

## Cibo *sui generis*: femminile e maschile nel cibo di strada a Napoli

Marzia Mauriello

### 1. Quando il cibo di strada diventa street food

A Napoli, il cibo di strada è un fenomeno che negli ultimi anni, seguendo i processi legati alla crescita esponenziale del turismo che hanno condotto a una progressiva e sempre più intensa “brandizzazione” della città – storicamente di per sé già stereotipizzata – ha assunto una eco e una portata sempre più ampie, modificando il *foodscape* urbano e, con questo, l’idea di cosa e quale sia il cibo di strada a Napoli (Cuturi, Mauriello 2019). Questo scritto presenta una riflessione su un lavoro di ricerca su questa forma di ristorazione condotto tra il 2014 e il 2018, momento in cui la città appariva già segnata da un incremento significativo del turismo e dalla progressiva trasformazione di alcuni sui luoghi in direzione della cosiddetta *foodification* (Varela 2025)<sup>1</sup>, causa ed effetto del passaggio dal cibo di strada allo *street food*<sup>2</sup>. Tale passaggio, in un contesto come quello napoletano, non interpreta solo tendenze linguistiche egemoniche e globalizzanti ma segna anche un nuovo modo di leggere e vivere questo fenomeno oggi, a Napoli come altrove. Il termine “street food” evoca, per un esotismo al contrario, contemporaneità, moda, stile, velocità, laddove “cibo di strada” restituisce una dimensione storico-sociale legata sia a logiche e pratiche “tradizionali”, dunque al passato, sia a specifiche fasce sociali della città, le cosiddette classi popolari, riprendendo la definizione che ne danno Amalia Signorelli (2003) e Nick Dines (2014). Questo saggio fotografa, dunque, un momento della storia di Napoli e delle persone che la abitano attraverso la lente di questa particolare modalità di preparazione, acquisto e vendita del cibo, ossia *per strada*, concentrandosi in particolare sul rapporto che questa modalità di ristorazione ha storicamente intrecciato con il mondo femminile. Tale relazione si presenta in realtà in diversi luoghi del mondo ed è oggetto di riflessione insieme col fenomeno che, in modalità assai diverse e con una certa difficoltà definitoria, oggi si presenta e conosce globalmente come *street food*<sup>3</sup>. Sotto questo termine si

<sup>1</sup> Come indica questo studio, «Per quanto riguarda il settore F&B [*food and beverage*] napoletano, si registra un tasso di crescita di circa il 213%, con il numero di attività passate da 1.202 nel 2014 a 3.766 imprese censite nel database AIDA nel 2023» (2025: 7, mia traduzione).

<sup>2</sup> Per un approfondimento sul tema relativamente all’Italia, si veda Parasecoli 2021.

<sup>3</sup> In riferimento a contesti anglofoni, naturalmente, utilizzerò l’espressione *street food*, mentre dif-

intendono pratiche diverse in cui i cibi sono consumati o meno per strada seguendo modalità di vendita, consumo e luoghi di preparazione molto variabili<sup>4</sup>.

Marina Calloni sottolinea come nei contesti industrializzati<sup>5</sup> il fenomeno del cibo di strada venga a segnare le due dimensioni, temporale e socioeconomica. Da un lato, infatti, il cibo di strada si lega al ricordo di un passato di povertà, nel quale «i poveri potevano solo permettersi cibo economico per strada» (2013: 3411, mia traduzione) mentre, dall'altro lato, nel mondo contemporaneo questo stile alimentare accompagna il tempo della vita scandito chiaramente da attività specifiche e separate tra loro e dalla velocità. Calloni lega il successo contemporaneo dello street food a vari fattori, tra cui la crisi economica endemica dei paesi «ricchi», e le nuove forme imprenditoriali, probabilmente nate anche in risposta alla stessa crisi, che hanno creato un «nuovo o rinnovato» interesse per il cibo di strada (*ibid.*, mia traduzione).

Il successo e la presenza pervasiva del cibo di strada a Napoli si deve anche alla sua «storica» natura informale, che poneva sullo stesso piano chi vendeva e chi acquistava. In questo senso, e in relazione alla città di Napoli, il passaggio dal cibo di strada allo street food ha segnato in un certo senso il passaggio dal *folk*, espressione di una cultura subalterna, al *pop*, espressione di una «volontà egemonica» (Dei 2015: 22). Si sarebbe passati, dunque, da un cibo popolare, fatto dai poveri e per i poveri a uno stile alimentare trasversale, proprio della cultura di massa. Al tempo stesso, però, se la dicitura «street food» racchiude oggi una molteplice e variegata offerta alimentare, dai *food truck* degli chef stellati all'informalità di alcuni venditori e venditrici ambulanti, allo stesso modo, pur nell'ottica di una cultura di massa che ha «liberalizzato» i consumi, il successo duraturo del cibo di strada nel caso napoletano è inscindibilmente legato all'idea di tradizione e di patrimonio<sup>6</sup>. È in quest'ottica, infatti che il *folk* «si sposta verso l'alto in virtù di processi di patrimonializzazione e di revival» (Dei 2015: 22; Cuturi, Mauriello 2019). Secondo Deborah Lupton (1996), la grande disponibilità e accessibilità dei cibi, specie nei contesti euroamericani, avrebbe fatto perdere

ferenzierò tra «cibo di strada» e «street food» nel caso napoletano, proprio per sottolineare il passaggio da una «visione» all'altra.

<sup>4</sup> Alcune istituzioni come La FAO (Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Alimentazione e l'Agricoltura), hanno tentato ad esempio, di elaborare una definizione di street food come «ready-to-eat foods and beverages prepared and/or sold by vendors or hawkers especially in the streets and other similar places» (FAO 1995). Per Irene Tinker, antropologa che ha a lungo lavorato sul tema in vari contesti extra euroamericani, il cibo di strada è definibile come «l'attività di vendita di cibi pronti da mangiare da un luogo che non ha più di tre pareti permanenti» (1997: 17, mia traduzione).

<sup>5</sup> Nell'economia di questo studio, non ho modo di approfondire il discorso sulla differenziazione dello street food tra paesi industrializzati e quelli in via di industrializzazione, che necessiterebbe e meriterebbe uno spazio a parte. Mi limito qui a rimandare agli studi di Calloni (2013), Cardoso *et al.* (2014), Tinker (1997, 1998, 1999, 2003).

<sup>6</sup> Tant'è vero che nei menu dei ristoranti si trovano spesso cibi di strada nella veste di antipasti; così come, per contro, alcune pietanze della cucina napoletana sono diventate parte dei cibi di strada adattandone e riducendone le dimensioni, come nel caso della *frittatina di pasta*, «con buona probabilità «figlia» della «casalinga» *frittata di maccheroni*» (Cuturi, Mauriello 2019: 337).

al cibo la sua connotazione di elemento di distinzione sociale. Quando lo intendiamo nella accezione di street food (e non di cibo di strada) il suo essere diventato “alla moda” ne ha modificato lo status trasformandolo da cibo povero (dei poveri, quindi con una connotazione sociale negativa) in cibo di tendenza (con una connotazione non solo sociale ma anche culturale positiva). L’ascesa sociale di alcuni cibi, in particolare quelli di strada, si deve a fenomeni di varia natura: economici (basso costo per un cibo buono e più sano di altri della categoria *fast*, ad esempio); sociali, visto il cambiamento degli stili di vita in direzione della velocità; culturali, se si pensa, ad esempio, alle varie forme di patrimonializzazione alimentare che guardano proprio alla specificità territoriale, alla “tipicità” (e per diventare tipico un alimento deve necessariamente essere [stato] parecchio consumato) e così via.

