DAI MERCATI AL WEB

CULTURA ORALE E TRADIZIONI DIGITALI

| LUOGHI-INCONTRO |

Ricerca e pubblicazione digitale a cura di Valdichiana Media, realizzata nell'ambito del progetto

LUOGHI-INCONTRO. PATRIMONIO CREATIVO E FORMAZIONE COLLETTIVA TRA PIAZZE, MERCATI E MUSEI

promosso da Fondazione Cantiere Internazionale d'Arte a valere sul bando della Fondazione Monte dei Paschi di Siena 'SIENAindivenire'

Con il sostegno di

FMPS
Fondazione Monte dei Paschi di Siena

Promosso da

Fondazione Cantiere Internazionale d'Arte di Montepulciano

In partenariato con

Comune di Cetona
Comune di Chianciano Terme
Comune di Montepulciano
Comune di San Casciano dei Bagni
Comune di Sinalunga
Comune di Torrita di Siena
Comune di Trequanda

RNCM ROYAL NORTHERN COLLEGE of MUSIC
Hochschule für Musik Köln
STRADA DEL VINO NOBILE DI MONTEPULCIANO E DEI SAPORI DELLA VALDICHIANA SENESE

Ricerca svolta nei mesi di marzo e aprile 2019
Pubblicato nel luglio 2019

INTRODUZIONE

I mercati sono i luoghi essenziali di un'autenticità popolare su cui incombe tuttavia il dominio dei centri commerciali e della grande distribuzione, ove l'acquisto si fa mercificato e asettico. I mercati sono luoghi fisici di scambio sociale, prima che economico: sono luoghi in cui si può trovare una vasta collezione di aneddoti e racconti del patrimonio orale, un valore identitario da non disperdere.

Il patrimonio culturale immateriale contenuto nei mercati del nostro territorio attiene alla tradizione orale e alle modalità di scambio e di incontro tra le persone, attraverso dinamiche antecedenti ai modelli culturali del consumismo, della commercializzazione di massa e della globalizzazione. I codici semantici presenti nei mercati concorrono alla consapevolezza culturale di sé, del proprio territorio e delle molteplici identità popolari. Questi saperi, essendo primariamente appannaggio delle generazioni più adulte, necessitano di essere recuperati e preservati, attraverso la digitalizzazione e la trasmissione del patrimonio di conoscenze alle generazioni più giovani.

Digitalizzare la tradizione orale collezionata ai mercati diventa quindi un passaggio necessario per la diffusione intergenerazionale, assumendo così quel tratto di innovatività che proietta in un futuro conscio le radici culturali della collettività.

METODO DI LAVORO

Il gruppo di lavoro impegnato in questo progetto comprendeva esperti di comunicazione e di antropologia culturale, che hanno curato le interviste e la realizzazione della documentazione etnografica. Nel corso dei mesi di aprile e di maggio 2019 sono state predisposte delle visite presso i mercati del territorio individuati (Montepulciano, Sarteano, Sinalunga, Cetona e Torrita di Siena) durante i quali sono stati ricercati i contenuti rilevanti per il fine della ricerca.

Utilizzando tecniche di indagine qualitative (interviste dirette, storia di vita, osservazione partecipante) i redattori sono entrati in contatto con le persone che frequentano il mercato, che vivono la socialità del luogo di incontro e che sono quindi capaci di raccontare aneddoti e tradizioni orali. Le testimonianze sono state successivamente sottoposte a verifica, grazie allo studio della letteratura collegata e al confronto con altre fonti orali.

A margine della ricerca sono inoltre trascritte, nella forma linguistica più fedele alla narrazione originale, le interviste di maggiore interesse, in modo da avere un archivio liberamente accessibile e dare dignità alla profondità lessicale del dialetto utilizzato in determinati contesti sociali.

I MERCATI DEL TERRITORIO

Per realizzare questa ricerca abbiamo visitato sei mercati del territorio della Valdichiana Senese, suddivisi nei Comuni di Montepulciano, Torrita di Siena, Sinalunga, Cetona e Sarteano. Questi mercati si svolgono a cadenza settimanale, in giorni diversi della settimana; alcuni dei venditori ambulanti partecipano a più di uno di questi, oltre ad altri mercati ancora più distanti.

Le tipologie di venditori ambulanti più presenti nei mercati sono relative ai generi alimentari (frutta e verdura, rosticceria e simili), all'abbigliamento, ai prodotti per l'igiene della casa e della persona, fiori e merceria. Le persone che li frequentano, anche per via del fatto che si svolgono la mattina, quindi in orario di lavoro o di scuola, sono principalmente pensionati e casalinghe, provenienti dal territorio comunale di riferimento e dai dintorni.

Il mercato di Montepulciano si svolge ogni giovedì nel piazzale Pietro Nenni del capoluogo, dietro all'autostazione. Fino agli anni '70 si svolgeva nella piazzetta di San Cristofano fino a Piazza delle Erbe; dopo il 1975 venne spostato nei pressi di S.Agnese, successivamente alla costruzione del supermercato Conad è stato spostato nuovamente per essere collocato nella sua attuale posizione.

Per integrare le informazioni raccolte, abbiamo visitato anche il mercato della frazione di Montepulciano Stazione, che si svolge ogni sabato mattina in Piazza Europa.

A Torrita di Siena il mercato si svolge ogni venerdì mattina negli spazi lungo via Ottavio Maestri, accanto ai giardini di accesso al centro storico. In precedenza si svolgeva all'interno del centro storico, in Piazza Matteotti.

