

## “TU VUO' FA' L'AMERICANO... MA SÌ NATO IN ITALY”: O PÃO DE HORÁCIO QUE FALIU UM MCDONALD'S

“TU VUO' FA' L'AMERICANO... MA SÌ NATO IN ITALY”: HORACE'S BREAD THAT BROKE A MCDONALD'S

Isabella Magalhães Callia<sup>30</sup>

RESUMO: O presente ensaio examina o caso de uma *focacceria* do sul da Itália, um pequeno estabelecimento de pães artesanais da família Digesù, que colaborou para o fechamento de uma filial da rede McDonald's. O ocorrido se presta a ilustrar dois fenômenos da contemporaneidade: o alimento deslocalizado, tema de pesquisa da antropóloga Gretel H. Pelto e a patrimonialização culinária, que a UNESCO ratificou na Convenção de Paris de 2003. Inicialmente é exposto o contexto no qual a observação das dinâmicas dos modelos alimentares se faz extremamente atual, sob os preceitos do historiador Massimo Montanari, do filósofo Paul Virilio e do sociólogo Claude Fischler. Quanto à metodologia, partiu-se de uma pesquisa de campo, em 2008, em que foram feitas visitas e entrevistas com o padeiro Digesù, seguida de pesquisa bibliográfica, que se utilizou também de artigos da imprensa, italiana e estrangeira. O material jornalístico permitiu discorrer sobre a forma pela qual a peculiaridade do fato foi explorada nos meios de comunicação, impregnando o tema de alegórico heroísmo, em que *focaccia* e *Big Mac* desempenham os papéis de Davi e Golias, contrapondo local e global, do *fatto a mano* e do *made in USA*. Tais antagonismos ressaltam parte das atuais dificuldades relacionadas ao ato de comer. Um ponto relevante da análise sobre este embate foi lançar luz sobre o histórico fascínio italiano do pós-guerra pelos ditos americanismos, que ocasionou uma relação de permissividade sociocultural, para tal, serviram de exemplos o filme “Un americano a Roma” e a canção “Tu vuò fà l'americano”.

PALAVRAS-CHAVE: alimento deslocalizado; alimento patrimonializado; cultura alimentar culinária; estudos da alimentação; Itália.

ABSTRACT: This essay examines the case of a southern Italian *focacceria*, a small establishment of Digesù family's artisan breads, which collaborated to the closing of a *McDonald's* local store. The event illustrates two contemporary phenomena: delocalized food, the research subject of anthropologist Gretel H. Pelto, and culinary patrimonialization, which UNESCO ratified in the 2003 Paris Convention. Initially, the context in which the observation of the dynamics of the food models exposed is extremely current, under the precepts of historian Massimo Montanari, philosopher Paul Virilio and sociologist Claude Fischler. As for the methodology, it started from a field research, in 2008, in which visits and interviews took place with the baker Digesù, followed by bibliographic research, which also used articles from the press, both Italian and foreign. The journalistic material allowed the analysis to discuss how the peculiarity of the fact was explored in the media, impregnating the theme of allegorical heroism, in which *focaccia* and *Big Mac* play the roles of David and Goliath, contrasting local and global, from *fatto a mano* and 'made in the USA'. Such antagonisms highlight part of the current difficulties related to eating. An important point of the analysis of this confrontation was to shed light on the Italian historical postwar fascination with the so-

<sup>30</sup> Doutoranda em Língua, Literatura e Cultura Italianas, pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (USP), bolsista CAPES. Pesquisadora e docente em História e Cultura da Alimentação. [isabellacallia@gmail.com](mailto:isabellacallia@gmail.com)

called Americanisms, which led to a relationship of sociocultural permissiveness. The film “Un americano a Roma” and the song “Tu vuò fà l’americano” were used as examples.

KEYWORDS: delocalized food; patrimonialized food; culinary culture; food studies; Italy.

A alimentação hoje dispõe de grande exposição nas mídias. Abordada através de heterogêneas perspectivas, tornou-se quase inevitável não refletir sobre o tema. Esta explícita, sob a forma de modelo, diferenças culturais e sociais de forma indissociável da trajetória de seu povo. Atualmente, graças às diversas mídias digitais, impressas e televisivas, é possível ser expectador das transformações das práticas alimentares, e, portanto, das transformações sobre o próprio conceito de identidade das sociedades, uma vez que

[...] toda cultura, toda tradição, toda identidade é um produto da história, dinâmico e instável, gerado por complexos fenômenos de trocas. [...] Os modelos e as práticas alimentares são o ponto de encontro de culturas diversas fruto da circulação de homens, mercadorias e tecnologias (MONTANARI, 2006, p. 159, tradução nossa).