Il passaggio dal “cibo di strada” allo “street food” a Napoli si connota di una serie di elementi condivisibili con altri luoghi in cui la dimensione locale, pur restando il nucleo fondante e portante del fenomeno (altrimenti non avrebbe più senso parlare di street food napoletano, ovviamente, né, tantomeno, lo street food a Napoli avrebbe l’appeal turistico che ha), assume su di sé aspetti extralocali e con tendenza, se non globale, quantomeno globalizzante. Lo street food ha assunto, dunque, un nuovo significato accanto a quello di “cibo della tradizione” che, nel contesto napoletano, continua a giocare in ogni caso un ruolo chiave nel successo di questo tipo di ristorazione. Questa dissociazione lessicale e comunicativa tra passato e presente, tra la “buona” tradizione del cibo di strada e le tendenze globali dello street food, è venuta a determinare la natura dell’offerta di questo tipo di ristorazione nella Napoli odierna. Dalla ricerca è emerso che in molti casi quel che oggi si considera il cibo di strada napoletano (e non un più generale street food) sposa una tradizione condivisa e la consapevolezza di una presenza storica sul territorio.

Più utile che rincorrere ansiosamente una definizione di cibo di strada, sembra importante esplorare, invece, la sua ragion d’essere e i suoi percorsi in un contesto specifico, in questo caso il contesto urbano napoletano, in un suo particolare momento storico, ossia prima dell’evento pandemico e dell’ondata di *foodification*, soffermandosi su un suo particolare aspetto, ossia la dimensione di genere. Queste dinamiche riguardano la distribuzione delle attività e la divisione degli spazi che a loro volta risultano costitutivi della specificità culturale e sociale del cibo di strada nella città. A Napoli, il passaggio da cibo di strada a street food, in linea di continuità con i cambiamenti del tessuto sociale e urbano, ha condotto evidentemente a una trasformazione progressiva delle dinamiche di genere storicamente legate a questo tipo di attività. La rilevanza storica della dimensione di genere nella tradizione del cibo di strada a Napoli è tale che, non a caso, oggi è strategicamente presente, specie in alcuni luoghi della città a forte vocazione turistica, perché evidentemente funzionale al “marketing della tipicità” *made in Naples*. Vale la pena, allora, riflettere sui percorsi socioculturali e storici di questa relazione.

## 2. La dimensione di genere del cibo di strada a Napoli

La relazione tra i generi e i cibi di strada a Napoli consente di sviluppare una riflessione in senso diacronico sugli usi e sulla percezione degli spazi urbani, nonché sulle modalità di interazione tra donne e uomini, all'interno così come all'esterno dell'ambito familiare e domestico. Nei due spazi, domestico ed extra-domestico, interno ed esterno, privato (intimo) e pubblico, studiare il fenomeno, storico e attualissimo, del cibo di strada aiuta a comprendere il modo in cui alcune categorie sociali vivono e rielaborano l'idea di spazio e costruiscono gli ambienti di vita e le relazioni che li caratterizzano. Tutto ciò con particolare riferimento alle classi popolari; d'altronde, questo tipo di cucina, intesa, come modalità di preparazione, vendita e consumo del cibo, nasce e si sviluppa nei quartieri o fasce di cittadinanza a basso reddito, per coprire e far fronte a svantaggi socioeconomici. Queste fasce sociali a Napoli "vivono la strada" – in relazione a come vengono vissuti gli spazi domestici – in un modo del tutto peculiare, ragion per cui uno dei luoghi centrali al delineamento della differenza tra i generi, ossia il territorio della domesticità, assume una sembianza diversa e si riflette nelle pratiche, comprese quelle alimentari. Ecco perché l'analisi del fenomeno del cibo di strada, rapportato alla definizione e alla rappresentazione dei generi, si fa così interessante. La differenza tra donne e uomini si è andata costruendo storicamente nella diversa gestione degli spazi: è la relazione con lo spazio vissuto nel quotidiano e la stessa percezione di questo a definire i ruoli e le relazioni, di genere e familiari, non il contrario. Il cibo di strada riflette tutto ciò, tant'è vero che può divenire sia "luogo" di ferma distinzione tra i generi in relazione a spazi percepiti e vissuti come divisi oppure – come nel caso napoletano – restituire l'idea di un contesto "fluidò", in cui le dinamiche tra femminile e maschile vengono rielaborate in relazione al modo di immaginare e vivere lo spazio e di gestire i legami familiari.

Il coinvolgimento e il ruolo delle donne nel cibo di strada, quando non totalmente interdetti (Matalas, Yannakoulia 2000), non sempre sono espliciti o manifesti, nel senso che, come mostrano i lavori di Irene Tinker (1997; 1999) anche in società profondamente patriarcali, il ruolo delle donne è fondamentale anche quando non visibile nello spazio pubblico. Quando non si espongono vendendo al pubblico, le donne risultano coinvolte nel cibo di strada nel retroscena di preparazione, cottura e confezionamento dei cibi. In questo modo, vengono a tracciarsi le linee di una opposizione significativa tra una cucina domestica, femminile, e una di strada, maschile. Tale opposizione rimarca la stretta relazione tra spazio e potere di azione, evidenziando come la differenza di genere si costruisca anche attraverso la definizione degli spazi. Il cibo di strada a Napoli offre, però, una prospettiva di genere diversa: i luoghi "storici" di questo tipo di attività (nella cui ampia definizione sono incluse anche quelle attività che offrono spazi, seppur spesso piccolissimi, per il consumo dei cibi all'interno dei locali) risultano più fluidi dal punto di vista del genere, e storicamente sono stati "occupati" dalle donne tanto quanto dagli uomini. Tale fluidità a mio avviso va connessa ed estesa a un diverso modo

di vivere gli spazi, pubblici e privati, ma anche a una diversa e alternativa forma di strutturazione del lavoro. Mi riferisco, in particolare, al settore informale, la cui presenza a Napoli è senz'altro significativa ed è specchio di intendere il modo di vivere che, per alcuni contesti, definirei ancora una volta fluido. Non sarebbe azzardato, dal mio punto di vista, immaginare dunque un possibile legame tra la presenza storica delle donne nel cibo di strada a Napoli e l'informalità che connota il vivere e lavorare cittadino. La storica Gabriella Gribaudo riferisce di una grande «predominanza delle reti informali nell'economia, o meglio, in una certa economia napoletana» sottolineando nel contempo la centralità lavorativa delle donne nel contesto di questo tipo di economia, legale e illegale, a Napoli (1999: 45).

Altro elemento che darebbe ragione di quella che appare come una “pseudo-simmetria” tra i generi in relazione al cibo di strada è, secondo alcuni studi, da legarsi alla storia culturale della città, nei cui contesti convenzionalmente definiti di indigenza endemica – sebbene sia evidente come oggi il concetto di “popolare” non possa tradursi in quello di povertà e viceversa – le differenze tra i generi sul piano dell'attribuzione dell'autorità parrebbero essersi assottigliate, come hanno rilevato Anne Parsons (1959) e Gabriella Gribaudo (1999)<sup>7</sup>.

