

Dal debito alla reciprocità: il cibo equosolidale come merce-dono

Giovanni Orlando

From debt to reciprocity: fair trade food as commodity-gift

Abstract

In this article, the author examines the meanings attached to fair trade foods by people who buy them in the city of Palermo. In doing so, he highlights the analogies that such meanings present, especially a way of conceiving an ethical economy that stands opposed to the market and to conventional commercial exchanges. The meanings in question are grounded in two central ideas: the first one is the need that the process of globalization be guided by principles of justice; the second, that within this process the rights of workers be guaranteed instead of trampled upon. The right of workers to earn a fair remuneration has deeply connoted the debate on globalization among those consumers who are most sensitive to the injustices caused by it and to the ethical calling at the centre of fair trade. In the article, the author shows that the way in which some Palermitan consumers view these debates can be interpreted as an indication that fair trade goods are, for them, a hybrid between a commodity and a gift.

Keywords: fair trade, globalization, reciprocity, just price, food

«Il commercio equo [...] svel[a] una visione diversa dello scambio delle merci: una visione secondo cui i beni *non* sono considerati moralmente neutri o separabili da chi li produce»
(De Neve *et al.* 2008a, p. 10)¹.

1. Introduzione

Questo articolo esamina i significati attribuiti al consumo di cibi del commercio equosolidale da persone che li acquistano come parte della loro spesa familiare nella città di Palermo. I significati in questione poggiano su due idee centrali: la prima è la necessità che il processo di globalizzazione sia guidato da principi di giustizia; la seconda, che nell'ambito di tale processo i diritti dei lavoratori siano garantiti anziché calpestati. L'articolo indaga quindi le analogie che questi significati presentano, in particolar modo per quanto riguarda la concezione di un'economia etica contrapposta al mercato capitalistico e agli scambi commerciali "convenzionali".

¹ Tutte le traduzioni dall'inglese sono dell'autore.

I partecipanti alla ricerca su cui si basa questo articolo riflettevano su due tipi di rapporto commerciale contrapposti: quello tramite cui i produttori del Sud del mondo sono inseriti nel mercato capitalistico mondiale, e quello che s'instaura tra il produttore e il consumatore con l'atto d'acquisto di un bene del commercio equosolidale. Nel discutere il primo tipo di rapporto, i partecipanti accusavano gli intermediari di fare la parte del leone, appropriandosi della maggioranza dei guadagni e privando i produttori del Sud di un'equa remunerazione. Questa relazione ineguale poneva a loro avviso chi produce in una situazione di debito materiale, e chi consuma in una di debito morale oltre che materiale (sebbene in senso inverso, avendo ricevuto *più* del giusto). La moralità del commercio equo, al contrario, era vista come ispirata da un'idea di giustizia redistributiva, un valore inteso soprattutto come riduzione delle disuguaglianze mondiali causate dal commercio internazionale delle merci.

Il diritto dei lavoratori a una remunerazione adeguata ha profondamente connotato il dibattito sulla globalizzazione tra le persone più sensibili alle ingiustizie da essa provocate (vedi Becchetti e Costantino 2006; Bovone e Mora 2007; Lori e Volpi 2007). Nell'articolo mostro che il modo in cui alcuni palermitani intendono questo dibattito li porta a concepire i prodotti equosolidali come un ibrido tra la merce e il dono. L'articolo guarda quindi al cibo come a un costrutto etico, come un mezzo per discriminare tra ciò che è giusto e sbagliato nella vita quotidiana e per trasmettere agli altri valori normativi (cfr. Caplan 1997, pp. 1-8; Murcott 1998, pp. 168-9; Wilk 2006, pp. 21-22).

L'articolo è strutturato come segue. Il paragrafo successivo spiega come funziona il commercio equosolidale, fornendone una breve sintesi storica. Il terzo passa in rassegna gli studi che si sono occupati del fenomeno dalla fine degli anni '90. Il quarto paragrafo espone la metodologia del caso studio e il panorama del commercio equosolidale nella città di Palermo. I paragrafi dal quinto all'ottavo contengono l'analisi primaria. Nel quinto vengono analizzate le opinioni dei partecipanti sulla globalizzazione. Nel sesto il ruolo di primo piano che l'idea di lavoro, e i diritti che ne conseguono, svolge nella visione di queste persone. Il settimo paragrafo esplora in che modo il commercio equosolidale può essere visto come una forma di merce-dono, e specificamente di reciprocità bilanciata, mentre l'ottavo continua quest'analisi chiarendone alcuni aspetti potenzialmente controversi. Infine, le conclusioni espongono i limiti dell'idea per cui i prodotti del commercio equosolidale sono una forma di merce-dono.

2. Il commercio equosolidale dagli albori ai giorni nostri

Fino a poco tempo fa il commercio equosolidale era in gran parte sconosciuto al pubblico, occupando quelli che un'autrice ha definito argutamente gli «interstizi» della globalizzazione (Renard 1999). Ciò è vero anche per il mondo accademico.

Il commercio equo e solidale – o *fair trade* – è una forma di produzione, importazione e vendita di merci, sia alimentari (caffè, cacao, tè, banane) che artigianali (manufatti, mobili, indumenti) nata dopo la seconda guerra mondiale negli Stati Uniti e nel Regno Unito per opera di gruppi di Quaccheri e Mennoniti (Littrell e Dickson 1999)². Dalla seconda metà degli anni '60, a questi gruppi si è venuta affiancando una rete di negozi specializzati nel rivendere i prodotti in questione, chiamati solitamente “botteghe del mondo” (*worldshops* in inglese, *wereldwinkels* in olandese) (Mostaccio 2008). Allo stesso tempo, gli importatori, che fino ad allora erano stati gruppi religiosi informali o organizzazioni non-governative attive nella cooperazione allo sviluppo, si sono specializzati creando imprese ad hoc (di solito non-profit) note col nome di *alternative trade organizations*, meglio note in Italia come “centrali d'importazione” (Leclair 2002; Perna 1998).

Questo sistema internazionale d'importazione e commercializzazione adotta una serie di criteri che si discostano notevolmente da quelli del commercio estero tradizionale. I principali sono il pagamento di un prezzo superiore a quello di mercato, ritenuto ingiusto, per le merci acquistate dal circuito; l'aggiunta di una percentuale monetaria da utilizzare per piccoli progetti di sviluppo nelle comunità dei produttori; il pagamento anticipato di una parte degli ordini come forma di finanziamento etico, per contrastare il ricorso da parte dei produttori a prestiti a tasso di usura; e infine, sempre più spesso, l'utilizzo di metodi di produzione sostenibili dal punto di vista ambientale, come l'agricoltura biologica (Amatucci 1997; Viganò 2008).

All'inizio degli anni '90, un'importante novità è stata lo sviluppo di un sistema di certificazione che concede un bollino anche a imprese profit che non appartengono al circuito del *fair trade*, ma che utilizzano per alcuni dei loro prodotti materie prime appunto “certificate” come prodotte seguendo i criteri dell'equosolidale (vedi Pepe 2007; Renard 2003; Roozen e Van der Hoff 2003). Uno dei risultati maggiori della certificazione è stato l'inserimento dei prodotti equosolidali nei canali della grande distribuzione. Oggi, infatti, per la maggior parte degli abitanti dei paesi dell'Europa del nord e dell'America settentrionale, il *fair trade* è sinonimo di prodotti di marche “normali” certificati come equi e venduti nei supermercati, anziché di marche delle organizzazioni commerciali alternative (cfr. Guadagnucci e Gavelli 2004; Fridell 2007). In Italia, tuttavia, è ancora diffusa una rete di piccoli negozi dedicati che vendono unicamente alimenti distribuiti dalle centrali d'importazione (Viganò *et al.* 2008). Questo è il tipo di commercio equo di cui si occupa il presente articolo.