Fluxos comerciais, influências ideológicas e culturais são inequívocos fatores de impacto e modificação dos conjuntos destas práticas nas sociedades. Para o momento presente, uma das mais relevantes tônicas que atuam nestas modificações é a velocidade com a qual elas ocorrem, e quando esta velocidade se torna uma *commodity* moderna, como denomina Paul Virilio em *Velocidade e Política* (1996), ela pode vir a ser considerada como um funesto “elemento civilizador”. Tais processos acelerados de hibridizações podem ocasionar a substituição e erradicação de conjuntos de práticas, ou seja, inteiros modelos alimentares.

Mas o caráter civilizatório do alimento em tempos remotos foi crucial para nos distinguir do estado de selvageria. O indissociável vínculo entre o homem e o ambiente remonta aos primórdios de sua presença na Terra. Analisar como se deu esta interação para compreender o que se come, de que forma, e por que, e desta forma buscar uma projeção futura da alimentação parece ser, para alguns, uma dedução lógica, para outros, algo imponderável. Um dos vetores-chave que pode nos fornecer pistas sobre tal perspectiva é a observação do desenrolar temporal da conexão entre o homem, o ambiente, e suas práticas alimentares.

Visando uma maior amplitude de resultados, se faz oportuno que esta observação seja feita em distintos períodos e territórios, e que não se perca de vista suas duas instâncias estruturantes: a relação íntima com o ato de nutrir-se e, portanto, de sobreviver, e seu caráter cultural, social e político incutidos no plano simbólico ligados à construção do gosto, como aponta a antropóloga Lilia Schwarcz:

[...] em um nível mais concreto simplesmente comemos - temos fome e nos saciamos -, de maneira mais abstrata produzimos valores e sentidos quando pensamos estar lidando apenas com a nossa satisfação e mera sobrevivência. Tudo isso porque o homem não sobrevive apenas, mas antes inventa significados para tudo o que faz (SCHWARCZ, 2005, p. 10).

O alimento é contemporaneamente matéria e símbolo e ao inventar significados se aproxima do divino. Nesta distinção ambos se complementam. Acerca destes valores relacionados ao alimento deve-se sublinhar que este se insere em um espectro amplo de caráter atávico, através do qual retrata um valor simbólico inerente ao homem, de ingerir o que é puro e íntegro (divino), da natureza (dádiva) e nutritivo (vida), do qual frutificam oferendas (LEVÍTICO, 23:15-22). O papel sacrificial desempenhado pela carne presente nos ritos das civilizações arcaicas e antigas constituía a manutenção do homem com o divino, e, portanto, patenteava “a dimensão cultural estruturante do sacrifício para a coesão da comunidade cívica” (ALBERT, 2009, p. 23). Encontra-se na base de toda civilização a concepção de que todo alimento é sagrado e de que foi por intermediação divina que o homem adquiriu as técnicas e o conhecimento para a transformação de algo em seu estado bruto para o processado (MONTANARI, 2006, p. 12). O homem ao assar, cozinhar, liquefazer, fermentar, moer, filtrar, depurar, e destilar, assumiu o controle de si, e conseqüentemente da natureza, civilizou-se.

A epopeia de Gilgamesh – o primeiro texto literário escrito conhecido, escrito na Mesopotâmia cerca de 4.000 anos atrás – narra que o homem ‘selvagem’ saiu de seu estado inferior somente depois do momento em que tomou conhecimento do pão (MONTANARI, 2006, p. 10, tradução nossa, grifos do autor).

Esta passagem da evolução humana, na qual o alimento representa seu veículo, estabelece que todo alimento seja uma dádiva e contemporaneamente fator civilizatório, seus atributos inerentes são, portanto, ‘bom’ e ‘positivo’. Esta materialidade benéfica faz do alimento elemento edificante. Dentro e fora de si, no corpo e no espírito.

Partindo destas premissas, e de que modelos e práticas alimentares são dinâmicos, observaremos dois fenômenos contemporâneos (e não pouco paradoxais): o do alimento deslocalizado, bem como a preocupação de sua patrimonialização.

Pela relevância reflexiva sobre a dinâmica dos modelos alimentares, e de ser sua observação crítica bastante atual, o objeto aqui escolhido para análise é o caso da padaria artesanal familiar, a *focacceria* de Luca Digesù, no sul da Itália, a qual colaborou para o fechamento de uma loja da cadeia *McDonald's*. Uma oportunidade para se ilustrar e discutir os dois fenômenos citados, “tentando compreender como a alimentação dialoga com novos

arranjos que perpassam por distintos níveis: familiares, redes ou grupos” (SUREMAIN; KATZ, 2009, p. 1).