Le condizioni economiche peserebbero dunque nella elaborazione della differenza tra i generi nel senso della distribuzione della forza lavoro e sul delineamento dei ruoli e degli spazi. Da questo punto di vista, le attività legate al cibo sembrano costituire non una ulteriore forma di assoggettamento del femminile al maschile ma, al contrario, una forma di agency e di potere, tenuto conto del ruolo centrale delle donne nella gestione del cibo. Tale opportunità agentiva si mostra particolarmente evidente nel caso del cibo di strada a Napoli, fortemente declinato al femminile: questo tipo di attività ha, difatti, contribuito storicamente ad ampliare la sfera di azione delle donne anche in senso proprio, ossia letteralmente spaziale.

### 3. Luoghi e spazi alimentari: la strada in scena

Nella sua significativa produzione teatrale (1917-1939), l'autore e attore Raffaele Viviani, che è stato narratore d'eccezione della Napoli popolare di inizio Novecento, pone sullo stesso piano in senso letterale donne e uomini (Mauriello 2016), entrambi sulla “scena” dello spazio pubblico a esercitare ciascuno il proprio mestiere legato, nella maggior parte dei casi, alla vendita di qualche bene alimentare. *L'acquaiolo*, *'o parulano*, *'o limunaro*, ma anche *'a tarallara*, *'a farenara*, *'a grammignara*, e così via<sup>8</sup>. Lo stralcio di realtà che Viviani riporta e mostra sulla scena riflette un certo modo di vivere lo spazio pubblico che guarda al passato: già nel Cinquecento e nel Seicento l'iconografia del tempo mostra donne venditrici ambulanti di cibi

<sup>7</sup> Sulla pseudo-simmetria tra i generi in un contesto in cui avviene un necessario “livellamento” di ruoli e poteri, si veda Alvino (1993).

<sup>8</sup> I termini in napoletano, rispettivamente tradotti in italiano, sono: acquafrescaio, fruttivendolo, limonaio, venditrice di taralli, venditrice di farina, venditrice di gramigna.

pronti in diversi luoghi (Muzzarelli 2013: 89). Questo tipo di attività, che si aggiungeva a tutte le numerose e onerose altre previste per le donne dell'epoca, avrebbe avuto una doppia valenza: una di ordine pratico-economico, naturalmente, e un'altra, legata all'immagine di un femminile sfrenato, fuori controllo e pericoloso la cui forza pensante andava, perciò, annullata e annichilita attraverso l'assegnazione di un numero elevatissimo di attività di ordine pratico (Muzzarelli 2013: 87).

Il bisogno, maschile, di controllare il "tempo del pensiero femminile" avrebbe, dunque, concesso alle donne una certa libertà di movimento al di fuori dello spazio domestico, almeno fino a un certo momento e relativamente ad alcuni contesti sociali e culturali. La Napoli popolare è senz'altro uno di questi contesti, tenuto conto, ovviamente, dei vari contorni che questa "libertà concessa" (anche per necessità), ha assunto e dei relativi mutamenti che, a tale riguardo, sono avvenuti nel corso del tempo. A Napoli, la dimensione femminile rispetto a un'attività esterna all'ambiente domestico, come quella della vendita del cibo di strada, si deve anzitutto al modo di concettualizzare la strada; questa viene ad assumere, in alcuni casi, una connotazione particolare, trasformandosi in un prolungamento della dimensione domestica e dando luogo, da parte sia femminile sia maschile, a un particolare modo di vivere e interpretare lo spazio, interno ed esterno, familiare ed extra-familiare, in una sorta di flusso continuo. Ciò a causa della particolare tipologia abitativa rappresentata dai *bassi* napoletani, per il loro essere prossimi alla strada ma anche per essere angusti e asfittici spazi domestici. Questa particolare visione e gestione dello spazio si è tradotta, in relazione alle attività legate al cibo e a una storica configurazione pseudo-simmetrica rispetto ai generi, in una "tradizione" per la quale alcuni cibi di strada sono diventati, specie in alcuni luoghi della città, appannaggio delle donne. Ciò non vuol dire, naturalmente, che si tratti di attività portate avanti esclusivamente da queste, ma che, piuttosto, a Napoli vi sia il riconoscimento e il peso "storico" di un cibo di strada *sui generis*.

### 3.1. Per strada

Giulio da vent'anni e ancora oggi svolge l'attività di *acquafrescaio* (venditore di spremute di arance e limoni) in un piccolo spazio in una delle strade più affollate dallo shopping e cerniera tra il centro antico della città e il salotto del ricco quartiere di Chiaia<sup>9</sup>. È nato e cresciuto nei *Quartieri Spagnoli*<sup>10</sup>, figlio di un conciatore di pelli e ultimo di dieci, tra fratelli e sorelle. Giulio ha rilevato l'attività di venditore di spremute di arance e limoni da due "signorine", sorelle tra loro, che per cinquant'anni l'avevano portata avanti avendola, a loro volta, ereditata da una zia. Lui definisce

<sup>9</sup> Dove non diversamente indicato, saranno utilizzati pseudonimi per tutte le persone intervistate. Intervista raccolta dall'autrice a Napoli nel febbraio 2015.

<sup>10</sup> I *Quartieri Spagnoli*, conosciuti a Napoli come "i Quartieri", sono una zona del centro storico di Napoli a cavallo tra i quartieri di Avvocata, Montecalvario e San Ferdinando. Anche se oggi la condizione della zona è in forte mutamento, essi continuano a rappresentare un'area "popolare" a ridosso del ricco e "borghese" quartiere Chiaia.

questa tradizione “matriarcale”, nel senso di legata a un *modus operandi* che pone al centro la figura femminile. Dal suo racconto emerge una visione “dissociata” del femminile dove, accanto alla dichiarazione di una certa forza delle donne – «non so come hanno fatto quelle due signorine a resistere per cinquant’anni qui fuori: il lavoro per strada è durissimo, a volte io stesso vengo fisicamente meno» – coesiste una narrazione che potremmo definire di derivazione patriarcale. Infatti, tiene a precisare: «lo potevano fare (le signorine di svolgere un mestiere lontano da casa<sup>11</sup>) perché non erano sposate», laddove è implicito il riferimento al matrimonio come a un cambiamento definitivo nella vita di una donna, con tutti gli oneri che esso comporta, dal lavoro domestico all’accudimento dei bambini. In qualche modo lo status di non sposate consentirebbe, secondo Giulio, un maggiore grado di libertà e capacità di azione nello spazio pubblico alle donne.

Come mostrano diversi studi sul tema, una donna non vincolata a un uomo finisce per “maschilizzarsi”, assumendo ruoli e oneri normalmente attribuiti agli uomini, oppure perde ogni connotazione di genere, situandosi in una zona che si potrebbe definire liminale, vale a dire al margine tra il femminile e il maschile (Héritier 1996). Ciò si traduce in un’assunzione di compiti specifici non necessariamente legati al mondo maschile ma di norma non concessi al femminile. Questo avveniva in caso di nubilito ma anche di vedovanza, come risulta dal racconto del mio interlocutore a proposito della nonna materna, che «abitava ai Quartieri e vendeva i *panni nella Duchesca*»<sup>12</sup> dopo la morte del marito. La dipartita del coniuge se, da un lato, l’aveva costretta a una totale assunzione di responsabilità per il sostentamento dei figli, dall’altro lato le aveva “concesso” la libertà di svolgere un’attività lontano da casa senza dover subire il giudizio della comunità.

