

Città, civiltà conviviale, cultura gastronomica

Conferenza di Alberto Capatti (Rettore Università di Scienze Gastronomiche) e
Giacomo Mojoli (Portavoce nazionale Slow Food)

Sabato 8 settembre, ore 11.30
Aula Scarpa, Palazzo Centrale dell'Università degli Studi

Alberto Capatti - Rettore Università di Scienze Gastronomiche

Alberto Capatti è nato a Como nel 1944 e si è laureato in Lingua e letteratura francese presso l'Università di Milano nel novembre 1968. Ha ricoperto i ruoli di assistente e di professore universitario di Lingua francese presso l'Università degli Studi di Milano. Nel 1991 è stato chiamato dalla Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università di Pavia, quale professore associato di Storia della lingua francese.

Dal 1° ottobre 2005 è Professore di Storia della cucina e della gastronomia presso l'Università di Scienze Gastronomiche e ricopre la carica di Rettore del medesimo Ateneo.

Da vent'anni ha orientato le sue ricerche nel campo della cultura gastronomica, della storia dell'alimentazione e della cucina italiana e francese. Ha diretto inoltre, fra il 1984 e il 1988, il mensile di cultura alimentare La Gola e, dal 1995 al 2005, Slow, trimestrale dell'Associazione Slow Food.

È membro del comitato direttivo dell'Institut Européen d'Histoire de l'Alimentation. Ha pubblicato "Le goût du nouveau, origines de la modernità alimentare" (Albin Michel, 1989), l'"Autobiografia" inedita di Pellegrino Artusi (Il Saggiatore, 1893) e, recentemente, "L'Osteria nuova, una storia del XX secolo" (Slow Food editore, 2000). Con Massimo Montanari è autore de "La cucina italiana: storia di una cultura" (Laterza, 1999).

Giacomo Mojoli - Portavoce nazionale Slow Food

Giacomo Mojoli è nato a Lecco nel 1955 ed è laureato in filosofia. Collabora con periodici culturali, e, per la Casa Editrice Slow Food, ha curato pubblicazioni di cultura alimentare. Per otto anni vicepresidente internazionale e nazionale di Slow Food è oggi portavoce del Movimento, membro della Presidenza Internazionale, presidente onorario di Slow Food Giappone. Si occupa di strategie della comunicazione, delle relazioni esterne della Casa Editrice, dello sviluppo dei rapporti internazionali con il Giappone. Presso l'Università di Scienze Gastronomiche è art director del Progetto Stage. Appassionato conoscitore della cultura, del costume e delle tradizioni alimentari giapponesi, ha tenuto in Giappone numerose conferenze partecipando, tra l'altro, a importanti trasmissioni televisive collaborando con autorevoli testate giornalistiche. Ha insegnato al Politecnico di Milano nell'ambito del Design della comunicazione. In diverse Università, in Italia e in Giappone, si occupa di nuove tendenze dei consumi e dei nuovi scenari della vita urbana.

Schema intervento di Giacomo Mojoli

- ✓ In questi ultimi anni sono state diverse le grandi questioni che hanno attraversato il mondo della ricerca, dell'agricoltura, della produzione agroalimentare in generale.
- ✓ Temi di grande rilievo e di notevole interazione, nel campo dell'agricoltura e della zootecnia, sono stati quelli legati al concetto di sostenibilità e di biodiversità.
- ✓ Sulla scia di numerosi scandali ma anche di un'accresciuta coscienza critica del consumatore sempre di più è aumentata la domanda di qualità. Qualità che, a differenza di qualche anno fa, non è più interpretata come semplice questione "organolettica" o, ancor più riduttivamente, come uno scontato fenomeno edonistico.
- ✓ Il consumatore vuole conoscere di più e meglio ciò che consuma, vuole comprendere da dove un prodotto derivi, quale è stata la sua filiera produttiva. Per usare un termine tecnico, il consumatore, ma anche l'operatore, vuole individuare la rin-tracciabilità del prodotto finale.
- ✓ Abbiamo bisogno di una nuova e più complessa etica della produzione agroalimentare, di aggiornate strategie in grado di coniugare economia con ecologia globale e sostenibilità dell'agricoltura.
- ✓ Occorre fermarsi un momento per ragionare, per ridefinire meglio il futuro, per capire di più il presente. Senza paura di intraprendere strade nuove, ma sapendo che per progettare il "nuovo", bisogna saper decontestualizzare il vecchio, senza nostalgie, ma con spirito libero e originale.
- ✓ Di fronte al dilagare di un'enogastronomia sempre più "gridata" e sempre più spettacolarizzata è necessario porsi il problema di una comunicazione sobria, in grado di andare a fondo all'argomento.
- ✓ Al contrario, assistiamo a un bombardamento di informazioni, di fenomeni che sembrano importanti e poi non lo sono. Rischiando così di non dar rilevanza a fattori che invece hanno un'importanza fondamentale.
- ✓ Il cibo, come del resto il vino, non ha bisogno di ridondanti proiezioni mediatiche, ma di ri-trovare la sua identità di comunicazione.
- ✓ Non esiste un prodotto enogastronomico di qualità se al tempo stesso non ci si preoccupa di progettare e salvaguardare un'ambiente basato sulla sostenibilità.
- ✓ Mangiare è oggi, di fatto, "un atto agricolo". Di conseguenza, per avere cibo ed enologia di qualità, bisogna partire dalla terra, dal mare, da un nuovo modello di agricoltura, di agronomia, di zootecnia e di acquacoltura.
- ✓ Nel futuro prossimo, il valore aggiunto nel determinare la qualità del cibo, non sarà dato "solamente" dal fattore organolettico/sensoriale. Dobbiamo cominciare a comunicare la globalità del gusto: buono da mangiare, ma anche buono da pensare.
- ✓ In questa nuova fase, emergerà sempre di più il "desiderio" di un consumo che sappia andare oltre le mode e gli status, verso una sorta di ecologia del consumo e, nel nostro caso, verso uno stile basato sull'ecologia dell'alimentazione: più vicino all'emozionalità e alla sensibilità dell'individuo.