Em maio de 2001, na cidade de Altamura, da região da Puglia, no sul da Itália, inaugurava a primeira loja da cadeia *McDonald's*. Os enormes arcos amarelos de neon acesos 24 horas, tão altos quanto as torres da catedral do século XIII, destoavam da paisagem. Localizada na prestigiosa praça central, a piazza Zanardelli, a lanchonete devidamente climatizada, possuía quinhentos e cinquenta metros quadrados e contava com a chegada do verão para garantir uma próspera inauguração. Miravam o público da cidade, então com sessenta e cinco mil habitantes, e os turistas de passagem, na maioria estrangeiros. Foi feita uma maciça campanha publicitária por toda a região. A meta era ambiciosa: fazer daquela loja a primeira de muitas, seguindo uma política expansionista, própria da empresa, pelas cidades próximas de médio porte. Contudo, em vinte meses a loja encerrou suas atividades. A notícia circulou por diversos jornais nacionais e internacionais. Os títulos das matérias ilustram o tom dado ao acontecimento: “Padeiro arranca o couro de *McDonald's*”, na primeira página do jornal francês, abertamente antiglobalização, *Libération*, “O padeiro que derrotou *McDonald's*”, no *Times* londrino, “Mas, que hambúrguer? Melhor o *cardoncello!*”, fazendo referência ao apreciado cogumelo da região, na revista italiana *Panorama*, “Altamura, um, Estados Unidos, zero”, em *Il Giornale*, “O pão é reconhecidamente bom, mas matou o *McDonald's*”, no *The New York Times*, dentre outros, contrapondo localismo e globalização, artesanato e multinacional, unicidade e reprodutibilidade, Davi e Golias, *focaccia* e *Big Mac*.

“Com o mastro como um totem, o *McDonald's* estava pensando em nos cercar! Mas fomos nós que os cercamos e os bombardeamos com salsichas, focacce e pão local. Nós conseguimos repeli-los” (JOZSEF, 2006, tradução nossa). São as palavras de Pepe Onofrio, presidente de uma associação criada para tutelar a cultura alimentar local, ao jornal francês *Libération*, em 2006, sob o título: “Le boulanger a eu la peau de McDo - A Altamura, un artisan a contraint la multinationale à la fermeture, grâce à ses produits de qualité” (“O padeiro que tirou a pele do *McDonald's* – Em Altamura, um artesão fez fechar a multinacional, graças aos seus produtos de qualidade”). Onofrio será um dos personagens a contar o caso no *docufiction* “Focaccia Blues”, de 2009, dirigido por Nico Cirasola.

Antes de sua derrota, a filial inicialmente recebeu uma boa clientela, movida pela curiosidade e pela atração que o *American Way of Life* pode evocar nos raros pequenos núcleos urbanos ainda isentos das redes de *fast-food*. Uma inevitável (e irresistível) referência a este fascínio histórico, que exemplifica a porosidade cultural em relação aos americanismos, é o clássico do cinema italiano *Un Americano a Roma*, de 1954, dirigido por Stefano Vanzina. Nele, o ator romano, Alberto Sordi, satiriza a predisposição italiana no período do pós-guerra em supervalorizar os costumes americanos. Vistos e

retratados sempre no papel do ‘mocinho’ no cinema, nas revistas e nos quadrinhos, em detrimento da apreciação da cultura local – de fato, então bastante devastada - como se esta fosse ‘atrasada’. Para tal, segundo o personagem do filme, devia-se falar inglês, vestir-se à americana, saber jogar *baseball*, admirar os *cowboys*, fumar os cigarros *Camel*, dançar *rock’n roll* e beber *whisky and soda*.

Os Estados Unidos, já na filosofia de produção de Henry Ford, eram uma sociedade de consumo, que desfrutava de salários suficientes para um bem-estar modesto, que também gastava o que ainda não ganhara na compra de bens. Era um modelo social: os Estados Unidos, o país da democracia por excelência, haviam criado uma sociedade de massa na qual o novo protagonista social criado pela indústria e pelo consumo, a massa, dirigia o caráter e as escolhas de todo o país. Finalmente, era um modelo cultural: nesse sentido, o americanismo significa democratização da cultura, abolição da cultura de elite, afirmação da indústria cultural: uma cultura baixa e padronizada que poderia ser consumida por todos com facilidade. Na Europa pós-guerra, o americanismo era acima de tudo um modelo de bem-estar generalizado, de abundância, de otimismo, de pragmatismo, de afirmação individual, de Coca-Cola, cinema e quadrinhos, de emancipação das mulheres e mobilidade social, de igualitarismo no modo de vida e modernidade (DIZIONARIO DI STORIA MODERNA E CONTEMPORANEA, tradução nossa).