La testimonianza del mio interlocutore restituisce altresì l’importanza della configurazione spaziale di certe pratiche, la cui “liceità” o “illiceità” sembra variare proporzionalmente ai metri di distanza dallo spazio domestico, ossia privato. Il grado di appropriatezza dello svolgimento di un’attività all’esterno risulta dunque, a mio avviso, direttamente proporzionale alla vicinanza al suolo domestico. Come nel caso delle castagne, la cui preparazione e vendita si connota di un forte segno di genere. In relazione ai suoi ricordi d’infanzia e adolescenza trascorsi nei *Quartieri Spagnoli*, Giulio associa alle donne un determinato modo di prepararle e di venderle. Sottolinea, infatti, come le donne vendessero soprattutto le *allesse*, vale a dire le castagne sbucciate e bollite. Tale modalità di cottura, infatti, contrariamente con quanto accade nel caso dell’arrostitura, può essere compiuta all’interno delle mura domestiche<sup>13</sup>. Anche Umberto Franzese, d’altra parte, sottolinea l’aspetto

<sup>11</sup> La distanza della sede di lavoro dal luogo dell’abitazione svolge, infatti, un ruolo centrale nel discorso sulla gestione dello spazio in relazione al femminile, come si vedrà più avanti nel testo.

<sup>12</sup> La signora vendeva capi di abbigliamento in una zona mercatale (mercato della Maddalena) denominata “Duchesca”. Il mercato, che oggi non esiste più, si trovava in prossimità della stazione ferroviaria di Piazza Garibaldi.

<sup>13</sup> Più in generale, queste due tecniche di cottura risultano differenziate in base ai generi in relazione agli spazi privato/domestico/chiuso e pubblico/esterno/aperto. Massimo Montanari, ad esempio, ha

della domesticità come tratto rilevante delle castagnaie, in questo caso relativamente alla vendita: «chi spacciava castagne lesse era una anziana signora con il suo bel posto fisso davanti al suo “basso” [...]» (Franzese 1997: 23). Di solito i *castagnari*, ossia i venditori di caldarroste, sono, invece, ambulanti e si sistemano agli angoli delle strade con il proprio carrettino e la brace. Il racconto che segue, sempre parte dell'intervista all'*acquaiuolo*, chiarisce le motivazioni della domesticità della vendita delle castagne per mano femminile e della differenza in senso di genere tra la vendita ambulante e quella che si potrebbe definire stanziale:

Se tu hai un *basso* e metti le castagne da qui alla casa [*indica lo spazio di qualche metro*] lo possono fare tutti. Ma se ti devi scegliere un posto devi essere per forza un uomo, perché devi prendere il carrettino, scendere, accenderlo, ritirarti la notte tardi. Invece io ricordo questa signora che la mattina si svegliava e metteva fuori dal suo *basso* tutto questo ambaradan. Per una donna era necessario [*svolgere un'attività immediatamente fuori di casa*] per un fatto di fatica fisica e per accudire la casa. Se una donna doveva andare a vendere a via Roma, non ci andava. La vicinanza dell'abitazione è fondamentale per le donne, per quelle impegnate anche in famiglia, che devono fare tutto il resto a casa, pulire, cucinare. Se non sei sposata, invece, lo puoi fare.

Il suo discorso è, dunque, di ordine meramente pratico, di maggiori o minori possibilità e di ottimizzazione dei tempi e delle risorse.

La conferma della particolare gestione delle risorse familiari in direzione di una pseudo-simmetria tra i generi nel medesimo contesto viene da un altro *acquaiuolo*, Rosario, incontrato nel 2015, che da molti anni gestisce, insieme alla sorella, una “bottega” in una zona molto centrale della città, nei pressi dello storico teatro San Carlo. I due hanno ereditato quest'attività, presente dal 1836, dalla madre, la quale, prima di diventare *acquaiola*<sup>14</sup>, aiutava il marito nella sua attività di rivenditore di frutta e verdura in uno spazio nella stessa zona. La madre di Rosario, classe 1929, al tempo della sua giovinezza (aveva dodici anni) portava le arance e i limoni all'*acquaiolo* che, prima di lei, lavorava nella “bottega”, e che aveva smesso di farlo subito dopo il matrimonio. Quando il mio interlocutore aveva dieci anni, alla madre fu offerto da quello stesso *acquaiolo*, cui in passato lei portava gli agrumi, di prendere il suo posto. Per ragioni economiche, la madre non poté rifiutare l'offerta, pur sapendo di andare incontro al disappunto del marito, che non era

ragionato su questo tema indicando come la tecnica della bollitura sia implicitamente percepita più vicina al femminile per il suo legame con la dimensione domestica – a causa della necessità dell'utilizzo di un contenitore e di acqua a disposizione, oltre che del fuoco – mentre l'arrostitura più vicina al maschile dal momento che questa «conduce immagini di brutale semplicità, di dominio immediato sulle forze naturali», in relazione, dunque, con «lo stile di vita del cacciatore» (2004: 60-61). Per un approfondimento sulla relazione tra cibo e genere, si veda Mauriello 2026.

<sup>14</sup> Nel corso delle interviste, ho notato che i miei interlocutori facevano riferimento a loro stessi indistintamente come *acquafrescai* o *acquaioli* (o *acquaiuoli*). Quando ho chiesto la differenza tra i due termini, mi hanno risposto all'unanimità che il primo termine è la versione italianizzata del secondo, che è, invece, in napoletano.

contento di sapere sua moglie «svolgere un'attività lontana da lui» ma che per «ragioni pratiche» alla fine avallò la decisione della donna.

La gestione dei figli a quel punto passò ai figli stessi, coi maggiori a occuparsi dei più piccoli e così via. «A Napoli così si faceva una volta», specifica Rosario, il quale afferma con decisione che quello dell'*acquaiola*, e lo declina al femminile, è un mestiere tradizionale delle donne napoletane: «Perché è più attraente vedere una donna qui al bancone anziché me, no? È meglio per i clienti, che si avvicinano con più piacere quando vedono che a vendere le *premute* c'è una donna. Anche perché le donne danno più l'idea della pulizia e dell'igiene, di freschezza e di presentabilità».

Rosario mi spiega che per ragioni pratiche, legate principalmente ai controlli sanitari, la vendita ambulante a Napoli non si fa più, specificando che gli *acquaioli* ambulanti erano per tradizione soprattutto uomini, per la fatica fisica del dovere trasportare pesi notevoli, tra anfore contenenti “acqua ferrata”, quella del Chiatamone, la cosiddetta *acqua 'e mummara*<sup>15</sup>, e gli agrumi con cui preparare le spremute. Conclude affermando che quello degli ambulanti in generale è un mestiere maschile «perché le donne dovevano stare per ragioni pratiche più vicine alla loro casa, per occuparsi dei bambini e di tutto il resto, gestire il negozio e anche la casa». Nel passaggio da attività ambulante a lavoro stanziale, il mestiere dell'*acquaiolo* avrebbe, dunque, cambiato genere, diventando un'attività principalmente femminile. Tuttavia, Rosario tiene a sottolineare come la presenza lavorativa delle donne fosse possibile grazie alla «natura familiare» di questo tipo di attività.

Anche il mio terzo interlocutore, che al momento dell'intervista aveva 51 anni, fa l'*acquaiolo* «da sempre, da quando sono nato»<sup>16</sup>. È un'attività che ha ereditato da suo padre, insieme a quella della vendita del brodo di polpo, che svolge d'inverno nello stesso luogo che «esiste da più di cinquant'anni, stiamo da sempre qua». Il padre l'aveva ereditato a sua volta da suo padre, originario di Santa Lucia<sup>17</sup>. Lui è l'unico maschio di sei figli. Due delle sue sorelle hanno svolto questa attività per un certo periodo; anche sua madre lo ha fatto ma solo prima di avere i figli, «poi è rimasta a casa, ha smesso di lavorare» così come le sue sorelle che, una volta sposate, hanno smesso di lavorare per dedicarsi alla famiglia «e poi si sono trasferite».

