

Narrazioni e prodotti nella patrimonializzazione della gastronomia locale: *una nota metodologica*

Michele Filippo Fontefrancesco, Dauro Mattia Zocchi

	<h2>Narrare i gruppi</h2> <p><i>Etnografia dell'interazione quotidiana</i> <i>Prospettive cliniche e sociali</i>, vol. 14, n° 2, dicembre 2019</p> <p>ISSN: 2281-8960</p>
---	--

Rivista semestrale pubblicata on-line dal 2006 - website: www.narrareigruppi.it

Titolo completo dell'articolo	
Narrazioni e prodotti nella patrimonializzazione della gastronomia locale: <i>una nota metodologica</i>	
Autore	Ente di appartenenza
Michele F. Fontefrancesco	<i>Università degli Studi di Scienze Gastronomiche</i>
Dauro Mattia Zocchi	<i>Università degli Studi di Scienze Gastronomiche</i>
Gli autori hanno contribuito parimenti alla modellizzazione metodologica. La stesura dei paragrafi 1, 2, 3, 4 e 6 è stata completata da Michele F. Fontefrancesco, mentre Dauro M. Zocchi ha sviluppato il paragrafo 5 e strutturato gli strumenti metodologici presentati in tab. 1 e tab. 2. Gli autori hanno contribuito parimenti nella revisione finale della nota.	
Pagine 273-285	Publicato on-line il 30.12.2019
Cita così l'articolo	
Fontefrancesco, M.F., Zocchi, D.M. (2019). Narrazioni e prodotti nella patrimonializzazione della gastronomia locale: una nota metodologica. In <i>Narrare i Gruppi</i> , vol. 14, n° 2, dicembre 2019, pp. 273-285 - website: www.narrareigruppi.it	

IMPORTANTE PER IL MESSAGGIO CHE CONTIENE.

Questo articolo può essere utilizzato solo per la ricerca, l'insegnamento e lo studio privato. Qualsiasi riproduzione sostanziale o sistematica, o la distribuzione a pagamento, in qualsiasi forma, è espressamente vietata. L'editore non è responsabile per qualsiasi perdita, pretese, procedure, richiesta di costi o danni derivante da qualsiasi causa, direttamente o indirettamente in relazione all'uso di questo materiale.

note

Narrazioni e prodotti nella patrimonializzazione della gastronomia locale: una nota metodologica

Michele Filippo Fontefrancesco, Dauro Mattia Zocchi

Riassunto

Questa nota metodologica offre uno strumento etnografico per lo studio del *foodscape* locale in ottica della patrimonializzazione dei suoi prodotti, delle sue pratiche e suoi saperi tipici. Lo strumento integra ed espande le metodologie proprie del progetto *Arca del Gusto* promosso da *Slow Food* e dall'*Università degli Studi di Scienze Gastronomiche*. L'articolo presenta l'esito della sperimentazione dello strumento completata nell'ambito del progetto *Sustainable Agri-Food System Strategies* (SASS) nella contea di Nakuru, Kenya.

Parole chiave: etnografia, gastronomia, valorizzazione del patrimonio gastronomico, Kenya, Arca del Gusto

The use of narrations and products for the promotion of local food heritage: a methodological note

Abstract

The paper presents a methodological tool for the study of local gastronomy, its promotion and conservation. The method systematizes and expands the methodology developed for the project *Ark of Taste*, promoted by *Slow Food* and *University of Gastronomic Sciences*. The paper presents the results of the experimentation of the method conducted in the Nakuru County in Kenya during the research *Sustainable Agri-Food System Strategies* (SASS)

Keywords: ethnography, gastronomy, promotion of gastronomic heritage, Kenya, Arc of Taste

1. Introduzione

Questa nota metodologica nasce con l'intento di offrire un primo strumento etnografico ai ricercatori interessati allo studio del *foodscape* locale in ottica della patrimonializzazione dei suoi prodotti, delle sue pratiche e suoi saperi tipici sulla base dell'esperienza e della sperimentazione condotta dagli autori tra il 2018 e il 2019 nella contea di Nakuru, Kenya (Corvo & Fontefrancesco, 2018), nell'ambito del progetto di ricerca *Sustainable Agri-Food System Strategies* (SASS) promosso dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri Italiano e finanziata dal Ministero di Istruzione, Università e Ricerca. A tal fine si propone un approccio che parte dall'analisi dei prodotti presenti nei mercati locali e ne approfondisce il profilo socioculturale ponendo al centro la raccolta e analisi delle narrazioni gastronomiche, delle *food narrative* (Scholliers, 2001), dei produttori, commercianti e consumatori. In tale percorso, particolare rilevanza è data al racconto di vita degli intervistati (Bichi, 2000), considerato strumento fondamentale per far emergere compiutamente il senso profondo, umano della gastronomia di una comunità, quindi offrendo quei dati necessari per completare una *thick description* (Geertz, 1973: 3-30), una descrizione densa della realtà gastronomica locale.

