



Agriregioneuropa anno 13 n°50, Set 2017

Si scrive agro-alimentare si legge cultura

Francesco Musotti ^a

^a Università di Perugia

Introduzione¹

La nozione di cultura è per sua natura complessa e ramificata, materia ideale e intrigante della percezione fine (flessibile) di antropologi, geografi, sociologi e storici, quanto ostica, perché sfuggente e poliforme, per l'economista, addestrato alle regole formali che governano la trasposizione aritmomorfica (sia essa matematica o statistica), direbbe Georgescu-Roegen, dei propri oggetti di studio.

Un autorevole sociologo (Crespi 2002) ricorda come siano state censite più di centocinquanta definizioni di cultura, riconducibili ad undici tipi. E ne seleziona testualmente una del 1871, elaborata dall'etnologo Tylor, per il quale cultura sarebbe: "quel complesso di elementi che comprende conoscenze, credenze, arte, morale, leggi, usi e ogni altra capacità e usanza acquisite dall'uomo in quanto membro di una società" (Tylor 1920[1871]).

Gli sviluppi dell'economia istituzionale dei decenni più recenti coprono buona parte di tale definizione (credenze, morale, leggi, usi, usanze) e rappresentano una prima importante porta d'accesso della scienza economica alla comprensione dei condizionamenti comportamentali che la cultura immette nello svolgimento dell'attività economica. Altra cosa, rispetto ai condizionamenti comportamentali (formali e informali), sono gli aspetti della cultura incorporati in elementi cognitivi e creativi (conoscenze, arte, capacità).

Gli elementi cognitivi, in senso generico, sono studiati su un altro versante abbastanza recente della scienza economica, per il quale si usano due definizioni in qualche modo complementari: economia della conoscenza ed economia dell'innovazione.

In questo affollato panorama, che senso può assumere l'emersione di un'altra sezione di pensiero, che si definisca economia della cultura? E' la risposta ad un'esigenza vera, posta da nuovi fenomeni e magari anche da una più sottile capacità di cogliere aspetti rilevanti del mondo, o l'ennesimo frutto di un'accademia (più o meno globalizzata) che non smette di sminuzzare artificialmente il sapere per moltiplicare le cattedre?

Se cultura (nella sua componente cognitiva) e conoscenza fossero coincidenti, avremmo giusto coniato due etichette per la stessa cosa. Ma in realtà questa coincidenza non esiste. Tutto ciò che definiamo cultura è certamente conoscenza (più o meno alta). Viceversa non tutta la conoscenza è cultura (nel senso di Tylor). Il sapere di un premio Nobel, comprensibile per una minuscola comunità di studiosi (scoperta o invenzione), il sapere contenuto in un nuovo brevetto (innovazione codificata) o proprio della manodopera e dei tecnici di un'impresa (sapere tacito privato) non diventano cultura, finché non permeano, nelle forme possibili, il *sapere sociale* (anche di una circoscritta società locale). La cultura si apprende, e si produce, in quanto membri di un gruppo umano, la conoscenza non ancora metabolizzata in cultura, si apprende esclusivamente in istituzioni specializzate. Gli aspetti cognitivi della cultura (il sapere sociale) e le nozioni relative all'arte (cioè alla creazione di cose materiali e *performance* artistici) sono parte del patrimonio di conoscenza di cui gli operatori economici di un certo gruppo umano organizzato dispongono. Essi si connotano per la loro matrice (socializzata, spesso comunitaria, e/o grandemente creativa), per le caratteristiche dei prodotti (ad alta differenziazione) estetico-simboliche, o di gusto organolettico, in cui s'incorporano e per i modi (collettivo-relazionali) di fruizione degli stessi prodotti (beni materiali o *performance*).

Due possibili economie della cultura

I sistemi economici ricchi si qualificano in quanto tali perché le loro "macchine produttive" sono chiamate a soddisfare (in termini relativi) sempre meno bisogni primari (fisiologici) e sempre più gusti e desideri, nella formazione dei quali l'ambiente di vita quotidiano della persona-consumatore, l'intreccio delle sue relazioni (cognitive, valoriali, ricreative, rituali) con altre persone, svolge un ruolo determinante.

A corollario di simile tendenza, la cosiddetta economia della cultura è entrata a pieno titolo nel vasto arsenale della scienza

economica. Il suo primo manuale risale a oltre quindici anni fa (Throsby 2001) e l'edizione da parte di Elsevier di un autorevole *handbook*, a oltre dieci (Ginsburg - Throsby 2006). A connotarla, prima che i lineamenti teorici e la tecnica di analisi è l'oggetto: produzione (economia dei processi produttivi), gestione (economia del patrimonio), scambio (economia dell'impresa e dei mercati) consumo (economia del consumatore) di beni o *performance* ad esclusivo, o comunque rilevante contenuto culturale (artistico e/o creativo e/o simbolico).

