

Osoyoos Nk'Mip Cellar in British Columbia. Pratica vinicola tra negoziazioni di autogoverno e comprensione multisensoriale e incorporata del consumo del vino

Linda Armano

Osoyoos Nk'Mip Cellar in British Columbia. Wine practice between negotiations of self-governance and the multisensory, embedded understandings of wine consumption

Abstract

This contribution focuses on Osoyoos Nk'Mip Cellar, an indigenous winery in British Columbia. Specifically, this study has highlighted the possibility of overcoming the classic dichotomy, often present in anthropological studies focused on agricultural practices, between a subsistence system and an industrial agricultural production. In particular, the productive and cultural context of Osoyoos Nk'Mip Cellar allowed joining, within the same investigation, issues related to the actions of indigenous self-determination against the Canadian government, which proved to be an important factor of attraction for visitors particularly sensitive to the issues of political recognition of native Canadian groups. To these considerations is also added the preference of consumers towards particular wines, such as Icewine, which also allowed the investigation of the consumption experiences of visitors in the winery.

Keywords: Osoyoos Nk'Mip Cellar, Okanagan valley, self-determination, indigenous viticulture, sustainable indigenous agriculture

Introduzione

Nel 2008 fu pubblicato il più ampio resoconto stilato da IAASTD (International Assessment of Agricultural Knowledge, Science and Technology for Development) intitolato "agriculture at a crossroad" (Herren, Wakhungu, Watson 2018). Questo report contiene una valutazione dello stato attuale dell'agricoltura e indica i sistemi agro-ecologici indigeni su piccola scala come una possibilità futura da percorrere per garantire un approvvigionamento sostenibile. Tuttavia, nel documento viene fatto presente il divario tra la conoscenza di metodi da utilizzare per un'attività agro-ecologica e la loro reale applicazione in agricoltura (Beck 2018). Nonostante i sistemi di agricoltura indigena siano pratiche di uso del suolo collaudate nel tempo (Kurashima et al. 2019), nel report viene ribadita anche la lacuna nelle ricerche sugli aspetti socioculturali che possono favorire lo sviluppo e la diffusione di tali pratiche agricole. Per questo motivo è stata affermata l'importanza di incrementare l'indagine

sulla percezione emica degli agricoltori provenienti da diversi contesti socioculturali, economico-politici e geografici al fine di acquisire e comprendere nuovi processi decisionali in merito a pratiche agro-ecologiche. Alcune prime riflessioni evidenziano che le maggiori problematiche attuali soprattutto nelle aree agricole rurali consistono nell'applicare la consueta dinamica dicotomica di egemonia-subalternità tra importatori esterni di pratiche di coltivazione e indigeni. Ciononostante, la ricerca ha indagato ancora poco l'interrelazione tra pratiche agricole e cosmologie native, anche se è stato generalmente riconosciuto che in molte parti del mondo i sistemi agricoli indigeni hanno modellato i paesaggi fornendo molteplici benefici tangibili ed intangibili per la qualità di vita delle persone (Guo et al. 2021).

L'agricoltura è comunemente descritta come una scienza applicata che si occupa di tutti gli aspetti legati alla produzione vegetale, alla coltivazione delle piante, all'allevamento degli animali, alla pesca e alla silvicoltura attraverso l'uso di apposite tecnologie (Sarker 2017). In questo senso l'agricoltura è concepita come una forma di business che mira a massimizzare un rendimento netto attraverso una specifica gestione della terra, del lavoro e del capitale attraverso l'uso massiccio della macchinazione. Dall'altro lato però l'agricoltura è spesso associata anche ad uno stile di vita tipico di contesti non urbani. Pertanto, molti studi fanno riferimento a metodi agricoli praticati in aree rurali (Cleveland 1988). Nello specifico però in tali ricerche non esiste una definizione esatta ed univoca di che cosa sia un'area rurale. Ciononostante, la Economic Cooperation and Development ha definito le aree rurali come zone con una bassa densità di popolazione, inferiore a 150 abitanti per chilometro quadrato. Secondo la Economic Cooperation and Development si possono distinguere tre tipologie di aree rurali: le aree rurali in zone urbane funzionali; le aree rurali al di fuori ma in prossimità di zone urbane funzionali; ed infine le aree rurali che sono lontane da zone urbane funzionali (Woodward 2004). Lo studio delle aree agricole rurali ha implicato la considerazione di come le rapide trasformazioni socioeconomiche e climatiche degli ultimi decenni hanno determinato ripercussioni più o meno pesanti pure sullo stile di vita delle persone (Solomon et al. 2016). Questi mutamenti hanno a loro volta indotto gli studiosi a focalizzarsi su temi che coinvolgono la globalizzazione, il declino ecologico e la scarsità delle risorse (Bourgeois 2015). Uno dei principali dibattiti emersi dalla considerazione di questi argomenti riguarda gli impatti (spesso legati alla deforestazione) determinati dall'introduzione di nuove piantagioni, soprattutto per scopi commerciali, in contesti rurali (Sarker 2017). Alle problematiche ecologiche che emergono, alcuni studiosi hanno giustapposto considerazioni anche di carattere più meramente economico, considerando come l'introduzione di nuove pratiche agricole abbia pure risolto esigenze lavorative per le popolazioni locali (Nelson et al. 2008).

Sin dall'inizio del XX secolo l'antropologia si è vivamente interessata all'interconnessione tra aree rurali, cibo e tecniche per produrlo, oltre che al ruolo dell'agricoltura intesa come un insieme di pratiche in grado di modellare

culturalmente e biologicamente i gruppi umani (Thu 2017). Le ricerche antropologiche sull'agricoltura si sono però soffermate in primo luogo sui cosiddetti popoli altri (orticoltori, contadini, coltivatori dei paesi economicamente sottosviluppati o in via di sviluppo) anche se, soprattutto a partire dagli anni Ottanta del Novecento, molti studi sono confluiti in progetti di antropologia applicata, contestualizzati in aree rurali, miranti a sviluppare specifiche pratiche economiche.

Le prime riflessioni che posero le basi per l'antropologia agricola come sottosectore degli studi antropologici sorsero all'interno dei seminari svolti a San Joaquin Valley in California tra il 1940 e il 1944 quando l'antropologo Walter Goldschmidt, comparando le situazioni agricole tra la piccola città di Dinuba e la produzione su larga scala della città di Arvin, osservò che nella prima realtà produttiva vi era un più stabile benessere sociale. La comunità di Dinuba, caratterizzata da piccole fattorie private condotte dai residenti, condivideva anche interessi ed obiettivi comuni che miravano non tanto ad aumentare la produttività agricola, quanto piuttosto a mantenere un'alta qualità di vita ed avere risorse finanziarie sufficienti da investire su progetti all'interno della comunità (Haley 2010). Goldschmidt fece anche notare che a Dinuba esistevano più mercati locali e, in generale, più attività socioeconomiche condivise tra i residenti della cittadina.

La tesi di Goldschmidt ebbe una forte influenza nelle successive ricerche di antropologia agricola tanto da essere stata istituzionalizzata dagli studiosi attraverso categorie quali "Goldschmidt hypothesis" o "Goldschmidt tradition". Infatti, come affermarono vari ricercatori tra cui Lobao, Schulman e Swanson: «Goldschmidt's Arvin-Dinuba study has taken upon mythic proportions and some studies treat the relationships as if set in stone» (1993: 285). Certamente Goldschmidt aprì, con le sue indagini, un importante filone di studi verso cui molti giovani studiosi si affacciarono nel corso degli anni.

L'evoluzione delle ricerche all'interno di questo ambito di studio ha prodotto però anche alcune critiche costruttive relative alle tesi di Goldschmidt. In primo luogo, molti studiosi sollevarono la questione della mancanza di prove, nelle ipotesi dello studioso, sul fatto che l'agricoltura industrializzata comporti per forza ricadute sociali peggiori rispetto ad un'agricoltura di piccola scala (Thu 1999). Brian Haley, chiedendosi: «Does it really demonstrate that small farm communities uniformly produce better social conditions for all parties, as scholars and activists have tended to see it?» (Haley 2010: 98), affermò che, nonostante la tesi di Goldschmidt sia per molti aspetti valida, la comparazione tra la situazione di Dinuba e di Arvin non è supportata da una spiegazione esauriente capace di illustrare anche gli aspetti sociali di una città basata su un'agricoltura di larga scala. Haley sostiene inoltre che Goldschmidt non abbia indagato accuratamente nemmeno la situazione sociale dei residenti di Dinuba, in quanto ha trascurato nella sua analisi le differenze economiche interne tra gli abitanti della cittadina oltre che la possibile esistenza di forme di discriminazioni sociali per l'accesso ai finanziamenti.

Se quanto finora affermato costituisce una panoramica generale, solo recentemente alcuni autori hanno focalizzato la loro attenzione sulle aree rurali del Canada. Data la vastità territoriale di questo paese, quasi tutti gli studiosi concordano sulla necessità dell'utilizzo di approcci interdisciplinari attraverso i quali studiare aree rurali caratterizzate da tratti anche molto diversi tra di loro (alcuni dei quali conviventi e reciprocamente influenzati all'interno di una stessa zona) presenti entro i confini nazionali (Sarker 2017).

L'attenzione degli studiosi sulle aree rurali canadesi è giunta piuttosto tardi rispetto ad altri contesti come quelli africani (Cheteni et al. 2019), sudamericani (Stampini et al. 2016) ed asiatici (Anriquez, Stloukal 2008). Alcuni autori hanno affermato che questi ritardi corrispondono alla tendenza degli antropologi a svolgere le loro indagini in contesti economicamente poveri o in via di sviluppo (Sarker 2017; Thu 2017). Pertanto, in linea con questa tradizione, gli studi di antropologia agricola in contesto canadese si sono soffermati soprattutto sulla partecipazione marginale dei gruppi indigeni (classificati come categorie socioeconomiche svantaggiate) in pratiche di agricoltura industrializzata e sulla disparità, rispetto ad altre categorie sociali, nell'accedere ai servizi (primo fra tutti quello legato alla salute) (Patel et al. 2019).

Il presente contributo ispirandosi alle critiche costruttive di Haley (2010) di cui si è parlato sopra, intende focalizzarsi su una realtà che si pone a metà strada tra una produzione agricola rurale ed una produzione su larga scala dimostrando in questo modo la possibilità di un continuum, e non di un contrasto, tra i due modi produttivi. Nel fare questo, presenterò di seguito parte di una ricerca che si pone all'interno di un progetto interdisciplinare finanziato dalla University of British Columbia, il quale coinvolge vari studiosi della Faculty of Management. Specificatamente l'indagine complessiva, iniziata a marzo 2021 e tutt'ora in corso, ha lo scopo di indagare le scelte di consumo in riferimento all'acquisto di vino da parte dei residenti della regione canadese di Okanagan in British Columbia comparate con le scelte di consumo dei turisti provenienti da altre regioni del Canada che frequentano l'area di Okanagan nel periodo estivo. All'interno del team che porta avanti questo progetto sono presenti due antropologhe, la professoressa Annamma Joy ed io. Nello specifico, il nostro lavoro è quello di studiare le percezioni culturali che motivano l'acquisto di determinate tipologie di vini prodotte da varie cantine situate nella valle di Okanagan. In particolare, la nostra indagine etnografica verte su determinati argomenti: ricostruire la storia produttiva di alcune cantine della valle, indagare le esperienze di consumo dei clienti che frequentano le cantine, comprendere (e di conseguenza suggerire input), se la coltivazione delle viti nella regione canadese può diventare un motore anche per proporre nuove offerte turistiche.