² Per questioni di uniformità e coerenza nell'articolo non distinguo tra i prodotti d'artigianato e quelli alimentari.

3. Quattro approcci allo studio del commercio equosolidale

Il primo testo accademico sul commercio equosolidale è stato pubblicato solo nel 1993 (Barratt-Brown 1993) e fino circa al 2000 gli studi sul tema erano molto pochi. Le scienze sociali hanno cominciato a interessarsi al fenomeno soltanto in tempi recenti, soprattutto in seguito all'aumento dell'attenzione da parte dei media. Oggi, per quanto il commercio equo sia ancora un argomento poco studiato, la letteratura in materia si sta ampliando rapidamente. Considerata la natura articolata del fenomeno e le specializzazioni disciplinari di chi lo studia, le ricerche sul tema combinano teoria, metodi e specializzazioni regionali in modi molto diversi. Nei capoversi che seguono passerò quindi in rassegna questi rami di ricerca, indicando dove gli antropologi vi stanno contribuendo, per poi chiarire il mio punto di vista rispetto alla letteratura esistente.

Il corpus accademico più ampio sul commercio equosolidale è sicuramente quello che si occupa dei produttori nel Sud del mondo. Di norma questa letteratura si concentra sull'impatto sulle condizioni di vita derivante dalla produzione per il mercato del commercio equo (Raynolds et al. 2004). Da un punto di vista disciplinare, gli studiosi maggiormente coinvolti sono antropologi e sociologi interessati ai temi dello sviluppo, mentre dal punto di vista geografico l'America Latina è la macroregione di gran lunga più studiata (Jaffee 2007; Lyon 2007). Questo orientamento geografico rispecchia in parte l'interesse per un prodotto in particolare: il caffè. La metodologia principale di questo filone di ricerca è il lavoro sul campo, benché il suo grado di utilizzo vari sensibilmente, da brevissimi esercizi di valutazione dell'impatto (Paul 2005) a studi etnografici più a lungo termine (Luetchford 2008).

Un secondo corpus accademico adotta una visione più ampia, guardando alle reti transnazionali di cui è fatto il commercio equosolidale (Lockie e Kitto 2000). In questo caso, il tema centrale è costituito dalle modalità di accumulazione del valore lungo la filiera. Questo tipo di ricerca adotta spesso una metodologia basata interamente sull'elaborazione di dati quantitativi. Gli studi con un'attività di campo rimangono rari, soprattutto a causa dei contesti molto lontani in cui operano i vari attori del commercio equo (ma vedi Fridell 2007). Esistono però alcuni studi nei quali una componente etnografica sui produttori del Sud è integrata con l'analisi di una particolare catena del prodotto (vedi per es. Murray e Raynolds 2000). Spesso questi studi si occupano della certificazione e di come questo particolare meccanismo influisce sulle condizioni di vita dei produttori a livello locale (Taylor 2005).

Il terzo filone di ricerca si sofferma specificamente sugli operatori del commercio equosolidale nel Nord del mondo. Esso vede impegnate diverse tipologie di studiosi, dai sociologi ai politologi. Gli operatori studiati includono di solito il terzo settore e i gruppi della società civile che promuovono il commercio equo (il nucleo di "attivisti") e talvolta – seppur di rado – le imprese che trasformano e

distribuiscono i prodotti (per es. Rice 2001). Il consumo è l'altra grande area d'interesse di questo filone. Da una parte vi sono le indagini quantitative sui profili dei consumatori (Ozcaglar-Toulouse et al. 2006); dall'altra, quelle sulla produzione culturale delle merci equosolidali, in particolare nell'ambito dei media (per es. il settore pubblicitario, le campagne degli attivisti, ecc.). Questo filone di ricerca è caratterizzato dalla mancanza di attività sul campo e dall'assenza di dati qualitativi ricavati specificamente *dalle persone* (anziché dalle pubblicità e da altri materiali analoghi).

Guardando a questi tre filoni sinteticamente, si può notare che l'interesse verso il "locale", come variabile analitica, si perde quando l'attenzione si sposta dai produttori del Sud ai consumatori del Nord. Ciò accade perché il commercio equo è raramente visto come un fenomeno dotato di una sua dimensione sociale e culturale (locale) nei paesi industrializzati. A causa della natura transnazionale del fenomeno, e della presenza di organizzazioni formali come le centrali d'importazione, i suoi valori e il suo immaginario *nel Nord* sono spesso considerati in termini molto generici, se non semplicistici, e con il ricorso eccessivo a dati quantitativi (per es. Becchetti e Costantino 2006; Bovone e Mora 2007). Per contro, la dimensione locale e una metodologia qualitativa costituiscono i punti di partenza del presente studio.

L'approccio qui proposto, il quarto, vede quindi i significati riguardanti i prodotti del commercio equosolidale come inestricabilmente mediati dalla comprensione di soggetti specifici nei luoghi in cui ne avviene il consumo. Il modo in cui le persone vivono questo consumo a Palermo rappresenta il percorso analiticamente rilevante di tutto l'articolo (vedi anche Orlando 2012, 2014). Esso si riallaccia agli sviluppi teorici più recenti nello studio dei movimenti economici alternativi (per es. Carrier e Luetchford 2012; De Neve *et al.* 2008b; Orlando 2015a, 2015b). Questi studi possiedono un forte approccio comparativo (vedi anche Varul 2009) e una prospettiva che riconosce l'importanza del commercio equosolidale come parte di processi di riproduzione sociale locali (cfr. anche Barnett *et al.* 2005). Questo approccio è legato a due concetti chiave per la disciplina: quello di economia morale (per es. Bryant e Goodman 2004, pp. 344-5 e 347-349; Fridell 2007, p. 272-296; Goodman 2004; Jaffe *et al.* 2004; Luetchford 2008, p. 152-186) e quello di "radicamento" (*embeddedness*, per es. Hinrichs 2000; Raynolds 2000; Sage 2003; Winter 2003).

Entrambi questi concetti occupano un posto centrale nella storia dell'antropologia economica (cfr. Hann 2010) e sono oggi utilizzati con frequenza sempre maggiore anche al di là dei suoi confini. In questo processo di espansione disciplinare, i due concetti hanno acquisito rilevanza sia rispetto a processi, movimenti e reti come quelli del fenomeno trattati nell'articolo, sia rispetto a più ampi dibattiti nelle scienze sociali sulla necessità di spingersi oltre la separazione tra studi della produzione e studi del consumo (per es. Appelbaum 2004; Goodman 2002;

Goodman e Dupuis 2002; Le Heron e Hayward 2002; Miller *et al.* 1998, in particolare capitolo 1; Wilk 2006). Economia morale e *embeddedness* acquistano importanza come strumenti analitici soprattutto nell'ambito di questi recenti filoni di ricerca, tracciando un percorso su una mappa intellettuale di cui questo articolo è un quadrante.

4. Metodologia e contesto

Il presente articolo si basa su una ricerca etnografica svolta a Palermo e provincia, della durata di 15 mesi³. L'osservazione partecipante è avvenuta in negozi di prodotti equosolidali (sotto forma di lavoro volontario come commesso e tuttofare), in ambito domestico (tramite osservazione dello shopping familiare e della preparazione dei pasti, di visite degli spazi domestici legati al cibo, e d'inventari del consumo), e durante incontri di gruppo ed eventi pubblici. Sono state inoltre raccolte 33 interviste qualitative semi-strutturate (audio-registrate), nella maggior parte dei casi con donne di età compresa tra 29 e 53 anni, spesso sposate e con figli. Dato lo scopo dell'articolo – mettere in luce i significati concernenti merce e dono attribuiti dai partecipanti ai prodotti equosolidali – l'analisi si concentrerà maggiormente sul materiale da intervista e meno su quello etnografico *tout court*. Nelle interazioni quotidiane, infatti, era molto raro per i partecipanti esprimersi sui temi in questione, temi dopo tutto abbastanza complessi. Ciò era invece più semplice nel contesto dell'intervista qualitativa. È chiaro che questa difficoltà è analiticamente rilevante e ne va preso atto, nella misura in cui essa mostra sin da subito come le persone in questione non riflettessero costantemente sui temi discussi nelle pagine seguenti. Piuttosto, le loro opinioni vanno considerate come una riflessione di secondo livello. Infine, la ricerca è stata condotta tramite campionamento a scelta ragionata e a valanga, e non è quindi rappresentativa di tutti i consumatori di equosolidale della zona.