2. Valorizzare la gastronomia locale

Nell'arco dell'ultimo ventennio, in tutto l'Occidente, si è rafforzato l'interesse del grande pubblico verso il cibo come emerge dal moltiplicarsi di programmi televisivi, magazine, *blogs* e siti dedicati (Corvo, 2015). Se indubbiamente il successo mediatico ha portato con sé una spettacolarizzazione della gastronomia, nuovo feticcio al centro di un'ampia e articolata industria mediatica, è altresì cresciuta la consapevolezza comune del cibo quale patrimonio culturale immateriale, espressione della cultura e della storia e analisi delle comunità locali (Fontefrancesco, 2019: 30-31). Il riconoscimento della dieta mediterranea, ovvero delle tecniche di vinificazione nelle anfore Kvevri quali patrimoni UNESCO, sono solo due esempi di un più ampio fenomeno di scoperta e promozione delle gastronomie locali che si lega allo sviluppo del turismo gastronomico sempre più globale. Laddove le comunità locali, in particolare nelle realtà minori e rurali, possono vedere in questo settore un'opportunità per contrastare la progressiva marginalizzazione socioeconomica, si è radicata la consapevolezza della fragilità dei sistemi gastronomici tradizionali, spesso interrotti a seguito della pressione legata a processi di modernizzazione, all'impatto

negativo dei cambiamenti socioeconomici e ambientali ovvero al peso delle migrazioni, a fronte dell'intensificarsi delle attività mirate alla promozione di vere o presunte tipicità locali. A fronte di queste dinamiche e di molti esempi di *bricolage* culturale generatore di abborraciate gastronomie della pseudo-tradizione, si è rafforzata la necessità di metodologie puntuali per la riscoperta e lo studio della gastronomia tradizionale.

Di fronte a questa domanda di conoscenza, un'interessante risposta è data dal progetto *Arca del Gusto* (<https://www.fondazione Slow Food.com/it/cosa-facciamo/arca-del-gusto/>), promosso da Slow Food e dall'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche. Lanciato sul finire degli anni Novanta del Novecento, il progetto vuole contribuire alla tutela e della salvaguardia della biodiversità agroalimentare e dei patrimoni gastronomici attraverso un processo *bottom-up*, consistente nel censimento e documentazione di prodotti d'interesse alimentare legati alle tradizioni e culture di un determinato territorio che si incontrano a rischio di estinzione. Il progetto, adottando un approccio partecipativo, raccoglie segnalazioni provenienti dalle comunità locali, dal mondo della ricerca e da altri attori coinvolti nel mondo agroalimentare e gastronomico. Il processo di segnalazione è particolarmente importante perché non solo traccia il nome e gli ingredienti, le pratiche produttive, gastronomiche e di consumo di un prodotto, ma attraverso un percorso di carattere etnografico dettaglia le ragioni della sua rilevanza all'interno di una comunità (Fontefrancesco & Corvo, 2019: 4). Il metodo di censimento è stato utilizzato, con diverso successo, in circa 140 nazioni oggi censendo oltre 5000 prodotti e portando alla pubblicazione di una serie di atlanti monografici, l'ultimo dei quali incentrato sui prodotti e le gastronomie tradizionali del Kenya (Barstow & Zocchi, 2018) e realizzato nell'ambito del progetto SASS. La pubblicazione di atlanti monografici relativi alla biodiversità alimentare e gastronomica, iniziata nel 2016 con la pubblicazione del primo atlante sul Perù (Zocchi, 2016), mira a dare maggiore visibilità all'*Arca del Gusto* a livello locale, presentando i prodotti catalogati, sensibilizzando riguardo alla perdita di tale patrimonio e promuovendo un consumo responsabile e sostenibile.

