

# La patrimonializzazione del cibo. Prospettive critiche e convergenze “sul campo”<sup>1</sup>

CRISTINA GRASSENÌ

Regional alpine economies' transformation deals now as ever with national and international dynamics of preservation of so called intangible cultural heritage, of landscape and with more recently is called Food Heritage. I propose here a context for discussion of the concept of “heritagization” as an economic and cultural construction in circuits of symbolic as well as concrete re-signification and re-valorization. The role of social and institutional actors is critically analyzed compared to politics of revival of the taste in Eco-museums, Slow Food Presidi and Joint Purchasing Groups. UNESCO's Convention on Intangible Cultural Heritage is one of the main present “discourses”, but here I focus also on regional politics and self-organized and spontaneous networks of citizens in order to observe different levels of identification, documentation and “co-production”, re-vitalization and self-folklorisation of local cultural heritage: from products with protected origin to common goods.

Accuratamente la collega Letizia Bindi definisce in questo call for papers la valorizzazione di patrimoni culturali immateriali come «fiera delle identità», ovvero come strategia di valorizzazione e promozione da parte di specifici gruppi di interesse. A partire dall'eco-consumerismo e dal marketing territoriale letto come turismo sostenibile, le economie di mercato vengono sempre più spesso invocate a salvaguardia, incentivazione o recupero di queste strategie, piuttosto che messe alla prova di tentativi di ripensamento critico (Timothy - Boyd, 2003). In particolare, la patrimonializzazione di cibi e pratiche culturali alimentari è un tema estremamente attuale. Vorrei scandire qui il processo di patrimonializzazione in una serie di fenomeni interconnessi, il primo dei quali pertiene più chiaramente al processo stesso

---

<sup>1</sup> Questo contributo è stato sviluppato nell'ambito della partecipazione al progetto *Patrimonialización y redefinición de la ruralidad. Nuevos usos del patrimonio local*, finanziato dal Ministero dell'Educazione e la Scienza di Spagna, programma FEDER (CSO2011-29413), <http://www.ub.edu/recercapatrimoni/proyectos/?lang=es>.

della conversione patrimoniale, il secondo e il terzo che sono meglio interpretati come conseguenze della «rupture patrimoniale» (Rautenberg, 2004):

1. La mercificazione (*commodification*) derivante dalla conversione patrimoniale ovvero la monetizzazione di possessi altrimenti inalienabili quali cultura e territorio attraverso la loro intima associazione a beni che possono essere scambiati come merci (per esempio, i “prodotti del territorio” ovvero le espressioni culturali delle economie regionali (Bérard - Marchenay, 1995)<sup>2</sup>).

2. La costruzione culturale del valore attraverso nuovi circuiti di significazione, processo attraverso il quale determinate risorse locali vengono selezionate secondo forme di distinzione gradite al mercato globale. Richard Wilk ha dimostrato come queste «global structures of common difference» si applichino indifferentemente ai saperi culinari “nazionali” in scenari trans-locali come alle competizioni per le reginette di bellezza (Wilk, 1995).

3. Le dinamiche dello sguardo che si attivano in riferimento ai due punti precedenti, per esempio riguardo ai modi di guardare il *paesaggio* associandolo a determinati prodotti e processi produttivi. La Convenzione Europea del Paesaggio (2000) lo definisce come unità consustanziale con la percezione e le pratiche antropiche disseminate sul territorio. La sua patrimonializzazione prende la forma del marketing delle località ovvero come «consumo dei luoghi» nel turismo, o nella sua mediatizzazione e virtualizzazione (Urry, 1995; Bindi, 2009).

I beni artistici, storico-architettonici e archeologici, ambientali, paesaggistici, culturali ecc. non si scambiano, tuttavia conferiscono valore alle merci, tra cui il cibo, la cui identità si può ricondurre ad essi (attraverso genealogie di parentela, rapporti politici, discorsi istituzionali ecc.). Anche i prodotti del territorio dunque partecipano del processo di produzione sociale degli oggetti, anzi, la sfera della riproduzione sociale (e soprattutto i rapporti di autorità e di potere) è implicata anche nelle forme mercantili dello scambio (Carrier, 1995; Appadurai, 1986).