Come altre aree con essa "confinanti" della scienza economica (*in primis* economia dello sviluppo locale, economia della conoscenza, economia dell'ambiente, economia del patrimonio) si offre a due vie di concettualizzazione.

Da un lato abbiamo un approccio "riduttivo", per il quale economia della cultura significa adattamento della teoria *mainstream* all'analisi delle produzioni che, in virtù di elementi di unicità piuttosto che di rarità e attinenti sia ai fattori di produzione, che alle caratteristiche degli *output*, danno luogo ad un macrosettore a se stante, il macrosettore, appunto, culturale. Tale approccio scaturisce pari pari dai postulati metodologici attraverso i quali Robbins (1932) ha inquadrato il lavoro dell'economista. Le attività culturali, consumatrici di risorse come qualsiasi altra, anche laddove non fossero dirette a servire un mercato (cioè un fruitore pagante), non possono non costituire oggetto di studi aventi l'obiettivo di ottimizzare l'uso di quelle risorse.

Secondo un'altra prospettiva, a nostro avviso più condivisibile e stimolante, l'economia della cultura riguarda, invece, una concettualizzazione e un'analisi molto più ampie e non molto conciliabili coi principi della teoria economica *mainstream*.

Più ampie perché a beni e *performance* culturali *stricto sensu* sono assimilabili altri beni, il cui contenuto di risorse naturali ad elevata peculiarità e/o di conoscenza materiale e immateriale (tanto dal lato della produzione, quanto dal lato del consumo) possiede un valore, appunto, culturale convenzionalmente misconosciuto.

Economia della cultura agro-alimentare

Se questa estensione ha senso, le due sfere che in primo luogo ne vengono assorbite sono quella dei patrimoni ambientali e paesaggistici (riprodotti dal presidio antropico, meglio, da un particolare presidio antropico) e quella delle attività agro-alimentari, intese sull'intera lunghezza delle varie filiere: dalle pratiche colturali e d'allevamento alle idee degli *chef*.

Ci riferiamo in primo luogo ai beni che appartengono al cosiddetto patrimonio naturale, che l'Unesco, nel 2009, ha assimilato a beni e *performance* inserite dalla classificazione per cerchi concentrici di Throsby (2008) all'interno del *core* stesso della conservazione-produzione culturale.

Ci riferiamo non di meno a *specialities* (beni agro-alimentari "firmati", gastronomia inclusa!), che materializzino una progettazione industriale, il *food design*, incentrata sulla conoscenza scientifica codificata e di competenze creative specializzate, o saperi che hanno una matrice di conoscenza tacita, a forte specificazione territoriale (conoscenza contestuale), nei cosiddetti giacimenti enogastronomici (d'ora in poi "giacimenti").

Nel primo caso abbiamo prodotti capaci di attrarre i consumatori grazie ad un potere simbolico, e, più in generale, grazie a caratteristiche proprie di uno stile di vita. Nel secondo, invece, si tratta di specialità storico-locali, che comportano per i fruitori una vera e propria esperienza culturale, rispetto alla quale è necessario un processo di abilitazione cognitiva (formazione del consumatore esperto). Non si può apprezzare un certo vino, un certo formaggio, un certo salume e non si può "capire" il piatto originale di un *chef*, o il piatto tradizionale di un territorio lontano da quello in cui siamo cresciuti e viviamo se non si è stati educati convenientemente a farlo. Tutto ciò che concorre alla nostra dieta costituisce una componente molto grande di quella categoria di beni che si definiscono di gusto.

Le difficoltà concettuali-teoriche

Un'economia della cultura intesa in senso forte non soltanto avrebbe un orizzonte merceologico (e tecnologico) molto più grande. A nostro avviso la sua peculiarità maggiore deriverebbe piuttosto dal ricorso, necessario, a strumenti concettuali-teorici-analitici che non appartengono alla cassetta degli attrezzi della teoria *mainstream*.

Alcuni punti di questa messa in discussione emergono anche ad una lettura molto sommaria. Li accenniamo di seguito, avendo a riferimento gli oggetti di cui si è sempre occupata l'economia agro-alimentare.

