

## **Urban meatification. Esplorazioni visuali tra tutela e consumo del patrimonio culturale nel centro storico di Firenze**

«Urban meatification» è un progetto di ricerca artistico-visuale che si interroga sulle contraddizioni intrinseche ai processi di patrimonializzazione, intesi come processi di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale. Nello specifico, la ricerca si concentra sulla recente proliferazione, nel centro storico di Firenze, di esercizi di ristorazione che espongono in vetrina grandi e vistosi tagli di carne, e in particolare porzioni di lombata di manzo da cui si ricava la famosa «bistecca alla fiorentina», recentemente interessata da una iniziativa pubblica che ne promuove la candidatura nella lista rappresentativa del patrimonio culturale immateriale dell'UNESCO. Il contributo presenta i principali meccanismi socio-spaziali che sono all'origine del fenomeno dell'esposizione della carne nel capoluogo toscano, per poi discutere in una prospettiva critica il ruolo del patrimonio culturale nel più ampio processo di turistificazione della città.

### **Urban Meatification. Visual Explorations between Cultural Heritage Preservation and Consumption in the Historical Centre of Firenze**

«Urban meatification» is an artistic-visual research project that aims to question the contradictions of the processes of patrimonialization, understood as processes of protection and enhancement of cultural heritage. Specifically, the research focuses on the recent proliferation of food establishments in the city center of Florence that display large and showy cuts of meat in the showcase, and in particular portions of beef loin from which it is deserved the famous «bistecca alla fiorentina». The Florentine steak has been recently interested by a public initiative that promotes its candidature in the representative list of the intangible cultural heritage of UNESCO. This paper discusses the main socio-spatial mechanisms that are at the origin of the phenomenon of meat exposure in Florence, and which is the role of cultural heritage in the wider process of touristification of the city.

### **Urban meatification. Des explorations visuelles entre protection et consommation du patrimoine culturel dans le centre historique de Firenze**

«Urban meatification» est un projet de recherche artistique-visuel qui explore les contradictions intrinsèques des processus de patrimonialisation, compris comme des processus de protection et de valorisation du patrimoine culturel. En particulier, la recherche se focalise sur la prolifération récente, dans le centre historique de Florence, d'établissements de restauration proposant de grandes et très visibles coupes de viande, et en particulier des portions de longe de bœuf, à partir desquelles la fameuse «bistecca alla fiorentina» est préparée. La même Fiorentina a été récemment l'objet d'une initiative publique visant à promouvoir sa candidature sur la liste du patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO. La contribution présente les principaux mécanismes socio-spatiaux qui sont à l'origine du phénomène de l'exposition de la viande dans la capitale toscane, pour ensuite envisager dans une perspective critique le rôle du patrimoine culturel dans le processus plus général de touristification de la ville.

**Parole chiave:** meatification, cibo, patrimonio culturale, consumo di città, Firenze

**Keywords:** Meatification, Food, Cultural Heritage, Consumption of Urban Space, Firenze

**Mots-clés:** meatification, nourriture, patrimoine culturel, consommation de la ville, Firenze

Matteo Puttilli, Università di Firenze, Dipartimento di storia, archeologia, geografia, arte e spettacolo – [matteo.puttilli@unifi.it](mailto:matteo.puttilli@unifi.it)

Sara Bonati, Università di Firenze, Dipartimento di storia, archeologia, geografia, arte e spettacolo – [sara.bonati@unifi.it](mailto:sara.bonati@unifi.it)

Laura Portinaro, fotografa, [www.lauraportinaro.com](http://www.lauraportinaro.com) – [laura.portinaro@gmail.com](mailto:laura.portinaro@gmail.com)

**Nota:** sono da attribuire a Sara Bonati i paragrafi 4 e 5 e a Matteo Puttilli i paragrafi 1, 2 e 3. Laura Portinaro è autrice e curatrice delle fotografie.

## 1. Introduzione

*Urban meatification*<sup>1</sup> è un intervento di ricerca «artistico-visuale» (Tolia-Kelly, 2012) che si inserisce nell'ambito di un più ampio percorso di indagine sviluppato negli ultimi anni dal Laboratorio di geografia sociale dell'Università di Firenze, intitolato *History to eat*. L'idea alla base di tale percorso è che il centro storico di Firenze sia investito da un processo di *foodification*, vale a dire una trasformazione in cui il paesaggio commerciale, le pratiche di vendita, consumo e di (auto) promozione della città convergono verso una specializzazione funzionale incentrata prevalentemente sul cibo (Bonati e altri, 2018). Tale trasformazione, saldandosi ed enfatizzando altre dinamiche che, in epoca più o meno recente, hanno investito la città (ad esempio la proliferazione degli affitti turistici nel comparto immobiliare)<sup>2</sup>, è funzionale a una riorganizzazione sociale e spaziale alla scala



Fig. 1. Esposizione di carne nel centro storico di Firenze  
Fonte: fotografia di Laura Portinaro, 2019

metropolitana che vede il centro come uno spazio sempre più gentrificato e spettacolarizzato, e una marcata segregazione tra gli spazi residenziali e quelli dedicati al turismo, al *loisir* e al consumo. Se è certamente vero che la *foodification* non è un fenomeno riscontrabile soltanto a Firenze né tantomeno nelle sole città d'arte interessate dai maggiori flussi turistici, e anzi riflette l'affermarsi di una visione «gastrocratica» dei luoghi estendibile a svariati contesti sociali e territoriali (Rabbiosi, 2018), nel caso fiorentino essa si qualifica non solo per la sua pervasività e intensità, ma anche per il modo in cui, attraverso sue specifiche declinazioni, investe, utilizza e capitalizza alcune componenti qualificanti del patrimonio culturale locale.