Ciò che è emerso dai racconti rinvia alle riflessioni di Victoria Goddard sulle donne napoletane tra gli anni Ottanta e Novanta, rispetto al fatto che il “primato” della maternità e della domesticità spingesse le donne al lavoro informale, come quello a domicilio, quale compromesso per far fronte alle esigenze economiche senza dovere abbandonare i loro obblighi domestici (1996: 13). Goddard nota, inoltre, che numerose donne abbandonavano il lavoro in fabbrica per adempiere ai

<sup>15</sup> Si tratta di un'acqua nota ai napoletani per le molte proprietà benefiche. A Napoli era conosciuta anche come acqua *zurfegna* o *suffregna* o, appunto, acqua del Chiatamone, per il nome della strada dove originariamente sgorgava la sua fonte. Le *mummara* sono anfore di terracotta in cui veniva conservata l'acqua per non alterarne le proprietà.

<sup>16</sup> Intervista raccolta dall'autrice a Napoli nel giugno 2015.

<sup>17</sup> Storico rione di Napoli appartenente al quartiere San Ferdinando.

loro compiti domestici, rilevando nel contempo come ciò talvolta accadesse anche prima che tali responsabilità si presentassero. La studiosa evidenzia, quindi, come gli uomini della famiglia considerassero il lavoro all'esterno, come quello svolto in una fabbrica, pericoloso, pur restando vaghi in merito alle ragioni di questa pericolosità (1996 [1987]: 174). In questo senso, l'autrice parla di un onore femminile associato a un ruolo passivo (*ivi*: 167), interpretabile come una forma di inattività, a un "non fare" relativo, in questo caso, al lavoro retribuito.

La natura familiare di un'attività quale elemento e condizione favorevole per le donne sul piano lavorativo torna nel caso di Elena, una venditrice di trippa<sup>18</sup> (ma anche di soffritto e di *carnacotta*, ossia la trippa cotta nel brodo) che incontro nel 2014 nella sua bottega al centro storico. Mi spiega che per trippa si intende le interiora della mucca e «qualcosa del maiale» e che «è un cibo antico che anticamente era consumato dai poverelli, oggi la mangiano un po' tutti. Si può consumare qui perché la cuciniamo pure. Si può mangiare col limone oppure col pomodoro, o a brodo, oppure si porta via. Col limone la mangiano anche per strada».

Ha iniziato a lavorare all'età di 13 anni presso quella che è un'attività familiare da generazioni: fondata da suo nonno, il padre di suo padre, settant'anni prima, da cinquant'anni questa attività si compie in un piccolo spazio nel centro della città. Non è la prima donna della sua famiglia a svolgere questo mestiere: sua madre, sua nonna e le sue zie lo hanno fatto prima di lei: «sia donne che uomini, lo possono fare tutti, non c'è distinzione né di età né di persona». Non fa distinzione di genere neanche quando le chiedo chi consuma maggiormente questa pietanza, se più donne o uomini; aggiunge solo che le persone giovani hanno maggiori difficoltà ad avvicinarsi a questa tradizione. Elena mi appare come una donna forte e molto consapevole: d'altra parte, suo marito, che accoglie la clientela mentre all'esterno del negozio vende la trippa da asporto, mi ha indirizzato immediatamente da lei: «È con lei che devi parlare», a sottolineare la competenza e la centralità del ruolo di Elena nell'attività di famiglia<sup>19</sup>.

La forte presenza delle donne nelle attività legate al cibo di strada la si ritrova anche nei ricordi e nel racconto di un venditore di caldarroste che svolge la sua attività nel centro antico di Napoli, precisamente in via dei Tribunali<sup>20</sup>. Come scrive Umberto Franzese, «il "caldarrostaro" durava in carica nella stagione autunnale fino a Natale» (1997: 23) e infatti l'attività del castagnaiolo che ho incontrato spazia dalla vendita delle caldarroste da ottobre a gennaio a quella del brodo di polpo, *'o bror' 'e purpo* che, a dire del mio interlocutore:

<sup>18</sup> Al tempo dell'intervista, raccolta nel novembre 2014, Elena aveva 41 anni.

<sup>19</sup> Percepisco la fierezza di Elena come dovuta probabilmente alla consapevolezza di svolgere un'attività che ha un legame profondissimo con la storia della città. In effetti, quello del *trippaiuolo* o *carnacuttaro* è un mestiere molto antico: già nel 1750 tra le corporazioni di arti e mestieri esistenti a Napoli compare quella dei *trippaiuoli* insieme con quella dei *maccaronari* e dei *frittitori di pesce* (Mattozzi 2009: 23). Il fatto che questa figura sia rimasta e che sia tuttora un elemento distintivo della cultura alimentare locale non è affatto cosa scontata. Molti altri mestieri legati ai cibi di strada sono scomparsi nel corso del tempo.

<sup>20</sup> Intervista raccolta dall'autrice a Napoli nell'ottobre 2014.

è una tradizione antichissima napoletana. Il brodo di polpo una volta era diffusissimo, ma ora ci sono molti più controlli, dall'igiene e via dicendo, e questa cosa è andata a sfumare rispetto a sessant'anni fa. Un tempo c'era la vecchia Luciana che in tempi antichi a Porta Capuana vendeva la zuppa di cozze per le persone che prendevano la navetta per tornare a casa (nei paesi limitrofi). Il brodo di polpo consiste in una tazza di acqua bollente, con pepe (molto) e sale, in cui si metteva un piccolo pezzo di polpo nel bicchiere, che si mangiava con un po' di limone dopo aver bevuto questo brodo piccante. Per sopravvivere ho ripreso questa tradizione.

Per lui, la ricetta dei "polpi alla Luciana" deve il suo nome proprio a questa signora che a Porta Capuana svolgeva la sua attività di venditrice di zuppa di cozze. Pare che in realtà il nome di questa ricetta provenga da una tradizione gastronomica propria dalla zona marinara di Santa Lucia<sup>21</sup> ma è significativo che il mio interlocutore associ un piatto della tradizione gastronomica locale alla "storica" attività di una donna. D'altra parte, la stessa Serao specifica che la vendita del brodo di polpo è un'attività femminile: «Con due soldi si compra un pezzo di polipo bollito nell'acqua di mare, condito con peperone fortissimo: questo commercio lo fanno le donne, nella strada, con un focolareto e una piccola pignatta [...]» (Serao 2012 [1884]: 51).

Durante la nostra conversazione, emerge anche un'altra tradizione della sua famiglia legata al cibo di strada, quella della pizza fritta:

Mio nipote vende la pizza (fritta) ai Quartieri Spagnoli, come la nuora di mio fratello che la vendeva a Forcella<sup>22</sup> in mezzo alla strada, poi le *guardie* [forze di polizia] non gli davano tregua e quindi ora ha messo su una piccola bottega dove la vende. E la fa senza *machinaggi* [macchinari], come invece oggi fanno tutti, mentre lui lavora l'impasto con le mani. Fa la pizza secondo la tradizione, come si faceva una volta.

Sono, dunque, andata a conoscere il nipote del castagnaiolo e ho, invece, incontrato suo padre, un signore di 67 anni nato e cresciuto nella zona di Forcella<sup>23</sup>. La pizza fritta «è una tradizione di famiglia»: è stato suo padre a insegnargli quest'arte quando lui aveva solo dieci anni, e questi ha tramandato la tradizione ai suoi figli e alle sue figlie.

