Gli “spaghetti americani” raccontano una crisi dell’autenticità italiana

Gastronomika parte da un caso simbolico, la cosiddetta “american pasta”, per affrontare un tema sempre più centrale nel food internazionale: cosa succede quando una tradizione gastronomica diventa globale? La questione non riguarda soltanto gli spaghetti. Vale anche per pizza, espresso, aperitivo e perfino per la mixology italiana esportata all’estero. Per anni il comparto italiano ha costruito il proprio vantaggio competitivo sul concetto di autenticità. Oggi però quella stessa autenticità entra inevitabilmente in crisi quando i prodotti vengono reinterpretati da altri mercati, altri linguaggi e altri consumatori. Più che indignarsi per le reinterpretazioni americane, forse il settore dovrebbe chiedersi se la vera forza culturale di un prodotto non sia proprio la sua capacità di essere assorbito, trasformato e reso universale.