A Palermo esistono due organizzazioni che operano nel campo del commercio equosolidale, Sodalìs ed Equalis, entrambe cooperative di lavoro⁴. Sodalìs è la più vecchia e la più grande delle due. Essa dispone di un negozio al dettaglio – o “bottega del mondo” – e di un magazzino, che funge anche da sede dei suoi uffici per la vendita di merce all'ingrosso. Il negozio si trova in una zona borghese della parte settentrionale di Palermo, la più ricca della città; considerate le sue dimensioni (circa

³ La ricerca su cui si basa l'articolo è stata finanziata dallo UK Economic and Social Research Council (Grant PTA-030-2006-00260) e dal Royal Anthropological Institute (Emslie Horniman Anthropological Scholarship Fund). La stesura dell'articolo ha ricevuto un contributo dal Settimo Programma Quadro dell'Unione Europea (Marie Skłodowska-Curie 609402 - 2020 researchers: Train to Move).

⁴ Questi come gli altri nomi adoperati nell'articolo sono pseudonimi.

90 m²), esso appartiene alla categoria dei negozi di quartiere. Tra le merci in vendita si trovano alimenti equosolidali e biologici, sia freschi (frutta e verdura) che trasformati (per es. pasta, prodotti per la colazione, snack, ecc.) nonché prodotti ecologici per la casa (per es. detersivi liquidi per piatti e affini) e articoli “verdi” per la cura personale (saponi, gel doccia, ecc.). Il magazzino e l’ufficio di Sodalis sono invece situati vicino al porto di Palermo, in una zona molto più modesta rispetto al negozio. Il magazzino non è identificato in alcun modo dall’esterno. Esso è composto da cinque locali, di cui tre (uno grande e due più piccoli) sono destinati allo stoccaggio vero e proprio, mentre un altro locale funge da “showroom” (dove i clienti all’ingrosso possono vedere e provare la merce) e un altro locale, di medie dimensioni, è utilizzato come ufficio, dove gli impiegati sono seduti davanti a computer e rispondono al telefono. L’altra cooperativa del commercio equo palermitano è Equalis. Essa si occupa soltanto di commercio al dettaglio e dispone quindi solo di un negozio, anch’esso sito nella zona più elegante di Palermo. Con i suoi 60 m² circa, questo negozio è più piccolo di quello di Sodalis. Entrambi vendono una gamma simile di alimenti e prodotti e si somigliano molto.

Tramite lavoro volontario in queste tre sedi, ho avuto modo di entrare in contatto con una serie di persone che frequentavano il circuito del commercio equo palermitano. Si tratta di singoli individui o famiglie, ma anche di soggetti organizzati noti col nome di “gruppi d’acquisto solidale” (GAS). I GAS sono gruppi di persone, informali o riuniti in associazione, che acquistano assieme prodotti dall’alto contenuto etico, sia in campo alimentare che in quello dell’abbigliamento e dei servizi (da quelli telefonici a quelli bancari, dal turismo alle assicurazioni) (vedi Grasseni 2013). I loro acquisti avvengono nella maniera più diretta possibile, direttamente dal produttore del bene o servizio quando ciò è possibile, in modo da saltare gli intermediari nella catena del valore. Nelle pagine che seguono discuto le opinioni sul commercio equosolidale delle persone che ho incontrato in questi vari ambiti.

5. Sanguisughe, avvoltoi e predatori: metafore della globalizzazione

Lorenzo era un uomo di quasi quarant’anni che lavorava come rappresentante di un’azienda che installa pannelli solari. Intorno al 2000 aveva iniziato a fare il volontario presso l’oratorio Salesiano della Chiesa di Santa Chiara, in uno dei quartieri più multietnici del centro storico di Palermo. Lì alcune persone lo avevano coinvolto nelle attività dell’organizzazione non governativa (ONG) Volontariato Internazionale per lo Sviluppo (VIS), anch’essa facente capo ai Salesiani. Questa ONG si occupa tra l’altro di educazione interculturale, mandando periodicamente volontari nei paesi in via di sviluppo. Lorenzo ha quindi iniziato a partecipare agli incontri organizzati dal VIS su temi quali i rapporti economici tra Nord e Sud del mondo e i diritti umani. «All’epoca ero molto attivo dal punto di vista tra virgolette

politico», mi ha raccontato Lorenzo, «sono andato a Genova per la riunione del G8, e facevo anche parte di Attac e della Rete Lilliput [due associazioni della società civile impegnate nella protesta contro la globalizzazione]». L'incontro di Lorenzo con il commercio equosolidale è avvenuto in questo periodo. «Mi sono comprato un libro – questa è stata la cosa principale – che si chiama *Guida al consumo critico*, e ho cominciato a leggere tutto quello che si nasconde dietro le grandi marche multinazionali».

Nella *Guida* Lorenzo ha trovato non solo informazioni critiche sulle “grandi marche”, ma anche proposte alternative, tra cui appunto i prodotti del commercio equo. Interessandosi sempre di più a questo tema, ha quindi deciso di cercare negozi che li vendessero a Palermo, entrando in contatto con le botteghe cittadine. Il motivo principale del suo consumo equosolidale era il “rispetto”: «Il consumo equo è semplicemente una questione di rispetto. Proprio il rispetto per la persona in sé. Ci vuole rispetto per il produttore. È lui che fa mangiare me, che sono un occidentale». L'enfasi posta sulla caratteristica di consumatore *occidentale* rivela l'idea secondo cui gli abitanti del Nord sono in debito con quelli del Sud, idea confermata dal suo commento successivo: «Gli occidentali sono responsabili dell'85% del consumo mondiale». È in questa sproporzione nella distribuzione dell'uso di risorse che si configura il debito del Nord verso il Sud.

Un altro consumatore, Gianni (34 anni), ha messo bene in luce questa dimensione nel suo discorso. Spiegando le ragioni dei suoi “acquisti equi”, egli ha affermato: «Si tratta fondamentalmente di dare un piccolo contributo per una migliore distribuzione globale della ricchezza». Questo piccolo contributo si configurava per Gianni come «un giusto corrispettivo che in virtù della nostra ricchezza di occidentali noi dobbiamo corrispondere per un prodotto che non è il frutto di una produzione di tipo predatorio, da multinazionale». Allo stesso modo di Lorenzo, Gianni ha fatto riferimento a un “noi” in quanto occidentali, aggiungendo il termine «ricchezza» al suo ragionamento, non lasciando dubbi sul fatto che “loro” – gli abitanti del Sud del mondo – sono poveri in conseguenza appunto delle pratiche scorrette portate avanti dalle multinazionali, anch'esse incolpate da Lorenzo.