Sordi, que em seu personagem encarna todos estes ideais, não tirando jamais seu boné de baseball, em uma cena antológica do filme, ‘discute’ com aquele que talvez represente o maior símbolo da cultura alimentar italiana: um prato de *spaghetti*. À noite, sozinho, ele se senta na cozinha dos pais para jantar e, à sua frente está um abundante prato de *spaghetti*, ao qual ele pergunta “Che mi guardi? [...] Mi sembri un verme!” (“Tá olhando o quê? Você me parece um verme!”). Em voz alta ele diz preferir a refeição dos fortes, que ele mesmo começa preparar: leite, iogurte, pão, geléia e mostarda. Passa/derrama tudo sobre uma fatia de pão, balbuciando palavras inventadas em inglês, e exaltando a potência dos americanos: “Questa robba magnano gli americani, robba sana, sostanziosa” (“Isso é o que comem os americanos, coisa boa, substanciosa”), contudo, ao dar a primeira mordida rapidamente se dá conta que nada daquilo lhe agrada o paladar, pelo contrário, lhe causa náusea, e imediatamente cospe, maldizendo o gosto ruim, e vai colocando-os um a um no chão (ou seja, abaixo do prato de *spaghetti*), o leite para o gato, a geléia ao rato, e assim por diante. Desta forma, Nando Moriconi (corruptela de Mericano - americano) sentencia o prato de spaghetti, sempre em dialeto romano: “Maccarone, m’hai provocato e io ti distruggo adesso, maccarone! Io te magno...” (“Macarrão, você me provocou e eu te destruo agora, macarrão! Eu te devoro!”). E ataca voluptuosamente o prato de spaghetti, intercalando com goles de vinho tinto direto do gargalo, concluindo: “...Sono americano

io!” (“...Eu sou americano!”). Nando Moricone é americano em tudo, menos à mesa.

A sátira evidencia o quanto o valor simbólico associado à força da cultuada cultura americana contaminou os hábitos e costumes do imaginário italiano. Outro bom exemplo é a canção em dialeto napolitano, que virá logo depois do filme, “Tu vo’ fa’ l’americano”, escrita e interpretada pelo napoletano Renato Carosone, em 1956, e fará grande sucesso.

Puorte o cazone cu 'nu stemma arreto  
'Na cuppulella cu 'a visiera alzata  
Passe scampanianno pe' Tuleto  
Camme a 'nu guappo pe' te fa guardà  
Tu vuò fa l'americano  
Mmericano! Mmericano  
Siente a me, chi t'ho fa fa?  
Tu vuoi vivere alla moda  
Ma se bevi whisky and soda  
Po' te sente 'e disturbà  
Tu abballe 'o roccorol  
Tu giochi al basebal'  
Ma 'e solde pe' Camel  
Chi te li dà?  
La borsetta di mammà!  
Tu vuò fa l'americano  
Mmericano! Mmericano  
Ma sì nato in Italy  
Siente a mme  
Non ce sta' niente a ffa  
O kay, napolitan!  
Tu vuò fa l'american  
Tu vuò fa l'american... (CAROSONE, 1956)

A um certo ponto a canção diz: “[...] Você caminha todo bonitão para ser visto / [...] Você quer seguir a moda / Mas se você bebe whisky e soda / Você passa mal [...]”, enfatizando que o álcool do modelo alimentar italiano por primazia não é o whisky, mas o vinho. Carosone parece querer resignar os tantos ‘Nandos’ italianos de que: “Você se faz de americano/ Americano, americano / Mas nasceu na Itália / Nada vai mudar isso / Okay, napolitano!”. Tanto na cena à mesa com Alberto Sordi, quanto na canção de Carosone a mensagem é clara: “Nós, italianos, podemos até nos travestir de americanos, mas nosso estômago não!”.

Esta hibridização cultural, e particularmente através do modelo alimentar industrial americano, se intensificou com o passar do tempo, em um silencioso e tentacular processo de propagação das redes de fast-food, afetando inevitavelmente os hábitos dos modelos alimentares vigentes. Uma de suas consequências é o alarmante dado estatístico em que a Itália encontra-

se entre os países europeus com maior índice de obesidade infantil devido aos maus hábitos alimentares ligados a redes de fast-food e alimentos industrializados. Uma matéria do jornal *La Repubblica* de outubro de 2019 afirma que de 2000 a 2016, a porcentagem de crianças com excesso de peso entre 5 e 19 anos dobrou de 1 em 10 para cerca de 1 em cada 5. A porcentagem de crianças com excesso de peso entre 5 e 19 anos é de 36,8%, com um aumento de 39,1% em relação a 1990. O que nos direciona à inevitável pergunta: Não fossem os fast-food vindos da América e a comida industrializada, estariam estas crianças (e adultos) com problemas de saúde, comendo o que lhes é local? Ou, ao menos, o que pertence ao seu próprio modelo? Mas, os modelos alimentares não são fruto de trocas, interações, apropriações e exclusões? Não há como freá-las. O caso do rápido falimento do McDonald's de Altamura poderia ter tido outro desfecho, e mais comum: o estabelecimento duradouro da novidade, do panino americano. Um sanduíche com um hambúrguer dentro, elemento estrangeiro, que não é salame, prosciutto, mortadella, ou speck. Na Itália não há condições topográficas para a pecuária extensiva. Então, inicialmente comer hambúrguer era uma prática importada, deslocalizada, como denominaria a antropóloga Gretel H. Pelto.