Il mercato settimanale di Sinalugna si svolge ogni martedì mattina in piazza Garibaldi, occupando l'area del parcheggio e tutte le zone della piazza antistante il Palazzo Comunale e la Collegiata di San Martino. In passato il mercato agricolo era organizzato negli attuali giardini del Cassero, quindi rispetto agli altri ha subito un minore spostamento.

A Sarteano il mercato si svolge ogni venerdì mattina e occupa Piazzale Ippocrate; anche in questo caso coinvolge l'area del parcheggio, poco distante dall'ingresso del centro storico. Fino al 2001 si svolgeva in Piazza XXIV Giugno, era più grande, ma nella nuova sistemazione può vantare una maggiore comodità.

A Cetona il mercato settimanale si svolge sabato mattina e occupa Piazza Garibaldi, la piazza principale della cittadina, con dei banchi ordinati su due file. Anche in questo caso si tratta di una diminuzione rispetto all'ampiezza dei decenni precedenti, in cui occupava anche le vie adiacenti e si estendeva su una superficie occupata da un numero maggiore di bancarelle con tipologie diverse di merci in vendita.

IL MERCATO DEL PASSATO E QUELLO DEL PRESENTE

Uno dei primi argomenti che vengono affrontati da gran parte degli intervistati, durante il primo approccio, è quello della differenza tra il mercato di una volta e quello di adesso. Soprattutto tra gli intervistati più anziani, che possono testimoniare in prima persona il cambiamento avvenuto nel corso degli anni e che possono tornare con la memoria ai racconti della gioventù.

I mercati oggetto della nostra ricerca hanno subito delle variazioni con il passare dei decenni: il ricordo dei testimoni arriva fino agli anni del Secondo Dopoguerra, quando la civiltà contadina caratterizzata dalla forte presenza della mezzadria dominava la Valdichiana. Parliamo infatti di territori rurali, in cui la gran parte dell'economia era occupata dal settore primaria e la maggioranza delle persone erano impiegate in agricoltura e nei servizi ad essa collegati. I borghi presi in esame (Montepulciano, Torrita di Siena, Sarteano, Cetona e Sinalunga) erano circondati da campagne coltivate, poderi e fattorie, in cui viveva la maggior parte della popolazione.

Il mercato, nei ricordi dei testimoni, era il momento di incontro tra i contadini e gli allevatori, che portavano i loro prodotti in piazza del paese per venderli alla cittadinanza. Si trattava quindi di un momento molto importante, dal punto di vista sociale ed economico: il principale momento di incontro tra le differenti classi sociali dei residenti e la più importante occasione di compravendita del territorio. Venivano portati

gli animali da vendere (polli, maiali, buoi di razza chianina), la farina, gli ortaggi, gli alimenti tipici della dieta locale. Laddove gli agricoltori e gli allevatori locali svolgevano il ruolo di venditori, quello dei compratori era tendenzialmente riservato agli abitanti del borgo, ma anche a chi veniva da fuori appositamente per il mercato.

"Si portava i polli e i conigli, mentre le vacche erano nei giardini del Cassero, tutto questo avveniva nel 1954. - racconta Terrosi di Sinalunga -. Quando avevo dieci anni venivo con la mia mamma a portare i polli. C'erano i mercanti di bovi che venivano a comprarli e la sera li caricavano nel treno e li spedivano a Roma. Il Bossi Sandro era il commerciante di bovi. Dalla stazione di Sinalunga, la domenica sera caricavano i bovi e li mandavano a Roma."

"Il pesce lo vendevano con l'ape, gli ortolani con un carretto invece. Vendevano prodotti fatti da loro stessi, c'era questo Marino, poi è invecchiato e ha smesso, vendeva la roba del su' orto. La gente si presentava in piazza coi capoccia dei poderi, c'era chi aveva da vendere un vitello, chi un altro animale, e arrivavano i sensali."

"Prima al mercato ci portavi le vacche, i maiali e polli. [...] Noi alla fiera ci si veniva con il carro, si caricava con gli animali e si andava a vendere, se andava bene si vendevano e se non si vendevano si riportavano a casa. Il 25 gennaio si andava alla fiera a Chiusi con questi maiali, si partiva dalla Valdorcia, i commercianti erano furbi, aspettavano che si facesse notte e poi trattavano il prezzo, il sensale pur di vendere si faceva andare bene il prezzo che dicevano."

Nei racconti dei mercati del passato c'è un personaggio ricorrente, ormai scomparso: il sensale. Questo era un ruolo fondamentale nel mercato, perché era il principale tramite tra venditore e compratore nella compravendita di bestiame ed è ben presente nei ricordi dei testimoni. Il sensale conosceva le caratteristiche degli animali messi in vendita e il prezzo relativo: garantiva la buona riuscita della trattativa e si metteva a tutela degli interessi del compratore e del venditore, in modo che nessuno dei due potesse essere truffato. Viene raccontato come una delle figure più importanti del mercato dell'epoca, dotato di grande potere, perché senza il suo intervento non poteva essere sancito un contratto di vendita di un animale (principalmente i buoi di razza chianina, ma anche maiali e altri animali meno preziosi). Il sensale aiutava le due parti a trattare sul prezzo e facilitava la negoziazione: quando si raggiungeva un accordo, entrambe le parti si sputavano sulla mano e se la stringevano, per sancire il contratto.