Assieme alla professoressa Joy decidemmo, per motivi di praticità di ricerca, di spartirci le cantine in cui effettuare le nostre ricerche sul campo. Tra quelle a me

assegnate ci fu la Osoyoos Nk'Mip Cellar (<https://www.nkmipcellars.com/About-Us>), situata nella cittadina di Osoyoos al confine tra la British Columbia e gli Stati Uniti, e fondata dalla banda nativa locale degli Osoyoos, appartenente alla più grande comunità dei Syilx'tsn. Gli Osoyoos iniziarono l'attività vinicola piantando un piccolo vigneto negli anni Sessanta. Negli anni Ottanta la banda sancì una joint venture con la Vincor International Inc. che consentì la costruzione di una prima cantina. Grazie al progressivo successo economico ottenuto dalla vendita dei vini prodotti, nel 2002 gli Osoyoos e la Vincor International Inc. aprirono l'attuale Osoyoos Nk'Mip Cellar che per il 51% è di proprietà della banda Osoyoos e per il 49% è di proprietà della Vincor International Inc.¹ La cantina attuale fu ulteriormente ampliata nel 2007 e i suoi vitigni si estendono all'interno di un'area semi desertica (che costituisce uno dei luoghi più a rischio del Canada a causa dei frequenti incendi) di circa 1600 acri.

Tra i vini prodotti da Osoyoos Nk'Mip Cellar maggiormente apprezzati dai consumatori vi è il particolare Icewine il quale, pur essendo attualmente più richiesto rispetto che in passato, rappresenta ancora un prodotto di nicchia nell'industria vinicola canadese. La particolarità aromatica di questo vino estremamente dolce, ha permesso però, all'interno di questa ricerca, di investigare la complessa percezione multisensoriale dei consumatori che, durante le degustazioni presso la Osoyoos Nk'Mip Cellar, univano un'esperienza fisica che implicava i sensi della vista, del gusto e dell'olfatto con emozioni suscitate dalla possibilità di degustare un vino prodotto da una comunità indigena e percepito quindi, da molti turisti canadesi che visitavano la cantina, come una bevanda "più esotica" rispetto ad altri tipi di Icewine prodotti nella valle di Okanagan.

Nello specifico, tale indagine si basa su sessanta interviste effettuate al CEO della cantina e chief della banda indigena Clarence Louie, a 8 dipendenti indigeni e a 3 dipendenti non indigeni e a 48 visitatori canadesi provenienti dallo stato dell'Alberta, dalla British Columbia settentrionale e dal Saskatchewan. Oltre alle interviste è stata utilizzata anche l'osservazione partecipante durante i tour di degustazione.

Il contesto produttivo e culturale di Osoyoos Nk'Mip Cellar ha quindi potuto unire, all'interno di una stessa indagine, varie considerazioni che comunemente sono disgiunte nelle ricerche. Da un lato la cantina indigena ha permesso di discutere sulla possibilità di superare la dicotomia teorica, presente in molti studi di antropologia dell'agricoltura, tra sistemi agricoli di piccola scala, situati solitamente in comunità

¹ A partire dagli Ottanta molte aziende non indigene canadesi iniziarono a stringere partnership con aziende indigene emergenti. Alcuni autori hanno mostrato come la partnership con aziende indigene è motivata da vari fattori tra cui il fatto che queste ultime sono un mercato emergente e hanno un consistente bacino di forza lavoro. In queste forme di partnership, molte aziende non aborigene hanno iniziato a sostenere, più o meno attivamente, anche le istanze politiche delle First Nations (Anderson 1997).

rurali, e sistemi agricoli industrializzati di larga scala. Dall'altro lato, in questo studio è stato notato come le azioni politiche di autodeterminazione indigena nei confronti del governo canadese possono essere anche un importante fattore di attrazione dei visitatori che, scegliendo questa cantina, vogliono contribuire a sostenere gli indigeni nelle loro storiche negoziazioni con lo Stato per il riconoscimento del titolo aborigeno sul loro territorio. A queste considerazioni si aggiunge pure la preferenza dei consumatori verso particolari vini come l'Icewine. All'interno di questa specifica parte della ricerca, l'indagine si è spinta a comprendere anche le esperienze di consumo dei visitatori nella cantina, cercando di capire come il loro livello di conoscenza dei vini, ed in particolare dell'Icewine, può influenzare le loro percezioni sensoriali e le loro emozioni durante le degustazioni.

Osoyoos Nk'Mip Cellar nella valle di Okanagan

La valle di Okanagan, in cui è presente l'omonimo lago, costituisce la principale regione vinicola della British Columbia. Il suo clima, le caratteristiche geologiche e geografiche determinano un paesaggio unico sotto vari aspetti. Nella valle, infatti, estendendosi per oltre 250 chilometri, si sviluppano cinque sotto-regioni, ognuna delle quali è caratterizzata da condizioni pedoclimatiche diverse adatte alla coltivazione di una vasta gamma di prodotti vinicoli, come anche di frutteti in cui spiccano le coltivazioni di ciliegie (importate nel dopoguerra dalla famiglia Rampone originaria di Frinco d'Asti in Piemonte), di mele e di pere. Le sotto-regioni comprendono: un ecosistema ripariale (caratteristico di un'unità paesaggistica aperta ai flussi da e verso i sistemi fluviali, in cui sono anche presenti terrazzi formati da processi naturali ed umani); zone umide e praterie (che costituiscono dei veri e propri sistemi di depurazione naturale delle acque che vi circolano e coincidono con aree che contornano le steppe); steppe arbustive (caratterizzate da vegetazione erbacea relativamente bassa e da aree in cui le precipitazioni non sono abbondanti); foreste secche a bassa quota (tipiche della costa nordamericana del Pacifico, la cui peculiarità è l'instabilità climatica dovuta all'alternarsi di siccità in estate e di abbondanti precipitazioni in inverno); e da terreni accidentati (formati dall'erosione del suolo e delle rocce da parte dell'acqua). Il fondovalle rappresenta il corridoio tra i deserti a sud, al confine con gli Stati Uniti, e le praterie più a nord della British Columbia. In estate la valle può raggiungere i 40°C, ma le notti fresche consentono all'uva di mantenere la sua naturale acidità, la quale costituisce una caratteristica distintiva del vino della valle di Okanagan (Scudder 2005).

Nonostante la recente crescita della produzione vinicola, in questa regione della British Columbia alcune produzioni di vino sono attestate anche nel 1816 e sono connesse all'arrivo dei missionari oblati francesi (Senese et al. 2011). Una produzione più massiccia introdotta dai missionari risale però alla seconda metà del XIX secolo.

Nel 1859 essi piantarono vigneti nella valle per scopi sacramentali. Le piantagioni si espansero fino al 1917, anno in cui venne introdotta la legge sul Proibizionismo. Cinque anni dopo la fine del Proibizionismo, la prima produzione di uva per scopi commerciali avviò nella valle un'industria del vino (Wilson 2009). Negli anni Ottanta l'introduzione di vitigni ibridi pose le basi per l'apertura di numerose cantine-boutique grazie alle quali la valle ha notevolmente aumentato i flussi turistici (Belliveau et al. 2006). Nel corso degli anni Novanta furono introdotte nuove specie di viti provenienti dall'Europa (Crawford, 2012) che incrementarono ulteriormente l'estensione dei vigneti lungo le sponde del lago di Okanagan. Questo sviluppo comportò massicci investimenti da parte di produttori, molti dei quali stranieri (statunitensi ma anche europei) i quali, rendendosi conto che la particolarità del suolo di fondovalle non consentiva il massimo sviluppo produttivo, cominciarono ad estendere le loro piantagioni anche verso le aree collinari più a nord determinando però squilibri nell'ecosistema a causa della distruzione di numerose specie vegetali utilizzate da secoli dalla comunità indigena dei Syilx per scopi curativi.

Grazie all'industria del vino, la regione di Okanagan sta attualmente attraversando un periodo di guadagno inaspettato. Tuttavia, alcuni produttori hanno preso consapevolezza che una cattiva gestione del territorio e una politica di sviluppo insostenibile possono minare tale prosperità e causare un crollo economico non solo legato alla produzione e alla vendita di vino in loco, ma anche al richiamo di turisti che, recandosi nella mite valle canadese, acquistano i prodotti locali primi fra tutti alcune tipologie di vini. L'esaurimento dell'ambiente naturale di Okanagan è stato attentamente osservato dai popoli indigeni Syilx la cui esperienza, sviluppata nei secoli vivendo nel territorio, ha consentito di mettere in luce profondi cambiamenti all'interno dei sistemi ecologici avvenuti soprattutto nell'ultimo decennio quando si è intensificata la produzione vinicola.

Attualmente, i residenti della valle sono divisi tra l'orgoglio di una produzione di prodotti locali, la cui filosofia tende però a considerare il territorio come una risorsa da sfruttare, e la preoccupazione invece di "consumare" quel paesaggio che, da anni, il governo canadese promuove, dal punto di vista turistico, come "panorama incantevole" (Schwann 2018).

Dalla regione di Okanagan proviene un particolare vino chiamato Icewine. Quest'ultimo è un prodotto di nicchia nell'industria vinicola canadese che ha attirato poca attenzione da parte dei ricercatori di marketing e di branding. L'Icewine è prodotto estraendo e facendo fermentare il succo di uve naturalmente congelate mentre sono ancora in vigna e raccolte nelle prime settimane di dicembre. Questo tipo di vino è originario della Germania (*eiswein*) e le prime produzioni nel centro Europa sono attestate dal XVII secolo (Paschen et al. 2021) quando una gelata congelò l'uva che era ancora appesa alla vite. In quell'occasione i viticoltori tentarono di salvare il raccolto schiacciando l'uva ed ottenendo, in questo modo, un vino concentrato estremamente dolce (Bowen 2010). La produzione europea di questo vino è rimasta

però bassa a causa delle inadeguate temperature per produrlo (Diggs 2011). Le condizioni climatiche canadesi sono invece più consone alla produzione di tale tipologia di vino, tanto che esso è diventato, anche se solo recentemente, un prodotto iconico per molti viticoltori canadesi (Paschen et al. 2021). Nonostante sia un prodotto di nicchia e soprattutto di produzione limitata, l'Icewine viene anche esportato in vari paesi del mondo soprattutto asiatici (Diggs 2011).

La Osoyoos Nk'Mip Cellar si inserisce, all'interno della valle meridionale di Okanagan, nella zona di steppe arbustive della Osoyoos Indian Reserve, riconosciuta nell'Indian Act nel 1877, che si estende per oltre 32.000 acri all'interno del deserto di Sonora. La riserva, circondata da montagne arrotondate, si espande da Vernon a Tonasket e da Rock Creek a Princeton e comprende insediamenti sparsi anche nelle cittadine di Keremeos, di Penticton e di Kelowna situate lungo le sponde del lago Okanagan. L'attuale cantina Nk'Mip fu progettata dall'architetto Robert MacKenzie, il quale realizzò anche altre cantine-boutique (come la Burrowing Owl Estate Winery e la Ancient Hill Estate Winery) nella regione di Okanagan.

La Osoyoos Nk'Mip Cellar, fondata sotto la guida del chief Clarence Louie, sviluppa il suo vigneto all'interno di 1200 acri e rappresenta l'unico esempio di azienda indigena nel nord America nata come attività comunitaria e poi sviluppatasi in una vera e propria azienda che esporta vini anche all'estero, soprattutto negli Stati Uniti e in alcuni paesi asiatici, tra cui la Cina, Hong Kong e la Thailandia. La particolarità della creazione di questa cantina è anche legata alla lunga e difficoltosa negoziazione tra gli Osoyoos e lo Stato per l'autogoverno e l'autodeterminazione aborigena sul territorio. Sebbene lo Stato canadese riconosca, tramite sezione 35 del Constitution Act del 1982, l'autogoverno delle comunità native sul loro territorio ed il mantenimento delle ritualità e delle attività di sussistenza tradizionali, nella pratica forme di autogoverno indigene sono state per la maggior parte ostacolate. Nello specifico, i diritti di autogoverno e di autodeterminazione sono inseriti nei cosiddetti Self-Government Agreements che sono accordi firmati, a seguito dell'arrivo dei coloni, dal governo federale, dai governi regionali e dalle singole comunità indigene al fine di regolamentare i diritti dei nativi sull'uso e sulla gestione delle risorse naturali presenti all'interno di un territorio. I diritti all'autogoverno e all'autodeterminazione aborigena implicano la considerazione del titolo "aborigeno", il quale è una sottocategoria dei cosiddetti Aboriginal Rights e può essere applicato quando una comunità nativa canadese, o First Nation, dimostra di aver occupato una specifica area di territorio al momento dell'affermazione della sovranità della Corona Britannica. Oltre alla prova di occupazione di pre-sovrano deve sussistere anche l'elemento di continuità nell'occupazione del territorio da parte della comunità indigena che rivendica il titolo aborigeno.