Nei brevissimi casi di studio che necessariamente descriverò solo in estrema sintesi nella sezione intitolata «Pratiche di patrimonializzazione di beni territoriali», discuterò la problematica distinzione tra ciò che è patrimonializzabile o viceversa possesso inalienabile e collettivo (Weiner, 1992) nella percezione degli attori sociali coinvolti. Propongo quindi al lettore, in luogo di un solo caso etnografico monograficamente approfondito, cosa impossibile da farsi in questa occasione, di beneficiare di una comparazione *vast and shallow* come spesso si utilizza nell’ambito dell’urbanistica o del design. Prima, però, propongo un ragionamento sulla distinzione tra patrimonializzazione e *heritage*, come tra patrimonio e bene comune, che saranno utili a comprendere l’originalità dei casi discussi.

---

<sup>2</sup> Cristina Papa per esempio ha analizzato le diverse strategie di appropriazione del concetto di tradizione nelle imprese familiari e nella costruzione della tipicità come «sintesi dei beni inalienabili e dei loro rapporti» (1999).

## Patrimonializzazione e heritage

La patrimonializzazione dell'“immateriale” si pone come un discorso istituzionale, supportato da una cornice giuridica regionale, nazionale e internazionale, e come luogo di governo del territorio, oltre che di formazione di concetti e pratiche innovative<sup>3</sup>. Se il 17 ottobre 2003, a Parigi, la XXXII Conferenza generale dell'UNESCO ha approvato la *Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale*, le precedenti convenzioni UNESCO riguardavano solo il patrimonio culturale materiale, e cioè i beni culturali mobili, immobili e naturali. La convenzione prevede attività di vera e propria attiva «salvaguardia» del patrimonio immateriale: tra cui l'identificazione e la documentazione (con l'impegno degli Stati sottoscrittori ad inventariare il patrimonio culturale immateriale), la ricerca ed educazione, la protezione e rivitalizzazione, la promozione e valorizzazione.

Alberto Garlandini ha descritto queste attività come opere di «infrastrutturazione immateriale del territorio» (Garlandini, 2010), ricordando che i beni immateriali sono connessi ai beni materiali: all'ambiente, e alle popolazioni che lo abitano e che in Italia la salvaguardia del patrimonio culturale (immateriale e materiale) rientra nelle politiche di valorizzazione e di gestione dei beni culturali e del territorio<sup>4</sup>.

Come propone il progetto di ricerca (tuttora in corso) su “Patrimonializzazione e ridefinizione della ruralità”, coordinato da antropologi barceloneti, si rende urgente una ricognizione critica delle strategie di patrimonializzazione, specialmente del paesaggio e della natura intesi come patrimonio (anche) immateriale<sup>5</sup>. Nell'ambito di questa ricerca, nel recente convegno sui “limiti del patrimonio” (cultural-naturale)<sup>6</sup>, si è posto il problema del complesso ed ambivalente rapporto tra *heritage* e *produits du terroir*.

I prodotti locali, ovvero “tipici” vengono spesso fatti oggetto delle attenzioni e degli investimenti di strategie di marketing territoriale anche da parte di istituzioni locali, per esempio quale effetto dell'agenda UNESCO per la costruzione di un inventario del patrimonio culturale immateriale. Non solo, quindi, le materie prime alimentari, ma le pratiche di loro reperimento, conservazione, trattamento e trasfor-

---

<sup>3</sup> Come ha dimostrato Dino Palumbo sull'intreccio tra politica culturale delle *elites* locali e conflitti sui beni culturali mediati dal discorso della valorizzazione della storia locale in Sicilia orientale: B. Palumbo, *L'UNESCO e il campanile*, Roma, Meltemi, 2003.

<sup>4</sup> Con la riforma costituzionale del 2001 tali politiche sono di competenza delle regioni, che promuovono attività di valorizzazione del patrimonio culturale immateriale attraverso i musei etnografici, gli ecomusei e la documentazione delle tradizioni locali.