Non tutti potevano fare il sensale: c'era un patentino apposito da prendere, una formazione da seguire per poter svolgere questo ruolo di mediatori e regolare il mercato. Venivano pagati attraverso una commissione sulla trattativa, quindi erano interessati affinché andasse a buon fine, ma dovevano anche garantire che l'animale fosse della qualità descritta oppure avrebbero dovuto risarcire il compratore. Molti avevano dei soprannomi: nei racconti vengono citati il "Boia della Diavola" e "Beppino del Fattoricchio"

"Senza sensale non vendevi niente e non facevano avvicinare i compratori – racconta Burioni di Sarteano – se poi io compravo un paio di bovi e questi avevano la tosse, glieli riportavi e gli

ridavano i soldi, ma poi erano difficile da rivende perché si spargeva la voce che i bovi erano bolsi."

Nei racconti degli intervistati emerge una forte nostalgia nei confronti del mercato del passato e un forte senso di impotenza nei confronti del cambiamento. Anche se frequentano tuttora il mercato, lamentano la diminuzione dei partecipanti, della merce in vendita, ma soprattutto della qualità degli incontri e della sua importanza sociale. Se prima il mercato era il centro della vita economica e uno dei principali momenti di incontro della settimana, adesso è soltanto una delle tante attività che si possono svolgere nel paese, relegato a una nicchia di popolazione, senza mantenere l'importanza che lo aveva caratterizzato nei ricordi di gioventù. Ricordi che possono essere anche tramandati alle nuove generazioni, come ci racconta Simone, che ha ripreso a frequentare il mercato di Montepulciano per trovare frutta e ortaggi freschi:

"Da piccino mi ci portava la mi' nonna, ci si andava il giovedì al posto di anda' a scuola. Mi ricordo l'odore del pollo arrosto e delle patate fritte."

ECONOMIA E PRODOTTI LOCALI

Eppure i mercati presi in esame sono costantemente frequentati, anche da esponenti delle generazioni più giovani. Quali sono le motivazioni che li spingono a frequentare i mercati, che spesso sono collocati anche in orari difficili per chi lavora? Le principali risposte sono due: la qualità dei prodotti e il rapporto con gli ambulanti.

Partiamo dalla qualità dei prodotti: questa viene particolarmente apprezzata nell'ambito degli ortaggi e dei prodotti alimentari. "Vengo al mercato a prendere la frutta perché è più buona" è una delle classiche risposte che abbiamo ottenuto. I prodotti dell'orto, oltre a ricordare in maniera diretta il retaggio contadino tipico di questo territorio, sono particolarmente utili nell'alimentazione e sono forse i prodotti più semplici con cui fare concorrenza ai supermercati. La frutta e gli ortaggi sono apprezzati per la loro freschezza, per il loro sapore e per la loro provenienza: la motivazione principale per cui i banchini del mercato vengono preferiti a quelli del supermercato, per questa tipologia di prodotti, non è tanto da ricercarsi sul costo, quanto sulla qualità percepita. La provenienza è più sicura, perché vengono messi in vendita direttamente dal produttore; fanno parte di un circuito locale e presentano più facilmente le varietà autoctone, come l'aglione della Valdichiana. Sono tendenzialmente considerati più buoni, perché non hanno bisogno di modalità di conservazione e trasporto tipiche della grande distribuzione organizzata.

Assieme ai prodotti ortofrutticoli, il principale successo è costituito dai banchini ambulanti che offrono prodotti alimentari di rosticceria e di pronto consumo: sia perché possono essere consumati durante la visita al mercato (ad esempio il panino con la porchetta), sia perché offrono una valida alternativa a chi deve tornare a casa e occuparsi del pranzo. In questo contesto si inseriscono i frequentatori del mercato di sabato mattina di Montepulciano Stazione, che acquistano polli arrosto al banchino gastronomico da portare alla famiglia per il pranzo del sabato, ottenendo quindi più tempo libero per stare al mercato, senza necessità di cucinare piatti eccessivamente complicati.

Un altro dei principali motivi per cui le persone intervistate dichiarano di frequentare il mercato è il rapporto personale con gli ambulanti. A differenza dei supermercati o dei venditori automatici, al mercato il rapporto tra il compratore e il venditore è personale e diretto: è un'interazione sociale che non può essere sostituita e che fa parte della transazione economica. Anche senza dover negoziare il prezzo (nei casi in cui questo è già esposto e fissato dal venditore), si può interagire con il venditore, fare domande, chiedere consigli, continuare a conversare di altri argomenti oltre la trattativa economica. Una dinamica sociale che nei supermercati è scomparsa, perché l'acquirente trova da solo tutto ciò di cui ha bisogno sugli scaffali e si rivolge al personale solo in caso di necessità; persino al momento dell'acquisto, in cui sono sempre più frequenti le casse automatiche, viene meno il rapporto personale. E anche nei casi in cui questo avviene, si interagisce con del personale dipendente e non con il titolare del supermercato. Mentre al banchino ambulante, il venditore è il titolare e non può

declinare responsabilità per eventuali problemi.

Il rapporto che si instaura con il venditore viene percepito come positivo, come un valore aggiunto all'esperienza di acquisto al mercato. Si acquista dal venditore perché viene percepita come una persona degna di fiducia, che tratta bene e dona buoni consigli, e che si prende la responsabilità della merce venduta. Come ci racconta Elena, che ha 82 anni e frequenta il mercato di Cetona:

"Io vivo qui da quindici anni, i casi della vita, mia figlia era archeologa e stava qui, ci siamo trasferiti qui da Viterbo e ci troviamo bene. A volte faccio la spesa al supermercato perché me la porta a casa, altre volte la prendo a Chiusi, la mi' figliola me la porta con la macchina. Ma poi vengo anche al mercato, due volte al mese, perché qui al banchetto della verdura la roba è fresca, siamo sicuri, ci sono i venditori di qui. Al supermercato la frutta e la verdura invece hanno viaggiato tanto prima di arriva' sugli scaffali, chissà da dove so' venute."