Valore culturale versus valore economico

E' difficile conciliare il concetto di valore culturale, collocato naturalmente in un ambito non negoziabile della nostra vita e dell'esperienza relazionale che ci forma come persone, con il concetto di valore economico, che invece risiede per definizione nel mondo della negoziabilità. Una difficoltà che spinge, molti, a demonizzare addirittura l'idea stessa di un'economia della cultura, secondo il pregiudizio per il quale di cultura si possono occupare soltanto operatori estranei alla logica del profitto e per il quale da essa è estraibile, al massimo, qualche rendita (in primo luogo *via* turismo). In altri termini, secondo costoro, occorrerebbe tenere il più possibile distinti i valori d'uso (contemplativo!), e al limite di "non uso" (cioè di pura e semplice conservazione) dei beni culturali rispetto all'idea di valore di scambio delle merci. Nel caso dei beni agro-alimentari queste difficoltà sembrerebbero non porsi, perché si tratta di beni (riproducibili) a contenuto culturale e non culturali in senso stretto (irriproducibili). In realtà si pongono comunque, in qualche modo, perché spesso la spinta a fronteggiare il *boom* di una domanda inesperta (e omologante) induce allo scadimento proprio delle radici culturali. Basti pensare, per quanto riguarda la nostra gastronomia, al caso della *pizza*, il cui consumo sempre più diffuso è pure sempre più tristemente estraneo alle prerogative della sua ricetta originale napoletana. La discussione di simili

questioni appare impossibile, se non si attinge alla letteratura sui *commons*, con la sua carica “destabilizzante”, in primo luogo sul piano del metodo della scienza economica (Ostrom *docet*).

Patrimonio culturale versus capitale

E' impossibile conciliare la categoria di capitale culturale, su cui si dilunga il manuale di Throsby (2001), con quella meno abituale per gli economisti, di patrimonio culturale. Per patrimonio (culturale), superficialmente, si tende magari a considerare un sinonimo di capitale. Quando invece per capitale assumiamo i beni, siano essi materiali o immateriali, soggetti a logorarsi con l'uso, in tempi più o meno lunghi, mentre per patrimonio quella specie di beni che proprio grazie al loro uso tendono a perpetuarsi. Basti pensare a tutte le forme di patrimonio che coincidono con depositi di conoscenze produttive personali (saperi del fare). Le conoscenze personali (che in modo molto infelice definiamo capitale umano) non si consumano impiegandole (semmai vengono superate da altre conoscenze) e chi le trasmette non se ne spossessa. Trasmesse da operatore ad operatore si affinano, mutano e arricchiscono, (Rullani 2004), attivando e stimolando l'interazione collettiva, secondo i meccanismi della cosiddetta innovazione d'uso, che perviene a nuovi processi produttivi, o a nuovi prodotti, col trasferimento di pratiche tecnico-scientifiche anche molto annose in applicazioni diverse da quello in cui si sono formate (Rullani 2012). Gli stessi patrimoni naturali (fisici), ove ben governati, sono in grado di riprodursi ed espandersi. Riguardo a tutto ciò che attiene a simile categoria del patrimonio, molto avremmo da apprendere, prima, ed attingere, poi, dalla letteratura francese appunto sull'*economie du patrimoine culturel* e, più in generale, sui beni di gusto.

La modellizzazione teorica del consumo

E' difficile modellare formalmente il consumo dei beni di gusto. La loro natura di aggregati di caratteristiche (per quanto ci interessa: di cibi socialmente costruiti piuttosto che di alimenti-nutrienti), in virtù della quale un certo bene (es. vino) riesce soddisfare un bisogno primario (es. dissetarsi), un bisogno nutriceutico (es. prevenire il deposito di grasso nei vasi sanguigni), un desiderio culturale-cognitivo (scoprire organoletticamente, in modo addestrato con l'esperienza, il prodotto di certi terreni, attraverso piante allevate con certi saperi), un desiderio culturale-gastronomico (accompagnare un particolare piatto o fungere da ingrediente in una ricetta) e un desiderio culturale-simbolico (qualificarsi intenditori di una “classe” piuttosto che di un'altra). In quanto aggregato (*cluster*) di caratteristiche, il bene di gusto comporta il recupero della teoria del consumo di Lancaster (1971), che in termini tecnici non è maneggevolissima. Può apparire anche abbastanza artificiosa l'idea lancasteriana per cui un certo bene è un aggregato di caratteristiche, ciascuna delle quali può appagare, ovviamente in varia misura, più bisogni/desideri, il soddisfacimento dei quali, a sua volta, costituisce l'obiettivo di una singola attività di consumo. Ma certo una siffatta costruzione non appare più artificiosa, laddove è senz'altro più realistica, di quella che in un modello di equilibrio economico generale a la Arrow-Debreu riguarda il concetto di merce, per cui un dato bene, a certi data e luogo forma la merce A e lo stesso identico bene, ad altri data e luogo, forma la merce B.