Dal suo racconto emerge come elemento significativo che sua nuora vendesse la pizza fritta esattamente nel luogo dove una parte della famiglia risiedeva e che, con lo spostamento forzato del luogo di lavoro da un'area della città all'altra, in questo caso dalla zona di Forcella a quella dei Quartieri Spagnoli, lei abbia interrotto questa sua attività e che solo il marito abbia continuato a svolgerla. Da queste parole si evince nuovamente la centralità della prossimità con lo spazio domestico al fine di rendere possibile lo svolgimento, per le donne, di un'attività all'esterno.

<sup>21</sup> Si veda: <https://www.lucianopignataro.it/a/linguine-con-polipetti-alla-luciana/79027/>. Ultima consultazione: 30/11/2025.

<sup>22</sup> Zona del centro storico di Napoli situata tra i quartieri Pendino e San Lorenzo.

<sup>23</sup> Intervista raccolta dall'autrice a Napoli nel novembre 2014.

Tale prossimità è ciò che ha consentito che la preparazione e la vendita della pizza frita divenissero parte dell'universo femminile nel cibo di strada napoletano.

### 3.2. Pizze fritte e *pizzaiuole*

Che vi sia una tradizione femminile legata alla pizza frita si evince da alcune forme della rappresentazione: basti pensare alla memorabile *pizzaiola* interpretata da Sofia Loren in uno degli episodi de *L'oro di Napoli*, film del 1954 diretto da Vittorio de Sica.

Napoli vanta una tradizione legata sia alla pizza al forno, di genere maschile – che nell'economia di questo studio non ho modo di trattare in modo approfondito – sia alla pizza frita, di genere prevalentemente femminile.

Per quanto riguarda la pizza al forno, Antonio Mattozzi sottolinea come esistesse una differenza tra i *pizzaiuoli* di bottega, che la preparavano, e i *pizzaiuoli* ambulanti, che la vendevano. Erano in realtà questi ultimi che giravano per le strade e i *vicoli* comunicando a gran voce la vendita della pizza e che, come ci ricorda Mattozzi, sono proprio quelli più rappresentati da una certa iconografia ottocentesca (2009: 56-57). A queste due categorie se ne aggiungeva una terza, quelli dei pizzaioli di pizza frita, che preparavano questa pietanza nei *bassi* in cui risiedevano offrendo la possibilità di un pagamento dilazionato a una settimana, cosiddetto *oggi a otto*. Diversamente dai pizzaioli di bottega, che necessitavano di locali attrezzati, portando avanti un'attività lavorativa con un certo grado di specializzazione da esercitare in uno spazio dedicato, quelli/e di pizze fritte di fatto usufruivano dell'ambiente domestico (2009: 59-60). Ecco che, a produrre e vendere le pizze fritte, vi si trovavano anche le donne, trattandosi di un mestiere che risultava una sorta di estensione del ruolo domestico in uno spazio che era a sua volta il prolungamento o l'adattamento di quello di casa.

Come nel caso di una *pizzaiola*, ultrasessantenne al tempo dell'intervista, che da più di quarant'anni svolge questa attività, ereditata dalla madre. Complessivamente «siamo qua da cento anni»<sup>24</sup>. «Qua» sarebbe in un *vicolo* dei Quartieri Spagnoli, dove uno di fronte all'altro si trovano il *basso* in cui lei prepara e vende le pizze e quello in cui vive. Sua madre faceva la pizza esattamente nello stesso *vicolo*, con la differenza che «ora c'è il gas, mentre mia madre usava i carboni». Nata a e cresciuta «in questo ambiente di pizze», per lei la «vera» pizza è con ricotta, provola e *cigoli*, «ma ora si mette anche il pomodoro». Oltre alla pizza, racconta di preparare anche *fiorilli* (fiori di zucca in pastella), *zeppoline* (pasta cresciuta), *panzarotti* (crocchette di patate) e le *palle di riso* (arancini)<sup>25</sup>. La sua clientela, spiega, non è più quella del *vicolo* ma le persone che «vengono da fuori», in riferimento sia ai turisti (cita soprattutto persone del Nord Italia) sia alla gente stessa del *vicolo* che, a suo dire,

<sup>24</sup> Intervista raccolta dall'autrice a Napoli nel giugno 2012.

<sup>25</sup> In realtà, come rileva Porzio (2017), i *panzarotti* e le *crocchette* di patate (che a Napoli si chiamano *crocchè*) non sono la stessa cosa, così come le *palle di riso* e gli *arancini*.

oggi è per la maggior parte straniera, ossia non italiana. Non ha dubbi che la vera pizza napoletana, quella della tradizione, sia quella frita. Così come non ha dubbi che la tradizione delle pizze fritte sia più femminile che maschile:

Ora sono uomini e fanno la pizza al forno. Qualcuno li (intende nelle pizzerie) può anche chiedere la pizza frita ma la vera tradizione, come ce l'ho io, col *bancariello*, *co' fucone*, *nun esiste cchiù*. Questa, così come la vedi, è la vera tradizione della pizza napoletana, all'aperto. La vera pizza napoletana è una cosa casareccia.

Sua sorella, pizzaiola anche lei, era nata nel 1923. Madre di sette figli – cresciuti quasi interamente da sola, poiché il marito era emigrato in Francia per lavorare come pizzaiolo – aveva lasciato in eredità a tre delle sue quattro figlie il proprio sapere culinario e la propria attività. Al momento del nostro incontro, queste tre sorelle – allora tra i sessanta e gli ottant'anni – preparano e vendono pizze fritte in un altro vicolo dei Quartieri Spagnoli, tutti i sabati pomeriggio. Solo in questo giorno, le tre sorelle perpetuano una tradizione familiare e antichissima, che le lega emotivamente e affettivamente alla madre ma anche al vicolo nel quale sono nate e cresciute. Ho incontrato due di loro<sup>26</sup> e mi hanno raccontato che la terza non «scende più a fare le pizze» perché «troppo impegnata a casa coi nipoti», mentre nessuno dei fratelli si è mai interessato a questa attività. Raccontano di come, in origine, la madre facesse le pizze nella propria abitazione, nello stesso vicolo in cui loro svolgono l'attività, ma «un poco più sopra»; successivamente, la madre prese in affitto il locale che, negli anni, è diventato lo spazio in cui preparano e vendono le pizze fritte. Questo passaggio si era reso necessario poiché i figli, una volta cresciuti, non volevano più «confusione in casa», e perché il forte odore del fritto «si attaccava ai vestiti e noi dovevamo andare dai fidanzati».

Mi hanno spiegato che impastano dieci chili di pasta, preparandola sempre al mattino, indipendentemente dalla stagione. Con il passare degli anni, questo lavoro è diventato troppo faticoso «int' 'e braccia», ma insistono nel continuare a impastare a mano, perché «mamma ha sempre detto che con la macchina la pasta non viene bene».

Se il modo di preparare le pizze è rimasto invariato, altre cose sono, però, mutate; ad esempio, la frequenza con cui le vendono. Quando hanno iniziato, le tre sorelle facevano le pizze fritte il giovedì e la domenica, anche in questo caso seguendo la tradizione della madre, mentre il martedì facevano e vendevano i panini napoletani<sup>27</sup>. Oggi non li preparano più, così come non preparano più frittelle, *crocchè* (crocchette di patate) e arancini, che facevano quando «usciva il fiore di zucca», ossia ad aprile e maggio.

<sup>26</sup> Intervista raccolta dall'autrice a Napoli nell'aprile 2017.