D'altro canto, per gli ambulanti la vita al mercato non è sempre facile. Nel corso delle nostre interviste le lamentele da parte loro sono state pressoché unanimi. Tutti si rammaricano per il calo degli incassi, la crisi economica, la diminuzione dei frequentatori del mercato e il calo generico dell'offerta complessiva, così come la mancanza di strumenti adeguati che possano mettere un freno a tale situazione. Molto diffusa è la sensazione che le amministrazioni pubbliche o altre istituzioni non stiano facendo abbastanza per contrastare tale situazione, e il futuro non sembra loro roseo: la percezione è che il mercato soffra di una costante diminuzione di partecipanti, sia dal punto

di vista dei venditori che degli acquirenti, e che non siano state messe in atto politiche specifiche o iniziative di marketing per avviare un'inversione di tendenza.

"Prima il mercato era grande, era bello, ora siamo in pochi. – racconta Angelo Baglioni, uno degli ambulanti storici del mercato di Cetona – Le persone anziane sono sempre meno, i giovani non ci vengono, vanno al supermercato. Questa del mercato è una tradizione, un po' come la botteguccia sotto casa. Io so' del '43, l'ho visto tutto il mercato, c'era più gente a metà settimana a Cetona negli anni '60 che ora il sabato. Non c'è stata educazione nelle scuole, vanno tutti al centro commerciale."

In molti casi quella degli ambulanti è un'attività familiare, tramandata tra le generazioni.

"I miei genitori erano partiti con il banco dell'abbigliamento e poi si sono specializzati con la merceria e io ho continuato nell'attività. – racconta Simonetta Landi a Sinalunga – I clienti negli anni sono cambiati, fino a 15 anni fa il mio era un banco ricercato, c'erano le sarte, poi è cambiato il modo di comprare."

Il banchino è a tutti gli effetti un negozio ambulante, quindi è un'attività economica che ha bisogno di investimenti e di continui adeguamenti commerciali; una tipologia di investimento che dovrebbe favorire il passaggio dell'attività alle successive generazioni. Spesso tuttavia i figli degli ambulanti non percepiscono quella tipologia di lavoro come sufficientemente remunerativa, ma soprattutto come sufficientemente sicura, e si tratta di un investimento rischioso sul proprio futuro. Se in

passato i posti al mercato erano ambiti, adesso si assiste sempre più di frequente a posti vuoti. Una situazione completamente diversa da quella degli anni '80 a Sinalunga, come ci racconta Luciano Minetti:

"Io ci vengo al mercato anche se piove perché mi manca la roba. Ci vengo perché so' in pensione, prima si lavorava e non ci si poteva venì. Negli anni '80 con le fabbriche che licenziavano, tutti si misero a vendere col banchino."

SOCIALITÀ DEL MERCATO

Il mercato è un luogo di incontro: prima di essere il luogo dello scambio economico, è il luogo dello scambio sociale. Non a caso si svolge in luoghi socialmente importanti come la piazza del paese; nei casi presi in esame, non viene svolto in luoghi più spaziosi e accoglienti fuori dal paese, ma viene svolto nei luoghi più vicini possibile alle piazze principali, facilmente raggiungibili e capaci di favorire l'incontro tra le persone.

Secondo i racconti degli intervistati, al mercato non si va soltanto per comprare, ma anche per parlare con gli amici e incontrare le altre persone. Così come la piazza è il luogo d'incontro per eccellenza, il mercato è il luogo di incontro in cui può anche avvenire uno scambio economico. Il condizionale è d'obbligo: a differenza di uno specifico negozio in cui si entra perché si ha necessità di comprare una merce messa in vendita, il mercato può essere frequentato anche da chi non ha intenzione di comprare nulla. Abbiamo intervistato persone, soprattutto quelle più anziane, che dichiarano di frequentare il mercato per incontrare qualcuno; durante la mattina possono comprare qualcosa, oppure tornare a casa a mani vuote. Questo atteggiamento mette il ruolo sociale del mercato tra i suoi punti di forza, anche più del fattore economico.

Sono frequenti i cosiddetti "capannelli" al mercato: gruppi di amici o conoscenti che si incontrano nelle vie del mercato, durante gli acquisti o durante la passeggiata, e che si fermano a parlare tra di loro. Le conversazioni possono essere di carattere personale o vertere sull'attualità, sulla politica e sulla cronaca,

sia a livello locale che nazionale. A tali "capannelli" possono unirsi i nuovi arrivati, fino a creare dei gruppi piuttosto nutriti, se lo spazio lo concede.

Una delle caratteristiche peculiari di un luogo in cui avvengono incontri sociali è anche quello di diventare un posto in cui conoscere nuove persone, anche per instaurare rapporti amorosi. Una potenzialità quindi di inserirsi nel "mercato matrimoniale", particolarmente apprezzata negli anni in cui il mercato era uno dei principali punti di ritrovo tra gli abitanti delle campagne e quelli dei borghi.

"Per cercare moglie si andava in paese, - raccontano Terrosi e Rosati di Sinalunga – si veniva al mercato, si guardava qualcuna. La sera gli si andava dietro, e non era mica facile contattare una ragazza, magari era interessata, magari no."