*Urban meatification* esplora e approfondisce una di queste declinazioni, vale a dire la recente proliferazione di esercizi di ristorazione – non soltanto ristoranti, ma anche pizzerie, bar e caffè, banchi mercatali ecc. – che espongono in vetrina, all'interno di apposite celle frigorifere a vista, grandi e vistosi tagli di carne. Si tratta, in particolare, di porzioni di lombata di manzo da cui si ricava la famosa «bistecca alla fiorentina» (fig. 1), recentemente interessata da una iniziativa pubblica che ne promuove la candidatura nella lista rappresentativa del patrimonio culturale immateriale dell'UNESCO.

Il progetto ha come principale obiettivo quello di portare in superficie alcuni effetti paradossali – per quanto ampiamente dibattuti in letteratura (Cohen, 1988; Cole, 2007; Jeudy, 2008; Frochot e Batat, 2013; Lovell e Bull, 2017) – dei processi di patrimonializzazione, intesi come iniziative di tutela e di valorizzazione del patrimonio culturale tangibile e intangibile. Infatti, se da un lato tali processi si prefiggono di tutelare quelle che vengono riconosciute come componenti «autentiche» del patrimonio materiale e immateriale, dall'altro lato si rendono funzionali a una loro mercificazione e inserimento nelle logiche dell'economia turistica e di consumo della città ad essa connesse (Zukin, 1993; Lanfant, 1994; Wickens, 2017; Mazzette e Sgroi, 2007; Loda e Hinz, 2011).

La grande visibilità e l'indiscutibile impatto estetico delle «esposizioni» di carne non sono solo all'origine dell'interesse per il fenomeno, ma hanno anche suggerito l'adozione di un approccio visuale come forma di esplorazione del tema, attraverso il coinvolgimento di una fotografa professionista, autrice e curatrice delle immagini riportate in questo scritto<sup>3</sup>. Tale collaborazione è stata fondamentale per cogliere ed esplicitare alcuni immaginari e significati legati alla penetrazione della carne nel paesaggio urbano. Il metodo

si è contestualmente arricchito attraverso pratiche di osservazione e di «degustazione» partecipante, durante le quali è stato possibile condurre colloqui e interviste – più o meno formali – con alcuni testimoni privilegiati (*in primis* macellai, ristoratori e *chef*).

Nel più ampio contesto della ricerca, questo contributo intende presentare i principali meccanismi che sono all'origine del fenomeno dell'esposizione della carne a Firenze, per poi discutere criticamente alcuni effetti sui processi di tutela e valorizzazione del patrimonio e sulle forme e modalità di fruizione turistica della città.

## 2. La carne come patrimonio

Il concetto di *meatification* si è recentemente affermato nella letteratura geografica internazionale in riferimento al ruolo crescente che la carne sta assumendo nelle diete alimentari alle diverse scale territoriali e in particolare nei paesi del Sud globale (Weis, 2015; Hansen, 2018). Questa tendenza, ricondotta in parte a una fase di transizione nutrizionale a scala planetaria (Sonnino, 2016), in parte a questioni culturali e sociali maggiormente contestuali (Sobal, 2005; Leroy e Pradet, 2015; Schösler e altri, 2015), è in significativa controtendenza con i richiami provenienti dai diversi campi scientifici che denunciano gli impatti che queste scelte alimentari hanno sia sulla salute (si pensi alle dichiarazioni dell'Organizzazione mondiale della sanità, IARC, 2018) sia sull'ambiente e sul clima (Hallström e altri, 2014; Hallström e altri, 2015; Bagliani e altri, 2019).

In questo articolo, tale concetto viene ripreso e trasposto alla scala urbana in un'accezione simbolica che risulta ancora inesplorata nel dibattito sul tema, vale a dire osservare come la carne possa divenire un elemento connotante di una città – in questo caso del Nord del mondo – sia in termini tangibili, sia intangibili. Nello specifico caso di Firenze, il termine *urban meatification* fa infatti riferimento a un complesso processo di costruzione di un immaginario urbano legato alla carne, intesa come una componente peculiare del patrimonio culturale della città, e finalizzato a rinnovare e a consolidare l'idea di Firenze come «città della bistecca». Il legame tra la città di Firenze e la carne non rappresenta del resto una novità, e anzi la preparazione e il consumo di carne di diversi tagli e forme è riconosciuta come una delle principali «tradizioni» della città, esattamente come gustare la «bistecca alla fiorentina» è considerata un'esperienza turistica da non perdere

nel corso di una visita nel capoluogo toscano.

A sottolineatura di tale legame, nell'aprile del 2019 la giunta di Firenze ha dato seguito a un'idea lanciata personalmente dal sindaco Dario Nardella e ha deliberato l'avvio dell'iter di candidatura della Fiorentina nella lista rappresentativa del patrimonio culturale immateriale dell'UNESCO, raccogliendo l'adesione della Regione Toscana e dell'Accademia della Fiorentina, investita del ruolo di capofila del comitato promotore della candidatura. L'Accademia è un'istituzione che ha tra i propri scopi statutari «apprezzare e far apprezzare la costata del vitello adulto, tagliata alla maniera dei Beccai fiorentini secondo i canoni della più autentica tradizione; cotta alla griglia sui carboni ardenti di rovere nel rispetto dell'arte gastronomica fiorentina<sup>4</sup>».

