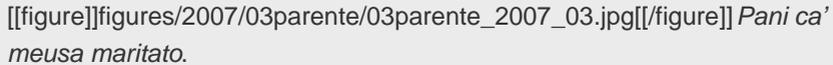
 *Pani ca' meusa marito.*

Foto scattata presso *Pani Ca' Meusa Porta Carbone*, Via Cala (Palermo), da Francesco Rosano.

[Indietro](#)

### Impressionante espansione

Fra i primi casi di catene di ristorazione veloce si segnala il gruppo berlinese *Aschinger*, operante dal 1892 (più di sessanta anni prima che Mc Donald's aprisse i battenti negli Stati Uniti) al 1945. La storia e la fisionomia di questo tramontato impero, fatto di caffè, bar, panetterie e ristoranti, sono minuziosamente delineati in K. Allen, *Berlin in the Belle Epoque: a fast-food history*, in: W. Belasco e P. Scranton (eds.), *Food nations. Selling taste in consumer society*, New York, Routledge, 2002, 240-44.

[Indietro](#)

## Principi produttivi

Analizzando la diffusione di ristoranti *Mc Donald's* in Asia, Watson ha rinvenuto numerosi casi di varianti locali nella gamma dei panini, rispondenti a comuni preferenze di gusto, ma anche a consuetudini derivanti da precetti religiosi. Per esempio i *Maharajah Mac*, preparati con carne di montone, mettono d'accordo la clientela indiana, divisa fra mussulmani e hindu, ai quali è rispettivamente vietato il consumo di carne suina e bovina; in Israele il *Big Mac* non contempla la caratteristica fettina di formaggio, per non contravvenire al precetto *kosher* che prevede la separazione fra carne e latticini.

J. Watson, *Golden Arches East. Mc Donald's in East Asia*, Stanford, Stanford University Press, 1997.

[Indietro](#)

### Scarsa cultura gastronomica

All'ignoranza di molti consumatori si assommano la pubblicità ingannevole e le reticenze circa la reale natura dei cibi propinati da parte delle *corporation* dell'hamburger. Il contributo fornito dalle fonti di controinformazione è pertanto essenziale nel rivelare un'immagine obiettiva del settore. In tal senso il sito [www.mcspotlight.org](http://www.mcspotlight.org) rappresenta una delle principali fonti on-line. Si segnalano inoltre: E. Schlosser, *Fast food nation*, Milano, il Saggiatore, 2004 e P. Ariès, *I figli di Mc Donald's. La globalizzazione dell'hamburger*, Bari, Dedalo, 2000.

[Indietro](#)

## Mangiare in fretta

La letteratura sociologica presenta diversi casi di “usi” divergenti di fast-food. Ad esempio Finklestein, che si riferisce a questi locali in termini di «siti di *crossover sociale*», nota come questi forniscano un luogo di riparo e di incontro per gruppi di emarginati (senzatetto, tossicodipendenti, alcolizzati), ma anche di adolescenti appartenenti a minoranze etniche o a contro-culture urbane. Cfr. J. Finklestein, *Rich food: Mc Donald's and modern life*, in B. Smart (ed.), *Resisting McDonaldization*, Thousand Oaks, Sage, 1999.

[Indietro](#)