Em seu artigo "Diet and Delocalization: Dietary Changes since 1750", de 1983, o processo de deslocalização dos alimentos é um fenômeno moderno, fruto da globalização. Trata-se do trânsito de alimentos de origens distantes, causado principalmente pelos deslocamentos de populações e das trocas que as acompanham, notoriamente evidenciado a partir do século XVI, com as grandes navegações.

Por "deslocalização" [...] nos referimos a processos nos quais variedades alimentares, métodos de produção e padrões de consumo são disseminados por todo o mundo em uma rede cada vez maior e intensificada de interdependência socioeconômica e política. Do ponto de vista de indivíduos e famílias em qualquer lugar do mundo, a deslocalização significa que uma porção crescente da dieta diária vem de lugares distantes, geralmente através de canais comerciais (PELTO, 1983, p. 507, tradução nossa).

Contudo, atualmente este processo tende a substituir não mais gradativamente, como antes, mas abruptamente, em termos temporais. Os produtos locais rapidamente vêm sendo substituídos pelos produzidos em larga escala, trazidos de fora, comprometendo a economia e a comunidade local bem como as memórias, tradições, e, portanto, a uma identidade de um povo. Tais transformações são potencializadas pela inimaginável, e lucrativa, velocidade temporal atual, denominada de commodity moderna, por Virilio.

Retomando ao caso de Altamura, pode-se considerar deslocalizado todo o modelo alimentar proposto pela franquia McDonald's naquele contexto. Um conjunto alimentar e mental novo, oriundo de uma cultura ligada ao

consumo imediato, sem legado algum no território local, sequer de ordem migratória, e também desprovido de apelo nutricional, que se faz valer de um valor de caráter simbólico: o da pretensa modernidade, atrelado ao conceito *fast-food*. No século XXI esta contaminação do *American Way of Life* nos âmbitos socioculturais e comerciais italianos encontra-se consideravelmente consolidada, o que leva aqui à hipótese de que uma multinacional americana do porte da rede *McDonald's* não considerou que, apesar do enorme apelo que a cultura americana ainda suscita na cultura italiana, a sólida tradição dos sabores e dos saberes codificados em suas comunidades pudesse se sobrepor.

Superada o entusiasmo do período inaugural, a loja passou a ser menos frequentada. Para recuperar o público, inúmeras iniciativas foram adotadas, promoções para festas infantis, descontos nos preços, promoções nas vendas e mudanças na gestão da loja, e no quadro de funcionários. Sem resultados. O que ocorria era a diminuição do consumo. O público comprava os pães e sanduíches de *salame*, *prosciutto*, *salsiccia*, do pequeno estabelecimento comercial do padeiro Digesù e ia consumir confortavelmente nas mesas e cadeiras da espaçosa loja climatizada. Durante os dias escaldantes de verão, era comum ver grupos de velhinhos sentados, lendo calmamente o jornal, no frescor do ar condicionado. O local passou a ser apreciado pela infraestrutura que oferecia e faliu.

Luca Digesù, padeiro de profissão, descendente de uma família que atua no setor desde 1838, possui nas proximidades da praça principal uma pequena *focacceria*, de forno a lenha, a “Antica Casa Digesù”, onde são produzidos produtos típicos da região. Seu estabelecimento se destaca dos demais pela qualidade da matéria-prima utilizada e pelo respeito às formas tradicionais de preparo de seus pães, *focacce*, *taralli*, *friselle*, e outras variedades da região. A ancestral tradição ligada ao pão é um diferencial da região e, talvez, ter ignorado, ou desconhecido, este relevante dado tenha sido o erro fatal da empresa americana.

Devido a privilégios climáticos, geográficos e topográficos, a microrregião onde se encontra a cidade de Altamura, chamada Murgia, abriga núcleos urbanos já desde os tempos pré-históricos com inúmeros sítios arqueológicos. Ficou internacionalmente conhecida em 1993 pelo raro caso de ter sido encontrado o esqueleto completo de um hominídeo paleolítico, *Homo Arcaicus*, batizado de “Uomo di Altamura”.