<sup>5</sup> Proyecto de Investigación: *Patrimonialización y redefinición de la ruralidad. Nuevos usos del patrimonio local*, Universitat de Barcelona.

<sup>6</sup> *International Congress Rethinking the limits of cultural and natural heritage*, 21-23 novembre 2012, Barcelona.

mazione culinaria diventano oggetto di attenzioni etnografiche ed etnologiche che invariabilmente intervengono a ridefinire e catalogare tale patrimonio (Ballacchino - Broccolini, 2009).

La patrimonializzazione di tradizioni e paesaggio si colloca, infatti, nella cornice di un più ampio processo di “heritagizzazione” – per usare una espressione di Regina Bendix – di cibi e stili di vita rurali (Vaccaro - Beltran, 2009; Bendix - Hafstein, 2009). Nello specifico, la trasformazione del cibo (e, per quello che riguarda la mia ricerca, dei formaggi di alpeggio) da prodotti semplicemente “locali” a “tipici” segue quella che Richard Wilk ha definito la creazione di «strutture di differenza comune» (Grasseni, 2010). L’associazione che si mette in atto tra un certo tipo di tecniche culinarie, culture enogastronomiche e modi e rituali di preparazione e consumo di specifici prodotti è strumentale rispetto a quanto Jean e John Comaroff hanno identificato, nel caso del patrimonio di conoscenza bio-geografica, come un fenomeno a doppio binario, che comprende da un lato la mercificazione della cultura e dall’altro «la corporatizzazione dell’etnicità» (Comaroff - Comaroff, 2009).

I Comaroff sottolineano una interessante triangolazione tra commodification e essenzializzazione di un bene comune (quali un patrimonio culturale condiviso, un uso comune di erbe medicamentose, ecc.), in conseguenza del quale il bene comune, per essere valorizzato, viene ascritto a un gruppo etnico o a un’altra forma di «corporazione» come proprietà<sup>7</sup>. È quindi la nozione di patrimonio – e non quella di bene comune – a venire mobilizzata, associandola al concetto di *heritage*, per valorizzare, difendere e monetizzare tali pratiche e tali conoscenze. In altre parole, la “heritagizzazione” ha un’immediata controparte economica nella patrimonializzazione, ovvero nella costruzione culturale del valore d’uso attraverso nuovi circuiti di risignificazione (Wilk, 1995).

L’uso del termine “patrimonializzazione” è comune nella letteratura francese, spagnola, catalana e italiana (*patrimoine*, patrimonio o patrimoni, che fanno riferimento a quanto viene trasmesso, ereditato e quindi posseduto). “Heritagization” è apparso invece nella letteratura di lingua inglese, soprattutto in riferimento alla campagna UNESCO per la conservazione dei beni culturali immateriali appunto denominati «Intangible Cultural Heritage» (Bortolotto, 2009). Nonostante la loro sostanziale interscambiabilità, tuttavia, vale la pena sottolineare come *heritage* e “patri-

---

<sup>7</sup> Come sottolinea in ambito diverso Manlio Frigo, tra *cultural heritage* e *cultural property* vi sono in realtà differenze non solo linguistiche ma normative che fanno necessariamente riferimento ai sistemi legali dei contesti chiamati in causa (Frigo, 2004). La pratica istituzionale cui ci si riferisce qui è quella della protezione internazionale del patrimonio culturale, sia attraverso le campagne UNESCO, che con le attività della Croce Rossa Internazionale in zone di guerra. Si veda la *Cairo Declaration on the Protection of Cultural Property* adottata nel 2004 in occasione del cinquantesimo anniversario della *Convention for the Protection of Cultural Property in the Event of Armed Conflict* del 1954, accessibile sul sito della Croce Rossa Internazionale: [http://www.icrc.org/eng/resources/documents/misc/egypt-cultural\\_property-160204.htm](http://www.icrc.org/eng/resources/documents/misc/egypt-cultural_property-160204.htm)

monio” implichino una focalizzazione diversa sulla “trasmissione” della tradizione piuttosto che sul suo “possesso”.