Le parole pronunciate da entrambi evocano l'immagine di agricoltori che faticano duramente nei campi dei paesi in via di sviluppo per produrre cibo da inviare agli abitanti delle nazioni più industrializzate. Un'opposizione al capitalismo, e in particolare alla globalizzazione, rappresenta il loro terreno comune. Entrambi mostrano come il commercio internazionale fosse il principale costrutto cui i partecipanti alla ricerca facevano riferimento, soprattutto per gli squilibri che esso era ritenuto provocare, creando un indebitamento che è non solo materiale ma, evidentemente, anche morale. Alcune delle persone che acquistavano i prodotti del commercio equo a Palermo consideravano quindi lo sfruttamento e l'ingiustizia come fattori integranti dell'economia internazionale, e questa percezione rappresentava il

motivo alla base del loro consumo equosolidale. A tal proposito, De Neve *et al.* (2008a, p. 7) notano nella società contemporanea la presenza di una

«crescente insoddisfazione morale che si accompagna al diffondersi di relazioni di scambio socialmente e politicamente “sradicate”. Questo disagio morale è ampiamente percepito dai consumatori del Nord ed è una forza trainante sottesa all’aumento del numero delle iniziative di commercio etico».

Questo quadro rivela in sé un’idea di giustizia redistributiva. Nel parlare di commercio equo, per esempio, Gianni ha affermato: «Se ti serve un certo prodotto, il suo prezzo può essere un po’ più alto in virtù del giusto corrispettivo pagato a chi lo produce». La necessità di pagare un giusto corrispettivo quando si acquista una merce rappresenta uno dei valori principali nei ragionamenti dei partecipanti alla ricerca, come si evince anche dall’esempio che segue.

Giorgio e la sua compagna Ilenia erano una coppia di trenta-quarantenni in attesa del loro primo figlio. Lui lavorava come geologo presso l’amministrazione regionale, mentre lei faceva la segretaria in una casa editrice. Entrambi facevano parte di un gruppo d’acquisto solidale (GAS) creato originariamente da alcuni membri della sezione palermitana di un partito politico di sinistra “radicale” tra il 2000 e il 2001, epoca in cui la coppia aveva partecipato a manifestazioni di protesta contro la globalizzazione. Col tempo, il GAS si era allargato e aveva mutato la sua fisionomia, tanto che all’epoca della mia ricerca la maggioranza dei suoi membri era estranea al partito.

Riguardo al consumo in generale, Giorgio era fermamente convinto di quanto segue: «È giusto che chi produce abbia un suo ritorno, perché è lui che lavora. Io sono della vecchia idea che si guadagna lavorando. Chi non fa niente non ha diritto a guadagnare». Se Lorenzo e Gianni hanno posto l’accento sulla relazione tra il consumatore e il produttore, qui Giorgio si concentra maggiormente sul diritto del lavoratore-produttore a un’equa remunerazione: «La maggior parte dei ricavi è dovuta al produttore, a chi si è impegnato personalmente». Questi due aspetti trovano un terreno comune nell’opinione profondamente critica che i partecipanti avevano degli intermediari. Ilenia ha osservato che «ormai in quasi tutta l’economia tradizionale i guadagni del produttore sono la percentuale meno rilevante», mentre Giorgio ha aggiunto: «L’intermediazione, per me è questo che rende un’economia non-solidale. Il fatto che chi non produce poi ha dei grossi ritorni. Saltare l’intermediazione per me è un punto fondamentale della solidarietà». Il problema degli intermediari era fortemente sentito da quasi tutti i palermitani che ho incontrato. Forse l’espressione più colorita ed efficace è stata pronunciata da Mattia, un ingegnere di 34 anni, il quale ha affermato: «Il produttore è infilato in una filiera di avvoltoi e sanguisughe che guadagnano soldi semplicemente sull’intermediazione».

6. Prima i lavoratori

Formulando queste osservazioni, i partecipanti hanno fatto riferimento a una serie di termini strettamente connessi fra loro: prezzo, ricavi, giusto corrispettivo/giusto ritorno, e profitti. Il loro utilizzo era connotato in maniera abbastanza prevedibile. Semplificando, prezzo e ricavi erano i termini più neutrali, mentre corrispettivo era quasi sempre connotato positivamente, essendo associato ai produttori. Il termine guadagno era invece il più ambiguo, essendo associato sia ai produttori che agli attori economici che li sfruttavano, come gli intermediari. In questo senso, il termine appariva quasi sinonimo di profitto (nella sua accezione deteriore). Il prezzo poteva quindi includere sia il (giusto) corrispettivo che il profitto.

Gianni, Giorgio e Ilenia hanno accennato al problema di come ripartire equamente valori monetari diversi lungo la catena che collega i produttori ai consumatori. A livello generale – non necessariamente a proposito di pratiche di sfruttamento – il problema di formulare il prezzo di una merce deriva dal fatto di dover commisurare elementi e interessi spesso del tutto diversi tra loro sul mercato, sia in teoria che in pratica (cfr. Gudeman 2008, p. 51-58). Questo tipo di operazione comporta necessariamente il ricorso a un giudizio – o a una teoria – di valore. I partecipanti alla ricerca attribuivano l'importanza maggiore all'elemento del lavoro. Le loro idee riflettono uno sforzo di ri-personalizzazione della produzione che va di pari passo con uno di ri-personalizzazione degli scambi, in modo da sollevare il “velo” che nasconde lo sfruttamento intrinseco al capitalismo (Marx 1977). Gli studi etnografici hanno mostrato che le strategie di marketing del commercio equosolidale non sono in grado di comunicare pienamente le condizioni di vita dei produttori del Sud del mondo (per es. Hudson e Hudson 2003). Nonostante ciò, non si può sottovalutare l'importanza di questo sforzo in un sistema di scambi che di solito perde *completamente* di vista il produttore. Attraverso innumerevoli mezzi, dalle confezioni di tè e caffè ai materiali informativi su internet, il sistema del commercio equo offre la possibilità di riscoprire almeno in parte come vivono i produttori dei paesi del Sud. Bryan e Goodman (2004, p. 359) osservano a proposito:

«L'obiettivo è di rimuovere strati nascosti d'informazione sul prodotto per rivelare le condizioni sociali e ambientali “eque” della sua produzione. In uno scambio basato sulla solidarietà, il valore si crea attraverso la de-feticizzazione della cultura del prodotto *proprio* nella speranza di permettere ai consumatori di porsi in relazione con i produttori dal punto di vista etico ed economico».

L'importanza assegnata dai partecipanti al fattore lavoro richiama l'attenzione sull'intermediazione commerciale nella misura in cui, a causa di tale intermediazione,

risulta impossibile remunerare adeguatamente i lavoratori. De Neve *et al.* (2008a, p. 14) scrivono:

«Una conseguenza importante di una simile teoria del valore basata sul lavoro è che autorizza la critica nei confronti degli intermediari. Se si crea valore nell'atto della produzione anziché in quello dello scambio, allora le attività degli intermediari, che di fatto si guadagnano da vivere grazie al lavoro altrui, diventano potenzialmente illecite e moralmente ambigue».

Per le persone che ho incontrato esistevano due tipi di rapporto commerciale, posti su binari paralleli: quello in cui il produttore è normalmente coinvolto per fare arrivare la sua merce ai consumatori (l'ambito dell'intermediazione commerciale), e quello che s'instaura tra il produttore e il consumatore con l'atto d'acquisto di una marca equosolidale da parte di quest'ultimo (un ambito di vendite "dirette"). A detta dei partecipanti, se gli intermediari e i normali operatori commerciali ottengono di solito dai produttori più di quanto restituiscano, il commercio equo fornisce invece un giusto corrispettivo e costituisce pertanto una forma di *scambio eguale*. Per queste persone era questa nozione di eguaglianza a rappresentare il significato di giustizia che esse ritenevano appartenere al cibo equosolidale. L'accento morale qui è posto sul ripristino di una sorta d'equilibrio reciproco che possa rimediare alla relazione d'indebitamento che caratterizza il commercio "normale", sia a livello micro che macro.