Tipica del mercato era, in questo ambito, l'usanza del balzello: è un termine derivato dalla caccia che si riferisce ai momenti in cui il cacciatore rimane appostato in attesa del passaggio della preda. Allo stesso modo, il balzello era il modo in cui il tipico gruppo di ragazzi stava in attesa delle ragazze che passavano, per osservarle, scambiarsi sguardi, provare a instaurare un contatto.

"Le ragazze seducevano con la minigonna, perché erano gli anni delle minigonne. – racconta Emo Pellegrini a Montepulciano – Era un luogo d'incontro e quindi scattava il balzello, ovvero si cacciava, nella pratica avveniva come avviene oggi: tu guardavi la ragazza, se lei ti riguardava, potevi avere qualche speranza, e quindi poi invitavi la ragazza a fare un giro nelle macchinine. Le ragazze venivano tutte tirate, da tutte le parti

della Valdichiana."

Queste caratteristiche ci permettono di pensare ai mercati come a luoghi in cui avvengono prima di tutto scambi sociali, a prescindere dagli scambi economici. Il rapporto personale, come introdotto anche precedentemente, può avvenire anche tra i compratori e i venditori, soprattutto nei casi dei banchini ambulanti ricorrenti e che frequentano da molti anni lo stesso mercato. A Sarteano ci è capitato di assistere alla scena di un ambulante che si è assentato per andare a prendere un caffè al bar e che ha lasciato il proprio banchino apparentemente incustodito: in realtà lo ha affidato a due anziani compratori, che si trovavano di fronte, perché li conosceva da tempo e si poteva fidare. Prima che dei clienti, insomma, erano degli amici.

Come dice un cliente al mercato di Sinalunga, mentre si allontana dal banchino dell'ortofrutta: "Trovami i pomodori boni per i primi di maggio!". Una frase che sembra tratta da una conversazione tra amici, più che da una dinamica economica.

POLITICA E REPUTAZIONE

Uno spazio a parte lo merita l'ambito politico, perché il periodo in cui abbiamo svolto le interviste coincideva con la campagna elettorale per le europee 2019 e per le elezioni amministrative, che coinvolgevano quattro dei cinque comuni presi in esame. I vari esponenti politici delle coalizioni e delle liste partecipanti alle elezioni erano presenti con dei banchetti ai rispettivi mercati, presentando i programmi elettorali, con la presenza dei candidati sindaci o dei consiglieri comunali.

Dal momento che il mercato e la piazza sono dei luoghi pubblici per eccellenza, sono anche i luoghi in cui si incontrano le persone e in cui è possibile svolgere campagna elettorale per ottenere un dialogo diretto e un incontro positivo tra eletti ed elettori. I banchini elettorali si comportavano in maniera similare ai banchini ambulanti dei venditori, solo che la merce messa in vendita era il proprio candidato, il proprio programma o la propria idea politica. Le persone si fermavano ai banchini formando dei "capannelli", parlando di politica e di attualità. I candidati tentavano di effettuare transazioni positive con i "clienti", cercando di convincerli della bontà della propria "merce", conquistando il loro voto attraverso la fiducia. Le stesse caratteristiche positive ritrovate dai compratori nei confronti degli ambulanti sopra descritte, possono essere ritrovate nelle dinamiche elettorali, con i rispettivi elettori che dichiaravano di essere felici di poter trovare dei momenti di scambio personale con il Sindaco, poter ricevere risposte dirette a problematiche di paese o semplicemente conoscere i nuovi candidati consiglieri.

In qualità di spazi sociali, i mercati sono particolarmente indicati per la politica, anche perché sono luoghi in cui è possibile costruire una reputazione pubblica. Il mercato è anche il luogo in cui succedono le cose, o in cui si vengono a sapere: grazie agli scambi sociali tra le persone, si diffondono le voci sulle notizie, sugli aneddoti o sulle storie di paese. Quello che accade al mercato è pubblico, e le persone che fanno parte dello stesso paese tendono a conoscersi, per esperienza diretta o per sentito dire. A differenza di una grande città in cui la folla può essere estranea, nel mercato di paese le persone si conoscono tra di loro, o piuttosto si "riconoscono" e come tali vengono costantemente giudicate. Una persona che si veste in un modo piuttosto che in un altro, una persona che si fa accompagnare da qualcuno piuttosto che da un altro, una persona che cambia comportamenti, che diventa troppo assente o troppo presente, all'interno del mercato diventa protagonista di una reputazione sociale che ha una dimensione pubblica. Per questo motivo i banchetti elettorali sono sempre presenti ai mercati e anche se si limitano a intercettare soltanto il proprio elettorato diventano un importante momento di presenza pubblica e di costruzione di reputazione positiva.

ANEDDOTI DEL MERCATO

La socialità del mercato permette di accedere ad aneddoti, racconti e tradizioni popolari, grazie al racconto diretto dei partecipanti. Nel corso delle nostre visite ai mercati abbiamo avuto l'occasione di chiedere alle persone che li frequentavano le storie personali e i racconti del passato. Attraverso le rispettive memorie è stato possibile trascrivere alcuni di questi aneddoti, considerati particolarmente significativi. In essi è racchiusa non soltanto l'immagine del mercato del passato, ma anche la vita delle persone del luogo, i modi di vivere e i valori considerati importanti.