A tradição da fabricação comunitária de um pão de qualidade apresenta testemunhos documentais antiquíssimos. Na primavera de 37 aEC o imperador Otaviano organizou uma delegação diplomática liderada pelo político Caio Cílnio Mecenas para presidir negociações em Brindisi. Mecenas, com intuito de tornar a viagem mais agradável, convidou seus estimados poetas Virgílio, Propércio e Horácio para o acompanharem. A viagem de Roma a Brindisi seguiu pela Via Appia, cruzando as regiões do Lácio, Campania, Basilicata e Puglia, por cerca de 580 km. Esta era então a mais importante via



de acesso ao porto de Brindisi, portanto, à Grécia e ao Oriente. Durante o percurso, Horácio tomou notas em um diário de viagem, que chamou de “Iter Brundisinum”. Ao cruzar a Murgia, sua região natal, o poeta de Venosa então com 28 anos, deixou um precioso registro exaltando a qualidade do pão local: “[...] sed panis longe pulcherrimus, ultra callidus ut soleat umeris portare uiator”, que na tradução para o italiano de Alessandra De Paolis: “[...] il pane è di gran lunga il migliore, tanto che il viaggiatore accorto ha l’abitudine di portarsene in collo per il prosieguo del viaggio [...]” (“o pão é de longe o melhor, de tal forma que o viajante perspicaz tem o hábito de levá-lo consigo pelo resto da jornada”), do Livro I, Sátira V, (2008, p. 4).

Há também inúmeros relatos sobre a panificação em documentos clericais. Em um deles, de 1420, se sanciona a abstenção das taxas sobre o pão destinado ao clero, e há registros sobre as taxas incidentes no uso dos fornos comunitários, nos estatutos municipais da cidade, no ano de 1527. Tais fornos resistiram até a metade do século XX, quando, ao amanhecer, ainda se ouvia o grito do padeiro pelas ruas escuras, a distribuir o pão de cada família, assado nos fornos públicos. Para diferenciá-los, cada família possuía um símbolo que era desenhado sobre o pão.

Foi, portanto, neste contexto de sociedade agropastoril da região da Murgia, que nasceu a forma típica da produção do pão de Altamura. Este pão surge como o pão dos pastores e agricultores, feito com quatro tipos autóctones de *grano duro*, com a água nascente no território e assado com a lenha oriunda dos bosques de oliveiras e amendoeiras locais, que lhe confere o perfume e o sabor característicos. Tais atributos únicos e marcantes ocasionarão seu reconhecimento em 19 de julho de 2003, pelo Conselho da União Europeia, como o primeiro pão europeu oficialmente D.O.P., de “Denominazione di Origine Protetta”, o equivalente ao D.O.C. dos vinhos. O tamanho grande, a forma redonda, a casca grossa, crocante e escura, o miolo aerado e perfumado, de cor amarelada, e a sua durabilidade - características que se preservam por até quinze dias, e por este motivo Horácio sugeria fazer ‘estoque’ do pão para prosseguir viagem - o tornaram conhecido e apreciado. O pão D.O.P. de Altamura pode ser produzido apenas no interior de sua região, com os grãos colhidos exclusivamente em sua área de origem, sob a garantia do Conselho Tutelar local, que controla rigorosamente as normas a serem respeitadas. A patrimonialização culinária é uma iniciativa da UNESCO, que em 2003, na Convenção em Paris, ratificou a “Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial”, como se lê no trecho:

[...] Considerando a importância do patrimônio cultural imaterial, crisol da diversidade cultural e garantia do desenvolvimento sustentável, como se destaca na Recomendação da UNESCO para a Salvaguarda da Cultura Tradicional e do Folclore, de 1989, na Declaração Universal da UNESCO sobre a Diversidade Cultural, de 2001 e na Declaração de Istambul de 2002 adotada pela Terceira Mesa Redonda dos Ministros da Cultura [...] (UNESCO, 2003).

O intuito é o de preservar a produção e os processos de produtos alimentares, restringindo sua produção à sua área geográfica, documentando processos únicos de transformação e execução em seu local originário, preservando a tradição. Isto determinaria suas características dentro de seu território. Tal iniciativa visa resguardar o patrimônio cultural, como define Raul Lody durante o “II Seminário Comida e Patrimônio de 2011”, em Recife: “A ação patrimonial sobre a comunidade, e todos os valores que estão agregados a ela, leva ao entendimento do seu valor não apenas biológico, mas também simbólico” (UFPE, 2011).

Ao observar a relação entre o do pão (posteriormente) patrimonializado e o *Big Mac* deslocalizado, dentro do contexto específico de Altamura, percebe-se que o ato de comer encontra-se profundamente enraizado na mentalidade e na cultura locais. Como já mencionado, hoje é praticamente impossível não refletir sobre as práticas alimentares. Com o atual excesso de informações por todos os meios de comunicação, deve-se ‘saber’ comer, deve-se, inclusive, ser competente ao fazê-lo, fazer escolhas e se valer também das crenças e valores adquiridos. O conceito que o sociólogo da alimentação, Claude Fischler cunhou como *gastro-anomia*, em 1979, explica que “[...] as pessoas se sentem desconfortáveis e cheias de medos e conflitos sobre o que deveriam comer e como deveriam comer” (FISCHLER, 2001, p. 237). Devemos experimentar o novo? O que ele pode me trazer? Qual seu significado social? É o alimento dos vencedores o ‘bom’ e ‘positivo’? Seria melhor ou pior do que o que eu como? Quais seriam os critérios para poder julgar?