7. Dallo sfruttamento alla reciprocità

L'antropologia si è interrogata sulle possibilità di uno scambio eguale sin dai suoi albori (Mauss 2002). Firth e Malinowski, per esempio, si sono occupati delle logiche che sottendono la reciprocità nelle cosiddette economie "arcaiche" (cfr. Firth 1959, p. 419-420; Malinowski 1926, soprattutto capitoli 3, 4, 8, 9). Firth (1959, p. 412), per esempio, scrive che i Maori attribuivano grande rilevanza alle nozioni di «ritorno equivalente» e di «compensazione». Le opinioni dei partecipanti palermitani sulla natura dei beni equosolidali possono dunque essere viste come ancorate alle logiche del dono e della reciprocità: lo scambio equosolidale alla logica della reciprocità bilanciata; lo scambio convenzionale a quella della reciprocità negativa. Sahlins (1972, p. 192) definisce quest'ultima «il tentativo di ottenere qualcosa in cambio di nulla», osservando a tal proposito che:

«[questo] è il tipo più impersonale di scambio [...] I partecipanti si fronteggiano come interessi antagonisti, ognuno teso a massimizzare il proprio tornaconto a spese

altrui. Accostandosi alla transazione [...] il fine [...] di entrambe le parti è il profitto».

Se il commercio internazionale può essere visto come un tentativo d'imporre la reciprocità negativa, per alcuni palermitani il commercio equo era invece una forma di reciprocità bilanciata. Secondo Sahlins (1972, p. 195), a parte scambi perfettamente equilibrati in cui gli stessi tipi di merce sono scambiati in pari quantità, appartengono al genere della reciprocità equilibrata «molti “pagamenti”, buona parte di quel che rientra nella voce etnografica di “commercio” e molto di quel che si definisce “compra-vendita” e comporta l'uso di “denaro primitivo”». Fatte le dovute differenze (vedi *infra*), la reciprocità bilanciata è adattabile a un ambito di scambi “commerciale” come quello dell'equosolidale.

Seguendo ancora Sahlins, le diverse forme di reciprocità si basano sull'articolazione di tre variabili: socievolezza, generosità e distanza parentale. La reciprocità equilibrata è caratterizzata come uno «scambio diretto» (Sahlins 1972, p. 194) in cui la distanza parentale è ridotta al minimo. Presupponendo che i partecipanti possedessero i livelli necessari di socievolezza e generosità, quale posto occuperebbe la distanza parentale in questo quadro? È ovvio che non c'è un vero legame di parentela tra essi e gli agricoltori del Sud del mondo. Questo legame era però ugualmente percepito sotto forma di una “vicinanza” etico-morale, come si evince da due esempi offerti da Lorenzo.

Lorenzo era una persona per cui la religione era ancora una parte importante della vita. Discutendo del rapporto tra la fede e i suoi consumi, egli ha detto: «Un credente che sta su un piedistallo mentre quelli accanto a lui sono sfruttati, sbaglia. Non possiamo salvare tutti, ma almeno quelli la cui salvezza dipende da noi». In questo scenario immaginario gli “altri” di cui ci dobbiamo occupare sono vicini a noi, non lontani. La stessa logica sottende un altro esempio in cui Lorenzo ha descritto, sempre per via di metafora, come vedeva lo sfruttamento provocato dalla globalizzazione: «Poniamo che un giorno io t'inviti da me e ti prepari qualcosa di squisito. A un certo punto vuoi andare in bagno, ma per sbaglio entri in cucina, dove trovi una persona in catene. Quello che hai appena mangiato non ti piacerà più». Questo esempio è particolarmente pregnante per il ragionamento sulla reciprocità e la distanza parentale perché la metafora utilizza un ipotetico scenario domestico. Secondo Sahlins (1972, p. 196):

«La distanza sociale tra i soggetti condiziona il tipo di scambio [...] Ne consegue che parenti stretti tendono a mettere le cose in comune, a entrare in rapporto di scambio generalizzato; parenti lontani o non-parenti tendono a contrattare su basi di equivalenza o a danneggiare l'altro».

In Occidente, «la “non-parentela” denota relazioni specifiche di status» (ibidem) del tipo dottore/paziente, datore di lavoro/lavoratore, lavoratori di diverso rango, ecc. A questa casistica si può aggiungere la relazione produttore/consumatore. «La relazione economica» continua ancora Sahlins (1972, p. 197) «tende a essere una semplice negazione delle reciprocità tra parenti»⁵. I partecipanti consideravano quindi il consumo equosolidale come un tentativo di trasferire l’acquisto delle merci dal campo della “non-parentela” (o massima distanza sociale creata dal mercato) a quello della parentela, sebbene non un ambito così prossimo come quello familiare. È da questo punto di vista che il consumo equo appare come una forma di reciprocità equilibrata che riconosce al lavoratore un giusto corrispettivo.

Come si evince da questi esempi, la percezione di vicinanza tra questi palermitani e i produttori si fondava sulla convinzione dei primi che i secondi possedessero diritti fondamentali, in primo luogo perché sono persone. Anche altri partecipanti hanno espresso opinioni simili. Simona, per esempio, un’avvocata di 29 anni, era una delle consumatrici di un gruppo d’acquisto che si appoggiava alla bottega della cooperativa Equalis per la consegna di una cassetta settimanale di alimentari. Simona era convinta che «la necessità di una spesa etica non nasce solo dal desiderio di mangiare sano [mangiare cibo biologico], ma anche da quello di sincerarsi che il cibo è prodotto rispettando i diritti dei lavoratori». In merito alla sua nozione di «rispetto», Lorenzo ha spiegato: «Ovviamente stiamo parlando di diritti. Cerco di aiutare le cooperative che rispettano i diritti dei lavoratori, che non spruzzano i pesticidi sui coltivatori senza neanche farli sgomberare dai campi».

Graeber (2001, p. 222) nota a proposito della reciprocità equilibrata: «Gli standard di equivalenza tra oggetti [...] possono emergere dalla necessità di stabilire l’uguaglianza sociale». I partecipanti palermitani interpretavano questa uguaglianza sociale come i diritti dei lavoratori, primo fra tutti quello a un giusto corrispettivo per il valore del loro lavoro. Questo corrispettivo era ritenuto incluso nel prezzo dei cibi equosolidali, più elevato di quello dei prodotti alimentari equivalenti che non appartengono a tale circuito. Oltre a mostrare accenni di una mentalità contraria alla massimizzazione dell’utile individuale, la disponibilità dei partecipanti a pagare un sovrapprezzo come giusto corrispettivo, e la loro convinzione che quest’ultimo fosse un diritto universale del lavoratore, consolidano ulteriormente una visione della merce equosolidale nell’ottica del dono.

⁵ Forse la formulazione di Sahlins andrebbe invertita: è la negazione della parentela a *costituire* quello che la società occidentale intende di norma come relazione economica, e ciò spiega perché gli scambi di beni rappresentino un esempio di reciprocità negativa.

8. L'inalienabilità della merce-dono equosolidale

Un simile approccio non è privo di problemi. Applicare l'idea di dono alla merce equosolidale *in seno al* mercato, e non dopo che essa ha lasciato quest'ambito per entrare in quello domestico, può apparire infatti antitetica a una consolidata letteratura antropologica sullo scambio (vedi per es. Carrier 1995; Yan 2005). Secondo Carrier (1995, p. 24), gli oggetti scambiati nell'ambito di rapporti di dono «sono legati alle persone sulla base di aspetti significativi. Il dono è inalienabilmente correlato al donatore, ed è perciò importante per rigenerare la relazione tra donatore e destinatario». Per contro, «in uno scambio di merci, l'oggetto è alienato dalla persona che se ne priva. La bottiglia di vino che compro da Safeway [una catena di supermercati] non è legata alla persona [che me la vende] in alcun modo significativo» (p. 27). Questa mancanza di co-legamento tra le parti della transazione è caratteristica dell'alienazione che contraddistingue il mercato capitalistico.