La modellizzazione teorica della produzione

Altrettanto ostica si prospetta la modellizzazione della produzione, che già da molto tempo doveva fare i conti con la cosiddetta multifunzionalità e cioè l'ottenimento di *integrated specialities* (Becattini, Omodei Zonini 2003) coincidenti con un *mix* inscindibile di cibo, paesaggio e cultura. Sempre la natura di aggregato di caratteristiche del bene di gusto, cui si è accennato, dal lato della produzione, obbliga a ragionare su processi ad *output* congiunti, perché ciascuna caratteristica rappresenta un *output* distinguibile, sebbene non separabile, dagli altri. Su simili premesse, che delineano un problema di produzione, al tempo stesso, congiunta e multipla, nel quale i coefficienti di congiunzione-composizione del prodotto non sono fissi nemmeno nel breve periodo (da uno stesso sistema di vigneti, con tecniche differenti e modificando gli uvaggi, si possono ottenere elevate quantità di vino mediocre o minori quantità di un vino di qualità meno comune, ossia modificare il rapporto fra misura dell'output fisico e requisiti organolettici) diventa inevitabile il ricorso alla teoria di Georgescu-Roegen. Quindi districarsi fra sostituibilità e non sostituibilità (e implicitamente fra divisibilità e non divisibilità) di fattori fondo e fattori flusso, fra tecniche-ricetta e tecniche produttive. In questo caso non insorgono soltanto difficoltà di formalizzazione dei fenomeni in esame, ma si entra in una contraddizione di sostanza, a dir poco, lancinante coi presupposti della teoria *mainstream* della produzione (marginalista), che tende a non distinguere fra quantità dei fattori produttivi e livello di attivazione dei loro servizi e dunque ad aggiungere gravi errori concettuali al già troppo scarso grado di realismo dei suoi presupposti, in ispecie con riferimento ad un'attività, quella agricola, in cui tanta rilevanza ha un fattore-fondo (a contenuto biologico per di più) peculiare quale la terra (risorse naturali in senso lato).

La cultura fattore (e metafattore!) della produzione

Il fattore produttivo culturale, in se stesso, prima ancora cioè di entrare nel processo di produzione, secondo le diverse forme che esso è in grado di assumere, risulta particolarmente scomodo per l'inquadramento formale. Se il contenuto culturale di un bene da consumare ha, in genere, natura di bene privato, quando la cultura funge da *input* di una produzione i fatti si ingarbugliano non poco. Perché essa può depositarsi in una risorsa naturale secolarmente riprodotta dalla pratica agronomica o nel saper fare e nel saper organizzare (in una stessa unità produttiva o in più unità produttive collegate da rapporti *input-output*), che qualifica una lavorazione artigianale-manifatturiera. Nel primo caso assume i connotati di un bene comune (materiale), nel secondo di un bene pubblico locale (immateriale). Input simili, per i quali cioè non esista un mercato e che spesso risultano anche di difficile quantificazione fisica, come sono traducibili matematicamente in una *funzione di produzione* neoclassica o in un molto più sofisticato funzionale di produzione ex-teoria fondi e flussi? Certo tutto ciò che non sia quantificabile in modo esplicito attraverso la misura relativa a ciascun fattore di

produzione, gli econometrici in servizio permanente effettivo fanno ormai confluire nelle stime della magica Tfp (*total factor productivity*), l'ennesimo artificio con cui aggirare (meglio, tentare di aggirare...) l'ignoranza dei fatti, trasformandola in numeri comodi comodi. Ci assalgono almeno un paio di domande: quali e quanti fattori una certa tfp ha intercettato? Come separare (quantificandolo sensatamente) uno dagli altri?

L'innovazione

Le difficoltà appena accennate circa la cultura-fattore produttivo si associano ad altre non meno grandi, quando si ragiona sui processi dell'innovazione (quindi in senso dinamico-evolutivo). Se per i prodotti del *food design* (compreso il *branding*) la differenziazione continua è il risultato di un'attività di ricerca e sviluppo specializzata (a costi espliciti), per le *specialities* dei "giacimenti" i fattori di differenziazione pongono questioni intricate, come insegna la letteratura sui distretti industriali. Tali fattori consistono in beni (cognitivi) pubblici locali, ottenuti dalla combinazione di frammenti di saperi pratici (impliciti) disseminati nel capitale umano (sia degli imprenditori che dei lavoratori) di tutte le unità produttive del "giacimento" ed elaborati entro un circuito informale di condivisione-circolazione fra le stesse unità (che creano un'"atmosfera" à la Marshall). Se per il *food design* l'innovazione è, quindi, modellizzabile tramite una funzione con input a costi espliciti, per i "giacimenti" l'informalità degli input rende l'analisi impraticabile o parziale, anche a livello di [valutazione](#) da parte degli stessi imprenditori. Con riflessi non da poco, perché una fiducia mal riposta nella persistenza di lungo periodo di questi fattori comporta la distribuzione di sovra-profitti e sovra-salari, invece che un accantonamento finanziario a beneficio di attività di ricerca specializzate, che potrebbero contrastare il declino dei beni cognitivi pubblici locali (ne sanno qualcosa molti nostri distretti industriali; se ne potrebbero accorgere prima o poi anche i "giacimenti").