3. Individuare i prodotti

Molti progetti di valorizzazione delle gastronomie locali guardano principalmente alla storia scritta od orale e allo spazio domestico per (ri)costruire sulla base delle tracce della memoria il profilo della cucina tipica di una comunità. Sono questi progetti basati sullo studio della ricettistica locale, impegnati a re-

stituire una materialità a cibi ormai scomparsi dall'orizzonte gastronomico quotidiano e diventate tracce di intangibili patrimoni culturali. Per quanto questo percorso a ritroso, che dal ricordo vuole giungere alla presenza, possa generare risultati che trovano riscontro e interesse nella comunità del presente, esso appare di per sé inevitabilmente condannato a indurre per lo più reinvenzioni della tradizione supportate da azioni di preservazione di un patrimonio culturale fragile ma ancora vivo. Questa considerazione impone, quindi, di allontanarci dagli spazi del ricordo per trovare gli elementi necessari per identificare e preservare il patrimonio gastronomico locale (e.g. Pieroni *et al.*, 2019). Il progetto *Arca del Gusto* trova nel mercato uno dei principali luoghi da esplorare.

Il mercato è quello spazio che *“embody a localized set of social institutions, social actors, property rights, products, transactional relationships, trade practices, and cultural meanings framed by a wide variety of factors including, but not limited to, ‘purely economic’ or ‘market’ forces”* (Bestor, 2001: 9227). In particolare, qui non si distingue e privilegia tra mercati formali od informali, bensì si guarda a tutte quelle circostanze in cui si crea un'interfaccia pubblica di scambio economico tra attori sociali diversi ed in particolare ai prodotti che sono soggetto della transazione. Questi sono, infatti, gli oggetti, gli alimenti propri che scandiscono l'orizzonte gastronomico della comunità: un orizzonte ampio in cui convivono prodotti dal sapore spiccatamente globale ed altri che si radicano nelle specificità paesaggistiche locali. Soprattutto sono quei prodotti che raggiungono una tipizzazione, quindi una sicura riconoscibilità, all'interno di una comunità attraverso la stabilizzazione delle loro forme, composizioni e sapori; un processo che permette a questi prodotti di essere al di fuori dei confini della mesmerica realtà domestica, definendosi in un'imperfetta omogeneità artigiana ovvero in un'ancor più definita riproducibilità industriale. Se complessivamente i prodotti che vivono nei mercati compongono l'ossatura fondamentale del paesaggio gastronomico locale, sono i prodotti che si riscontrano unicamente nei confini della comunità analizzata a definirne la specificità. Per comprenderne pienamente questa unicità, però, non basta un puntuale rilevamento, ma servono le narrazioni dei suoi produttori, commercianti e consumatori.

4. Narrazioni gastronomiche e patrimonializzazione dei saperi

Una volta individuati i prodotti, il lavoro procede raccogliendo le loro narrazioni. Ogni prodotto, infatti, è di per sé un oggetto evocativo capace di esprimere affetti, esperienze, valori, abitudini quotidiane e sogni di futuro nella misura in cui esso è parte della vita dell'intervistato (Turkle, 2007). Così

facendo, un prodotto diventa oggetto narrativo capace di muovere: *“discourse and narratives [that] allow people to define, recognise, interpret, negotiate, assimilate, reject, delineate and exclude, and hence, contribute to identifying themselves and others, in a constant dialectical process between the self and the other”* (Scholliers, 2001: 6-7). Se questi narrati confermano quella centralità identitaria del cibo già suggerita da Fischler (1988: 275), dall'altra diventano un'importante risorsa tanto, come evidenziato da Counihan (2013), per raccontare le dinamiche, le trasformazioni socioculturali di una comunità, quanto per tratteggiare un puntuale profilo culturale di un prodotto, osservando tanto come esso si annidi nelle pratiche quotidiane della popolazione, quanto mostrando e spiegando i simbolismi, le estetiche, le storie, i viaggi che si legano alle pratiche di produzione, distribuzione e consumo che ne scandiscono la biografia (Kopytoff, 1986).