Le azioni messe in atto dai gruppi nativi, soprattutto a partire dagli anni Settanta, per ribadire davanti ai governi federale e regionali i diritti sul loro territorio e sul mantenimento delle attività tradizionali, appoggiano anche qualsiasi forma di

sviluppo economico indigeno (Cornell, Kalt 2010). In linea con tale principio Osoyoos Nk'Mip Cellar costituisce quindi l'unico esempio di successo in Canada relativo ad un'attività economico-agricola indigena in area rurale fiorente sotto varie prospettive. In primo luogo, la sua progettazione è saldamente legata alla cosmologia indigena. Questo significa che Osoyoos Nk'Mip Cellar non è concepita dagli indigeni semplicemente come un'attività produttiva e commerciale, ma è pensata anche come una forma economico-sociale che consente di mantenere una fondamentale relazione con la terra. In generale, il sentimento che relaziona le persone indigene al loro territorio consente di creare, all'interno della loro cosmologia, un peculiare senso di sicurezza determinato dalla capacità di mantenere un'integrità della persona sulla base dei valori culturali nativi. In questo modo i luoghi non costituiscono un semplice setting fisico per l'interazione sociale oppure per svolgere attività economiche. Essi esercitano piuttosto una sorta di potere sulle persone che lo abitano. La consuetudine dei nativi è infatti quella di trascorrere del tempo a stretto contatto con la terra e all'interno di particolari luoghi considerati sacri in cui possono esperire il legame ancestrale con il territorio. Questo aspetto, dichiarano gli indigeni, ha effetti benefici sull'autostima della persona, la quale è in grado di ritrovare un senso di sicurezza derivante dall'appartenenza alla sua comunità. Traducendo questo sentimento in un concetto, gli indigeni parlano di "vivere una bella vita". Questo concetto esprime uno stato di armonia, di benessere generale basato su forti relazioni comunitarie e sull'identità culturale ottenuta grazie al legame con il territorio. Questo sentimento è quindi più comprensivo rispetto al concetto biomedico di salute inteso come assenza di malattia. Alcuni autori parlano a tal proposito di "paesaggi terapeutici" (Wilson 2003) per spiegare il ruolo dei paesaggi nel plasmare uno stato di benessere. Da quando Wilbert Gesler introdusse, nel 1992, tale concetto in "Therapeutic landscapes: Medical issues in light of the new cultural geography", molti studiosi lo hanno applicato per comprendere le interconnessioni tra luogo, identità e salute. Il risultato teorico più importante determinato dall'utilizzo di questo concetto fu l'esplorazione dei benefici curativi associati agli aspetti simbolici e materiali dei luoghi (Wilson 2003). Tuttavia, bisogna riconoscere che il concetto di paesaggio terapeutico è un costrutto teorico occidentale che, nonostante aiuti a comprendere le dimensioni culturalmente specifiche dei legami tra salute e luogo, non riesce però a cogliere appieno l'influenza sacrale del sito sulla salute della persona (Gesler 1992).

Secondo gli Osoyoos, come in generale per tutte le comunità indigene canadesi, gli elementi della vita, che loro individuano come fisico, emotivo, mentale e spirituale, sono relazionati in modo estremamente intricato ed interagiscono tra loro al fine di costruire una persona forte e sana. L'equilibrio di questi quattro elementi si estende oltre il contesto individuale inglobando pure la vita dell'intera comunità che mantiene vive le relazioni anche con gli antenati e con determinati esseri soprannaturali che permeano, secondo gli indigeni, specifici luoghi. Un membro della comunità Osoyoos e dipendente indigeno presso Osoyoos Nk'Mip Cellar mi spiegò

molto bene la relazione che lega i nativi alla terra. Quest'ultima è l'elemento indispensabile per stabilire un equilibrio della persona indigena. La terra consente di sviluppare positivamente sé stessi e di vivere la vita in equilibrio attraverso un'interconnessione tra un processo fisico, emozionale, mentale e spirituale. In questo senso, la crescita di una persona è un processo che comporta continuamente un contemporaneo sviluppo di corpo, mente, cuore e spirito. Questa crescita è permessa grazie alla profonda relazione con la terra, la quale consente una via di accesso privilegiata per esplorare ed incorporare concetti di integrità, equilibrio e armonia, i quali comportano anche la guarigione dell'individuo. Quest'ultima non si riferisce soltanto alla risoluzione un problema fisico. La guarigione è concepita come un viaggio, ossia come un processo di costante costruzione della persona. Inoltre, per gli indigeni la guarigione non riguarda solo il singolo individuo, ma coinvolge anche la sua famiglia, oltre che l'intera comunità.

Questa concezione della terra è quindi ben lontana dall'idea occidentale che la intende come area da sfruttare oppure, in maniera estremamente semplificata, come luogo da cui si ricava un benessere derivante dallo stare immersi nella natura. Secondo gli indigeni invece la terra fornisce tutte le risorse (cibo e medicine) necessarie per la sopravvivenza della popolazione. La profonda connessione spirituale con la terra non è inoltre un comportamento automatico che si innesca stando a contatto con la natura. La permanenza in un luogo deve essere intrisa di una profonda componente spirituale. Pertanto, anche i prodotti coltivati sono considerati dei mezzi per connettersi alla terra e al creatore. La convinzione che la terra sia piena di spiriti implica inoltre il fatto che lo stare all'interno di determinati siti conserva la salute mentale e fisica proprio grazie alla presenza di tali entità. Per questo motivo, molte persone native hanno l'abitudine di comunicare con gli spiriti delle rocce, degli alberi e delle piante.

Partecipare inoltre alle attività tradizionali, che riguardano per esempio la raccolta di frutti, fa sentire bene le persone in quanto ripristina o mantiene la salute. Questa affermazione racchiude l'idea che sia le attività di sussistenza tradizionali, sia anche forme economiche come quella praticata in Osoyoos Nk'Mip Cellar forniscano un collegamento diretto tra le persone e la terra che a sua volta sostiene la salute e la guarigione degli individui.

L'esperienza del rapporto tra la terra e la salute è decisamente più complessa di come la si possa descrivere. Infatti, in questo rapporto rientra l'intera cosmologia nativa nella quale il legame con i luoghi è pure relazionato alla storia della comunità. I toponimi sono infatti indispensabili per gli indigeni per ricordare la continuità relazionale tra la comunità, un luogo e la storia simbolica di un sito unita, per esempio, alle gesta di un antenato spesso raccontate, in lingua nativa, attraverso le leggende. Queste ultime costituiscono una forma di etno-pedagogia su cui si basa, a sua volta, l'educazione della persona indigena, la quale si abitua, sin da piccola, a costruire il suo profondo dialogo con la terra. Per tale motivo, accanto alla cantina

vera e propria, è stato aperto anche un centro culturale indigeno, chiamato Nk'Mip Desert Cultural Center, che ospita esposizioni che celebrano la cultura, la storia e l'arte nativa ed è concepito dagli Osoyoos come un luogo che custodisce simbolicamente il legame tra la banda ed il territorio in cui essa è vissuta per secoli. Nk'Mip Desert Cultural Center, oltre ad essere un centro culturale di riferimento per gli indigeni, è anche un'attrazione per i turisti e soprattutto per quella nicchia di visitatori interessati a ripercorrere i secoli di storia culturale della banda Osoyoos nel deserto della Osoyoos Indian Reserve che costituisce la terra ancestrale di questo popolo.

Osoyoos Nk'Mip Cellar può quindi essere considerato un tentativo ben riuscito di creare un equilibrio tra il mantenimento delle origini indigene attraverso un profondo legame con la terra e le richieste turistiche enogastronomiche. La cantina è quindi stata realizzata utilizzando una comprensione olistica che unisce una produzione vinicola, simbologie indigene ed attrazione turistica. Questi aspetti si legano a loro volta alla negoziazione politica del riconoscimento di autogoverno e di autodeterminazione indigena tra Osoyoos e Stato attraverso una strategia che, grazie all'attività vinicola e all'attrazione di visitatori, aiuta gli indigeni ad avere anche sostenitori esterni che appoggiano la loro causa.

Clarence Louie, chief degli Osoyoos e CEO della cantina, dichiarò infatti come egli considerasse lo sviluppo economico come un mezzo utile a migliorare il tenore di vita del suo popolo e per dimostrare come le First Nations siano in grado di incorporare la lingua e, in generale, l'intera cultura nativa, anche all'interno di iniziative socioeconomiche utili a preservare e a tutelare il patrimonio indigeno. Chief Louie, mi spiegò come, negli ultimi anni, la sua banda sia diventata una sorta di società poliedrica che possiede e gestisce undici aziende e cinque joint ventures, impiegando circa mille persone. Oggi il territorio Osoyoos ospita migliaia di acri di vigneti, due campi da golf, resort multipli e un esclusivo circuito per auto da corsa ispirato al Grand Prix e adibito ai soli membri della comunità.

Chief Louie aggiunse inoltre come la disoccupazione nella riserva sia pari al 3% e il lavoro delle persone appartenenti alla banda genera quasi 30 milioni di dollari all'anno. L'obiettivo del chief è quello di creare occupazione per la sua gente in modo da guadagnare denaro che vada a sostenere la sua riserva, al fine di contribuire a migliorare la qualità di vita della sua comunità. Più di una volta durante la nostra conversazione egli ribadì come nessuna persona del suo gruppo debba essere costretta ad elemosinare un lavoro e di non dipendere dalle misure politiche stabilite dal governo per le comunità indigene. La sua priorità era quella di creare un'indipendenza economica e sociale delle persone del suo gruppo. Egli, infatti, ribadiva come il governo non avesse mai fornito finanziamenti adeguati per i vari progetti all'interno della riserva. Come leader, Clarence Louie affermò quindi di incoraggiare sempre la sua comunità a non dipendere da nessuno e a prendersi cura delle loro coltivazioni, investendo sia in denaro che in spiritualità.

Politiche di autodeterminazione indigena come fattore di attrazione dei visitatori: tra ruralità, attività vinicola ed esperienze sostenibili

Il governo canadese prevede lo stanziamento di fondi per il sostegno delle comunità indigene del Canada, le quali sono classificate come categorie socioeconomiche deboli che vivono spesso in zone rurali (Gordon, White 2014). Alcuni studiosi inseriscono le comunità native canadesi all'interno della cosiddetta ruralità, intesa concettualmente come contesto geografico, economico e sociale abitato da una popolazione caratterizzata da una bassa redditività, dall'inaccessibilità o dall'inadeguatezza di servizi pubblici (Smailes 2002; Steiner, Teasdale 2019). Tutti questi tratti vanno inevitabilmente ad influenzare le attività delle imprese ed il processo di imprenditorialità presenti in tali contesti (Korsgaard et al. 2015). In Canada i problemi tipici della ruralità creano ulteriori ostacoli per le aziende nel connettersi con i clienti ampiamente dispersi nel vasto territorio entro i confini nazionali e nell'assunzione di dipendenti qualificati che possano aiutare a far crescere l'impresa (Steiner, Cleary 2014). Ciò toglie alle attività di business energia per attuare economie di scala² e si ripercuote contemporaneamente anche sulla sostenibilità economica. Questo è palese soprattutto per le attività agro-ecologiche portate avanti da comunità indigene. Le ristrette opportunità di sviluppo economico che si presentano, scoraggiano pertanto le popolazioni native dall'investire le proprie risorse finanziarie in aree rurali, lasciando vuoti di mercato o limitate opportunità di lavoro per i membri delle comunità indigene (Galloway 2007).

A causa degli elevati costi pro capite, spesso le aree agricole rurali in Canada possono subire ulteriori tagli alla spesa pubblica che, oltre a disincentivare le attività economiche, determinano il trasferimento nelle aree urbane di altri servizi legati alla sanità, alle scuole, ai servizi postali e così via (Steiner, Atterton 2015).