Os modelos alimentares, ao sofrerem influências externas, se transformam. Às vezes diferentes modelos coexistem, em outras circunstâncias o modelo local se hibridizará, podendo se modificar, se desarticular ou desaparecer. Nestes lentos processos de transformação, e às vezes nem tão lentos, pois “a imediatidade do presente tem primazia sobre o passado e sobre o futuro” (VIRILIO, 2000, p. 61-62), as comunidades afetadas entram em um estado de desorientação, entre rejeitar o novo, o desconhecido ameaçador da ordem de como as coisas são e a curiosidade pelo inexplorado, pelo possivelmente bom, melhor e mais moderno. Este desejo de modernidade e progresso que Virilio chama de “causador de desastres”, no documentário “Paul Virilio: Penser la Vitesse”, de Stéphanie Paoli, de 2008.

Quando estes movimentos ocorrem dentro do espaço de uma metrópole, são ‘deglutidos’ mais rapidamente e vividos de disfarçada forma diluída, graças à diversidade plural de seus habitantes, podendo modificar ou aniquilar modelos e práticas alimentares de forma menos notória, ou integrar-se à elas. Numa comunidade de forte identidade cultural ligada ao seu território, à sua alimentação e às tradições, esta situação pode ser diferente.

Interessante pensar que, uma vez que “o homem come significados e partilha com seus pares uma infinidade de representações no ato de comer” (FISCHLER, 2001, p. 239, grifos do autor), no raro caso da vitória do pão tradicional local, a tônica é a ênfase no próprio reconhecimento do pertencimento, do comportamento tradicional ligado às práticas alimentares e na identidade cultural que se fez valer. Os significados relevantes para aquela comunidade são a sua própria raiz, a própria história. Como comenta Alberto Tosi, na matéria jornalística de 2017, “*Focacce* contra hamburger: assim Altamura há doze anos derrotou McDonald’s”: “Os cogumelos *cardoncelli*, a focaccia e muitos outros produtos, constituem e produzem riqueza territorial em todos os sentidos, eles criam bem-estar para a população com sua simplicidade natural combinada com técnicas refinadas em séculos de trabalho, sem deixar de mencionar a herança cultural inestimável”. E, de fato, este reconhecimento, e importância, dados à própria cultura ocasionou também na sua patrimonialização.

Pode-se arriscar a afirmação de que a patrimonialização seja uma das consequências dos malefícios causados pela ação dos alimentos/modelos alimentares deslocalizados. É o risco de desaparecimento de determinados produtos, causado pelo chamado ‘progresso’, que fez necessária a patrimonialização de alimentos.

Igualmente vale recordar que, como afirma Montanari, nada é estático e uma positiva situação de proteção hoje, amanhã pode estar em risco. Mesmo os produtos patrimonializados sofrem ameaças devido a interesses comerciais e políticos dos territórios. As agriculturas tradicionais são vistas como “defeituosas” e sofrem pressão constante da industrialização crescente da agricultura, sob o rótulo de “pouca produtividade” dado às elas, principalmente por não corresponderem aos padrões de tamanho das máquinas agrícolas e à falta de uniformidade (na realidade, seu ponto forte), como observa Antonio Canciullo, na matéria “O pão de Altamura está em risco, os grãos tradicionais estão desaparecendo”, no jornal *La Repubblica*, de 2014. A luta pela preservação de identidades culturais esteve e estará em perene risco, por distintas ameaças. Seja humana, seja climática. O caso aqui comentado, para além de uma filial McDonald’s derrotada por um pão D.O.P., pode-se dizer que o hambúrguer foi derrotado pela mentalidade de uma cultura gastronômica que tem predileção pela focaccia, pelo pão com salame, pela massa, e pelo vinho, como já exaltava o poeta Horácio em seus versos, e Nando Moriconi, ao fazer os italianos rirem de si mesmos.

## REFERÊNCIAS

CAROSONE, Renato. *Tu Vo' Fa' l'Americano*, 1956. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BqIJwMFtMCs>. Acesso em: 10 dez. 2019.

CIANCIULLO, Antonio. A rischio il pane di Altamura i grani tradizionali scompaiono. *La Repubblica*, 28 mai. 2014. Disponível em: [http://www.repubblica.it/ambiente/2014/05/28/news/pane\\_altamura\\_rischio-87498538/](http://www.repubblica.it/ambiente/2014/05/28/news/pane_altamura_rischio-87498538/). Acesso em: 29 mai. 2014.

DIZIONARIO DI STORIA MODERNA E CONTEMPORANEA (ed.). Edizioni Scolastiche Bruno Mondadori. Disponível em: <https://keynes.scuole.bo.it/sitididattici/forestoria/dizionario/a/a061.htm>. Acesso em: 10 dez. 2019.