In particolare, questi narrati tratteggiano e dettagliano cinque principali aree semantiche proprie di un alimento:

- 1) quello delle parole, ovvero i nomi, gli aggettivi, i verbi che definiscono il prodotto all'interno della lingua della comunità;
- 2) quello dei luoghi, delle “radici e delle rotte” (Clifford, 1997), che scandiscono la mobilità di un prodotto durante la sua vita;
- 3) quello delle persone, ovvero della rete degli attori che nello spazio pubblico ed in quello privato segnano la biografia del prodotto;
- 4) quello delle pratiche, sacre e profane, che si legano alla produzione, distribuzione e consumo, definendo tanto la gastronomia, quanto l'economia e socialità del prodotto;
- 5) quello dei simboli e delle estetiche, che collocano il prodotto in una specifica visione del mondo e gerarchia dei valori (Herzfeld, 2004), proprio della comunità.

Laddove la narrazione, inoltre, si muove diacronicamente le singole narrazioni offrono frammenti capaci di tratteggiare una prima storia orale della comunità, raccontata dal basso attraverso gli occhi di produttori, commercianti e consumatori, così come assodato al di fuori del campo alimentare.

Il materiale così raccolto offre uno spaccato inedito, umano della gastronomia di un territorio: una realtà di prodotti, ma soprattutto di donne e uomini, di miti e di riti, di pratiche e movimenti capace di raccontare uno spaccato antropologico inedito di una comunità. Al fine di una prima patrimonializzazione di questo dato le informazioni sono sintetizzate in schede mirate ad offrire al lettore una prima ed efficace restituzione circa la comunità e l'areale di produzione a cui il prodotto si lega; i metodi di produzione e consumo; la storia; i significati culturali a cui si associa; e l'attuale presenza sul territorio e nel più ampio

foodscape mondiale. Le schede associano e fanno dialogare le informazioni raccolte sul terreno con quanto emerge dalla letteratura scientifica, offrendo un primo strumento di patrimonializzazione della gastronomia. Queste sono rese disponibili online sulla piattaforma, dopo un controllo puntuale attraverso un sistema di revisione cieca, nonché attraverso le monografie degli Atlanti dell'Arca. La creazione di schede e atlanti, però, è solo la prima restituzione del lavoro svolto che può continuare attraverso percorsi specifici interessati all'analisi a dei singoli terreni di ricerca attraverso lo sviluppo di successivi prodotti di ricerca capaci puntualmente di raccontare le dinamiche e le traiettorie di trasformazione di territori e comunità (Fontefrancesco *et al.*, 2019; Pieroni, Pawera, & Shah, 2016; Volpato & King, 2019)

5. *La sperimentazione nella Contea di Nakuru, Kenya*

La metodologia presentata è stata alla base del lavoro sul campo condotto nella Contea di Nakuru nell'ambito del progetto SASS dagli autori. Il lavoro di campo è stato preceduto da un'analisi della letteratura esistente con il fine di identificare in via preliminare i prodotti maggiormente diffusi sul territorio oggetto d'indagine. Quindi, durante il lavoro sul campo, le informazioni sono state raccolte attraverso un censimento di prodotti presenti nei mercati, in particolare prodotti primari di origine vegetale e alimenti trasformati ricavati dagli stessi. L'indagine è stata seguita da interviste semi-strutturate a produttori, commercianti e consumatori. Di quest'intervista si propone il tracciato (tab. 1). L'attività realizzata nei mercati si è suddivisa in tre fasi principali: sopralluogo dell'area, mappatura dell'offerta e raccolta informazioni relative ai prodotti d'interesse alimentari legati al contesto locale. La perlustrazione del mercato è servita a comprendere organizzazione e funzionamento della pratica commerciale ovvero a identificare, grazie al supporto dei collaboratori locali, potenziali soggetti da intervistare. La mappatura dell'offerta ha invece consentito di caratterizzare il mercato dal punto di vista merceologico, identificando categorie alimentari e prodotti più rappresentativi per diffusione e quantitativi venduti. Allo stesso modo tale attività ha permesso di indagare la presenza e diffusione delle specie e dei prodotti oggetto d'indagine. Le interviste hanno, quindi, permesso di contestualizzare e approfondire il legame tra prodotto, territorio e comunità locale. Adottando un approccio qualitativo, le interviste rivolte a commercianti, compratori e responsabili delle strutture mercatali hanno voluto far emergere dalla storia di vita degli intervistati informazioni relative al prodotto, alla sua provenienza e diffusione, ai suoi usi gastronomici-culinari, alle sue

caratteristiche sensoriale (punto di vista emico), al legame storico con il territorio e le comunità, al valore culturale ovvero alle dinamiche concernenti la produzione, vendita e consumo dello stesso. L'analisi svolta nei mercati ha permesso di osservare dinamiche legate a varietà dell'offerta, consuetudini connesse alla vendita, abitudini di acquisto e consumo, profilo degli avventori e dei commercianti ed altre informazioni utili ad inquadrare il contesto con riferimento specifico al settore del commercio agroalimentare. I temi affrontati durante le interviste sono riportati nella tab. 1.