In Canada esiste però l'Indigenous Community Business Fund che costituisce un piano di finanziamento governativo che sostiene le imprese e le microimprese indigene in aree rurali. Per avere accesso a questi fondi previdenziali una persona deve appartenere ad una First Nation, la quale è definita nel Constitution Act, 1982, Sezione 35 (2) come un gruppo di nativi che ha firmato, con la Corona Britannica, un trattato che costituisce un accordo atto a regolamentare l'uso e la gestione delle risorse naturali presenti in un'area in cui vive la comunità indigena. Il governo canadese afferma l'importanza del supporto economico dei gruppi nativi che vivono in aree rurali soprattutto perché questi siti sono spesso ricchi di risorse naturali da sfruttare. Glen Sean Coulthard (2014), studioso indigeno appartenente alla comunità

² Con economie di scala si intende lo sviluppo di attività in cui l'imprenditore diversifica il proprio business integrando la propria impresa a monte attraverso la connessione con più settori commerciali.

Dene stanziata nei Northwest Territories, afferma però che l'accettazione di questi fondi da parte delle bande native contribuirebbe a mantenere l'assoggettamento degli indigeni allo Stato, impedendo in tal modo la realizzazione dell'autogoverno delle First Nations. Le considerazioni di Coulthard forniscono una teorizzazione di come il potere operi all'interno delle politiche coloniali mascherandosi attraverso forme di finanziamenti apparentemente etiche. La situazione gestionale di Osoyoos Nk'Mip Cellar, riuscendo ad affrancarsi dai finanziamenti statali attraverso l'avvio di un'attività economica autosufficiente, sembra aver quindi incorporato intuitivamente l'avvertimento di Coulthard.

È bene chiedersi a questo punto se sia possibile unire esperienze rurali e agricole, negoziazioni politiche di autogoverno, percezioni culturali di pratiche agricole sostenibili ed esperienze di consumo all'interno di uno stesso sistema che possiamo definire integrato. Il caso di Osoyoos Nk'Mip Cellar sembra poter fornire un buon esempio in cui esplorare tale possibilità.

In vista di una differente concettualizzazione del rapporto società/ambiente (sottesa al superamento dell'ormai vetusta dicotomia natura/cultura), è interessante qui richiamare brevemente l'attenzione sull'idea di *reciprocità*, o di *rapporto dialogico*, espressa efficacemente da Marshall Sahlins:

«(C'è) un'idea di *reciprocità*, di un dialogo tra le culture e i loro ambienti [...]. C'è uno scambio tra cultura e ambiente, forse un continuo scambio dialettico, se nell'adattarsi la cultura trasforma il suo paesaggio e quindi deve di nuovo rispondere ai mutamenti che essa stessa ha messo in moto» (Sahlins 1976: 123).

Ebbene, osservando l'esperienza di Osoyoos Nk'Mip Cellar in cui la relazione tra comunità indigena, costruzione culturale dell'ambiente connessa ad una forma di imprenditoria agricola, a sua volta associata alla storica negoziazione relativa al diritto aborigeno e l'apertura conoscitiva di tale processo ai visitatori della cantina, costituisce una forma di profondo rapporto dialogico tra tutti questi tratti esperiti in vario modo attraverso l'attività vinicola. Con questa impostazione è possibile quindi riflettere non solo su implicazioni teoriche ed etnografiche relative a strategie interpretative del nesso uomo-ambiente (Ingold 1994), ma anche su come tale pratica di business agricolo possa essere considerata un veicolo per tradurre, in un linguaggio culturale comprensibile ai turisti e al governo, le istanze politiche indigene.

Analizzando Osoyoos Nk'Mip Cellar da un punto di vista prettamente culturale, ne consegue che le reti di relazioni che si attuano all'interno della cantina sono il risultato dell'incontro tra tutto ciò che ruota attorno a tale attività che schematicamente ingloba la visione del mondo indigena e la controparte occidentale. Questa peculiarità è comunque insita nella cultura nativa che concepisce il territorio anche come contesto storico e sociale in costante divenire e quindi capace di incorporare nuove relazioni provenienti dall'esterno che a sua volta vanno a

modificare l'intero sistema integrato. Håke Hultkrantz (1994), tentando di cogliere il significato simbolico del territorio per i nativi, ha parlato proficuamente di ottica ecosistemica integrata. Applicando tale concetto al caso di Osoyoos Nk'Mip Cellar è possibile affermare che l'uso che le comunità native fanno dell'ambiente esprime, piuttosto che causa, le loro attività e i loro orientamenti culturali. L'ambiente fornisce degli strumenti per la creatività culturale, non la determina in senso stretto. In altre parole, la dislocazione della comunità Osoyoos nel territorio e la progettazione di Osoyoos Nk'Mip Cellar vengono connotati con un ulteriore significato rispetto a quello immediato e concreto di essere una forma di business agricolo. Attraverso tale piano di sovrasignificazione, gli indigeni hanno integrato le dimensioni puramente visibili (il vigneto) con quelle, per così dire, invisibili del paesaggio (ossia l'elemento spirituale abita sia il territorio ma anche le viti stesse). Questo particolare processo conoscitivo-esperienziale viene acquisito gradualmente dalla persona indigena che impara, da suo padre, da suo nonno, dagli elders, a distinguere fra le mille caratteristiche del suolo gli elementi utili sia per l'attività vinicola, sia per integrare la persona con gli antenati ospitati in quel luogo.

Possiamo a questo punto ricavare alcune importanti considerazioni teoriche: l'attività di Osoyoos Nk'Mip Cellar non si basa soltanto su dati fisici e naturali, né sulle sole percezioni sensoriali (oppure dalla combinazione fra dato e percezione), ma risulta costruita anche attraverso una profonda attività proiettiva ed immaginativa. Per un indigeno questo significa sottoporre uno spazio neutro ad una densa, quotidiana opera di interpretazione simbolica complessiva (Ligi, 2002). Si tratta, in altre parole, di un processo di umanizzazione dello spazio e delle attività su di esso svolte e non semplicemente di uno sfruttamento della terra con l'uso di apposite tecnologie per la produzione. La plasmazione simbolica dell'ambiente di siti caratteristici, che gli indigeni hanno compiuto per secoli addomesticando la smisurata vastità di queste terre, rende possibile conferire ai luoghi uno spessore storico-emozionale che trasforma quotidianamente l'ambiente, percepito dagli stranieri semplicemente come desertico, in un luogo consueto e rassicurante di chi si sente a casa propria. Nonostante sia indubbia la difficoltà di mantenere, nella complessità simbolica, mediatica, politica ed economico-finanziaria di questo periodo la cosmogonia nativa, condurre efficacemente questa attività agro-ecologica significa mediare tra l'aver esperienza dei luoghi intrisi di valori e di eventi e le concezioni di proprietà privata che sono invece tipiche di una logica aziendale. La disseminazione, per tutta l'ampiezza del territorio in cui si trova la vigna conserva, a prescindere dal rappresentare segni di una cosmologia nativa, il fondamentale effetto di conferire al vigneto una *struttura di sentimento* (Massey, Jess 2001) che è a sua volta interpretato dai visitatori come una forma autentica di attività sostenibile.

Per aiutare la comprensione di ciò che i turisti intendono per sostenibilità correlata alla loro esperienza vissuta all'interno di Osoyoos Nk'Mip Cellar, è interessante introdurre l'importante concetto di "authentic space" coniato da Sarah

Banet-Weiser (2012). Generalmente, negli studi esistenti, è stato riconosciuto come la conoscenza indigena di varie popolazioni che praticano l'agricoltura contribuisca al mantenimento di pratiche di coltivazione sostenibili. Ciononostante, tali saperi vengono solitamente esclusi da attività agricole di tipo industriale. Ci sono molti fattori inibitori che possono contribuire alla mancanza di inclusione della conoscenza indigena nei progetti agricoli su larga scala tra cui i principali sono il valore che gli imprenditori attribuiscono a tali modalità agricole, difficoltà di accesso alla conoscenza indigena e la traduzione culturale della conoscenza nativa all'interno della logica produttiva industriale.

Le preoccupazioni relative al rapporto tra il fattore della sostenibilità e le coltivazioni vinicole sono aumentate tra i consumatori e i coltivatori in molte parti del mondo. L'aumento dei dibattiti nei media relativi a pratiche etiche e sostenibili ha incrementato la consapevolezza delle persone su tali questioni, dirottandole a scegliere quelle aziende che si dimostrano maggiormente disposte ad appoggiare tale visione (Armano, Joy 2021). Dagli anni Novanta, infatti, un nuovo stile di vita incentrato sulla salute e sull'idea di "stare immersi nella natura" ha iniziato a diffondersi a livello globale. Da quel momento storico in poi molti consumatori cominciarono a preferire la qualità alla quantità ed iniziarono ad essere disposti a pagare un prezzo più elevato per i beni prodotti da aziende che dichiaravano di applicare protocolli che rispettassero l'ambiente (diminuendo per esempio gli agenti inquinanti), i lavoratori assunti dalle compagnie e in generale i diritti umani. Questo aspetto ha influenzato significativamente anche il settore agroalimentare, tanto che un numero considerevole di consumatori ha cominciato ad essere sempre più interessato a scegliere vini, come anche altri prodotti agricoli, provenienti da una produzione sostenibile conferendo a questo aggettivo una connotazione prevalentemente ambientale (Fabbrizzi et al. 2021).

Sinestesia gustativa: comprensione multisensoriale e incorporata nella degustazione del Icewine in Osoyoos Nk'Mip Cellar

All'interno del settore dei vini, quelli etichettati come sostenibili costituiscono ancora dei prodotti di nicchia, nonostante negli ultimi anni le loro vendite abbiano assistito ad una rapida ascesa (González et al. 2018). È bene ribadire però che il concetto di sostenibilità possiede svariate definizioni a seconda di come viene applicato (Warner 2007). La sostenibilità può riferirsi infatti a principi economici che coinvolgono processi di massimizzazione del benessere generale della persona migliorando contemporaneamente l'efficienza produttiva (de Bruyn, van Drunen 2004); a principi ecologici, implicando il rispetto delle capacità di carico e di conservazione delle risorse naturali; oppure a principi di equità che coinvolgono le correlazioni

intergenerazionali con tentativi di riequilibrio anche in riferimento alla disparità di ricchezza tra varie regioni a livello mondiale (Fabbrizzi et al. 2021).

Come per il concetto di sostenibilità, non esiste nemmeno una definizione specifica del termine “vino naturale” (Galati et al. 2019), anche se in generale esso può essere inteso come un prodotto che prevede il minimo intervento umano nella coltivazione del vigneto e nel processo di vinificazione, consentendo alla bevanda di essere espressione diretta del territorio (Fabbrizzi et al. 2021). La filosofia del produttore di questo tipo di vini consente quindi ai processi naturali la possibilità di esaltare il prodotto finale. In accordo con questo principio, un vino naturale tende quindi ad accrescere la fase agronomica riducendo invece quella relativa al processo di lavorazione produttiva. L'abilità del capitale umano viene apprezzata nella sua capacità di gestire il processo produttivo adattandosi alle fluttuazioni stagionali, ottenendo una bevanda di qualità senza l'utilizzo di tecniche di vinificazione invasive in grado di correggere e compensare ciò che si ottiene invece con un processo naturale. Questa caratteristica è sottolineata da alcuni autori giustapponendo il termine di vini naturali con il concetto di autenticità che, a sua volta, si collega all'idea dell'esistenza di produttori che sono custodi del loro territorio (Goode, Harrop, 2011). A loro volta i viticoltori affermano che la loro produzione vinicola naturale sia il risultato dell'affettività che provano nei confronti del loro territorio tanto da eleggere questo sentimento come parte preponderante del loro stile di vita. Alcuni studiosi nominano questo movimento di consumo con il termine “terroirists” attraverso cui descrivono quei consumatori e produttori che percepiscono tipologie di vini come prodotti nati dall'interconnessione di valori culturali uniti ad una profonda percezione del territorio arricchita a sua volta dalla storia locale e da una concezione del paesaggio intesa come patrimonio da tutelare (González et al. 2018; Fabbrizzi et al. 2021). Pertanto, la vinificazione naturale sembra essere un idilliaco ritorno all'uso di metodi produttivi artigianali considerati capaci di saldare il vino all'identità di un luogo. Quest'ultimo passaggio è fondamentale anche per introdurre un'altra considerazione secondo cui i vini naturali, grazie alle loro caratteristiche, avrebbero la capacità di allontanarsi dall'appiattimento della produzione industrializzata. La qualità artigianale si rifletterebbe inoltre nella dimensione delle stesse cantine, tanto che una cantina artigianale viene comunemente considerata tale solo qualora essa non superasse i 15 ettari di estensione (Goode, Harrop, 2011). Osoyoos Nk'Mip Cellar mostra però l'incongruenza di queste categorizzazioni in quanto, pur rispecchiando le caratteristiche proprie di una forma di produzione agricola artigianale e sostenibile essa si configura, per dimensioni, come una vera e propria azienda produttiva rivolta al commercio.