<sup>27</sup> I panini napoletani, mi spiegano, sono panini imbottiti con uova, *cicoli* e pecorino “romano” e cotti al forno. L'impasto di questi panini è diverso da quello della pizza poiché prevede l'aggiunta di olio di girasole e sugna.

Le sorelle sono tutte sposate e hanno avuto due figli ciascuna, eccetto una, che di figli ne ha avuti quattro. Nessuno dei figli o delle figlie fa le pizze, solo la figlia maggiore di una di loro vorrebbe, ma ha quattro figli e non lavora. Una delle mie interlocutrici mi confessa che sarebbe felice se sua figlia continuasse una tradizione che lei ha imparato a tredici anni; nelle sue parole, il fatto che lei, figlia di una *pizzaiuola* e donna, abbia imparato a fare le pizze fritte, sta *nella natura delle cose*, mostrando, dunque, come la linea della trasmissione di questo sapere sia per lei “naturalmente” femminile.

Così come, per contro, maschili sono i mestieri legati ai cibi di strada, se ambulanti; quando ricordano i mestieri “antichi” legati al cibo di strada tradizionale, le due sorelle si riferiscono solo ed esclusivamente a uomini che «giravano per i vicoli con il loro carretto» a vendere i vari prodotti della tradizione, «dalla zuppa di *carnacotta* a quella di soffritto».

Anche in questo caso, come negli altri precedentemente presentati, si evidenzia una influenza reciproca tra definizione degli spazi e il delineamento dei ruoli di genere con riferimento alla specificità e specialità dei mestieri della tradizione del cibo di strada.

Al tempo stesso, si conferma una certa cultura dei «legami forti» (Reher 1998) con riferimento ai vincoli familiari in area mediterranea. Nel contesto qui preso in esame, la forza del legame familiare si riflette anche nella linea di continuità sul piano dell'attività lavorativa, in relazione ai mestieri legati al cibo di strada ma anche per quel che riguarda un certo tipo di ristorazione “tradizionale” – le trattorie – per le quali si parla, appunto, di “conduzione familiare”. Le donne risultano essere in tal senso il perno attorno al quale questi legami si definiscono e trovano una loro ragione di consolidamento; come notano Simonetta Grilli e Francesco Zanotelli:

[...] i legami femminili emergono sovente come i supporti di base degli aggregati domestici, ma soprattutto si rivelano essere sul piano delle pratiche concrete i vincoli più solidi, meno soggetti a tensioni e conflitti e capaci di generare forme di solidarietà duratura. La femminilizzazione della famiglia e della parentela è leggibile nei contesti presi in esame in particolare nella relazione madre-figlia che spesso è immediatamente riconoscibile anche a partire dalle logiche della prossimità abitativa (Grilli, Zanotelli 2011: 24).

Non a caso, nella quasi totalità delle interviste si evince come una certa visione e delimitazione dello spazio di azione – e di vita – siano poste in stretta relazione con la (necessaria) vicinanza alla famiglia di origine, in particolare per quel che riguarda le donne.

Il vincolo ad alcuni codici “tradizionali” relativi ai generi lo si può ritrovare, difatti, nel caso del salto verso un'impreditoria più spinta che assume di norma vesti maschili, lasciando alle donne la “verità”, la “bellezza” e il “pregio” di una certa tradizione familiare.

Nel 2013, a pochi metri dalla sede storica della pizzeria di famiglia, un noto

*pizzaiuolo*<sup>28</sup> e imprenditore ha aperto un locale in cui si riprende la tradizione della pizza frita, vero e proprio *revival* gastronomico nel suo locale legato al desiderio del mio interlocutore di «onorare la tradizione» della zia, deceduta qualche anno prima e capostipite di una famiglia composta di ventuno figli, di cui diciotto maschi e tre femmine. Queste ultime, tutte, facevano la pizza frita ma non quella al forno per questioni “tecniche”, spiega, relative alla necessità di una certa prestanza fisica per sollevare la pala da forno e la legna, anche se, aggiunge, conosce *pizzaiuole* di pizza al forno che sono, appunto, «un po’ più massicce»<sup>29</sup>. Nella sua narrazione, anche la famosa zia appare una donna “massiccia” in senso lato: non sposata, viveva da sola, ed era fortemente motivata a portare avanti la sua attività.

In molti dei casi riportati appare chiaro quanto il rapporto con la famiglia sia forte e condizionante. Come osserva Alessandra Gribaldo «[...] La relazione parentale in contesti complessi rappresenta un legame che oltre ad assicurare la riproduzione di un mestiere, di un patrimonio, di una posizione sociale, rappresenta l’eredità di una memoria e di una relazione» (2011: 81).

Dalle narrazioni emerge difatti l’aspetto dell’affettività nel proseguire l’attività di famiglia, percepita come una tradizione da tramandare nel “rispetto commemorativo” di alcune figure che l’hanno avviata e consegnata alle generazioni successive.

#### **4. Cibi di strada e donne tra passato e presente, tra immaginari e *franchising***

Le riflessioni sul cibo di strada a Napoli, seppur mostrando – come accennato all’inizio di questo scritto – una storica pseudo-simmetria tra donne e uomini, tracciano al tempo stesso una chiara linea di confine tra i generi, un confine di cui il *vicolo*, col suo *ethos* e la sua economia, segna il perimetro e il margine. Il cibo di strada si fa dunque vettore di un mondo che investe in intensi rapporti familiari e, nel contempo, specchio delle dinamiche relazionali sia in senso stretto – per quel che attiene alle famiglie e alle relazioni di genere – sia in senso più ampio, per ciò che riguarda la società *del vicolo* nel suo insieme.

Se è chiara, difatti, la rilevanza del ruolo femminile nel cibo di strada a Napoli, altrettanto centrale risulta il particolare rapporto con lo spazio che, da un lato, condiziona la configurazione dei ruoli e delle pratiche di genere e che, dall’altro, ne è condizionato. Tale relazione è stata determinata da esigenze di ordine pratico legate alla gestione del *ménage* familiare, storicamente appannaggio femminile, ma contiene anche l’elemento simbolico della necessaria limitazione dello spazio di azione delle donne. La forma del privato esteso – che descrive e comprende la realtà di alcune zone della città e che ha reso evidentemente possibile lo sviluppo e

<sup>28</sup> Intervista raccolta dall’autrice a Napoli nell’aprile 2017.

<sup>29</sup> Sulla natura “femminile” della pizza frita e quella “maschile” della pizza al forno, si veda Porzio (2017: 64-65).

la continuità di un modello lavorativo al femminile come quello del cibo di strada – può essere letta come un compromesso utile a soddisfare esigenze di ordine sia materiale sia simbolico.

Le dinamiche storico-sociali e di genere qui esplorate, da considerarsi fondative di un particolare stile alimentare di strada – dal momento che hanno contribuito a dare vita a una tipologia di cibo di strada unica nel suo genere – oggi sono diventate strumentali a un discorso di “tradizione” e “tipicità” nell’ambito contemporaneo dello *street food*.