L'iniziativa ha l'obiettivo di tutelare e valorizzare non soltanto un prodotto considerato come un patrimonio della città e del territorio, ma anche l'insieme di saperi e mestieri ad esso legati, come quello dell'agricoltore, dell'allevatore e in particolare del macellaio (a Firenze definito beccaio in memoria dell'antica corporazione medievale dell'Arte dei beccai) (fig. 2). Questi sono concepiti come mestieri «a rischio» di fronte al mutamento dei comportamenti di consumo e al successo della grande distribuzione.

Oggetto di candidatura, infatti, non è la bistecca in sé, bensì l'arte della sua preparazione in quanto espressione della tradizione e della cultura gastronomica locali. Nelle parole di un rappresentante dell'Accademia e dell'Associazione Macellai di Firenze, intervistato nell'ambito della ricerca:

La bistecca [alla fiorentina, ndr] è l'espressione più alta, anche sotto il profilo culturale, del rapporto tra uomo e natura e animali che la storia nostra c'ha tramandato. È una vera e propria creazione dell'uomo alla quale ognuno ha contribuito. Se tutto il mondo mangiava carne sulla griglia, a Firenze si è verificato questo particolare affinamento, che è un balzo in più, che è anche espressione della civiltà e creatività fiorentina. Non a caso si chiama «Fiorentina», prodotto del territorio e del suo paesaggio, ricco per la sua bellezza e varietà, ed è frutto delle persone, di un modo di allevare la bestia, commercializzarla, cucinarla e gustarla.

Proprio per la sua natura immateriale, l'aspetto più complesso e delicato del processo di candidatura di un bene intangibile è la precisa identificazione delle sue proprietà e caratteristiche, nonché delle misure di salvaguardia elaborate in modo da poterlo tutelare e promuovere. Per riprendere il lessico utilizzato da un recente studio



Fig. 2. Banco di macelleria presso il mercato di Sant' Ambrogio

Fonte: fotografia di Laura Portinaro, 2019

sulla costituzione del presidio della razza bovina piemontese (Colombino e Giaccaria, 2013), si tratta di un «assemblaggio» di componenti umane e non-umane che ha caratteri intrinsecamente selettivi, dal momento che concorre a circoscrivere quali elementi definiscono l'identità di un bene, i suoi caratteri di autenticità e la rispondenza alla «tradizione»<sup>5</sup>. Nel caso della Fiorentina, tale compito è affidato alla definizione di un disciplinare che specifichi le caratteristiche della «filiera» che dà origine alla bistecca, le quali spaziano dalle caratteristiche dell'animale (razza, funzione, età), dell'allevamento (località, regime e alimentazione), del processo di macellazione e produzione (tempi di frollatura, modalità di conservazione), della carne (sapidità e tenerezza) e di vendita al pubblico (dimensioni dei tagli e modalità di preparazione e di presentazione). Come viene spiegato nel prosieguo dell'intervista sopra richiamata:

La Fiorentina è stata creata per gustare e apprezzare il piacere della carne. Non ha bisogno di condimenti. Va tagliata di un determinato spessore secondo l'usanza, 3-4 cm, frollata, posta sulla griglia su braci di legna dolce, curata con attenzione in modo da non perdere i liquidi, senza aggiungere nessun condimento. Si deve apprezzare il valore della carne. Si può aggiungere una leggera salatura di sale grosso. Non l'olio. Non va cotta dritta, solo sdraiata.

Un simile inventario di caratteristiche non ha il solo obiettivo di definire l'oggetto da tutelare, ma

anche di regolamentare l'utilizzo della denominazione «fiorentina», limitandone l'utilizzo disinvoltato ai fini commerciali:

Si intende sancire qual è il corretto processo che porta a una bistecca alla Fiorentina coerentemente con la sua storia [...] Il vantaggio è la valorizzazione e il riconoscimento di chi si impegna a lavorare in una certa maniera. [...] Quel ristorante, quel macellaio che commercializza quel tipo di qualità [differente dalla fiorentina, ma vendendola come tale, ndr] non è giusto che passi per uno che sta vendendo una bistecca alla fiorentina [intervista a un macellaio presso il mercato di Sant' Ambrogio].

### 3. La carne come «messa in scena»

Per festeggiare l'avvio dell'iter di candidatura, su iniziativa di un noto ristoratore cittadino, il 16 aprile 2019 una lombata di 1,2 kg, denominata Firenze, decollava da una tenuta agricola nei pressi di San Gimignano, agganciata a un tagliere di legno e trainata da un pallone aerostatico riempito con 6 metri cubi di elio. Dopo aver raggiunto la stratosfera a un'altitudine di 31 km in un volo di quattro ore, la «nostra astronauta» – come è stata ribattezzata dalla stampa locale – è stata poi paracadutata a terra «sana e salva» tra le colline senesi, pronta per essere esposta in sala al pubblico<sup>6</sup>.