In base alle testimonianze dei turisti raccolte tramite le interviste, si può però notare come nella cantina indigena essi mettano in atto dei dispositivi simbolici capaci di creare un'esperienza ibrida costituita da una pluralità di emozioni, di percezioni sensoriali e di giudizi estetici uniti ad interpretazioni culturali sul

paesaggio e sulla banda Osoyoos. In altre parole, in questo “authentic space” (Banet-Weiser 2012) i turisti sembrano costruire categorie socioculturali che classificano e determinano i ruoli di tutti i soggetti che si relazionano nella cantina. In questa sorta di contesto spazio-temporale mitico emergono inoltre interrogazioni e prese di coscienza sui diritti generali delle First Nations all’interno del loro territorio. All’interno di questo spazio autentico si esplicherebbero una serie di riflessioni di carattere filosofico e politico che si rivolgono anche e soprattutto all’Occidente. Una sorta, insomma, di avventura nella conoscenza indigena compiuta dai visitatori, un viaggio mentale che sembra ricalcare l’esperienza raccontata da Claude Lévi-Strauss in “Tristi Tropici” (1955). Il ritratto complessivo che emerge dalle testimonianze dei turisti è quello di rappresentazioni di società e di culture native che lottano per non scomparire del tutto a causa del dramma diffuso dal colonialismo. Più in generale, nelle riflessioni dei visitatori della cantina intervistati c’è una sorta mitizzazione delle culture indigene canadesi viste come custodi di vere pratiche sostenibili da imitare, affiancata da una missione che i turisti, in quanto occidentali ed appartenenti quindi alla categoria socioculturale e politica dei colonizzatori, dovrebbero compiere nei confronti delle comunità indigene per discolarsi per i crimini commessi.

Sarah Banet-Weiser parla a tal proposito di “political consumerism” attraverso la formula “doing good by buying good” (Banet-Weiser 2012: 127). In questo modo la scelta di visitare la cantina indigena ed acquistare qui, e non altrove, i vini prende forma all’interno di specifiche ideologie sociopolitiche, come per esempio l’ambientalismo o l’eticità nei confronti di categorie socioeconomiche più deboli a cui i consumatori si relazionano politicamente attraverso il consumo (Ledin, Machin 2020). Se boicottare un prodotto implica la decisione di non acquistare beni prodotti in condizioni che non rispondono agli ideali delle persone (Bedi 2019), molti autori parlano, per contro, di *buycotting* per definire i comportamenti dei consumatori volti ad acquistare prodotti o servizi da un’azienda che invece rispecchia i loro valori sociali e politici (Kam, Deichert 2020; Baek 2010). La maggior parte degli studiosi definisce il “political consumerism” come l’insieme di impegni in relazione alle scelte d’acquisto, che emergono dalle preoccupazioni associate a certi tipi di produzione (Baek 2010; Micheletti 2010; Boström et al. 2019). All’interno di questo contesto, i consumatori hanno quindi la possibilità di punire (per esempio boicottando) o ricompensare (*buycotting*) le aziende attraverso scelte selettive di prodotti o brand basate su considerazioni sociali, politiche, sostenibili o etiche (Baek 2010). Applicando il concetto di “political consumerism” ai vini prodotti in Osoyoos Nk’Mip Cellar, è possibile considerare la scelta dei turisti di visitare questa cantina come un sostegno significativo per comprendere e gestire problemi complessi che si estendono al di là del mero acquisto del vino inglobando pure più ampie considerazioni di carattere sociale e politico. Contemporaneamente però è da considerare il fatto che lo sguardo sull’altro sarebbe troppo lontano se gli Osoyoos non fossero andati incontro ai turisti offrendo la conoscenza del loro territorio

attraverso l'attività vinicola che costituisce un'attrattiva conosciuta per i visitatori. Rinunciando infatti alle sovvenzioni del governo rivolte a pratiche economiche indigene in aree rurali, Osoyoos Nk'Mip Cellar sembra quindi costruire un legame diretto con i visitatori senza nessuna intermediazione da parte di terzi (come lo Stato). In questo modo l'esperienza di autenticità che vivono i turisti quando visitano la cantina indigena coincide con la ricerca di un'idea di sacro apportata da una loro interpretazione di cultura indigena la quale, ai loro occhi, si estenderebbe al vino scongiurandone una possibile alterazione chimica a cui la bevanda è generalmente sottoposta nel processo di vinificazione.

Durante la fase etnografica ho trovato particolarmente utile indagare le relazioni esistenti tra Icewine, il concetto di "esotico" e la percezione multisensoriale dei visitatori di Osoyoos Nk'Mip Cellar. Già dalle prime interviste ho potuto osservare come i turisti, quando narravano la loro esperienza di visita nella cantina, utilizzavano descrizioni relative a paesaggi rurali e allo stesso tempo lussureggianti, sole caldo, botti di rovere dall'odore terroso e vini squisiti uniti a forme di enoturismo degustativo. A tutto questo si sommava l'idea di indigenità della cantina. All'interno di questa narrazione politematica, il prodotto che riesce meglio a sintetizzare in di sé tutti questi aspetti è l'Icewine percepito dai turisti sia come un prodotto di nicchia sia come un vino tipico della valle di Okanagan. Contemporaneamente molti di loro dichiararono che, acquistando l'Icewine prodotto presso Osoyoos Nk'Mip Cellar e non in altre cantine, mettevano in atto una presa di posizione politica implicita contro i comportamenti governativi relativi a soprusi verso le comunità indigene. Inoltre, dato il sapore fruttato dell'Icewine, questo vino si presta molto bene ad esplorare anche le sensazioni gustative dei turisti.

Alcuni autori sostengono che, nella valutazione di un vino, i gusti siano legati a determinati livelli di conoscenza. In tal modo chi è più esperto di vini darà un giudizio diverso rispetto al non intenditore (Smith 2007). Nel caso in questione, ho potuto osservare che, nonostante risposte più semplificate, anche i novizi riuscivano a fornire interessanti spiegazioni relative alla loro percezione gustativa. Pertanto, usando la cosiddetta analisi di blending (Fauconnier, Turner 2002) il gusto è stato unito anche alla valutazione dell'accumulo di conoscenze in campo vinicolo che consentivano a ciascun visitatore di fornire valutazioni, più o meno dettagliate e tecniche, dell'Icewine. In generale quindi, attraverso questa analisi è stato possibile abbozzare una comprensione incorporata dell'esperienza di consumo del vino che attualmente è carente nella letteratura (Joy et al. 2020).

In generale, nella letteratura, i novizi sono definiti come coloro che consumano vino meno di due volte al mese, sono maggiorenni, hanno poca conoscenza di tali bevande e dei principali processi produttivi vinicoli e non sono in genere in grado di distinguere nel dettaglio tre diversi tipi di vini e tre differenti tipologie di uva da cui sono stati prodotti (Arnould, Thompson 2005). Gli esperti sono invece coloro che hanno una cultura del vino ottenuta grazie alla frequentazione

di corsi e hanno ricevuto, in molti casi, pure un formale riconoscimento (es. specifiche credenziali) per la loro esperienza. Spesso questi ultimi sono produttori di vino, educatori o assaggiatori ufficiali (Joy et al. 2020). In questa parte della ricerca, anche se l'attenzione è stata focalizzata solo sui visitatori e non, per esempio, su educatori o assaggiatori, è stato comunque possibile osservare alcune differenze tra turisti più o meno esperti in materia di vini. Pertanto, tenendo in mente tale distinzione, durante le interviste ho notato come i novizi, nel descrivere le loro percezioni gustative, cercavano costantemente una rassicurazione sulla correttezza di ciò che dicevano, mentre i più esperti esponevano, senza esitare, tutte le loro conoscenze acquisite, come essi dichiararono, soprattutto attraverso la frequentazione di corsi. Questo aspetto è stato utile anche per capire come, durante i colloqui, i principianti non riuscivano ad identificare i principali componenti relativi al sapore del vino. Alcuni addirittura, sapevano solamente distinguere i vini bianchi dai vini rosati e rossi. Altri invece, anche se la loro esperienza percettiva consentiva loro di riconoscere alcuni dettagli in più del vino, avevano lacune nel linguaggio usato per esporre tali sensazioni. I più esperti invece erano accumulati dalla percezione del vino descritto, quasi unanimemente, come una sorta di sinfonia in cui ogni strumentista, corrispondente ai componenti gustativi, poteva essere chiaramente identificato. Un'altra fondamentale differenza tra le due categorie di visitatori era legata all'atto stesso di bere il vino. Se per i primi costituiva soprattutto un piacevole esercizio celebrativo incentrato esclusivamente sul piacere dei sensi, per i secondi l'atto del degustare era un'attività costituita da una serie controllata di passaggi (es. miscelare vorticosamente il vino nel bicchiere, inalare l'aroma ecc.) fondamentali per analizzare il piacere ottenuto dal sapore. Gli esperti, a differenza dei novizi, distinguevano inoltre l'atto dell'assaggiare sorvegliando lentamente dall'atto del bere. Questi ultimi inoltre riferivano di non provare piacere nell'ubriacarsi ed affermavano che la loro esperienza li aveva addestrati a riconoscere i segnali di eccesso prima che tali episodi si verificassero.

Ciò che accumulava però entrambe le categorie di visitatori era una comprensione sinestetica di ciò che bevevano, particolarmente marcata dopo l'assaggio dell'Icewine. Questa considerazione olistica, emersa soprattutto grazie a tale tipologia di vino, sembrava produrre però, anche tra gli esperti, un senso di piacere al palato tanto da consentire loro di mettere in secondo piano marcati tecnicismi.

Di seguito, in relazione al grado di esperienza del turista nel mondo dei vini, sono stati messi in luce sorte di moduli esperienziali comuni identificati attraverso l'uso di circoli ermeneutici (Thompson et al., 1989). Il metodo del circolo ermeneutico consente di focalizzare all'interno delle interviste determinati passaggi i quali, comparando i vari colloqui, consentono di creare categorizzazioni argomentative. Nello specifico, tale processo di analisi mi ha consentito di identificare dei pattern comuni a tutte le interviste che possono essere categorizzati

come segue: colore; gusto, sensazione in bocca e olfatto; territorio e categorie di tempo; immagini e processo di degustazione; metafore; fusioni concettuali.

Di seguito sintetizzo le caratteristiche principali relative alle descrizioni dell'Icewine proprie di ciascun pattern.

Colore

Sia per i novizi che per i consumatori più esperti, la percezione del colore è stata fondamentale nell'esperienza di degustazione dell'Icewine. Un'interlocutrice inesperta affermò di apprezzare particolarmente il colore dorato del vino. Inoltre, la donna affermò come da tale colore si aspettasse anche un determinato sapore dolce in bocca e un profumo fresco e delicato. L'informatrice continuò anche configurando la sua degustazione del vino all'interno di un ristorante con luci soffuse. La testimonianza di questa interlocutrice esprime chiaramente un collegamento tra la percezione del colore e un atto di immaginazione attraverso il quale possono essere generate sensazioni corporee alternative (Steeves 2001).