Nel passaggio da un’economia che potremmo definire sociale a una economia commerciale – processo parallelo alla trasformazione progressiva del cibo di strada in *street food* – si sono evidentemente modificate le dinamiche di genere legate a questi cibi. Non che le donne impegnate nella preparazione e vendita di alcuni prodotti “tipici” del cibo di strada napoletano, come la pizza frita, siano scomparse. Tuttavia, nei contesti in cui il processo di *foodification* ha avuto un impatto più incisivo, in particolare nel centro storico della città, la presenza femminile legata a queste preparazioni è rimasta in alcuni casi più che altro simbolica: una presenza spesso di richiamo, strategicamente posizionata a fini commerciali per rivendicare l’originalità e l’autenticità di una tipicità gastronomica che storicamente era effettivamente gestita dalle donne, come nel caso della pizza frita. La presenza femminile<sup>30</sup> in questo *business* del cibo di strada napoletano, che in alcuni casi oramai si propone anche in forma di franchising, si deve con buona probabilità a un immaginario che, da un lato, assimila il femminile alla cura e alla protezione; dall’altro lato, lo associa a un “rassicurante” sapere alimentare tradizionale, al tempo stesso lanciandolo in una dimensione imprenditoriale che supera i limiti della domesticità. In tutti i casi, la presenza delle donne – insieme a una puntuale comunicazione di “tipicità”<sup>31</sup> – diventa garanzia di qualità di un cibo altrimenti facilmente associabile al *fast food*. Questo passaggio, a mio avviso, è fondamentale, proprio perché è sulla rifunzionalizzazione della tradizione, di cui il genere è evidentemente parte, che si basa oggi il successo dello *street food*, a Napoli come altrove<sup>32</sup>.

È chiaro, dunque, come processi contemporanei quali la turistificazione e la *foodification* abbiano rimodulato il rapporto tra donne e cibi di strada, riconducendolo sempre più alle logiche del mercato e a nuovi significati che accrescono l’empowerment femminile in forma attualizzata.

<sup>30</sup> Che può essere effettiva o evocativa della figura ‘originaria’ di una donna cui si fa risalire l’attività.

<sup>31</sup> Legata alla presentazione della filiera corta e varie certificazioni di sorta. Si veda Cuturi, Mauriello (2019: 338-339).

<sup>32</sup> Cfr. Parasecoli 2021.

BIBLIOGRAFIA

- ALVINO STEFANIA  
1993 *Nel cuore di Montecalvario: un 'vicinato di parenti'*, in «Meridiana», n. 17, pp. 113-135.
- CALLONI MARINA  
2013 *Street food on the move: A socio-philosophical approach*, in «Journal of the Science of Food and Agriculture», vol. 93, n.14, pp. 3406-3413.
- CARDOSO DE CASSIA VIEIRA RYZIA, COMPANION MICHÉLE, MARRAS STEFANO ROBERTO (eds.)  
2014 *Street Food. Culture, economy, health and governance*, London-New York, Routledge.
- CUTURI FLAVIA G., MAURIELLO MARZIA  
2019 *Scambi di patrimoni: itinerari etnografici tra i cibi di strada a via Toledo*, in *Commercio e consumo nelle città che cambiano. Napoli, città medie, spazi esterni*, ed. Lida Viganoni, Milano. FrancoAngeli, pp. 315-349.
- DEI FABIO  
2014 *Alto/Basso*. In «Antropologia museale», 34/36, pp. 20-22.
- DINES NICK  
2014 *L'eterno abietto: le classi popolari napoletane nelle rappresentazioni del Partito Comunista Italiano*, in «Itinerari di ricerca storica», XXVIII, n. 2, pp. 77-96.
- FRANZESE UMBERTO  
1997 *Gli ambulanti napoletani. Tutti i mestieri di strada scomparsi e sopravvissuti*, Roma, Newton Compton.
- GODDARD VICTORIA  
1996 (1987) *Honor and shame: the control of women's sexuality and group identity in Naples*, in *The Cultural Construction of Sexuality*, ed. Pat Caplan, London-New York, Routledge, pp. 166-192.  
1996 *Gender, family and work in Naples*, Oxford, Berg Ed.
- GRIBALDO ALESSANDRA  
2011 *Conflitto, vischiosità, scelta. Negoziazione delle relazioni parentali in contesto urbano in Italia*, in *Scelte di famiglia. Tendenze della parentela nella società contemporanea*, ed. Simonetta Grilli, Francesco Zanotelli, Pisa, ETS Edizioni, pp. 79-96.
- GRIBAUDI GABRIELLA  
1999 *Uomini, donne, famiglie: Napoli nel Novecento*, Napoli, L'Ancora del Mediterraneo.
- GRILLI SIMONETTA, ZANOTELLI FRANCESCO  
2011 *Introduzione*, in *Scelte di famiglia. Tendenze della parentela nella società contemporanea*, ed. Simonetta Grilli, Francesco Zanotelli, Pisa, ETS Edizioni, pp. 7-25.
- HÉRITIER FRANÇOISE  
1996 *Masculin/Féminin, la pensée de le différence*, Paris, Odile Jacob.
- LUPTON DEBORAH  
1996 *Food, the Body and the Self*, London, Sage.
- MATALAS ANTONIA-LEDA, YANNAKOULIA MARY  
2000 *Greek Street Food Vending: An Old Habit Turned New*, in «World Review of Nutrition and Dietetics», vol. 86, pp. 1-24.

- MATTOZZI ANTONIO  
2009 *Una storia napoletana. Pizzerie e pizzaiuoli tra Sette e Ottocento*, Bra, Slow Food Editore.
- MAURIELLO MARZIA  
2016 *Drammi di genere. Femminile e maschile nel teatro di Raffaele Viviani*, Padova, Edizioni Webster Libreriauniversitaria.it.
- MAURIELLO MARZIA  
2026 *Food and Gender. The Debate*, in *Encyclopedia of Agriculture and Food Systems, 3<sup>rd</sup> Edition*, ed. Peter Alexander, Amsterdam, Elsevier, pp. 105-118.
- MONTANARI MASSIMO  
2004 *Il cibo come cultura*, Roma-Bari, Laterza.
- MUZZARELLI MARIA GIUSEPPINA  
2013 *Nelle mani delle donne. Nutrire, guarire, avvelenare dal Medioevo a oggi*, Roma-Bari, Laterza.
- PARASECOLI FABIO  
2021 *Eating on the go in Italy: Between cibo di strada and street food*, in «Food, Culture & Society», vol. 24, n. 1, pp. 112-126.
- PARSONS ANNE  
1962 *Autorità patriarcale e autorità matriarcale nella famiglia napoletana*, in «Quaderni di Sociologia», vol. XI, n. 4, pp. 416-452.
- PORZIO STANISLAO  
2017 *Cibi di strada. Il Sud*, Milano, Guido Tommasi Editore.
- REHER DAVID SVEN  
1998 *Family Ties in Western Europe: Persistent Contrast*, in «Population and Development Review», vol. 24, n. 2, pp. 203-234.
- SERAO MATILDE  
2012 (1884) *Il ventre di Napoli*, Napoli, Adriano Gallina Editore.
- SIGNORELLI AMALIA (a cura di)  
2003 *Cultura popolare a Napoli e in Campania nel Novecento*, Napoli, Guida Editori.
- TINKER IRENE  
1997 *Street foods. Urban food and employment in developing countries*, New York-Oxford, Oxford University Press.  
1998 *Feeding the megacities*, in «Urban Age», vol. 5, n. 3, pp. 4-7.  
1999 *Street foods into the 21<sup>st</sup> Century*, in «Agricultural and Human Values», vol. 16, pp. 327-333.  
2003 *Street foods: Traditional Microenterprise in a Modernizing World*, in «International Journal of Politics, Culture and Society», vol. 16, n. 3, pp. 331-349.
- VARELA ANTÓN FREIRE  
2025 *Eating the city: Socio-spatial analysis of the foodification process in the city of Naples (Italy)*, in «International Journal of Gastronomy and Food Science», vol. 39, 101130.