La politica di differenziazione

Il quadro non è meno complicato circa le strategie di sviluppo dei fattori di differenziazione stessi e quindi in chiave di scelte politiche. Laddove le competenze cui attingere sono essenzialmente di natura scientifico-tecnica le caratteristiche delle risorse da mobilitare sono di relativamente agevole individuazione, come abbastanza chiare sono le modalità di organizzarne l'impiego. Se invece il substrato di un processo produttivo è essenzialmente culturale, quindi incentrato su saperi distillati da elaborazione collettiva, la predisposizione di una politica *ad hoc* per l'innovazione comporta problemi organizzativi, e prima ancora istituzionali, che sono anche più rilevanti di quelli relativi alla quantificazione dello sforzo finanziario correlato.

Non meno difficile è districarsi di fronte alla scelta fra strategie di conservazione-riproduzione delle risorse culturali che sono all'origine dei fattori di differenziazione e strategie di trasformazione di quelle risorse. Nel primo caso ci si concentra semplice sul mantenimento di una rendita, nel secondo sulla progettazione di prodotti capaci di alimentare fonti di profitto sempre nuove. Un tema questo particolarmente delicato quando si ragiona sul *made in Italy*, inteso da alcuni come terreno di riproposizione di patrimoni culturali antichi e da altri, secondo noi più a ragione, quale campo di interazione fra patrimoni conoscitivi consolidati e creazione di beni e servizi nuovi, nei quali le dotazioni storico-culturali sedimentate continuamente si rigenerano.

Riferimenti bibliografici

- Becattini G., Omodei Zorini L. (2003), "Identità locali rurali e globalizzazione", *QA La Questione agraria*, Anno XXIII, n. 1, pp. 7-30, Franco Angeli, Milano
- Caves R. E. (2000), *Creative Industries. Contracts between Arts and Commerce*, Cambridge (Mass.)-London
- [Commissione europea](#) (2006), *The Economy of Culture in Europe*, Bruxelles
- Crespi F. (2002): *Manuale di sociologia della cultura*, quinta edizione, Editori Laterza, Roma-Bari
- Crespi F., Fornari F. (1998): *Introduzione alla sociologia della conoscenza*, Donzelli Editore, Roma
- De Masi D. (2000): *Ozio Creativo*, Rcs libri, Milano
- Ginsburgh V. A., Throsby D. (eds), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Elsevier, Amsterdam 2006
- Lancaster K. (1971): *Consumer Demand: a New Approach*, Columbia University Press
- Robbins L. (1932): *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*, Macmillan, London
- Rullani E. (2004): *Economia della conoscenza. Creatività e valore nel capitalismo delle reti*, Carocci, Roma
- Rullani E. (2012): *L'innovazione nelle imprese agricole. Usi nuovi della conoscenza*, Introduzione e cap. I, pp. 9-56, sito web: www.venetoagricoltura.org
- Santagata W. (2002), "Cultural Districts, Property Rights and Sustainable Economic Growth", *International Journal of Urban and Regional Research*, 26, pp. 9-23.
- Santagata W. (2014), *Il governo della cultura. Promuovere sviluppo e qualità sociale*, il Mulino, Bologna
- Throsby D. (2001), *Economics and Culture*, Cambridge University Press, Cambridge
- Throsby D. (2008), "The Concentric Circles Model of the Cultural Industries", *Cultural Trends*, 17(3): 147-164.
- Tylor E. B. (1920[1871]): *Primitive Culture*, Estes and Lauriat, Boston
- Unesco (2009), *Framework for Cultural Statistics*, Montreal

1. L'autore dedica il presente scritto alla memoria di Giacomo Becattini, verso il quale ha un grande debito circa le idee che, direttamente e indirettamente, sono alla base delle riflessioni proposte. Sua rimane ogni responsabilità per l'uso fatto delle ampie e preziose suggestioni ricevute.

Rubrica: [Approfondimenti](#)

Numero previsto: Agriregionieuropa anno 13 n°50, Set 2017