L'esperienza di degustare l'Icewine crea, sia nel novizio che nell'esperto, considerazioni secondo cui, come nel caso riportato, ciò che vediamo non è semplicemente il colore di un oggetto, ma è sempre un colore visto e vissuto in un determinato contesto che può a sua volta relazionarsi a ricordi e ad emozioni. Un turista esperto di vini affermò invece come il colore di un giallo intenso anticipasse chiaramente ciò che avrebbe percepito in seguito, ossia l'odore ed il sapore. Egli affermò anche che quanto più a lungo la percezione perduri alla vista, più l'intera esperienza sensoriale può venire stimolata. Riprendendo a tal proposito il pensiero di Merleau-Ponty (1945), il corpo umano può essere concepito, in questo caso, come un contenitore: prima che il vino entri nel corpo, i colori della bevanda entrano attraverso gli occhi e poi si diffondono rendendo la persona desiderosa di allargare la percezione anche all'olfatto e al gusto. Il piacere della degustazione si lega quindi alla conoscenza del vino e all'anticipazione del suo pieno potenziale. Analizzando più profondamente tale implicazione, si può dire che ci sia una sorta di effetto zoom (Joy, Sherry 2003). Tutti i partecipanti si concentravano infatti prima su un senso (per esempio sulla vista del colore del vino) mentre, momentaneamente, gli altri sensi si posizionavano sullo sfondo nonostante fossero sempre presenti e pronti per essere richiamati all'attenzione.

Sensazione in bocca e olfatto

La fusione del gusto e dell'olfatto si verificò fondamentale in termini di valutazione degli aromi. Ciononostante, continuavano ad emergere differenze valutative tra novizi ed intenditori.

I partecipanti inesperti valutavano gli aromi dell'Icewine sulla base delle loro esperienze di vita che inevitabilmente limitavano le loro risposte. Gli esperti invece associavano gli stessi aromi a precedenti esperienze conoscitive facendo parallelismi anche con altri vini. Un'interlocutrice, per esempio, notò che poteva sentire l'odore di aromi erbacei sia in un bicchiere di Icewine che di un Sauvignon Blanc grazie ad un parallelismo, consolidato nella sua esperienza, relativo ad una regolare sensazione nel suo naso e sul suo palato. Un altro partecipante esperto riferì di sentire in bocca sapori ricchi di frutta nera, come amarene, prugne, ma anche di tabacco e di cioccolato. Egli definì inoltre il vino attraverso aggettivi come complesso, equilibrato, con una trama liscia e con un lungo finale delizioso. Questa testimonianza fa capire come, a seguito di una lunga pratica, la valutazione passa anche attraverso la sperimentazione del piacere il quale, a sua volta, mira anche alla scoperta di una sorta di ricerca estetica per la comprensione stessa del piacere. Per gli esperti, la sensazione in bocca è un presupposto trainante nella loro risposta sensoriale al vino. Un'altra interlocutrice spiegò a tal proposito come la sensazione tra tannicità e acidità costituivano i tratti principali che caratterizzavano l'Icewine. La donna spiegava come la struttura del vino si poteva ottenere solo quando tutte le sue parti fossero in equilibrio tra di loro, specificando come tale equilibrio poteva essere raggiunto solo qualora l'acidità fosse stata bilanciata perfettamente alla tannicità o al sapore fruttato. In questo modo, il corpo del vino può legarsi alla struttura in quanto esso dipende dal suo livello di alcol, nonché dalla sua acidità e tannicità. In tal senso, il vino può essere considerato "pieno", "medio" o "leggero".

Per questa interlocutrice, come per altri intenditori di vino che visitavano la cantina, era fondamentale scomporre le componenti dell'Icewine anche e soprattutto per una valutazione complessiva della bevanda, la quale derivava, a sua volta, dalla ricomposizione di questi componenti.

Territorio e categorie di tempo

Il concetto di territorio nella valutazione dell'Icewine era particolarmente fondamentale, da un punto di vista tecnico della valutazione del vino, per i visitatori esperti intervistati, mentre era meno importante per i novizi, i quali valutavano invece l'importanza del territorio soprattutto in relazione alle questioni politiche di autogoverno indigeno.

Un esperto, durante la degustazione, cercò di riprodurre le caratteristiche dell'Icewine legandolo alla regione di Okanagan. L'interlocutore continuò raccontando la differenza tra l'Icewine, uno Chardonnay della Borgogna e uno Chardonnay dalla California mettendo in luce la sua conoscenza del territorio in cui questi vini sono prodotti e le specifiche tecniche di vinificazione. Alcuni studiosi sostengono che un concetto di luogo possa essere anche incorporato in un prodotto (Joy, Sherry 2003). Nel caso in questione una particolare considerazione del luogo di

produzione dei vini può essere incorporata degustando la bevanda la quale crea una sintonia incorporata tra il vino e il territorio. Il concetto di luogo di produzione viene anche unito ad una particolare concezione di tempo (passato-presente-futuro) che assieme al territorio svolgono un ruolo chiave nell'esperienza delle degustazioni. Questo aspetto è emerso però soprattutto tra i consumatori più esperti.

I turisti intenditori utilizzavano le categorie del tempo soprattutto per parlare dell'invecchiamento. La percezione dell'Icewine, che produce una meravigliosa sensazione in bocca grazie al legame che si crea tra sensazioni gustative fruttate ed una particolare mineralità, innesca pensieri su come questo vino invecchia. Per un principiante invece tali sapori erano, per lo più, impercettibili. Al massimo l'Icewine poteva avere un sapore dolce, ma qualsiasi loro pensiero non si connetteva ad un'idea di invecchiamento del vino.

Pertanto, se gli interlocutori esperti sollevarono spesso un'idea di tempo connessa al gusto, per i consumatori alle prime armi il sapore sembrava emergere in maniera quasi assoluta senza alcun riferimento alle categorie di tempo. Gli esperti dimostravano apprezzare la loro capacità di formulare giudizi di qualità prevedendo anche la progressione di invecchiamento del vino in base alle condizioni territoriali del vigneto e alle condizioni climatiche. Alcuni esperti affermarono addirittura la loro soddisfazione di essere una sorta di detective dei vini grazie alla loro capacità di riconoscere tutte le componenti, materiali ed immateriali, incorporate nella bevanda.

Ciononostante, alcune similitudini relative a concezioni sul tempo proprie di entrambe le categorie di visitatori sembravano risiedere nel fattore della memoria attraverso cui tutti gli interlocutori ricordavano esperienze passate in cui avevano bevuto l'Icewine.

Immagini e processo di degustazione

La maggior parte degli esperti, come anche alcuni novizi, utilizzavano metodi specifici per valutare l'Icewine. Per esempio, un'interlocutrice inesperta, inalando un aroma fruttato, immaginò il colore dorato del vino derivante dal senso dell'olfatto e non della vista. Altri partecipanti alle prime armi non riuscirono invece a trovare nessuna strategia per identificare le varie sensazioni che stavano vivendo.

Gli esperti dimostrarono invece di seguire una routine nella valutazione dei vini: «There are arrays and images that come up in my [*mind's*] eye». In primo luogo, questi interlocutori chiudevano gli occhi e sorseggiavano, poi osservavano le sfumature cromatiche del vino individuando le varie cromature di giallo e marroni. Queste persone valutavano l'Icewine in maniera metodica, i loro occhi sembravano scrutare queste sfumature una ad una al fine di connetterle con aspetti legati ad immagini del territorio, per poi ricomporle in una tonalità cromatica omogenea. In seguito, utilizzavano l'olfatto. Apparivano quindi immagini di frutta a cui venivano connesse ricerche più generali atte ad individuare la provenienza (in termini di

territorio e di tempo) degli aromi. Per queste persone più esperte, la valutazione del vino richiedeva una lunga meditazione al fine di identificare sistematicamente le diverse caratteristiche del vino.

Molti esperti descrivevano inoltre loro stessi come degli assaggiatori intuitivi piuttosto che cinici e ricercatori di piacere piuttosto che di sapori. Queste persone, inoltre, spiegavano il loro processo di valutazione affermando che il loro pensare potesse pure manipolare la bevanda e viceversa. Questa affermazione consente interessanti considerazioni di analisi secondo cui le idee possono essere pensate anche come oggetti manipolabili. Nello specifico le caratteristiche del vino consentivano loro di passare attraverso varie idee secondo un processo descritto nei termini in cui conoscere è odorare. La sorsata rumorosa e il gorgoglio in bocca permettono al vino di essere areato al fine di liberare gli aromi, il quali giocano un ruolo essenziale nella fase di valutazione. Inoltre, questa sorsata, affermarono gli esperti, era essenziale per aumentare il livello di piacere che provava la persona. Tale processo e queste sensazioni si acquisiscono dopo anni di esperienza nelle degustazioni. Oltre alla sorsata rumorosa, l'iter seguito dagli esperti consisteva nel tenere il vino in bocca per qualche secondo al fine di saturare le papille gustative. Questi atti di pausa e messa a fuoco consentiva loro di distinguere la degustazione del vino dal semplice bere. Nei principianti la sorsata rumorosa non era invece ben sviluppata. Piuttosto, nell'assaggio, entravano in scena schemi rudimentali che erano il risultato di una bassa conoscenza relativa a tutti gli aspetti legati alla valutazione dei vini.

L'immaginazione svolgeva, in generale, un ruolo importante durante le degustazioni tanto che le connessioni con il mondo reale rimanevano sullo sfondo. In generale, ogni partecipante (esperto e novizio) evocava uno spazio immaginario all'interno del quale viveva esperienze di vita intensificate. Merleau-Ponty (1945) sostiene a tal proposito l'esistenza di uno spazio primordiale del corpo, il quale entra in un mondo fantasioso in cui il mondo percettivo rimane ai margini. Il corpo in questo caso connette quindi questi due mondi consentendo alla persona di muoversi tra la realtà e l'immaginazione (Steeves, 2004).

Metafore

La teoria di Lakoff e Johnson (1999) identifica una fonte e una destinazione in modo tale che ciò che è sconosciuto è connesso a ciò che è noto. Quando per esempio i visitatori esperti della cantina affermano che l'Icewine è come un "essere vivente" si crea una relazione tra un'idea di persona ed il vino che sorge proprio dalla nostra conoscenza di che cos'è un essere umano. Riporto, nella seguente tabella, alcune espressioni metaforiche raccolte durante la ricerca sul campo utilizzate dai partecipanti.

Tabella 1

Type of participant	Looks like ...	Smells like ...	Tastes like ...	Feels like ...	Sounds like...
1. Novice	Am Icewine looks like New Year's Eve...with all the razzle-dazzle	Smells like New Year's Eve...a celebration of festive food and drinks	A first kiss ... (surprise element)	Feels like weightlessness flowing out of the glass ...	A sports car
<i>Subjective judgment</i>	Over-awed by presentation style	Smelling is knowing and Smell as a powerful physical force	Tasting is knowing and Attraction and compulsion	Not contained (Container schema – it flows out of the glass)	Listening is knowing
<i>Sensory–motor domain</i>	Bodily agitation and motion	Olfactory sensations	Gustatory sensations and Bodily orientation	In-out schema	Auditory sensations
2. Expert	Grand waterfall ... It is clear, light with lots of bubbles gushing out	Fresh cut flowers ... with notes of green apple, caramel and yeastiness	Homemade velvety chocolate cake ...	A vacation to a tropical island with white sandy beaches ...	A Ferrari
<i>Subjective judgment</i>	It is not contained, because it pours out of the bottle like a waterfall. Scale of objects 'grand' (more or less aspect of experience)	Smelling is knowing	Tasting is knowing ... Scale of intensity- 'Higher' amount of acidity	Passage of time	Listening is knowing and Causes are forces and Forces have impact
<i>1.Sensory–motor domain</i>	Container schema and 'More' or 'less' aspect of experience	Olfactory sensations	Gustatory sensations and 'More' or 'less' aspect of experience	Motion schema	Auditory sensations and Exertion of force
<i>2.Sensory–motor domain</i>	Visual sensations	Olfactory sensations and Force schema		Bodily motion and Balance schema	

Cfr. A. Joy, S. Charters, J. Jianfeng Wang, B. Grohmann (2020), *A multi-sensory and embodied understanding of wine consumption*, Journal of Wine Research, p. 257.