FISCHLER, Claude *apud* GOLDENBERG, Mirian. Cultura e gastro-anomia: psicopatologia da alimentação cotidiana. Entrevista com Claude Fischler. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 17, n. 36, p. 235-256, 2011.

HORÁCIO. *Sátiras*. Livro I, Sátira V, 1814. Disponível em: [https://it.wikisource.org/wiki/Satire\\_\(Orazio\)/Libro\\_I/Satira\\_V#pagename26](https://it.wikisource.org/wiki/Satire_(Orazio)/Libro_I/Satira_V#pagename26). Acesso em 28 mai. 2014.

IL PRIMATO NAZIONALE (ed.). Focacce contro hamburger: così Altamura da dodici anni sconfigge McDonald's, 29 out. 2017. Disponível em: <https://www.ilprimatonazionale.it/approfondimenti/focacce-contro-hamburger-altamura-sconfigge-mcdonalds-74831/>. Acesso em: 10 dez. 2019.

JOZSEF, Eric. Italie : le boulanger a eu la peau de McDo. *Libération*, 3 jan. 2006. Disponível em: [https://www.liberation.fr/planete/2006/01/03/italie-le-boulangier-a-eu-la-peau-de-mcdo\\_25189](https://www.liberation.fr/planete/2006/01/03/italie-le-boulangier-a-eu-la-peau-de-mcdo_25189). Acesso em: 10 dez. 2019.

KATZ, Esther; SUREIMAN, Charles-Édouard de. Modelos alimentares e recomposições sociais na América Latina. *Anthropology of Food*, ed. S6, 2009. Disponível em: <https://journals.openedition.org/aof/6431>. Acesso em: 20 dez. 2019.

LAGATTOLLA, Enrico. La «guerra» del pane di Altamura; Così un fornaio batte McDonald's. *Il Giornale*, 4 jan. 2006. Disponível em: <http://www.ilgiornale.it/news/guerra-pane-altamura-cos-foinaio-batte-mcdonald-s.html>. Acesso em: 27 mai. 2014.

LEVÍTICO 23:15-22. In: BÍBLIA SAGRADA. Editora Ave Maria, 1959.

LODY, Raul *apud* UFPR (ed.). Seminário discute a comida como Patrimônio da Humanidade, 2011. Disponível em: [https://www3.ufpe.br/proexc/index.php?option=com\\_content&view=article&id=967:seminario-discute-a-](https://www3.ufpe.br/proexc/index.php?option=com_content&view=article&id=967:seminario-discute-a-)

[comida-como-patrimonio-da-humanidade&catid=13&Itemid=122](#). Acesso em 12 ago. 2015.

MORGOGLIONE, Claudia. Così il panettiere sconfisse McDonald's E la storia (vera) adesso diventa film. *La Repubblica*, 22 mai. 2007. Disponível em: [https://www.repubblica.it/2007/05/sezioni/spettacoli\\_e\\_cultura/panettiere/panettiere/panettiere.html](https://www.repubblica.it/2007/05/sezioni/spettacoli_e_cultura/panettiere/panettiere/panettiere.html). Acesso em: 10 dez. 2019.

PELTO, Gretel H.; PELTO, Pertti J. Diet and Delocalization: Dietary Changes since 1750. *Journal of Interdisciplinary History; Hunger and History: The Impact of Changing Food Production and Consumption Patterns on Society*, Massachussets Institute of Technology, v. 14, n. 2, p. 507-528, 1983. Disponível em: <http://www.jstor.org/discover/10.2307/203719?uid=2&uid=4&sid=21104290409653>. Acesso em: 26 maio 2014.

SAMENGO, Francesco. Obesità in Italia: riguarda il 36% della popolazione tra i 5 e i 19 anni. *La Repubblica*, 15 out. 2019. Disponível em: [https://www.repubblica.it/cronaca/2019/10/15/news/italia\\_bambini\\_obesi\\_unicef-238581950/](https://www.repubblica.it/cronaca/2019/10/15/news/italia_bambini_obesi_unicef-238581950/). Acesso em: 22 nov. 2019.

SCHWARCZ, Lilia M. Prefácio. In: SILVA, Paula Pinto e. *Farinha, Feijão e Carne Seca: Um tripé culinário no Brasil Colonial*. São Paulo: Editora Senac, 2005. p. 10.

UN AMERICANO A ROMA. Direção: Stefano Vanzina. Itália: Minerva Film, 1954. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=39FPVL28mLg>. Acesso em: 10 dez. 2019.

UNESCO, 2003, Paris. Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial. Disponível em: [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000132540\\_por](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000132540_por). Acesso em: 10 dez. 2019.

VIRILIO, Paul. *Velocidade e política*. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

\_\_\_\_\_. *Cibermundo: a política do pior*. Lisboa: Editorial Teorema, 2000.

Recebido em 19.12.2019

Aceito em 29.12.2019