A Sinalunga abbiamo raccolto l'aneddoto di un commerciante di stoffa, che diventò ricco e famoso grazie al ritrovamento di una grande somma di denaro:

"A Sinalunga comandavano il maresciallo, il prete e il farmacista, commerciante di stoffa. Si chiamava Giannini questo commerciante. Al passaggio del fronte sia lui che il padre trovarono 10 milioni in due balle di fieno, passato la guerra cominciò a spendere i soldi in negozi a Sinalunga e in negozi alla Pieve, una la prese il Parri che fa il falegname e con quell'altro hanno campato di rendita. Per Sinalunga ha creato posti di lavoro e la gente comprava perché c'era da sviluppare il mondo."

In questo aneddoto troviamo, insieme alla citazione di personaggi dell'epoca, uno dei momenti fondamentali nella memoria collettiva e nella formazione dell'identità moderna delle nostre

campagne: il passaggio del fronte, ovvero l'avanzata delle forze alleate contro l'occupazione nazifascista avvenuta nel 1944 e gli episodi che hanno portato alla fine della Seconda Guerra Mondiale. In questa storia il passaggio del fronte, con i soldi nascosti dai tedeschi in un fienile e il successivo ritrovamento, diventa un momento positivo per la vita del personaggio e uno dei motivi alla base del boom economico degli anni successivi, che Sinalunga ha vissuto in maniera decisiva. Vera o no, questa storia racconta degnamente la percezione di quel periodo economico.

Attraverso i racconti del mercato è possibile comprendere meglio la vita del passato dei nostri territori e metterla in relazione al presente. In questa testimonianza raccolta dal signor Franco a Montepulciano, per esempio, si approfondisce le modalità di commercio degli animali:

"C'era Massimino al mercato, vendeva noccioline e caramelle, ma parecchi ormai so' morti, so' andati tutti al Te Deum. Un altro comprava le pelli di coniglio per le campagne, c'aveva parecchi animali. La mi' nonna quando pelava l'animali li divideva, i consigli da sé, i galli da sé. Poi passavano questi barrocciai e li vendeva. Ma ora vedrai è cambiato tutto, un vengono più a vendeli al mercato."

Inseriamo un altro racconto di Montepulciano sul rapporto con gli animali e con la natura selvaggia, con tutte le difficoltà che comportano le divisioni tra campagna e vita cittadina:

"Io l'altro giorno c'avevo le patate nell'orto ma poi la spinosa (l'istrice) m'ha fatto quattro buche e io ero lì, falciavo l'erba,

l'ha cave tutte. Si so' moltiplicati tutti, ci so parecchi di quest'animali in zona San Biagio. E poi parecchie volpi, che però so' anche protette, un gli poi fa' niente. M'hanno detto che hanno trovato un animale nei boschi, non si sa che è, ha dei denti grossi così. Un cinghiale no di sicuro, l'hanno detto i cacciatori, c'è questa voce. Capirai qui sotto so' tutti boschi, l'animali si ringuattano lì, io un ci vo' manco a cercacci i funghi. Vai lì con la paura, dovresti portatti il fucile, poi c'è anche le vipere, unn'è mica sicuro."

Altri racconti riguardano l'alimentazione odierna e le usanze culturali relative al modo di mangiare durante la vita di campagna, come ricorda Alfiero Bolici, sempre a Montepulciano:

"Un tempo in campagna si mangiava tre volte al giorno. Per colazione si mangiava la pulenda, poi pranzo, la sera il brodo o la minestra di fagioli. Ora mangiano alle dodici e poi chi s'è visto s'è visto. La pulenda invece si mangiava sempre d'inverno. Quando facevano la focaccia coll'uva secca si mangiava quella, la facevano insieme al pane, una volta ogni otto giorni. Un tempo il pane durava otto giorni, ora invece dopo un giorno lo butti, è secco come questo asfalto, non si mangia più, ora è tutto impastato, la roba unn'è manco più saporita."

Il mercato è anche il luogo perfetto in cui raccontare aneddoti divertenti di amici, perpetuare la tradizione dei personaggi del paese, particolarmente apprezzati per i loro scherzi o le loro disavventure. Si tratta di storie comiche che creano dei veri e propri personaggi, reali o fittizi, che possono diventare poi protagonisti di successivi aneddoti. Questa è la storia raccolta a Sarteano:

“Lufer faceva il barbiere, ed era un credulone. Lucioli Fernando si chiamava, detto Lufer, il barbiere poeta, perché scriveva in ottava rima. Marino, il falegname, gliele faceva di tutti i colori, al posto del sapone gli ci mise lo stracchino, e quando andò a mettere la schiuma da barba al cliente gli mise lo stracchino. Anche il racconto del bostik, mise la colla in un callo del piede, poi gli fece rimettere la calza e la scarpa, alla sera toccò tagliare tutto.”

A volte è il narratore stesso a diventare il protagonista di scherzi e storie divertenti, come quella che abbiamo raccolto a Torrita da Giancarlo Capitoni:

“Quando facevo l’autista portavo la gente al mercato di Montepulciano con l’autobus e compravano i piccioni, i conigli e le uova. Quando mettevo la balla con la roba nel cassone gli allentavo il laccio che la chiudeva e così quando frenavo la balla si rovesciava. E prima di scende toccava raccoglierle tutte.”