Un esempio istruttivo venne fornito da un interlocutore inesperto quando gli fu chiesto di descrivere l'aspetto, la sensazione, il sapore e l'odore dell'Icewine. Egli, durante la nostra conversazione, faceva continui riferimenti ad occasioni festive, specificando che il vino che assaporava gli ricordava il Capodanno. L'intervista continuò con la sua spiegazione secondo cui il giorno dell'ultimo dell'anno evocava in lui celebrazioni associate ad allegria. La dimensione sensoriale veniva accentuata dal cibo e dal vino. Il giudizio soggettivo implicava il vedere e l'annusare come forme di comprensione. La percezione dell'intensità veniva portata in primo piano e veniva descritta attraverso le bollicine che consentono di contrapporre l'Icewine con vini bianchi e fermi. La sensazione del gusto venne anche da lui paragonata al primo bacio il che a sua volta denotava un sentimento di persistente dolcezza. Affiorava inoltre una comprensione uditiva attraverso la narrazione di un'auto sportiva con il rumore inconfondibile del suo motore. In generale, riassumendo il giudizio soggettivo, il suo percepire corrispondeva al suo capire. È chiaro però da questa descrizione che le aspettative sull'Icewine di questo interlocutore inesperto fossero assolutamente superficiali, ossia non supportate da un expertise ma associate a sensazioni immediate. La differenza nella descrizione dell'Icewine tra novizi ed esperti era sempre molto evidente. Queste ultime erano infatti sempre capaci di elaborazioni olistiche che consentivano loro di costruire anche il quadro generale del prodotto, mentre i novizi non riuscivano tendenzialmente a compiere questa operazione. Osservare, annusare, percepire, assaggiare significava per gli esperti comprendere. Tale aspetto mette in luce come metafore e metonimie possono essere quindi utilizzate attraverso i sensi. Questo significa che ciò che è apprezzato dalla bocca è apprezzato pure dal naso, dall'occhio e dal tatto, nonostante vengano attivate modalità e lenti diverse a seconda del livello competenza.

Fusioni concettuali

Vari concetti possono unirsi tra loro all'interno di frame. Un interlocutore esperto, usando una sorta di schema di percorso, concepiva la degustazione di vini come un processo. Il suo giudizio valutava se il vino era dolce o secco, tannico o meno, se possedeva essenze particolari come aromi chimici oppure una dose di amarezza. Egli ribadiva più volte, nel corso della nostra conversazione, la necessità di porsi domande fondamentali durante la degustazione che riguardavano per esempio la sensazione che dava il vino in bocca, oppure il potenziale di invecchiamento di particolari vini.

In generale, gli argomenti emersi durante i colloqui con intenditori di vino, sembravano rievocare Lakoff and Johnson (1999) nel definire uno schema fonte-percorso-obiettivo costituito da ciò che essi chiamano "culture-specific blends – generic spaces" (p. 137) in cui un dominio specifico si può unire con una moltitudine di spazi generici all'interno dei quali però si agganciano ad entità appropriate che determinano poi le successive decisioni. Lo spazio generico è inteso dagli autori

come uno spazio metaforico che però consente di dare luogo ad uno “spazio misto” da cui si avviano poi scelte e comportamenti. Per il visitatore esperto, citato sopra, preparare la sua valutazione del vino risultava fondamentale per creare nella sua mente la rappresentazione di un vino specifico legato al *terroir*.³

In sintesi, questi primi risultati della ricerca etnografica indicano, in generale, risposte più emozionali per i novizi e più analitiche per gli esperti, nonostante entrambe le categorie abbiano reagito alla degustazione dell'Icewine come se essa fosse pure un'esperienza estetica. Ciò che videro, inalarono, sperimentarono plasmo quindi le loro percezioni.

Conclusioni

Nonostante la presente ricerca sia ancora in corso, il mio intento in questo articolo è stato quello di mostrare le innumerevoli possibilità teoriche e concettuali, inserite all'interno di un quadro interdisciplinare, costruite partendo dall'analisi di una produzione agricola. L'agricoltura supporta ancora la maggior parte dell'umanità la quale coltiva la terra per la sussistenza, per fini produttivi o per entrambi i motivi. Una consapevolezza generale che possono sollevare ricerche antropologiche sull'agricoltura intesa come attività economico-culturale, è anche il fatto che la produzione alimentare di base rimane l'attività umana primaria e, con la crescente pressione della popolazione che utilizza risorse naturali limitate, le persone continueranno a cercare modi e mezzi tecnici per migliorare e intensificare tale produzione.

Ciononostante, non è possibile applicare categorie nette opponendo tipologie di coltivazione per la sussistenza o per fini produttivi su larga scala. Il contesto di Osoyoos Nk'Mip Cellar ha l'efficacia di avvertire gli studiosi ad andare oltre a queste classiche opposizioni sfidando, in generale, anche le consuete categorizzazioni di cui da anni si sta nutrendo l'antropologia.

Inoltre, il contributo che ho tentato di dare con questa indagine etnografica è stato quello di fornire alcuni dati utili per future ricerche in agroecologia, la quale rappresenta, secondo molti studiosi, un nuovo interessante paradigma sostenuto pure da un numero crescente di organizzazioni indigene allineate con il movimento per la sovranità alimentare globale. Ad esempio, alcuni rappresentanti delle comunità indigene e contadine di varie parti del mondo hanno descritto nei seguenti termini la loro visione trasformativa dell'agroecologia al Forum internazionale sull'agroecologia in Mali nel 2015:

³ In enologia, il *terroir* è il rapporto che lega un vitigno al microclima e alle caratteristiche minerali del suolo in cui è coltivato; in questo modo si determina il carattere e l'unicità del vino che viene prodotto.

«Agroecology is the answer to how to transform and repair our material reality in a food system and rural world that has been devastated by industrial food production and its so-called Green and Blue Revolutions. We see Agroecology as a key form of resistance to an economic system that puts profit before life. Our diverse forms of smallholder food production based on Agroecology generate local knowledge, promote social justice, nurture identity and culture, and strengthen the economic viability of rural areas. As smallholders, we defend our dignity when we choose to produce in an agroecological way» (Declaration of the International Forum for Agroecology Nyéléni 2015).

In questo senso, l'agroecologia si baserebbe sull'affermazione del diritto al cibo così come del rispetto per i diritti dei popoli indigeni (UNDRIP 2007) e dei contadini (UNDROP 2019). Un movimento per la sovranità alimentare basato sull'agroecologia afferma anche il diritto delle persone di decidere le proprie politiche alimentari e agricole (Anderson, Ostrom 2015;). Basata su una politica di emancipazione, l'agroecologia preannuncia una trasformazione verso un sistema alimentare più etico e sostenibile (De Schutter, Vanloqueren 2011) radicato in politiche collettive per l'autodeterminazione. L'agroecologia è sempre più vista anche come una scienza, una pratica e un movimento (Wezel et al. 2009) o una commistione di tutti questi tre elementi (Rivera-Ferre 2018).

Nonostante tale paradigma sia ancora controverso, l'agroecologia è ora sempre più riconosciuta come un approccio praticabile per affrontare le molteplici crisi ecologiche e sociali del sistema alimentare globale (Rosset, Altieri 2017). Tuttavia, l'agroecologia continua ad essere ancora interpretata utilizzando visioni normative del futuro che sono polarizzate: da un lato si cerca infatti di conformarla al regime alimentare e agricolo industriale dominante e dall'altro di trasformare radicalmente quest'ultimo tramite essa (Levidow et al. 2014). Date le priorità di finanziamento per la ricerca e lo sviluppo in agricoltura a partire dall'inizio del XXI secolo, la maggior parte degli scienziati si concentra principalmente sulla messa a punto del sistema industriale inventando "nuovi" approcci per risolvere problemi sociali tramite la cosiddetta climate-smart agriculture and sustainable agricultural intensification. Questo metodo incorpora essenzialmente pratiche agroecologiche selezionate per migliorare l'efficienza nell'uso delle risorse in agricoltura, promuovendo anche metodi ibridi che consentono colture tolleranti agli erbicidi e agli insetticidi tossici, oltre che la creazione di bestiame geneticamente modificato (Pimbert 2015a). Quando i sistemi di climate-smart agriculture and sustainable agricultural intensification vengono adattati a monoculture geneticamente uniformi in paesaggi agricoli omogenei, le tecniche agro-ecologiche finiscono solitamente per conformarsi al regime agroalimentare dominante e alla logica dello sviluppo capitalista (Levidow et al. 2014).

Nel caso di Osoyoos Nk'Mip Cellar ritengo si sia trovata la giusta soluzione per inserire la cosmologia nativa all'interno di una pratica produttiva su larga scala senza andare a snaturare la relazione che gli indigeni instaurano con il loro territorio. Per di più, grazie ad una pratica vinicola fruibile anche al turista, la banda Osoyoos è riuscita non solo ad aprirsi culturalmente ai visitatori, ma anche a farsi sostenere politicamente in relazione alle loro storiche negoziazioni sul diritto indigeno nel territorio. L'esperienza dei visitatori è quindi, in questo caso, molto più completa rispetto a ciò che essi potrebbero vivere in altre cantine non-indigene. Tale aspetto si nota soprattutto con la degustazione dell'Icewine, il tipico vino della valle di Okanagan prodotto anche in altre cantine. Ciononostante, dai dati etnografici finora analizzati ho potuto notare come questo vino degustato presso Osoyoos Nk'Mip Cellar incorpora varie interpretazioni culturali e simbologie del territorio. In qualche modo l'Icewine consente ai turisti di vivere sensazioni olistiche che producono, nella persona, un effetto simile a ciò che gli indigeni vivono percorrendo il loro territorio e svolgendo attività di sussistenza o economiche all'interno di esso.

Bibliografia

Anderson, R. B. (1997), *First Nations Economic Development: The Role of Corporate/Aboriginal Partnerships*, *World Development*, 25(9), pp. 1483-1503

Anderson, L. Ostrom, A.L. (2015), *Transformative Service Research: Advancing Our Knowledge About Service and Well-Being*, *Journal of Service Research*, 18(3), pp. 243-249

Anriquez, G. Stloukal, L. (2008), *Rural population change in developing countries: lessons for policymaking*, *European View*, 7(2), pp. 309-317

Armano, L. Joy, A. (2021), *Encoding Values and Practices in Ethical Jewellery Purchasing: A Case History of Italian Ethical Luxury Consumption in Sustainable Luxury and Jewellery*, Gardetti, M.A. Coste-Manière, I. (eds.), Singapore: Springer, 1-20

Arnould, E. J. Thompson, C. J. (2005), *Consumer culture theory (CCT): Twenty years of research*, *Journal of Consumer Research*, 31(4), 868-882

- Baek, Y. M. (2010), *To Buy or Not to Buy: Who are Political Consumers? What do they Think and How Do they Participate?*, *Political Studies* 58, pp. 1065-1086
- Banet-Weiser, Sarah (2012), *Authentic™: the Politics of Ambivalence in a Brand Culture*, New York, University Press
- Beck, L.M. (2018), *Investigating discouraging and encouraging emic reasons to apply eco-efficient farming methods: A participatory study with indigenous small-scale farmers in Ratanakiri, Cambodia*, Master's Thesis in Agricultural Science/Agroecology, Faculty of Landscape Architecture, Horticulture and Crop Production Science, SLU, Swedish University of Agricultural Sciences
- Bedi, S. (2019), *Boycotting as Ethical Consumerism*, Kelley School of Business Research Paper (19-43) pp. 1-38
- Belliveau, S. Smit, B. Bradshaw, B. (2006), *Multiple exposures and dynamic vulnerability: Evidence from the grape industry in the Okanagan Valley, Canada*, *Global Environmental Change*, 16 (4), pp. 364-378
- Boström, M. Micheletti, M. Oosterveer, P. (2019), *Studying Political Consumerism*, *The Oxford Handbook of Political Consumerism*
- Bourgeois, (2015), *What future for Rural Areas? Seven plausible rural transformations*, *Development*, 58(2-3), pp. 177-186
- Bowen, A. J. (2010), *Managing the quality of icewines*. In A. Reynolds (Ed.), *Managing wine quality: Oenology and wine quality*, Elsevier, pp. 523-552
- Cheteni, P. Khamfula, Y. Mah, G. Casadevall, S.R. (2019) *Gender and poverty in South African rural areas*, *Cogent Social Sciences*, 5(1), pp. 1-19
- Cleveland, D. A. (1998). *Balancing on a Planet: Toward an Agricultural Anthropology for the Twenty-First Century*, *Human Ecology*, 26(2), pp. 2
- Cornell, S. Kalt, J.P. (2010), *American Indian Self-Determination: The Political Economy of a Policy that Works*. HKS Faculty Research Working Paper Series RWP10-043, John F. Kennedy School of Government, Harvard University
- Crawford, E. MacNair, E. Beveridge, R. Connell, D.J. (2012), *Wine grape & tree fruit production Okanagan region: Snapshot report (BC agriculture climate change*

adaptation risk + opportunity assessment series), Govt. of British Columbia, Agriculture & Food Climate Action Initiative, Victoria, B.C.