La patrimonializzazione della cultura, del paesaggio, delle pratiche, in altre parole, incorpora anche aspetti di mercificazione (*commodification*), ovvero pone l'accento sulla sua reificazione, sulla generazione di competizioni locali, sulla questione della proprietà intellettuale e quella della standardizzazione delle *commodities*, appunto (Roigé - Frigolé, 2011). Come sostiene Beatriz Santamarina, “patrimonio” è una categoria naturalizzata, ma politicamente generatrice di conflitto, poichè nelle sue varianti categorizzate nei programmi istituzionali (culturale, naturale e immateriale<sup>8</sup>), esso essenzializza e sacralizza autenticità e identità (2012). Una analisi critica dei processi di patrimonializzazione permetterebbe quindi di delinearne confini, limiti e margini di resistenza e resilienza (del Marmol, Frigolé, Narotzky 2010).

Nella letteratura sulle economie diverse («diverse economies»), infatti, le geografie femministe Julie Graham e Katherine Gibson hanno suggerito di utilizzare un altro arsenale concettuale per far emergere e valorizzare la mole di lavoro, valore e relazione che si produce nelle cosiddette «economie di comunità», anche attraverso pratiche di approvvigionamento e preparazione di cibi tradizionali tramite l'autoproduzione, la trasformazione collaborativa e collettiva di prodotti stagionali e i circuiti di dono, scambio e reciprocità. In queste economie “diverse” si utilizza il discorso della solidarietà e dell'accesso comune, piuttosto che quello della proprietà e del copyright (Gibson-Graham, 2003)

Benchè immateriale, infatti, il patrimonio è «del territorio e della comunità» (de Varine, 2005; Ricci - Tucci, 2006). Si pone quindi il problema della «proprietà della cultura» (Kaneff - King, 2004), soprattutto in riferimento ai fenomeni di folklorizzazione e auto-folklorizzazione che sono strettamente connessi da un lato al circuito del turismo e dall'altra all'etnicizzazione a scopi nazionalistici (Cirese, 1973; Rivera, 2004; Geschiere, 2009). Da un lato la questione si pone in termini di “proprietà culturale” da parte di minoranze e popolazioni indigene (Marazzi, 2006; Myers, 2004), dall'altra la standardizzazione e la mediatizzazione delle tradizioni locali «illanguidisce» il valore contestativo delle culture subalterne e conduce al «folk market» (Lombardi Satriani, 1973).

Nella prossima sezione utilizzerò la tipicizzazione dei prodotti locali alimentari come una lente attraverso la quale mettere in evidenza processi di trasformazione delle economie regionali secondo codici culturali locali, ma in corrispondenza a una rete di connessioni istituzionali sovra locali. Solleverò quindi in conclusione alcune questioni sul ruolo dell'etnografia in questi snodi globali.

---

<sup>8</sup> Si veda per esempio il testo della Convenzione UNESCO per la Salvaguardia del patrimonio culturale immateriale: <http://www.unesco.it/cni/index.php/cultura/patrimonio-immateriale>

## Pratiche di patrimonializzazione di beni territoriali

In generale, possiamo dire che la strategia di promozione dei prodotti del territorio si fonda sull'aspettativa che la loro singolarità sia sufficientemente attraente per il mercato: il modello implicito è quello di avere un paniere di prodotti specifici di ciascuna località, che siano indicativi delle identità di territori, paesaggi e tradizioni agricole. Altrove ho argomentato nel dettaglio come ciò possa essere una strategia di breve respiro se non si impegna a ripensare la costruzione del prezzo, identificare gli attori produttivi e ripensare quali mercati possano essere interessati a filiere corte territoriali di questo tipo (Grasseni, 2013).

Per Valeria Siniscalchi i processi di tipicizzazione si collocano «tra singolarità e ripetizione»: i prodotti tipici, cioè, «sono definiti da una costellazione di qualità e spesso la loro produzione, in termini di volume, si avvicina più alle caratteristiche di una serie limitata». Tuttavia allo stesso tempo sono sottoposti a «regimi condivisi di pratiche, norme e politiche che delimitano, distinguono, singolarizzano, qualificano e rendono determinati prodotti dei beni singolari» (Siniscalchi, 2009).