I dati raccolti durante la ricerca di campo sono stati integrati e validati tramite la consultazione della bibliografia esistente, effettuando interviste ad altri attori facenti parte del *foodscape* locale (e.g. operatori del settore gastronomico, referenti di organizzazioni coinvolte nella produzione agroalimentare e nella promozione del patrimonio gastronomico e culturale) ovvero avvalendosi della collaborazione di esperti locali. I dati sono stati rielaborati ed organizzati adottando alla griglia in tab 2. La descrizione emergente inquadra il prodotto, presentando in maniera sintetica le principali informazioni relative alla sua produzione, vendita e consumo. Essa si apre con una sezione iniziale si definiscono merceologia, stagionalità e areale di produzione, caratteristiche visive e sensoriali del prodotto. La descrizione si concentra, quindi, sull'aspetto produttivo ovvero sul legame tra paesaggio, pratiche produttive e relazioni sociali ed ecologiche. Gli aspetti concernenti il nesso tra prodotto e cultura locale si affrontano nelle sezioni successive in cui si presenta il ruolo gastronomico del prodotto, evidenziando le principali tecniche culinarie e preparazioni che si legano ad un dato luogo, il suo radicamento storico, il legame con pratiche culturali identitarie di una data comunità ovvero presentando il ruolo alimentare, socio-culturale ed economico che tale prodotto ricopre nel contesto di riferimento. La descrizione mira infine a presentare le dinamiche di cambiamento che hanno interessato il prodotto oggetto d'indagine, evidenziando i potenziali effetti negativi di mutamenti in ambito politico, socioeconomico e ambientale sulla conservazione del prodotto e del patrimonio ad esso legato. Si evidenziano, quindi, eventuali iniziative volte al recupero di tale patrimonio. Al termine della ricerca, le schede raccolte sono state rielaborate, come in fig. 1, nella realizzazione dell'Atlante specifico.

6. Conclusioni

Questa nota ha voluto presentare un metodo di ricerca mirato alla patrimonializzazione della gastronomia locale presentando un caso concreto e la sua applicazione. Laddove comunemente grande attenzione è data alla dimensione oggettiva della ricettistica e degli alimenti, il metodo proposto e sviluppato nell'ambito del progetto *Arca del Gusto* si incentra sulla raccolta di narrazioni e la loro analisi al fine di evidenziare i molteplici livelli attraverso cui un prodotto si lega alla vita di una comunità. Si evidenzia, quindi, come ogni attività di *food scouting* e di patrimonializzazione del cibo non possa essere solo un'azione legata alla collezione di oggetti, ma sia prima di tutto un percorso di raccolta di narrazioni, di racconti, di storie di vita. In tal senso, si rimarca come un processo di patrimonializzazione della gastronomia non è tale se non è capace di raccontare e di valorizzare la comunità che genera il prodotto. Per far ciò non si può che partire dalla dimensione del narrato.

Bibliografia

- Barstow, C., & Zocchi, D. M. (A cura di). (2018). *Kenya. Food, Knowledge and History of the Gastronomic Heritage*. Bra: Slow Food Editore.
- Bestor, T. C. (2001). Markets: Anthropological Aspects. In N. J. Smelser & P. B. Baltes (A cura di), *International encyclopedia of the social & behavioral sciences* (pp. 9227-9231). Amsterdam: Elsevier.
- Bichi, R. (2000). La tecnica di intervista nelle storie di vita: il rimando neutro, forme e modalità di riconoscimento tra aree di significato. *Studi di Sociologia*, 38, 175-188.
- Clifford, J. (1997). *Routes : travel and translation in the late twentieth century*. Cambridge, MA.: Harvard University Press.
- Corvo, P., & Fontefrancesco, M. F. (A cura di). (2018). *Sotto il cielo della Rift Valley. Sviluppo rurale e cibo tradizionale nella contea di Nakuru, Kenya*. Tortona: Vicolo del Pavone.
- Counihan, C. (2013). Mexicanas' Food Voice and Differential Consciousness in the San Luis Valley of Colorado. In C. Counihan & P. Van Esterik (A cura di), *Food and Culture. A Reader* (pp. 173-186). New York: Routledge.
- Fischler, C. (1988). Food, self and identity. *Social Science Information*, 27, 275-292.
- Fontefrancesco, M. F. (2019). Cibo e narrazioni di multiculturalità a scuola: un approccio autonarrativo alla conoscenza dell'altro. *Narrare i Gruppi*, 14, 23-46.
- Fontefrancesco, M. F., Barstow, C., Grazioli, F., Lyons, H., Mattalia, G., Marino, M., et al. (2019). Keeping or changing? Two different cultural adaptation strategies in the domestic use of home country food plant and herbal