Fig. 3. Carne esposta in via de' Servi

Fonte: fotografia di Laura Portinaro, 2019

Nella sua singolarità, l'aneddoto esprime efficacemente la natura lisergica del rapporto tra alcuni operatori della ristorazione e la «bistecca», così come il precario bilanciamento tra forme di tutela, valorizzazione e mercificazione del patrimonio culturale, tangibile e intangibile. Le riflessioni sulle caratteristiche intrinseche del bene culturale da tutelare, infatti, si accompagnano spesso a un pervasivo processo di spettacolarizzazione, di messa in scena e di commercializzazione di quello stesso bene che ha tutte le caratteristiche della «costruzione» di un prodotto turistico «sotto il nome di patrimonio» (Badii, 2012, ripreso anche da Faticenti e Fiorillo 2015; Rabbiosi, 2018) (fig. 3).

Nel caso della Fiorentina, infatti, l'iter di candidatura costituisce per gli operatori della ristorazione il pretesto per enfatizzare il richiamo ai temi del tipico e della tradizione, nella logica che vede tali elementi come fondamentali nell'intercettazione di quella componente di domanda turistica interessata all'autenticità dell'esperienza<sup>7</sup>. Ma non c'è solo questo: secondo un processo ormai consolidato nel mondo della valorizzazione delle produzioni agro-alimentari, l'associazione tra prodotto e territorio di provenienza, la sua riconoscibilità e identificazione sono fattori che concorrono a costruire e veicolare l'idea di qualità del prodotto.

Da qui, la frollatura della carne nei grandi

refrigeratori collocati nelle vetrine; la preparazione dei tagli nelle cucine «a vista» all'interno dei locali; il carattere evocativo dei nomi dati a ristoranti e trattorie («Chianineria», «Bisteccheria fiorentina», «Braceria», «Manzo», «Rossocruco», «Mangiafuoco»); la personalizzazione della materia prima attraverso l'identificazione geografica delle diverse razze di origine della carne offerta nei menù – o, per meglio dire, nelle *meat selection* – dei vari ristoranti: la «Black angus» irlandese; la «Aberdeen angus» inglese; la «Galiziana»; la «Wagyu» giapponese, e – rigorosamente a parte – la «Chianina»<sup>8</sup> (fig. 4). In questo modo, l'esperienza di consumo viene personalizzata indipendentemente dai diversi *target* e fasce di prezzo, che si opti per un menù completo di carne alla griglia da pochi euro oppure per la scelta di un prestigioso taglio di «Kobe» giapponese da alcune centinaia di euro.

In un simile quadro, coloro che lavorano il prodotto (dal macellaio allo *chef*) diventano essi stessi parte del prodotto turistico, nonché attori nella messa in scena dell'autentico (MacCannell, 1976). Infatti, se la dimensione culturale della carne si esprime attraverso l'atto creativo, il gesto del becciaio e l'arte culinaria del cuoco sono momenti essenziali del processo di consumo: essi sono al centro di un'esperienza turistica che travalica la dimensione visuale per divenire pienamente multisensoriale. Durante un *tour*



Fig. 4. La vetrina di un ristorante nel centro storico

Fonte: fotografia di Laura Portinaro, 2019

nelle vie del centro storico, la carne si impone attraverso la vista delle esposizioni nelle vetrine, ma anche attraverso gli odori della griglia e dei bolliti che avvolgono i passanti. L'esperienza di degustazione all'interno dei ristoranti avviene «a stretto contatto» con la carne e con gli strumenti del mestiere (fig. 5), la cucina a vista consente

di essere pienamente testimoni della lavorazione delle pietanze.

Nei ristoranti più quotati, la presenza e la disponibilità dello *chef* che illustra le qualità e le proprietà dei diversi tagli e preparazioni coinvolge il cliente in un vero e proprio *storytelling* che qualifica l'esperienza degustativa come unica e



Fig. 5. «Chianineria» nel centro storico

Fonte: fotografia di Laura Portinaro, 2019





Fig. 6. Chef all'opera presso una trattoria del centro storico

Fonte: fotografia di Laura Portinaro, 2019

irripetibile (fig. 6), seguendo un copione che un rappresentante dell'Accademia intervistato riassume nel modo seguente:

La Fiorentina non si può mangiare da soli, come minimo bisogna essere in due, perché va gustata insieme, c'è tutto un rito collegato, è una disposizione d'animo, se uno è arrabbiato non può gustarla, è la pietanza della convivialità, dell'ottimismo, dell'amore...

#### 4. La città turistica, tra tutela e mercificazione

La recente tendenza all'esposizione della carne nel centro storico di Firenze, in corrispondenza dell'avvio dell'iter di candidatura UNESCO, consente di osservare da vicino le aporie connaturate ai processi di patrimonializzazione nelle città interessate dal turismo di massa. Essa esprime in modo crudo ed efficace il meccanismo di continua reinvenzione e spettacolarizzazione dell'offerta turistica attraverso la valorizzazione del patrimonio culturale, ulteriormente enfatizzate – in questo specifico caso – dalla particolare tipologia di patrimonio oggetto di speculazione. La messa in scena della carne riproduce infatti quel processo che Nancy Schepers-Hughes e Loïc Wacquant (2003) – pur riferendosi ad altri esempi «umani» – definivano come «the commodification of bodies», vale a dire lo sfruttamento dei corpi

come oggetti di consumo, totalmente sganciati dalla propria originaria funzione vitale. In questo senso il cibo, e la carne in particolare, rappresentano una perfetta metafora del «consumo di città» messo in pratica dall'economia turistica, e del ruolo che il patrimonio culturale gioca al suo interno. Nell'economia turistica urbana, del resto, il cibo occupa uno spazio sempre più importante, contribuendo a ridefinire «le forme della città» (Bell, 2007) in termini spaziali, estetici e culturali: partecipa cioè a un più generalizzato processo di cambiamento urbano in atto in moltissime città europee e non solo, che vedono la destinazione degli spazi centrali e dei quartieri storici a funzioni prevalenti di *loisir*, ricreative e commerciali, rivolte sia agli abitanti, sia ai turisti.