In un recente studio etnografico sulla patrimonializzazione del fagiolo Zolfino in Toscana, Michela Badii propone un'analisi dei Presidi Slow Food come di una agenzia di certificazione di eticità, dove la tradizionalità del cibo diventa un valore aggiunto da perseguire in un mercato litigioso e il processo di patrimonializzazione assume la funzione di una categoria politica di governamentalità (Badii, 2012). In questo come in altri casi, conflitti locali sono stati osservati tra le agende di conservazione e promozione di presidi e di consorzi per la protezione della denominazione di origine degli stessi prodotti (Grasseni, 2012).

Piuttosto che occuparmi di questioni di autenticità, ovvero di asserveramento dei gradi e tipologia di invenzione della tipicità, nella mia ricerca mi sono soffermata sui margini di azione e sulle ambivalenze politiche dei processi e delle relazioni sociali che sottendono questa creazione di valore. In particolare, per esempio, nel volume *Commodifying Everything* parlo di «commodification of locality» spiegando che nel contesto di un mercato globalizzato dei cibi di qualità, e nella cornice della politica agricola europea, i processi di tipicizzazione dei formaggi d'alpe e quelli di rappresentazione stereotipata della ruralità montana convergono in una reificazione della tradizione – cosa che lascia molti margini di manovra quanto alle pratiche di performatività di tale tradizione. Faccio l'esempio di un alpeggiatore che nega il suo formaggio a un turista perché si presenta tardi all'imbrunire a un'ora scortese, lo vende al giusto prezzo a un altro che si comporta secondo le regole delle visite reciproche in baita e lo dà a me alla fine del mio soggiorno «da portare ai miei genitori» in segno di rispetto e buone relazioni dopo che mi sono curata della sua baita per diverse settimane (Grasseni, 2003).

La trasformazione delle economie regionali alpine mai come ora fa i conti con le dinamiche nazionali e internazionali di preservazione del cosiddetto patrimonio culturale immateriale, del paesaggio e in generale di ciò che acutamente si è chiamato «*Food Heritage*» (Bessière - Tibère, 2010). Pierpaolo Viazzo nel suo studio *Dalla*

*toma alla fontina. Trasformazioni della produzione casearia nella valle del Lys* con Mariangela Bodo e Michele Musso (Woolf - Viazzo, 2002) analizza le trasformazioni della produzione casearia nella valle del Lys. La ricerca dimostra come la tradizionale distinzione in Valle d'Aosta tra alpeggio per il mercato di fontina, «à grande montagne», e l'alpeggio a tome per l'autoconsumo, «à petite montagne», non è affatto una diversificazione geograficamente o pedologicamente determinata, né etnicamente congeniale rispettivamente a popolazioni romanze e walser. Piuttosto, l'alternarsi di lunghi periodi di continuità a "transizioni" tanto rapide quanto variegiate, nella geografia della produzione casearia, sono spiegabili solo tenendo in considerazione una costellazione di fattori peculiari del contesto storico-giuridico (la colonizzazione walser), demografico ed economico (le migrazioni stagionali) piuttosto che l'induzione di un mercato locale "a fontina" da parte di nuovi flussi turistici.

Viceversa il prodotto culinario ha senso in un sistema di conoscenze ambientali (coltivazione e raccolta degli ingredienti) che non si esaurisce in ricettari o *performances* etniche. Arjun Appadurai, Richard Wilk e Lois Stanford hanno ciascuno messo a fuoco la patrimonializzazione delle diete nazionali come processo di etnicizzazione postcoloniale e postindustriale (con la riscoperta di antichi ricettari indiani pubblicati in inglese per le élite dell'India contemporanea, la promozione della «cucina nazionale» dei bucanieri in Belize, e la riscoperta della cucina indigena nel Michoacán messicano, dove la contaminazione delle culture tradizionali con mais transgenico importato dagli USA pone seri problemi di coerenza al rilancio della «gastronomía tradicional» nelle fiere turistiche promosse dal governo (Wilk, 1997; Appadurai, 1997; Stanford, 2012<sup>9</sup>).