- ingredients among Albanian and Moroccan migrants in Northwestern Italy. *Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine*, 15, 11-11.
- Fontefrancesco, M. F., & Corvo, P. (2019). Slow Food: History and Activity of a Global Food Movement Toward SDG2. In W. Leal Filho, A. Azul, L. Brandli, P. Özuyar & T. Wall (A cura di), *Zero Hunger. Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals*. Cham: Springer.
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Culture*. New York: Basic Books.
- Herzfeld, M. (2004). *The body impolitic : artisans and artifice in the global hierarchy of value*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kopytoff, I. (1986). The cultural biography of things: commoditization as process. In A. Appadurai (A cura di), *The social life of things : commodities in cultural perspective* (pp. 64-93). Cambridge: Cambridge University Press.
- Pieroni, A, Hawre, Z, Amin, H., Sõukand, R (2019). Where tulips and crocuses are popular food snacks: Kurdish traditional foraging reveals traces of mobile pastoralism in Southern Iraqi Kurdistan. *Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine*, 15, 59
- Pieroni, A., Pawera, L., & Shah, G. M. (2016). Gastronomic Ethnobiology. In U. P. Albuquerque & R. R. Nóbrega Alves (A cura di), *Introduction to Ethnobiology* (pp. 53-62). Cham: Springer.
- Scholliers, P. (2001). Meals, Food Narratives, and Sentiments of Belonging in Past and Present. In P. Scholliers (A cura di), *Food, Drink and Identity : Cooking, Eating and Drinking in Europe Since the Middle Ages* (1 ed., pp. 3-22). Oxford: Berg.
- Turkle, S. (2007). What makes an object evocative? In S. Turkle (A cura di), *Evocative objects : things we think with* (pp. ix, 385 p.). Cambridge, MA: MIT.
- Volpato, G., & King, E. G. (2019). From cattle to camels: trajectories of livelihood adaptation and social-ecological resilience in a Kenyan pastoralist community. *Regional Environmental Change*, 19, 849-865.

Allegati

Tab. 1. Traccia di intervista usa durante la ricerca di campo. La lingua usata è l'inglese essendo la lingua utilizzata durante le diverse fasi del progetto di ricerca.

Product name	Name of the product as it is known in its area of origin and its names in local language (if applicable).
Production area	City / District / County
Product description	Characteristics (shape, weight, size, colour) Organoleptic evaluation (taste, smell, consistency)
Seasonality	When is it sown (only for cultivated plants)? What time of the year is it harvested?
Production method and area	Describe the main features of the agro-ecosystem of production (cultivated plants) or the ecosystem and place or gathering (wild plants). How is it sown (only for cultivated plants)? How is it harvested? Are seeds own produced or purchased? Where? Provide information about traditional tools, equipment and techniques used for sowing, collecting and conserving the product. Social and ecological relations around the production-gathering.
Edible parts and cooking techniques	Part (e.g. fruit, stem, seeds, etc.) Ways of preserving (curing, drying, fermentation) Ways of cooking (e.g. boiled, baked, roasted, etc.)
Culinary uses	Describe any special preparations or traditional dishes: (cooking techniques, ingredients and traditional recipes) Are these dishes prepared for special occasions (e.g. ceremonies, rituals and festivals) Who takes care of their preparation?
Product history (social, religious, cultural and economic importance)	<i>General significance of the food to the community.</i> Why is the product significant to the community that produces or consumes it? (Economy, culture and identity, food security, ecology, etc.) Is this product used for non-alimentary purposes? (E.g. medicinal uses, handicraft, rural construction, etc.) <i>Cultural value</i> Are there related ceremonies, beliefs, taboos, myths, songs, etc.? How and in what occasions is the product eaten? <i>Historical value</i> Provide any historical data or testimonies of local people that prove the production and consumption of the product in the past.
Marketing and consumption	Is the product produced for sale on the market or home consumption? Home consumption (subsistence use, period of the year, trends over time) Sale on market (commercial chain, place of sale, period of the year, income use, trends over time)
Indigenous community	What are local indigenous communities to which the product is connected? Provide some information (history, current population, etc.)
Current status	Explain why this product is in need of attention. For what reason is