Per chiarire in che senso il cibo equosolidale possa essere visto come una merce-dono, allora, bisogna stabilire esattamente di che tipo di “legame” si sta parlando. Quali sono gli «aspetti significativi» che legano le persone all'oggetto? Nelle società capitaliste è la *proprietà* di una merce a essere alienata nello scambio, ma non è necessario ridurre tutte le forme di co-legamento tra le parti a questo ambito. Da un lato, il cibo equosolidale che acquistavano i consumatori palermitani era alienato, nel senso che passava irrevocabilmente di mano, come avviene per tutte le merci. Dall'altro, questo passaggio di proprietà lasciava intatto il valore-lavoro dell'oggetto e – punto cruciale – il diritto a una giusta retribuzione per la persona che lo aveva prodotto. Il *riconoscimento* di questo diritto è la dimensione che pertiene alla non-alienazione, al collegamento in forma di dono tra chi produce e chi consuma. Poiché il diritto del produttore a un giusto corrispettivo (intrinseco alla merce-cibo acquistata e venduta) è inalienabile, esso deve per forza venire reso dal consumatore. I prodotti del commercio equo sono la merce che consente di fare proprio questo.

L'inalienabilità rappresenta la pietra miliare della teoria del dono di Annette Weiner. Weiner (1992, p. 28-32) ha criticato la scuola antropologica della reciprocità, rappresentata da autori quali Malinowski e Sahlins, accusandola di celare un riduzionismo nei confronti di tutte le forme di scambio, trattate alla stregua di transazioni diadiche tra persone egoiste (cfr. anche MacCormack 1976). L'eccessiva attenzione attribuita al principio di reciprocità è per Weiner (1992, p. 28-30) reificante, la conseguenza di un'epistemologia occidentale. L'autrice sostiene al contrario che alcuni oggetti conservano qualità intrinseche tali da rendere impossibile la loro separazione dai proprietari o da chi li ha creati. Weiner, in sostanza, si rifà molto più direttamente a Mauss, autore che la scuola della reciprocità aveva criticato (cfr. Firth 1959, pp. 419-420; Malinowski 1926, capitoli 3, 4, 8, 9), soprattutto per quanto riguarda il suo argomento sullo *hau* – lo spirito del dono – come ragione ultima degli scambi non-mercificati. Lo sviluppo del concetto di reciprocità,

soprattutto nella tipologia proposta da Sahlins, fu un tentativo di rendere il discorso di Mauss meno univoco.

Sebbene nell'interpretazione di Weiner reciprocità e inalienabilità siano in forte contrasto, una loro conciliazione non è impossibile. La contrapposizione è valida se si pensa che la reciprocità sia un principio autonomo (come in effetti hanno ritenuto Malinowski, Firth e Sahlins). Tuttavia, se si accetta la possibilità che la reciprocità possa essere *causata* da altri elementi, tra cui anche determinate qualità (inalienabili) degli oggetti e delle persone, si comincia a vedere come i due approcci possano essere combinati. Da questo punto di vista, molto dipende da come si concepisce lo *hau*. Col beneficio del senno del poi, l'errore che Malinowski, Firth e Sahlins hanno commesso è stato forse quello di non considerare che lo *hau* potesse essere soltanto uno tra i tanti "spiriti" del dono, quello che Mauss ha evidenziato sulla base degli studi etnografici di cui disponeva. A questo proposito, Yan (2005, p. 254) dice bene quando scrive: «Questa [lo *hau*] è la prova empirica su cui Mauss basava la sua tesi, ma trattandosi di un'osservazione empirica, potrebbe non rivelarsi vera in altre società». Significativamente, Weiner (1992, p. 63) ritiene che la visione dello *hau* di Mauss fosse corretta non in quanto unica qualità inalienabile, ma come una fra le tante possibili.

Per i palermitani presi in considerazione da questo studio, i diritti universali dei lavoratori, e in particolare quello a una giusta retribuzione, costituiscono gli spiriti del dono etnograficamente pertinenti, insiti nei prodotti equosolidali⁶. Scrivendo a proposito degli scambi reciproci basati su idee di uguaglianza, Graeber (2001, p. 223, corsivi miei) osserva che «quando si dichiarano due cose equivalenti [...] non si sta affermando che esse siano la stessa cosa sotto *ogni* punto di vista: si sta semplicemente affermando che sono la stessa cosa per gli aspetti ritenuti importanti in quel contesto». Si possono quindi distinguere due forme d'inalienabilità: la prima, più vicina al ragionamento originario di Weiner (che era una studiosa della Melanesia), comprende sia gli oggetti che le loro qualità; la seconda si applica alle società di mercato dove la maggior parte degli oggetti di scambio viene venduta e acquistata, in cui alcune qualità rimangono inalienabili anche quando il proprietario dell'oggetto cambia irrevocabilmente. Il cibo equosolidale acquistato dai partecipanti non era restituito a chi l'aveva prodotto (come in una relazione del dono "primitivo"), era il denaro del giusto corrispettivo a esserlo. In altre parole, l'oggetto era alienato fisicamente e legalmente, ma non moralmente.

⁶ Anche De Neve *et al.* (2008a, p. 10) sostengono che nelle merci possono essere presenti spiriti nel senso maussiano. Prendendo a mo' di esempio il ritiro, da parte della casa di abbigliamento Gap, di abiti che erano stati prodotti in una fabbrica in cui, come s'era da poco scoperto, i dipendenti venivano sfruttati, gli autori concludono che il motivo del ritiro era il fatto che quegli abiti erano stati per sempre "macchiati".

9. Conclusione: limiti e contraddizioni della merce-dono equosolidale

Per le persone che ho incontrato, allora, le merci equosolidali condividevano delle caratteristiche con i doni, pur rimanendo all'interno del mercato capitalistico, suggerendo quindi una disarticolazione di alcune linee interpretative influenti, originatesi dal modello di Mauss. La prima è quella che divide intere economie e/o società in base al dualismo merce/dono (Gregory 1982); la seconda, quella che vede la presenza di doni nelle società a capitalismo avanzato esclusivamente *al di fuori* della sfera del mercato (per es. Carrier 1995; Miller 1995). Fin qui la mia analisi ha evidenziato i possibili aspetti del dono nella merce equosolidale. In quest'ultimo paragrafo sottolineerò invece gli aspetti per cui i cibi equosolidali *non* possono considerarsi dei doni.

Carrier (1995, p. 22) osserva che, contrariamente alla teoria di Mauss (2002) secondo cui le parti in uno scambio sono obbligate a dare, ricevere e ricambiare, nelle società occidentali vi sono alcuni tipi di dono che sono elargiti autonomamente, i doni «liberi o puri» (*free or pure gifts*). Partendo da questa considerazione, alcuni autori (cfr. esempi in De Neve *et al.* 2008a, p. 6) sostengono che chi fa acquisti equosolidali percepisce quest'atto come una forma di beneficenza. Nel senso comune, in effetti, la beneficenza è qualcosa – tempo o denaro – che viene data spontaneamente, senza che ci si aspetti nulla in cambio. L'acquisto di un prodotto del commercio equosolidale si sviluppa anch'esso liberamente. Le persone che lo praticano non possono considerarsi *obbligate* a dare: esse non *devono* acquistare quel prodotto, *vogliono* acquistarlo. Da questo punto di vista, allora, saremmo in presenza di un dono. Per i consumatori che ho incontrato, però, i loro acquisti non erano una forma di beneficenza. Essi rifiutavano questa interpretazione, soffermandosi sulla seconda parte del concetto di dono “liberamente” offerto, è cioè che il donatore non dovrebbe in teoria ricevere nulla in cambio. Nella beneficenza, la transazione è unidirezionale e si conclude immediatamente.