Entro un simile contesto, le politiche di tutela e valorizzazione del patrimonio tangibile e intangibile, certamente non limitate soltanto ai processi di candidatura UNESCO, diventano parte costitutiva dei processi di turisticizzazione. Come dimostra il caso di Firenze, le strategie di patrimonializzazione – che riguardino un singolo bene, come la carne, o più in generale un intero sito, come il centro storico cittadino, o anche entrambi contemporaneamente – sono inscindibili da contestuali processi di mercificazione, svendita, banalizzazione, folklorizzazione. Tutela e valorizzazione, consumo e turisticizzazione sono in tale ottica tendenze che si compenetrano e si alimen-

tano a vicenda, secondo una logica che persegue al contempo la finalità di proteggere la cultura, ma anche di renderla fruibile e di rivitalizzare i luoghi (UNESCO, 2003; Caust e Vecco, 2017; Vecco e Caust, 2019). Iniziative e interventi di conservazione e gestione, infatti, anche quando perseguono legittimi obiettivi di «protezione» di un bene o di un insieme di beni culturali, non operano in modo antitetico al processo di turisticizzazione ma piuttosto compartecipano alla «messa in scena» della città, alla sua trasformazione progressiva in uno spazio- vetrina, alla definizione di un immaginario e di un *brand* urbano legato al richiamo simbolico del patrimonio. In un simile scenario, le componenti del patrimonio culturale assumono un valore legato prevalentemente alla loro capacità d'attrazione e di fruizione, turistica e non, in quanto riproducono le aspettative di una domanda che cerca l'«autentico» nelle sue varie accezioni (Andrieux e Harismendy, 2008). La promozione della dimensione «ricreazionale» è parte fondamentale delle strategie di preservazione e tutela (Lovell e Bull, 2017). Non a caso, anche la letteratura scientifica sui processi di patrimonializzazione – e in particolare sui processi di candidatura UNESCO, che siano beni materiali o immateriali o sistemi territoriali e paesaggistici – si concentra prevalentemente sulle ricadute economiche dell'operazione in termini di maggiore richiamo turistico e di consolidamento di un'immagine riconoscibile – e vendibile – dei luoghi, a ulteriore conferma delle intrinseche contraddizioni alla radice delle strategie di tutela e valorizzazione del patrimonio (Pettenati, 2019)<sup>9</sup>.

Il rischio che ne deriva è che il processo di patrimonializzazione possa portare all'iper-consumo del luogo e al suo danneggiamento, quando invece dovrebbe proteggerlo (Ashworth, 2009), quella che in termini drammatici viene definita la «death knell» del luogo (Caust e Vecco, 2017), le cui conseguenze in termini di spopolamento e omologazione sarebbero equiparabili ad un «urbanicidio» (D'Eramo, 2014).

La saldatura tra simili dinamiche ha, evidentemente, profonde ripercussioni sulla dimensione delle politiche: messe di fronte alla necessità di contenere gli effetti più macroscopici del consumo turistico della città, le amministrazioni hanno margini di manovra e strumenti evidentemente limitati, e spesso contraddittori. Il più delle volte, la scelta ricade su interventi puntuali, settoriali, e di natura temporanea, che non hanno la capacità né la possibilità di limitare, contenere, o regolare il fenomeno<sup>10</sup>. Al contrario, nel tentativo di arginare tali processi, possono generare l'effetto inverso,

ovvero conformare ulteriormente l'immagine del luogo alle esigenze e alle richieste della domanda. A fronte di simili contraddizioni, le possibilità per le politiche di bilanciare gli effetti solo apparentemente contrastanti di processi di tutela e consumo dei luoghi passano da un approccio trasversale che operi contestualmente sui settori commerciale, residenziale, urbanistico e turistico allo scopo di ridurre la pressione turistica sui centri storici e favorire la convivenza tra turismo e cittadinanza. In tal senso, misure indirette (già menzionate in precedenti contributi, ai quali si rimanda per approfondimenti) (Bonati e altri, 2018) – richiamate più volte nel dibattito pubblico e politico locale ma solo parzialmente implementate – quali la valorizzazione di siti e attrazioni turistiche e culturali diffuse sul territorio per decongestionare i luoghi centrali, iniziative nel settore del *social housing* per favorire la residenzialità nel centro storico, oltre agli interventi nel settore commerciale, potrebbero rappresentare soluzioni efficaci per contrastare la crescente segregazione tra spazi del cibo e del *loisir* e spazi dell'abitare.