I casi sopra molto brevemente tratteggiati generano domande cui gli antropologi sono in grado di rispondere con una specificità propria rispetto alle altre figure che si occupano di patrimonio e territorio (architetti, museologi, fotografi e documentaristi, storici, archivisti, animatori, sviluppatori ecc.). Chiamata in causa di volta in volta come ordinatore, classificatore, allestitore in una pratica di documentazione e archiviazione del patrimonio, o come mediatore tra progetti locali/localistici di rappresentazione del territorio e strategie promozionali delle élites locali, l'antropologa non può rinunciare alla vocazione all'analisi critica dei fenomeni che osserva. In particolare, l'etnografo può analizzare il sistema culturale, le relazioni e i processi sociali che sottendono le pratiche di patrimonializzazione, decostruendo la dicotomia dono/merce e il rapporto di ciascuna con Stato e mercato. Per esempio, nell'impresa

---

<sup>9</sup> La preoccupazione della Stanford, che alla retorica della preservazione e promozione della pluralità dei repertori culturali alimentari non corrisponda un serio investimento sulla conservazione della biodiversità e della sostenibilità sociale che permette alle contadine del Michoacán di curare e raccogliere le erbe e le varietà delle proprie ricette, corrisponde in parallelo alla ricerca di Manuela Carneiro da Cunha, specificamente sulle sementi della mandioca Amazzonica, la cui diversità e resilienza genetica è stata garantita dall'utilizzo estremante diversificato nel corso delle generazioni che l'hanno coltivata (1994).

familiare i rapporti di parentela fungono anche da rapporti di produzione che consentono di attuare "quel" particolare modo di produzione (Papa, 1997)<sup>10</sup>. Il processo di patrimonializzazione stravolge questi rapporti? O viceversa è proprio l'adozione innovativa di rapporti apparentemente tradizionali a rendere vincenti formule economiche di apparente modernità?

L'analisi antropologica si profila come atto di analisi critica anche rispetto alla proceduralizzazione che sottende «l'infrastrutturazione immateriale del territorio». Ecco dove il discernimento di processi ideologico-culturali, laddove si vogliono rappresentare dei semplici "atti di difesa" del bene territoriale, si fa più utile. Chi detiene il controllo del cosiddetto «folk market»? Di chi si compongono le cosiddette "comunità" che istruiscono processi di patrimonializzazione? Di élite intellettuali e politiche? Di funzionari e professionisti? Di imprenditori turistici? Di soggetti ibridi – associazioni e gruppi di interesse che orientano i processi di definizione e valorizzazione dei patrimoni locali? (Faeta, 2009; Palumbo, 2009).

Identificare gli attori che contribuiscono al processo di patrimonializzazione, in un'ottica di antropologia economica e politica, ci permette anche di comprendere come il mercato si esemplifichi non solo nelle leggi di domanda e offerta ma nelle persone quali mediatori e negoziatori, grossisti e rivenditori che agiscono su scala locale secondo relazioni anche personali connettendole a quadri sovralocali. Ecco che l'antropologia si trova ad esercitare ancora una volta uno «sguardo bifocale» a un tempo interno ed esterno ai processi che osserva (Peters, 1997).

## Bibliografia

- A. Appadurai, *The social life of things: commodities in cultural perspective*, London, Cambridge University Press, 1986.
- A. Appadurai, *How to make a national cuisine: cookbooks in contemporary India*, in C. Counihan, *Food and Culture*, New York, Routledge, 1997, pp. 289-307.
- M. Badii, *Processi di patrimonializzazione e politiche del cibo. Un'etnografia nella Toscana contemporanea*, Perugia, Morlacchi Editore, 2012.
- K. Ballacchino - A. Broccolini, *La zuppa, il fuoco e il lago. Cibo e identità intorno al lago di Bolsena*, in C. Grasseni - M. Messina - M. Salomone, *La reinvenzione del cibo*, numero monografico di «Culture della Sostenibilità», n. 6, 2009, pp. 101-136.
- R. Bendix - V. Hafstein, *Culture and Property*, «Ethnologia Europaea» 39(2), 2009, pp. 5-10.
- L. Bérard - P. Marchenay, *Lieux, temps et preuves. La construction sociale des produits de terroir*, «Terrain» 24, 1995, pp. 153-164.