Discutendo delle possibili corrispondenze tra commercio equosolidale e beneficenza, Lorenzo ha detto: «No, non è una forma di beneficenza. È una forma di giustizia. Beneficenza vuol dire: “Vabbè tieni – mi fai pena – ti do questo”. Le persone delle botteghe stanno lavorando, stanno investendo. Ti offrono un servizio». Nel sottolineare la dimensione lavorativa, Lorenzo ha parlato di un servizio che riceveva dai negozi in questione (la vendita di prodotti equosolidali). Gianni, da parte sua, ha collegato questi stessi elementi a quelli già citati a proposito della globalizzazione:

«No, non è beneficenza. È un contributo per un'economia più giusta e per una distribuzione più equa delle risorse. La beneficenza non è un corrispettivo. Si chiama “commercio equo”. La parola “commercio” significa qualcosa, significa scambio di merci. La beneficenza non implica uno scambio. Se mi va, do un euro a chi mendica

al semaforo, ma non ottengo niente in cambio. C'è già una differenza rispetto a chi ti pulisce il vetro. In quel caso non c'è un "prezzo", ma almeno secondo me paghi perché ti stanno offrendo un servizio. La beneficenza è fine a se stessa».

Anche Martina, un'assistente sociale di 41 anni, ha usato quasi le stesse parole di Gianni nell'offrire la sua opinione in merito a questo problema: «Il commercio equo è un modo di conseguire un beneficio per entrambe le parti, mentre la beneficenza è un atto fine a se stesso, che non crea un'opportunità»⁷.

Le convinzioni di queste persone rispecchiano «l'idea di assicurare a estranei lontani il soddisfacimento dei loro bisogni primari in virtù non di un'elemosina, bensì di un diritto» (Corbridge 1993, p. 465). I partecipanti desideravano far presente che ciò che facevano non era "aiutare i poveri" senza ricevere (o richiedere) nulla in cambio. I loro acquisti implicavano una remunerazione monetaria *per il lavoro svolto* dai produttori, per quanto ispirata da criteri di giustizia. Essi rifiutavano l'idea di beneficenza per un motivo molto simile al loro rifiuto dell'intermediazione commerciale convenzionale: entrambe sono forme s-bilanciate di scambio. Gli intermediari danno qualcosa in cambio, ma non abbastanza, ricavando più del dovuto e mettendo l'altro in una posizione di debito (come avviene nel caso della reciprocità negativa). La beneficenza, d'altro canto, dà qualcosa, forse persino un importo sufficiente, ma in modo tale da negare all'altro la possibilità di ricambiare. Essendo fondata su un rapporto di superiorità-inferiorità, anche la beneficenza è dunque una forma di reciprocità negativa, benché a ruoli invertiti: si estrinseca nell'atto di donare anziché di prendere. Sia Gianni che Martina hanno usato l'espressione «fine a se stessa», che in senso colloquiale vuol dire "senza motivo", ma che letteralmente significa "qualcosa la cui conclusione risiede in sé", una prova evidente del fatto che queste persone ritenevano la beneficenza un atto non ricambiato né ricambiabile.

Riassumendo, per i partecipanti, quando un consumatore effettuava un acquisto equosolidale, riceveva un "dono" che faceva scattare l'obbligo di fornire un giusto corrispettivo. Questo aspetto è compatibile con lo schema di Mauss e della reciprocità bilanciata, come già discusso. Tuttavia, una volta avvenuto il (giusto) pagamento, la relazione *era* esente da altri obblighi, poiché il produttore non aveva più la possibilità di ricambiare ulteriormente. Quest'ultimo aspetto contraddice Mauss e la sua attenzione per i rapporti costanti, specialmente quelli previsti da forme di reciprocità più generalizzate. Come osserva Graeber (2001, p. 219) con un certo pessimismo: «Nella misura in cui [la reciprocità equilibrata] ha a che fare con "la creazione di relazioni sociali", si tratta pur sempre di relazioni minime e provvisorie». In conclusione, nel modo d'intendere i prodotti equosolidali dei palermitani di questo

⁷ Nel valutare simili affermazioni bisogna tenere presente la possibilità che la mia domanda sulla beneficenza abbia generato un *response bias* improntato alla desiderabilità sociale. Vi è inoltre la questione delle analogie tra commercio equosolidale e beneficenza in termini dei tipi di organizzazione coinvolti in entrambi gli ambiti, spesso non così distinguibili.

studio vi erano risvolti sensibilmente diversi tra loro, eppure inestricabilmente connessi.

Riferimenti bibliografici

Amatucci, Fabio (a cura di)

- *Il commercio equo e solidale*. Milano: Etaslibri, 1997

Applbaum, Kalman

- *The marketing era: From professional practice to global provisioning*. London: Routledge, 2004

Becchetti, Leonardo e Marco Costantino

- *Il commercio equo e solidale alla prova dei fatti. Dai gusti dei consumatori del Nord all'impatto sui produttori del Sud del mondo*. Milano: Bruno Mondadori, 2006

Barnett, Clive, Paul Cloke, Nigel Clarke e Alice Malpass

- "Consuming ethics: Subjects and spaces of ethical consumption", *Antipode* 37, n. 1, 2005, pp. 23-45

Barratt-Brown, Michael

- *Fair trade: Reform and realities in the international trading system*. London: Verso, 1993

Bovone, Laura e Emanuela Mora (a cura di)

- *La spesa responsabile: il consumo biologico e solidale*. Roma: Donzelli Editore, 2007

Bryant, Raymont e Michael Goodman

- "Consuming narratives: The political ecology of 'alternative' consumption", *Transactions of the Institute of British Geographers* 29, 2004, pp. 344-66

Caplan, Pat (ed.)

- *Food, health and identity*. London: Routledge, 1997

Carrier, James G.

- *Gifts and commodities: Exchange and Western capitalism since 1700*. London: Routledge, 1995

Carrier, James G. e Peter G. Luetchford (a cura di)

- *Ethical consumption: Social value and economic practice*. Oxford: Berghahn, 2012

Corbridge, Stuart

- "Marxisms, modernities, and moralities: Development praxis and the claims of distant strangers", *Environment and Planning D: Society and Space* 11, n. 4, 1993, pp. 449-472

De Neve, Geert, Peter Luetchford e Jeff Pratt

- "Introduction: Revealing the hidden hands of global market exchange", *Research in Economic Anthropology* 28, 2008a, pp. 1-30

De Neve, Geert, Peter Luetchford, Jeff Pratt e Donald Wood (a cura di)

- "Hidden hands in the market: ethnographies of fair trade, ethical consumption and corporate social responsibility", *Research in Economic Anthropology* 28, 2008b

Firth, Raymond

- *Economics of the New Zealand Maori*. Wellington: R.E. Owen, 1959

Fridell, Gavin

- *Fair trade coffee: The prospects and pitfalls of market-driven social justice*. Toronto: University of Toronto Press, 2007

Goodman, Daniel

- "Reading fair trade: Political ecological imaginary and the moral economy of fair trade foods", *Political Geography* 23, 2004, pp. 891-915

- "Rethinking food production-consumption: Integrative perspectives", *Sociologia Ruralis* 42, n. 4, 2002, pp. 271-277

Goodman, Daniel e Melanie DuPuis

- "Knowing and growing food: Beyond the production-consumption debate in the sociology of agriculture", *Sociologia Ruralis* 42, n. 4, 2001, pp. 6-23

Graeber, David

- *Toward an anthropological theory of value: The false coin of our own dreams*. New York: Palgrave Macmillan, 2001

Grasseni, Cristina

- *Beyond alternative food networks: Italy's solidarity purchase groups*. London: Bloomsbury, 2013

Gregory, Chris A.