Uno dei tipici aneddoti del mercato riguarda le trattative famose avvenute nel passato: in questo caso il protagonista è proprio il mercato, ovvero l’atto di compravendita tra acquirente e venditore e una particolare storia divertente che lo renda memorabile, degno di essere tramandato tra le generazioni che frequentano lo stesso mercato. Ne è un esempio il caso dei maiali pitturati, che abbiamo raccolto a Sarteano:

“C’era una volta questo contadino che aveva i maiali bianchi, ma andavano di moda quelli toppati grigi, che erano incrociati con la cinta senese. Quindi li verniciò, li fece grigi, e li vendette

al prete di Castiglioncello! Questo contadino lo chiamavano il Lungo della Rocca. Giustino detto il Lungo. Poi con l'acqua ridiventarono bianchi i maiali, il prete s'accorse che lo fregò, lo contestò. Ci fu il Lufer, il barbiere poeta, che ci scrisse una storia in ottava rima su questa cosa, ci volevano fare un Bruscello o un Sega la Vecchia."

Fa eco a questo episodio quello dei pomodori pitturati raccolto a Cetona:

"Capitò una volta che uno per fa' uno scherzo prese a vernicia' i pomodori. Erano verdi ma li verniciò di rosso, così sembravano maturi, invece erano ancora acerbi. E allora il contadino li prese dall'orto perché pensava che erano rossi, invece erano solo verniciati! Ma erano scherzi che si facevano a quei tempi."

Un altro aneddoto raccolto a Cetona ci offre uno spaccato di vita di campagna e ci spiega come la familiarità del paese venga mantenuta anche attraverso l'utilizzo di specifici soprannomi.

"Qui tutti avevano un soprannome – racconta Angelo Baglioni – c'era il ceramista Pippo, poi c'era il Brodo che faceva il calzolaio. Poi c'era Andrea Di Dondo, si chiamava così perché prendeva il nome del nonno. A Cetona funziona così, prendevi il soprannome del nonno. A me per esempio mi chiamano Pisciolino, è il soprannome del bisnonno del mi' babbo. Perché siamo sempre stati a Cetona, quindi è rimasto questo modo di dire. Il soprannome andò così: praticamente a quei tempi c'era l'abitudine la sera di trovarsi a veglia tra i vari poderi delle campagne, nei casolari a gioca' a carte e a bere vino. E al mio avo lo mandarono a cava' da bere perché era finito, mentre

l'altri giocavano a carte. Insomma ci mise tanto a cava' da bere, la botte stava per finire, gli chiesero perché e lui spiegò che era rimasto poco vino e quindi la canna faceva solo un pisciolino. E da lì il nome."

L'ultimo aneddoto che inseriamo riguarda Sarteano e il legame tra gli abitanti delle campagne e la lunga tradizione della Giostra del Saracino che tuttora coinvolge gran parte dei cittadini. In questo caso il legame tra la modalità di arrivare al mercato, per chi doveva vendere i prodotti della propria fattoria, dava un vantaggio nella gara, come ci racconta Burani:

"Ai mi' tempi si veniva con la somara al mercato, poi si migliorò, si veniva col cavallo. Il mi' fratello aveva vinto il Saracino, si chiama Gusmano, la contrada di quel tempo si chiamava Trinoro, ora invece S.Andrea. Vinse che era il '50, era abituato a veni' al mercato a cavallo, sconfisse i fantini boni con un anello solo! Ora se non li infili cinque di anelli non vinci! Allora non si allenavano mica, il giorno prima invece il mi' fratello era a tribbia' nei campi, altro che cavallo."

CONCLUSIONI

I mercati che abbiamo visitato in Valdichiana senese hanno una lunga storia come mercati agricoli, elemento fondamentale della civiltà contadina che ha caratterizzato il nostro territorio. Oggi sopravivvono come elementi importanti dell'economia locale, rivolgendosi principalmente a pensionati e casalinghe, ma sono sempre più stretti in una crisi che li rende poco competitivi rispetto ai supermercati e alla grande distribuzione organizzata, sempre più pervasivi anche in zone rurali come le nostre.

Rimane tuttavia il loro grande valore sociale, come luogo simbolico di ritrovo e di confronto tra le rispettive esperienze, in cui l'aspetto economico dell'acquisto della merce è fortemente connotato dalla modalità di acquisto, dalla conoscenza delle persone e dai meccanismi di fiducia e vicinanza. Il mercato è a tutti gli effetti un "mercato", il luogo simbolico in cui vengono realizzati gli scambi economici di materie prime, regolato dalle leggi della domanda e dell'offerta, e una piazza pubblica che diventa il momento fondante della vita della comunità, in cui ritrovare la propria identità.

Le modalità di acquisto al mercato hanno infatti una loro particolarità ben precisa che non può essere replicata dai supermercati. La merce esposta nei banchini degli ambulanti ha bisogno di essere toccata, odorata, maneggiata, anche quando è confezionata: ha bisogno di un'esperienza diretta che crei valore nella presenza fisica dell'acquirente al mercato.

Anche la modalità del contrattare è un valore aggiunto: se al supermercato si controlla il prezzo sullo scaffale e si paga alla cassa, al mercato il valore del prezzo può essere stabilito dalla dialettica tra acquirente e compratore, che può applicare scontistiche, riduzioni e altre tecniche di vendita per conquistare la fiducia del cliente.

Al mercato inoltre interviene una mimica del corpo e una modalità di comunicazione somatica che altrove non accade: il modo di occupare lo spazio, di interagire con la merce, di parlare con il venditore e di avvicinarsi al banchino diventa parte di una comunicazione di sé da parte dell'acquirente. In alcuni contesti si arriva addirittura alla messa in scena, attraverso meccanismi teatrali, in quanto il mercato è un evento pubblico che si può fruire soltanto dal vivo; l'ambulante che mette in pratica le sue tecniche di vendita per attirare la clientela, mette in scena la propria rappresentazione in un luogo pubblico, utilizzando la conoscenza delle persone che ha di fronte e l'improvvisazione. Venditore e compratore non sono spettatori passivi, ma attori protagonisti.