---

<sup>10</sup> Anche Eric Wolf ha proposto un modello in cui il modo di produzione *orientato* alla parentela si pone come sistema a debole strutturazione in cui aspetti mercantilistici e antimercantilistici si compenetrano (dove "orientamento" sta per allineamento, in modo dinamico e dialettico: si veda P.G. Solinas, *Introduzione all'edizione italiana*, in E. Wolf, *L'Europa e i popoli senza storia*, Bologna, Il Mulino, 1990).



- J. Bessière - L. Tibère, *Patrimoines Alimentaires/ Food Heritage*, numero monografico di «Anthropology of Food», n. 8, 2010, <http://aof.revues.org/index6819.html>.
- L. Bindi, *Mangiare con gli occhi. Cibo, rappresentazioni della località e scenari translocali*, in C. Grasseni - M. Messina - M. Salomone, *La reinvenzione del cibo*, numero monografico di «Culture della Sostenibilità», n. 6, 2009, pp. 67-89.
- C. Bortolotto, *The Giant Cola in Gravina. Intangible Cultural Heritage, Property, and Territory between Unesco Discourse and Local Heritage Practice*, «Ethnologia Europea» 39(2), 2009, pp. 81-94.
- M. Carneiro da Cunha, *O Futuro da Questão Indígena*, «Estud. av. [online]». 1994, vol.8, n.20, pp. 121-13.
- J. Carrier, *Gift and Commodities. Exchange and Western Capitalism since 1700*, London, Routledge, 1995.
- A.M. Cirese, *Cultura egemonica e culture subalterne*. Palermo, Palumbo Editore, 1973.
- J. Comaroff - J. Comaroff, *Ethnicity, Inc.*, Chicago, Chicago University Press, 2009.
- H. de Varine, *Le radici del Futuro. Il Patrimonio locale al servizio dello sviluppo locale*, Bologna, Clueb, 2005.
- C. del Marmol - J. Frigolé - S. Narotzky, *Los lindes del patrimonio. Consumo y valores del pasado*. Institut Català d'Antropologia, 2010.
- F. Faeta, *Avere una tradizione. Beni immateriali, politiche culturali, campo antropologico*, in K. Ballacchino, *La festa. Patrimonio immateriale e processi culturali*, Nola, Larcaelarco, 2009.
- M. Frigo, *Cultural property v. cultural heritage: A "battle of concepts" in international law?*, «International Review of the Red Cross», vol. 86, No. 854, 2004, pp. 367-378.
- A. Garlandini, *Ecomusei e musei per la valorizzazione del patrimonio culturale immateriale*, in C. Grasseni, *Ecomuseo-logie. Pratiche e Interpretazioni del patrimonio locale*, Rimini, Guaraldi, 2010, pp. 19-32.
- J.K. Gibson-Graham, *An Ethics of the Local*, «Rethinking Marxism» 15(1), 2003, 49-74.
- P. Geschiere, *The perils of belonging. Autochthony, Citizenship, and Exclusion in Africa and Europe*, Chicago, Chicago University Press, 2009.
- C. Grasseni, *Packaging skills: calibrating Italian cheese to the global market*, in S. Strasser, *Commodifying Everything: Relationships of the Market*, New York-London, Routledge, 2003, pp. 341-381.
- C. Grasseni, *Re-Inventing Food: Alpine Cheese in the Age of Global Heritage*, «Anthropology of Food» n. 8, 2010, <http://aof.revues.org/index6819.html>.
- C. Grasseni, *Resisting Cheese. Boundaries, Conflict and Distinction at the Foot of the Alps*, «Food Culture and Society» 2012, 15(1), pp. 23-29.
- C. Grasseni, *Beyond Alternative Food Networks. Italy's Solidarity Purchase Groups*, New York, Bloomsbury Academic, 2013.
- D. Kaneff e A. King, *Owning Culture*, «Focaal», n. 44, 2004, pp. 3-19.
- L.M. Lombardi Satriani, *Folklore e profitto. Tecniche di distruzione di una cultura*, Rimini, Guaraldi, 1973.
- A. Marazzi, *Intellectual and cultural property in anthropological perspective*, in C. Grasseni, *Antropologia ed Epistemologia per lo studio della contemporaneità*, Rimini, Guaraldi, 2006, pp. 165-173.
- F. Myers, *Ontologies of the image and economies of exchange*, «American Ethnologist» 2004, 31 (1): 1-16.
- C. Papa, *Antropologia dell'impresa*, Milano, Guerini, 1999.
- B. Palumbo, *L'UNESCO e il campanile*, Roma, Meltemi, 2003.
- B. Palumbo, *Politiche dell'inquietudine. Passione, feste e poteri in Sicilia*, Roma, Le Lettere, 2009.
- J. D. Peters, *Seeing Bifocally. Media, Place, Culture*, in J. Ferguson - A. Gupta *Culture, Power, Place*, Durham, Duke University Press, 1997, pp. 75-92.