- *Gifts and commodities*. London: Academic Press, 1982

Guadagnucci, Lorenzo e Fabio Gavelli

- *La crisi di crescita. Le prospettive del commercio equo e solidale*. Milano: Feltrinelli, 2004

Gudeman, Stephen

- *Economy's tension: The dialectics of community and market*. Oxford: Berghahn, 2008

Hann, Chris

- Moral economy, in Keith Hart, Jean-Louis Laville e Antonio D. Cattani (a cura di) *The human economy: A citizen's guide*. Cambridge: Cambridge University Press, 2010, pp. 187-198

Hinrichs, Claire C.

- "Embeddedness and local food systems: Notes on two types of direct agricultural markets", *Journal of Rural Studies* 16, 2000, pp. 295-303

Hudson, I. e M. Hudson

- "Removing the veil? Commodity fetishism, fair trade, and the environment", *Organization & Environment* 16, n. 4, 2003, pp. 413-430

Jaffee, Daniel

- *Brewing justice: Fair trade coffee, sustainability, and survival*. Berkeley: University of California Press, 2007

Jaffee, Daniel, Jack R. Kloppenburg e Mario B. Monroy

- "Bringing the 'moral charge' home? Fair trade within the north and within the south", *Rural Sociology* 69, n. 2, 2004, pp. 169-96

Leclair, Mark S.

- "Fighting the tide: Alternative trade organizations in the era of global free trade", *World Development* 30, n. 6, 2002, pp. 949-58

Le Heron, K. L. e D. Hayward

- "The moral commodity: Production, consumption, and governance in the Australasian breakfast cereal industry", *Environment and Planning A* 34, n. 12, 2002, pp. 2231-2251

Littrell, Mary A. e Marsha A. Dickson

- *Social responsibility in the global market: Fair trade of cultural products*. London: Sage, 1999

Lockie, Stewart e Simon Kitto

- "Beyond the farm gate: production-consumption networks and agri-food research", *Sociologia Ruralis* 40, n. 1, 2000, pp. 3-19

Lori, Massimo e Federica Volpi

- *Scegliere il bene. Indagine sul consume responsabile*. Milano: Franco Angeli, 2007

Luetchford, Peter

- *Fair trade and a global commodity: Coffee in Costa Rica*. London: Pluto Press, 2008

Lyon, Sarah

- "Maya coffee farmers and fair trade: Assessing the benefits and limitations of alternative markets", *Culture & Agriculture* 29, n. 2, 2007, pp. 100-112

MacCormack, G.

- "Reciprocity", *Man* 11, 1976, pp. 89-103

Malinowski, Bronislaw

- *Crime and custom in savage society*. London: Routledge & Kegan Paul, 1926

Marx, Karl

- *Capital. A critique of political economy. Volume one*. New York: Vintage Books, 1977[1867]

Mauss, Marcel

- *The gift: The form and reason for exchange in archaic societies*. (Trans. W. D. Halls.) London: Routledge, 2002

Miller, Daniel (a cura di)

- *Acknowledging consumption: A review of new studies*. London: Routledge, 1995

Miller, Daniel, Peter Jackson, Nigel Thrift, Beverly Holbrook e Michael Rowlands

- *Shopping, place and identity*. London: Routledge, 1998

Mostaccio, Fabio

- *Il patrimonio etico dei consumatori. Le radici culturali del commercio equo e solidale*. Milano: Franco Angeli, 2008

Murcott, Anne (a cura di)

- *The nation's diet: The social science of food choice*. London: Longman, 1998

Murray, Douglas L. e Laura T. Raynolds

- "Alternative trade in bananas: Obstacles and opportunities for progressive social change in the global economy", *Agriculture and Human Values* 17, 2002, pp. 65-74

Orlando, Giovanni

- "Food, social movements and solidarity: the view from anthropology", *Etnografia e Ricerca Qualitativa*, 2, 2015a, pp. 343-353

- "On fair trade, just prices, and the morality of capitalism: Polanyian reflections on the occasion of Expo 2015", *Formazione, lavoro, persona*, V, n. 14, 2015b, pp. 24-32

- "Consumatrici critiche a Palermo: Impegno politico e distinzione sociale", *Etnografia e Ricerca Qualitativa*, 1, 2014, pp. 105-124

- Critical consumption in Palermo: Imagined society, class and fractured locality, in James G. Carrier e Peter G. Luetchford (a cura di) *Ethical consumption: Social value and economic practice*. Oxford, Berghahn, 2012, pp. 203-233

Ozcaglar-Toulouse, N., E. Shiu e D. Shaw

- "In search of fair trade: Ethical consumer decision making in France", *International Journal of Consumer Studies* 5, 2006, pp. 502-514

Paul, E.

- "Evaluating fair trade as a development project: Methodological considerations", *Development in Practice* 15, n. 2, 2005, pp. 134-150

Pepe, Cosetta (a cura di)

- *Prodotti dal Sud del mondo e mercati avanzati. Potenzialità e contaminazioni tra commercio equo e solidale e commercio internazionale*. Milano: Franco Angeli, 2007

Perna, Tonino

- *Fair trade: la sfida etica al mercato mondiale*. Torino: Bollati Boringhieri, 1998

Raynolds, Laura T.

- "Re-embedding global agriculture: The international organic and fair trade movements", *Agriculture and Human Values* 17, 2000, pp. 297-309

Raynolds, Laura T., Douglas L. Murray e Peter L. Taylor

- "Fair trade coffee: Building producer capacity via global networks", *Journal of International Development* 16, 2004, pp. 1109-1121

Renard, Marie-Christine

- "Fair trade: Quality, market and conventions", *Journal of Rural Studies* 19, 2003, pp. 87-96

- "The interstices of globalisation: the example of fair-trade coffee", *Sociologia Ruralis* 39, n. 4, 1999, pp. 484-500

Rice, R. A.

- "Noble goals and challenging terrain: Organic and fair trade coffee movements in the global marketplace", *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 14, 2001, pp. 39-66

Roozen, Nico e Franz Van der Hoff

- *Max Havelaar. L'avventura del commercio equo e solidale*. Milano: Feltrinelli, 2003

Sage, Colin

- "Social embeddedness and relations of regard: Alternative 'good food' networks in south-west Ireland", *Journal of Rural Studies* 19, 2003, pp. 47-60

Sahlins, Marshall D.

- *Stone age economics*. Chicago: Aldine-Atherton, 1972

Taylor, Peter L.

- "In the market but not for it: Fair trade and coffee and Forest Stewardship Council certification as market-based social change", *World Development* 33, n. 1, 2005, pp. 129-147

Varul, Mathias Z.

- "Ethical selving in cultural contexts: Fair-trade consumption as an everyday ethical practice in the UK and Germany", *International Journal of Consumer Studies* 33, n. 2, 2009, pp. 183-189

Viganò, Elena

- *Che cos'è il commercio equo e solidale*. Roma: Carocci, 2008

Viganò, Elena, Michela Glorio e Anna Villa

- *Tutti i numeri dell'equo. Il commercio equo e solidale in Italia*. Roma: Edizioni dell'asino

Weiner, Annette B.

- *Inalienable possessions: The paradox of keeping-while-giving*. Berkeley: University of California Press, 1992

Wilk, Richard (a cura di)

- *Fast food/slow food: The cultural economy of the global food system*. Lahnam: Altamira Press, 2006

Winter, Michael

- "Embeddedness, the new food economy and defensive localism", *Journal of Rural Studies* 19, 2003, pp. 23-32

Yan, Yunxiang

- The gift and gift economy, in James G. Carrier (a cura di) *A Handbook of economic anthropology*. Cheltenham: Edward Elgar, 2005, pp. 246-261