## 5. Conclusioni

Il contributo ha ripreso e ampliato il concetto di *meatification*, transitando dall'attenzione a come il consumo di carne si stia espandendo alla scala globale ai modi in cui, nello specifico contesto fiorentino, l'utilizzo della carne a fini simbolici e turistici partecipi a più complessi processi di trasformazione urbana. In questa prospettiva, si è definito come *urban meatification* quello specifico processo di costruzione e rafforzamento di un immaginario di Firenze legato alla cultura della carne. La costruzione di tale immaginario passa sia attraverso iniziative quali il lancio della candidatura della Fiorentina nella lista del patrimonio intangibile dell'UNESCO, sia attraverso la spettacolarizzazione e la vetrinizzazione delle peculiarità alimentari locali da parte degli esercizi di ristorazione. L'adozione di una metodologia di ricerca artistico-visuale è stata utile per svelare i significati retrostanti la dimensione estetica e in particolare l'impatto del fenomeno in termini di «occupazione» dello spazio e dell'immagine della città.

Lo studio è partito, dunque, dall'analisi della «messa in scena» del prodotto-patrimonio per presentare le differenti modalità con cui la carne penetra all'interno del paesaggio urbano, ed esplorare criticamente i significati, i discorsi e gli immaginari ad essa associati. Quindi sono state



discusse le ricadute maggiormente ambigue dei processi di patrimonializzazione sulle città d'arte e in particolare si è osservato come questi favoriscano il consumo urbano attraverso la «produzione» di nuove dimensioni dell'autentico di cui la turistificazione si alimenta. Ne consegue che la costruzione di un immaginario urbano legato alla carne è a sua volta funzionale al processo di iper-turistificazione che sta investendo la città di Firenze, da cui discendono dinamiche di segregazione spaziale e gentrificazione sempre più marcate a cui le politiche adottate fino ad oggi difficilmente pongono rimedio. Il contributo, pertanto, vuole essere uno stimolo per aprire il campo a riflessioni più ampie sui processi di patrimonializzazione legati al cibo e sulle conseguenze che questi hanno sui territori.

### Riferimenti bibliografici

- Andrieux Jean-Yves e Patrick Harismendy (2008), *L'Assiette du touriste. Le goût de l'authentique*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.
- Aru Silvia, Maurizio Memoli e Matteo Puttilli (2016), *Fotografando Sant'Elia. Sperimentazioni visuali della marginalità urbana*, in «Rivista Geografica Italiana», 123, 4, pp. 383-400.
- Ashworth Gregory J. (2009), *Do Tourists Destroy the Heritage They Have Come to Experience?*, in «Tourism Recreation Research», 34, 1, pp. 79-83.
- Badii Michela (2012), *Processi di patrimonializzazione e politiche del cibo. Un'etnografia nella Toscana contemporanea*, Perugia, Morlacchi.
- Bagliani Marco, Antonella Pietta e Sara Bonati (2019), *Il cambiamento climatico in prospettiva geografica. Aspetti fisici, impatti, teorie*, Bologna, Il Mulino.
- Bell David (2007), *The Hospitable City: Social Relations in Commercial Spaces*, in «Progress in Human Geography», 31, 1, pp. 7-22.
- Bignante Elisa (2011), *Geografia e ricerca visuale. Strumenti e metodi*, Bari, Laterza.
- Bonati Sara, Mirella Loda e Matteo Puttilli (2018), *Trasformazioni urbane e paesaggio commerciale a Firenze. Il cibo come chiave di lettura*, presentazione nell'ambito della VIII giornata di studi «Oltre la globalizzazione - Mosaico» (Novara, 7 dicembre 2018), Società di studi geografici.
- Bonati Sara e Laura Portinaro (2019), *Storie di una rua tra alluvione, riqualificazione e gentrificazione. Il caso della zona velha di Funchal*, in «Rivista Geografica Italiana», 126, 3, pp. 33-55.
- Cattedra Raffaele, Rosi Giua, M'Hammed Idrissi Janatic e Matteo Puttilli (2018), *Geografie ed emozioni del quotidiano. Racconti fotografici di giovani abitanti a Fès*, in «Rivista Geografica Italiana», 125, 3, pp. 289-312.
- Caust Josephine e Marilena Vecco (2017), *Is UNESCO World Heritage Recognition a Blessing or Burden? Evidence from Developing Asian Countries*, in «Journal of Cultural Heritage», 27, pp. 1-9.
- Cohen Erik (1988), *Authenticity and Commoditization in Tourism*, in «Annals of Tourism Research», 15, pp. 371-286.
- Cole Stroma (2007), *Beyond Authenticity and Commodification*, in «Annals of Tourism Research», 34, 4, pp. 1454-1473.
- Colombino Annalisa e Paolo Giaccaria (2013), *Il sistema agro-gastronomico piemontese tra qualità e radicamento: Il caso della carne di razza Piemontese*, in Paolo Giaccaria, Francesca Silvia Rota e Carlo Salone (a cura di), *Praticare la territorialità. Riflessioni sulle politiche per la green economy, l'agroindustria e la cultura in Piemonte*, Roma, Carocci, pp. 135-154.
- D'Eramo Marco (2014), *Urbanicide in All Good Faith*, Domus, disponibile a: [https://www.domusweb.it/en/op-ed/2014/08/20/urbanicide\\_in\\_allgoodfaith.html](https://www.domusweb.it/en/op-ed/2014/08/20/urbanicide_in_allgoodfaith.html).
- Driver Felix (2003), *On Geography as a Visual Discipline*, in «Antipode», 35, 2, pp. 227-231.
- Faticenti Fabio e Alessia Fiorillo (2015), *Il patrimonio agroalimentare fra tradizione e istituzionalizzazione. Il caso di Montepulciano*, in «Rivista Geografica Italiana», 122, 2, pp. 217-234.
- Frochot Isabelle e Wided Batat (2013), *Marketing and Designing the Tourist Experience*, Oxford, Goodfellow.
- Hallström Elinor, Annika Carlsson-Kanyama e Pål Börjesson (2015), *Environmental Impact of Dietary Change: A Systematic Review*, in «Journal of Cleaner Production», 91, pp. 1-11.
- Hallström Elinor, Elin Rööf e Pål Börjesson (2014), *Sustainable Meat Consumption: A Quantitative Analysis of Nutritional Intake, Greenhouse Gas Emissions and Land Use from a Swedish Perspective*, in «Food Policy», 47, pp. 81-90.
- Hansen Arve (2018), *Meat Consumption and Capitalist Development: The Meatification of Food Provision and Practice in Vietnam*, in «Geoforum», 93, pp. 57-68.
- IARC (2018), *Red meat and processed meat*, 114, Lione, International Agency for Research on Cancer, disponibile a: <https://monographs.iarc.fr/wp-content/uploads/2018/06/mono114.pdf>.
- Jeudefroy Henry P. (2008), *La machine patrimoniale*, Belval, Circé.
- Lanfant Marie F. (1994), *Identité, Mémoire, Patrimoine et «touristification» de nos sociétés*, in «Sociétés», 46, pp. 433-439.
- Leroy Frédéric e Istvan Praet (2015), *Meat Traditions. The Co-Evolution of Humans and Meat*, in «Appetite», 90, pp. 200-211.
- Loda Mirella (2010), *L'immagine di Firenze fra esperienza turistica e qualità urbana*, in «Rivista Geografica Italiana», 117, 2, pp. 289-325.
- Loda Mirella e Manfred Hinz (2011), *Lo spazio pubblico urbano. Teorie, progetti e pratiche in un confronto internazionale*, Pisa, Pacini.
- Lovell Jane e Chris Bull (2017), *Authentic and Inauthentic Places in Tourism: From Heritage Sites to Theme Parks*, Londra, Routledge.
- Mazzette Antonietta e Emanuele Sgroi (2007), *La metropoli consumata. Antropologie, architetture, politiche, cittadinanza*, Milano, Angeli.
- MacCannell Dean (1976), *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, New York, Schocken Books.
- Pettenati Giacomo (2019), *I paesaggi culturali Unesco in Italia*, Milano, Angeli.
- Rabbiosi Chiara (2018), *Il territorio messo in scena. Turismo, consumi, luoghi*, Milano, Mimesis/Kosmos.
- Rose Gillian (2003), *On the Need to Ask How, Exactly, is Geography «Visual»?*, in «Antipode», 35, pp. 212-221.
- Rose Gillian (2007), *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*, Londra, Sage.
- Rossetto Tania (2015), *Performing the Nation Between Us: Urban Photographic Sets with Young Migrants*, in «Fennia-International Journal of Geography», 193, 2, pp. 165-184.
- Ryan James (a cura di) (2003), *Picturing Place: Photography and the Geographical Imagination*, Londra, IB Tauris.
- Scheper-Hughes Nancy e Loïc Wacquant (2003), *Commodifying Bodies*, Londra, Sage.
- Schösler Hanna, Joop de Boer, Jan J. Boersema e Harry Aiking (2015), *Meat and Masculinity among Young Chinese, Turkish and Dutch Adults in the Netherlands*, in «Appetite», 89, pp. 152-159.