note

	this product at risk of disappearing?
Photos and illustrations	Photo or illustration of the plant, leaves, inflorescence, seeds, fruit and edible parts
Nominator information	Name Surname

Tab. 2. Struttura delle scheda di descrizione dei prodotti censiti durante la ricerca di campo. La lingua usata è l'inglese in quanto la lingua utilizzata durante le diverse fasi del progetto di ricerca.

Product name
Scientific name
Category
Production area
Seasonality
Indigenous community
Product analysis
Edible parts and cooking techniques
Product description
Culinary uses
Product history (social, religious, cultural and economic importance)
Current status
Nominator information

Fig. 1. Esempio scheda di descrizione del prodotto così come pubblicata in: Barstow & Zocchi 2018: 52-53.

N. 0 MURERE

(MURENDA, JUTE MALLOW)

Corchorus olitorius L.



CATEGORY

VEGETABLES

PRODUCTION AREA

WESTERN KENYA

INDIGENOUS COMMUNITY

LUHYA

SEASONALITY

SOW

DURING THE RAINY SEASON.

HARVEST

THREE WEEKS AFTER GERMINATING, THE LEAVES ARE READY FOR HARVESTING.

SENSORY ANALYSIS		EDIBLE PARTS AND COOKING TECHNIQUES
VISUAL	TASTE	
IT IS A TALL PLANT, REACHING A HEIGHT OF 2-4 METERS. IT HAS NO OR FEW BRANCHES. THE LEAVES ARE ALTERNATE, SIMPLY LANCEOLATE, AND 5-15 CENTIMETERS LONG, WITH AN ACUMINATE TIP AND A FINELY SERRATED OR LOBED MARGIN.	THE TASTE RESEMBLES THAT OF SPINACH.	YOUNG LEAVES, FRUIT, SEEDS SOUPS, CONDIMENTS, HERBAL TEA, DRIED
	CONSISTENCY YOUNG LEAVES HAVE A SLIMY TEXTURE (SIMILAR TO OKRA).	
		WAYS OF PRESERVING DRYING, FLOUR

PRODUCT HISTORY

Murere requires less maintenance than other cultivated vegetables and can survive in most weather conditions. For this reason and for its nutritional value, this leafy vegetable plays an important role in local food security. Murere is an especially important vegetable for the Luhya people, and is closely linked to their identity. During special occasions such as circumcision; before, during, and after childbirth; as well as during burial ceremonies, murere was one of the most-appreciated vegetables. It is said to clean the stomach and relieve constipation due to its slimy texture. It is used traditionally to treat inflammation and pain as well as chronic inflammation of the urinary tract and bladder.

Murere is mainly grown for home consumption, though a few people sell their extra vegetable leaves when available.

CURRENT STATUS

Murere is one of the most important leafy vegetables growing in Western Kenya. It is highly nutritious and is a source of income for farmers. However, this plant is declining due to replacement by high-yielding commercial, exotic vegetable varieties. A lack of available seeds has also led to this plant becoming underutilized.

NOVELTAS: JAMES KATUKA

SEEDS WITH A GOOD SHAPE AND MEDIUM SIZE ARE PUT ASIDE TO BE PLANTED THE FOLLOWING SEASON. TOOLS AND EQUIPMENT USED INCLUDE A KNIFE TO ASSIST IN UPROOTING THE PLANTS, BASKETS FOR COLLECTING AND TRANSPORTING, AND STICKS FOR THRESHING THE SEEDS WHEN THE MURERE IS DRY.

52

K
A
T
H
E
R
I
S
T
I
C
S

53

U
N
I
T
E
D
K
I
N
G
D
O
M
O
F
E
N
G
L
A
N
D