- A. Ricci - R. Tucci, *Immateriale*, «Antropologia Museale», anno 4, n.14, 2006, pp. 39-41.
- A. Rivera, *La cultura fra locale e globale: sei frammenti*, «Rassegna Italiana di Sociologia», XLV, n. 1, 2004: pp. 49-61.
- X. Roigé - J. Frigolé, *Constructing Cultural and Natural Heritage. Parks, Museums and Rural Heritage*, Barcelona, Documenta, 2011.
- B. Santamarina Campos, *Geopolíticas patrimoniales. De cultura, naturalezas e immaterialidades. Una mirada etnográfica*, Valencia, Ed. Germania, 2012.
- V. Siniscalchi, *I processi di tipicizzazione tra singolarità e ripetizione*, in C. Grasseni - M. Messina - M. Salomone, *La reinvenzione del cibo*, numero monografico di «Culture della Sostenibilità», n. 6, 2009.
- M. Rautenberg, *La rupture patrimoniale*, Bernin, Ed. a la Croisee, 2004.
- P.G. Solinas, *Introduzione all'edizione italiana*, in E. Wolf, *L'Europa e i popoli senza storia*, Bologna, Il Mulino, 1990.
- L. Stanford, *When the Marginal Becomes the Exotic: The Politics of Culinary Tourism in Indigenous Communities in Rural Mexico*, in E. Finnis, *Re-imagining Marginalized Foods*, Tucson, The University of Arizona Press, 2012.
- D. Timothy - S. Boyd, *Heritage e turismo*, Ed. italiana a cura di R. Bonadei, Milano, Hoepli, 2003.
- J. Urry, *Consuming Places*, London, Routledge, 1995.
- I. Vaccaro - O. Beltran, *Livestock Versus "Wild Beasts". Contradictions in the Natural Patrimonialization of the Pyrenees*, «Geographical Review» 99(4), 2009, pp. 499-516.
- A. Weiner, *Inalienable possessions. The paradox of keeping while giving*, Berkeley, University of California Press, 1992.
- R. Wilk, *Learning to Be Local in Belize. Global Systems of Common Difference*, in D. Miller, *Worlds Apart*, New York, Routledge, 1995, pp. 110-33.
- R. Wilk, *Real Belizean Food: Building local identity in the transnational Caribbean*, in C. Counihan, *Food and Culture*, New York, Routledge, 1997, pp. 308-326.
- S. Woolf - P.P. Viazzo, *Formaggi e mercati: economie d'alpeggio in Valle d'Aosta e Haute-Savoie*, Aosta, Le Chateau, 2002.