- Sobal Jeffery (2005), *Men, Meat, and Marriage: Models of Masculinity*, in «Food and Foodways», 13, 1-2, pp. 135-158.
- Sonnino Roberta (2016), *The New Geography of Food Security: Exploring the Potential of Urban Food Strategies*, in «The Geographical Journal», 182, 2, pp. 190-200.
- Tolia-Kelly Divya P. (2012), *The Geographies of Cultural Geography II: Visual Culture*, in «Progress in Human Geography», 36, 1, pp. 135-142.
- UNESCO (2003), *UNESCO Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*, (Parigi, 17 ottobre 2003).
- Vecco Marilena e Josephine Caust (2019), *UNESCO, Cultural Heritage Sites and Tourism: A Paradoxical Relationship*, in Harald Pechlaner, Elisa Innerhofer e Greta Erschbamer (a cura di), *Overtourism*, Londra, Routledge, pp. 67-78.
- Weis Tony (2015), *Meatification and the Madness of the Doubling Narrative*, in «Canadian Food Studies/La Revue Canadienne des Études sur l'Alimentation», 2, 2, pp. 296-303.
- Wickens Eugenia (2017), *The Consumption of Cultural Experiences in City Tourism*, in «Tourism and Hospitality Research», 17, 3, pp. 264-271.
- Zukin Sharon (1993), *Landscapes of Power. From Detroit to Disney World*, Berkeley, University of California Press.

## Note

<sup>1</sup> Per limitazioni di spazio, si è inserita nel testo una ristretta selezione delle fotografie raccolte e curate nell'ambito del progetto. Una più ampia rassegna di immagini è disponibile sui siti web <http://www.lauraportinaro.com/urban-meatification/> e <http://www.lages.eu> (ultimo accesso: 9.III.2020).