de Bruyn, S., & van Drunen, M. (2004). *Sustainability and indicators in Amazonia: conceptual framework for use in Amazonia*, (IVM-rapport; No. W-99/37). Instituut voor Milieuvraagstukken

De Schutter, O. Vanloqueren, G. (2011), *The new green revolution: how twenty-first-century science can feed the world*, *Solutions* 2(4), pp. 33-44

Diggs, B. D. (2011), *Risky business: Making Eiswein in Germany*, German Life

Drieu, L. Rageot, M. Wales, N. Stern, B. Lundy, J. Zerrer, M. Gaffney, I. Bondetti, M. Spiteri, C. Thomas-Oates, J. Craig, O. E. (2020), *Is it possible to identify ancient wine production using biomolecular approaches?*, *Science & Technology of Archaeological Research*, 6(1), pp. 16-29

Fabbrizzi, S. Alampi Sottini, V. Cipollaro, M. Menghini, S. (2021), *Sustainability and Natural Wines: An Exploratory Analysis on Consumers*, *Sustainability*, 13, 1-13

Fauconnier, G. Turner, M. (2002), *The way we think*, Basic Books

Galati, A. Schifani, G. Crescimanno, M. Migliore, G. (2019), *“Natural wine” consumers and interest in label information: An analysis of willingness to pay in a new Italian wine market segment*, *Journal of Cleaner Production*, 227, pp. 405-413

Galloway, L. (2007), *Can broadband access rescue the rural economy?*, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14 (4), pp. 641-653

González, A.P.; Dans, P.E. (2018), *The ‘terroirist’ social movement: The reawakening of wine culture in Spain*, *Journal of Rural Studies*, 61, pp. 184-196

Goode, J. Harrop, S. (2011), *Authentic Wine Toward Natural and Sustainable Winemaking*, 1st ed., Berkeley, CA, USA, University of California Press

Gordon, C. White, J.P. (2014), *Indigenous Educational Attainment in Canada*, *The International Indigenous Policy Journal*, 5(3)

Guo, T. García-Martín, M. Plieninger, T. (2021), *Recognizing indigenous farming practices for sustainability: a narrative analysis of key elements and drivers in a Chinese dryland terrace system*, *Ecosystems and People*, 17(1), pp. 279-291

- Ingold, T. (1994), *Introduction to culture*. In T. Ingold (Ed.), *Companion encyclopedia of anthropology: Humanity, culture, and social life*, London, Routledge, pp. 329-349
- Joy, A. Sherry Jr, J.F. (2003), *Speaking of art as embodied imagination: A multisensory approach to understanding aesthetic experience*, *Journal of Consumer Research*, 30(2), pp. 259-282
- Joy, A. Charters, S. Wang J.J. Grohmann, B. (2020), *A multi-sensory and embodied understanding of wine consumption*, *Journal of Wine Research*, 31:4, 247-264
- Haley, B. D. (2010), *Better for Whom? The Laborers Omitted in Goldschmidt's Industrial Agriculture Thesis*, *Human Organization*, 69(1), pp. 97-106
- Herren, H.H. Wakhungu, J. Watson, R.T. (2018), *IAASTD (International Assessment of Agricultural Knowledge, Science and Technology for Development)*, Global Report
- Kam, C.D. Deichert, M. (2020), *Boycotting, Buycotting, and the Psychology of Political Consumerism*, *The Journal of Politics* 82 (1), pp. 72-88
- Korsgaard, S. Müller, S. Wittorff Tanvig, H. (2015), *Rural entrepreneurship or entrepreneurship in the rural – between place and space*, *Rural entrepreneurship*, 21(1), pp. 5-26
- Kurashima, N. Fortini, L. Ticktin, T. (2019), *The potential of indigenous agricultural food production under climate change in Hawaii*, *Nature Sustainability*. 2, pp. 191-199
- Ledin, P. Machin, D. (2020), *Replacing actual political activism with ethical shopping: The case of Oatly Discourse*, *Context & Media* 34, pp. 1-10
- Levidow, L. Pimbert, M. Vanloqueren, G. (2014), *Agroecological Research: Conforming — or Transforming the Dominant Agro-Food Regime?*, *Agroecology and Sustainable Food Systems*, 38(10), pp. 1127-1155
- Lévi-Strauss, C. (1955; trad. it. 1960), *Tristi Tropici*, Milano, Il Saggiatore
- Li, H. Hua, W., Li, H. Goodman, S. van der Lee, P. Xu, Z. Fortunato, A. Yang, P. (2018), *The worlds of wine: Old, new and ancient*, *Wine Economics and Policy*, 7(2), pp. 178-182.

Ligi, G. (2002), *Le fonti che non parlano. Note per un'etnografia del paesaggio in Lapponia*, in *Matera V. (a cura di), Antropologia delle sensazioni*, in LA RICERCA FOLKLORICA, 45, pp. 79-96

Lobao, L. Schulman, M.D. Swanson, L.E. (1993), *Still Going: Recent Debates on the Goldschmidt Hypothesis*. *Rural Sociology*, 58(2), pp. 277-288

Merleau-Ponty, M. (1945), *The phenomenology of perception* (C. Smith, Trans.) Kegan Paul, 1962

Micheletti, M. (2010), *Political virtue and shopping: Individuals, consumerism, and collective action*, New York, Palgrave Macmillan

Nelson, N. Geltzer, A. Stephen, H. (2008), *Introduction: The Anticipatory State: Making policy relevant knowledge about the future*, *Science and Public Policy*, 35(8), pp. 546-550

Paschen, U. Kerruish, D. White, J. (2021), *Il grande vino del grande nord bianco? Posizionamento del prodotto del produttore e marketing mix per Icewine canadese*, *Journal of Wine Research*, 32(1), pp. 55-66

Patel, A. Dean, J. Edge, S. Wilson, K. Ghassemi, E. (2019), *Double Burden of Rural Migration in Canada? Considering the Social Determinants of Health Related to Immigrant Settlement Outside the Cosmopolis*, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(5), pp. 1-20

Pimbert, M. (2015), *Agroecology as an alternative vision to conventional development and climate-smart agriculture*, *Development* 58, pp. 286-298

Rivera-Ferre, M.G. (2018), *The resignification process of Agroecology: Competing narratives from governments, civil society and intergovernmental organizations*, *Agroecology and Sustainable Food Systems*, 42(6), pp. 666-685

Rosset, P.M. Altieri, M.A. (2017), *Agroecology: Science and Politics*, Warwickshire, Practical Action

Sarker, M.N.I. (2017), *An Introduction to Agricultural Anthropology: Pathway to Sustainable Agriculture*. *Journal of Sociology and Anthropology*, 1(1), pp. 47-52

- Schwann, A. (2018), *Ecological wisdom: Reclaiming the cultural landscape of the Okanagan Valley*, *Journal of Urban Management* 7, pp. 172-180
- Schwartz, S. A. (2019), *Water, Wine and the Sacred, an Anthropological View of Substances Altered by Intentioned Awareness, Including Objective and Aesthetic Effects*, *EXPLORE*, 15(1), pp. 13-18
- Scudder, G.G.E. (2005), *Rareness and richness hotspots in British Columbia*. In T.D. Hooper, editor. *Proceedings of the species at risk 2004 pathways to recovery conference*. March 2–6, 2004, Victoria, British Columbia. Species at Risk 2004 Pathways to Recovery Conference Organizing Committee, Victoria, British Columbia
- Senese, D. Wilson, W. Momer, B. (2011), *The Okanagan Wine Region of British Columbia, Canada*, *The Geography of Wine*, pp. 81-91
- Smith, B.C. (2007), *The objectivity of tastes and tasting*, in B. C. Smith (Ed.), *Questions of taste: The philosophy of wine*, Oxford University Press, pp. 41-78
- Solomon, D. Lehmann, J. Fraser, J.A. Leach, M. Amanor, K. Frausin, V. Kristiansen, S. M. Millimouno, D. Fairhead, J. (2016), *Indigenous African soil enrichment as a climate-smart sustainable agriculture alternative*, *Frontiers in Ecology and the Environment*, 14(2), pp. 71-76
- Smailes, P.J. (2002), *From Rural Dilution to Multifunctional Countryside: Some pointers to the future from South Australia*, *Australian Geographer*, 33(1), pp. 79-95
- Stampini, M. Robles, M. Sáenz, M. Ibararán, P. Medellín, N. (2016), *Poverty, vulnerability, and the middle class in Latin America*, *Latin American Economic Review*, 25(4), pp. 1-44
- Steeves, J. B. (2001), *The virtual body: Merleau-Ponty's early philosophy of imagination*, *Philosophy Today*, 45(4), pp. 370-380
- Steeves, J. B. (2004), *Imagining bodies*, Duquesne University Press
- Steiner, A. Teasdale, S. (2019), *Unlocking the potential of rural social enterprise*, *Journal of Rural Studies*, 70, pp. 144-154
- Steiner, A. Atterton, J. (2015), *Exploring the contribution of rural enterprises to local resilience*, *Journal of Rural Studies*, 40, pp. 30-45

- Steiner, A. Cleary, J. (2014), *What are the features of resilient businesses? Exploring the perception of rural entrepreneurs*, *Journal of Rural and Community Development*, 9(3), pp. 1-20
- Thu, K.M. (1999), *Point of View: Anthropologists Should Return to the Roots of their Discipline*, *The Chronicle of Higher Education*, 45(34): A56
- Thu, K.M. (2017), *The Intersection of Anthropology and Agricultural Health*, *Journal of Agromedicine*, 22(1), pp. 9-13
- Thompson, C. J. Locander, W. B. Pollio, H. R. (1989), *Putting consumer experience back into consumer research: The philosophy and method of existential phenomenology*, *Journal of Consumer Research*, 16(2), pp. 133-146
- UNDRIP. 2007. *United Nations Declaration on the Rights of Indigenous Peoples*. Geneva, Switzerland: United Nations
- UNDROP. 2019. *The United Nations Declaration on the Rights of Peasants and Other People Working in Rural Areas*. Geneva, Switzerland: United Nations
- Warner, K.D. (2007), *The quality of sustainability: Agroecological partnerships and the geographic branding of California winegrapes*, *Journal of Rural Studies*, 23(2), pp. 142-155
- Wezel, A. Bellon, S. Doré, T. Francis, C. Vallod, D. David, C. (2011), *Agroecology as a Science, a Movement and a Practice*, *Sustainable Agriculture*, 2, pp. 27-43
- Wilson, K. (2003), *Therapeutic landscapes and First Nations peoples: an exploration of culture, health and place*. *Health & Place*, 9 (2), pp. 83-93
- Wilson W. (Ed.), (2009), *History of the K.L.O. benches: Their Tragedies and Comedies by T.L. Gillespie*, Kelowna Museums Society, Kelowna, BC
- Woodward, R. (2004), *The organisation for economic cooperation and development*, *New Political Economy*, 9(1), pp. 113-127