<sup>2</sup> Non si ha qui lo spazio per presentare dettagliatamente le trasformazioni che hanno interessato negli ultimi anni il centro storico di Firenze nel più ampio contesto della città metropolitana (per un approfondimento, si veda Loda, 2010). A supporto dei ragionamenti sviluppati in questo articolo, ci basterà ricordare come la città abbia registrato una crescita costante dei flussi turistici, i quali hanno superato nel 2017 le 10 milioni di presenze secondo dati del Centro studi turistici di Firenze. La costante espansione del comparto turistico, che si accompagna a una concomitante progressiva diminuzione dei residenti stabili del centro storico – un fenomeno ulteriormente accentuato dal successo degli affitti turistici a breve termine su piattaforme quali Airbnb, che registra tassi di utilizzo tra i più elevati d'Italia – ha accentuato quella segregazione, peraltro comune a moltissimi contesti urbani europei e non solo, tra spazi centrali turisticizzati, spettacolarizzati e destinati a pratiche temporanee di consumo e i quartieri residenziali collocati fuori dal perimetro del centro storico.

<sup>3</sup> L'adozione di un approccio di ricerca fondato sulla fotografia si ricollega a un'ampia cornice teorica che ha ormai consolidato la contaminazione tra i linguaggi, gli approcci e le forme dell'espressione artistica e l'indagine geografica, etnografica e territoriale (per un inquadramento teorico, tra gli altri, si vedano: Driver, 2003; Ryan, 2003; Rose, 2003 e 2007; Bignante, 2011; Rossetto, 2015; per alcune recenti applicazioni in ambiti differenti, si vedano: Aru, Memoli e Puttilli, 2016; Cattedra e altri, 2018; Bonati e Portinaro, 2019). Pertanto, nel progetto

così come in questo testo, le immagini non assumono un valore meramente denotativo, quanto pienamente connotativo e partecipano al processo di indagine sia a livello di analisi sia di interpretazione.

<sup>4</sup> Tratto dalla presentazione delle attività dell'Accademia sul sito web [www.accademiadellafiorentina.com](http://www.accademiadellafiorentina.com). L'Art. 4 dello Statuto istitutivo, parimenti, recita: «Lo scopo primario "dell'Accademia" è lo studio e la celebrazione della "Fiorentina" quale creazione gastronomica espressione della più genuina "Fiorentinità" frutto dell'opera attenta e professionale di Allevatori, Beccai e Cuochi».

<sup>5</sup> In riferimento all'iter di candidatura della bistecca alla fiorentina, un rappresentante dell'Accademia rivela in sede di intervista: «stiamo definendo l'identità della Fiorentina».

<sup>6</sup> Un video significativo dell'«impresa astronautica» è disponibile su YouTube all'indirizzo: <https://www.youtube.com/watch?v=c3j2GhuFeO8> (ultimo accesso: 27.X.2019).

<sup>7</sup> Si ha qui solo lo spazio di segnalare come l'idea della Fiorentina come espressione dell'alimentazione locale rappresenti di per sé un'evidente forzatura. La base dell'alimentazione fiorentina e toscana più in generale era infatti vegetale, e la carne a disposizione delle famiglie non era certo costituita dalle parti nobili, ma prevalentemente da «quinto quarto» o carni bianche.

<sup>8</sup> Uno degli aspetti più controversi nella definizione del disciplinare per l'iter di candidatura UNESCO della Fiorentina riguarda esattamente la necessità di dissociarla dalla carne proveniente da animali di razza chianina. Limitare la «bistecca alla Fiorentina» alla razza chianina, di cui vi è una disponibilità limitata, potrebbe infatti determinare problemi di disponibilità della materia prima, ma soprattutto ridurrebbe il valore del gesto umano nella preparazione di una «buona bistecca» – vale a dire ciò che si intende salvaguardare – attribuendolo di fatto alle sole caratteristiche dell'animale. Nondimeno, dal punto di vista commerciale, l'ambigua sovrapposizione tra chianina e Fiorentina continua a costituire un imprescindibile ingrediente nella costruzione del «prodotto» turistico.

<sup>9</sup> È dunque inevitabile concordare con Cole (2007) quando auspica il superamento, anche in una prospettiva teorica, della contrapposizione fittizia tra autenticità e *commodification*, come se si trattasse di due fenomeni slegati e contrapposti: in realtà, l'idea di autentico nascerebbe esattamente dall'incontro tra processi di riconoscimento, identificazione e definizione e processi di valorizzazione.

<sup>10</sup> Ad esempio, per contrastare la proliferazione di esercizi di ristorazione nel centro storico di Firenze, la giunta comunale approvava, il 27 aprile 2017, un nuovo regolamento recante le «Misure per la tutela del centro storico UNESCO» (successivamente modificato dalla successiva deliberazione 58/2018), che impone un blocco di tre anni – limitatamente al perimetro del centro storico cittadino – all'apertura di nuove attività di somministrazione di alimenti e bevande, di commercio al dettaglio di generi alimentari e di attività artigianali o industriali di preparazione o vendita di prodotti del settore alimentare. Il regolamento è stato approvato con l'esplicita finalità di limitare fenomeni quali l'omologazione commerciale, la perdita del commercio di vicinato e dell'artigianato storico, i quali rappresenterebbero un potenziale fattore di rischio per l'integrità e l'autenticità del patrimonio culturale del centro cittadino (Bonati e altri, 2018).