Diversa la situazione nei supermercati, soprattutto in quelli di più moderna concezione, in cui avviene un progressivo tentativo di automazione. Dalle casse automatiche alle innovative catene di supermercati capaci di intercettare gli ordini dei clienti e spedirli direttamente a casa, il supermercato sta diventando il regno della meccanizzazione in cui scompare il rapporto umano.

Nei mercati presi in esame, invece, il rapporto economico è mediato dal rapporto sociale: non avvengono soltanto scambi di merci, ma anche di cultura e di saperi.

"Al mercato, in un tempo che non è soltanto quello dell'acquisto, del prendi ed esci, ascoltando, annusando, esercitando forme di conoscenza non convenzionali, si può anche imparare e riflettere. Lo scambio non è soltanto merceologico ma culturale. Spettacolo, divertimento, approfondimento, il mercato offre, a chi lo osserva non distrattamente, i segreti dei mestieri, delle tecniche, della parola, del gesto. Il macello è stata la prima scuola di anatomia, il primo osservatorio della dissezione del vivente, il primo punto di catalogazione degli animali. E anche il mercato può essere scuola "superiore" polivalente, anche quando insegna alla scuola dell'astuzia, della scaltrezza, della furberia, affinando l'ingegno, l'osservazione, la vigilanza, l'attenzione. I saperi del mercato, come tutti i processi culturali, si trasmettono attraverso i mediatori, i maestri, il dialogo: fra il compratore e la cosa desiderata è frapposto il mediatore, interprete, trasmettitore e conoscitore. Il supermercato invece è il luogo dell'"immediato", in cui fra il cliente le cose esposte non si trova nessun informatore, nessuna voce, nessuna presenza mediatrice. Ognuno rimane solo con le sue tentazioni. [...] Vi domina, unico sovrano legittimo e riconosciuto, il Potere d'Acquisto e la Moltiplicazione, spesso gratuita, immotivata. Spazio controllato e chiuso, luogo della non partecipazione, dell'acquisto condizionato, non contrattato, istintivo e gregario, della presenza passiva, trappola da percorsi obbligati, dalla quale si può uscire se la logica dell'acquisto viene rispettata. Il mercato, se il dialogo langue, può trasformarsi in teatro animato, pulsante. In vita".

(Piero Camporesi)

APPENDICE

Aggiungiamo in appendice alcuni frammenti delle interviste realizzate durante le visite ai mercati, trascritte in maniera integrale per restituire la ricchezza dialettale.

Emo Pellegrini (Montepulciano): "Quando ero piccolo, il mio babbo mi mandò a comprare il cocomero al mercato che veniva fatto nella piazzetta di San Cristofano. Era una mattina in cui pioveva, finito di piovere mi sono incamminato per tornare a casa per Via di Gozzano e lì sono scivolato con il cocomero in mano, ovviamente il cocomero è rotolato per poi rompersi."

"Io al mercato sotto alla Conad ci compravo i soldatini, ne compravo 5, costavano 20 lire per un totale di 100 lire, ogni giovedì avevo un budget di 100 lire per venire al mercato, non sempre. I soldatini che costavano di più erano i marines verdi, poi c'erano anche le camionette, i cannoni, i carrarmati, i carri e quando si giocava soldatini, chi aveva più soldatini e più mezzi vinceva. L'Olivieri il Sindaco ce li aveva più di tutti insieme a Piero Crociani e anche il Maraghini, l'Olivieri c'aveva tanti carri e mezzi da combattimento. Al Pieve al Sasso ci ritrovava per giocare a carte, giochi tipo sette e mezzo o bestia, ma bestia era più pericoloso."

"Le macchinine erano allo sterro, una volta c'era il campo sportivo, e per questo quando arrivavano venivano tolte le porte. Quando eravamo ragazzi per terra c'erano i tavolini di legno sennò ci si infangava, arrivavano due settimane prima del 1° maggio e c'erano i Carbonini e i Falorni, i Carbonini c'avevano le macchinine più forti, l'attrazione maggiore erano

gli autoscontri. Noi si andava dai Carbonini, poi si sparava ai barattoli e ai gessetti, i dischi volanti, chi rimanera in aria vinceva. Erano forti."

"Il balzello alle macchinine: le ragazze seducevano con la minigonna, perché erano gli anni delle minigonne. Era un luogo d'incontro e la quindi scattava il balzello, ovvero si cacciava, nella pratica avveniva come avviene oggi: tu guardavi la ragazza, se lei ti riguardava, potevi avere qualche speranza, e quindi poi invitavi la ragazza a fare un giro nelle macchinine. Le ragazze venivano tutte tirate da tutta la Valdichiana."

"Il bello di Montepulciano era il ritrovo, ovvero la tazza d'oro e il pozzo di Pulcinella, c'erano tre sale, la sala jukebox, poi c'era la sala dei separé ovvero dove appartarsi, poi c'era la botte, in fondo alle scale, chi andava nella botte (RIDE…), e vinceva il premio. Ai nostri tempi c'era la disco music, e c'era l'invasione della sfera intima della ragazza, il ballo slow è il ballo stroncapisello (RIDE…)"

Vasco Gorelli (Montepulciano Stazione): "Al mercato ci si viene anche quando piove, ci vieni a fa' du' chiacchiere, questo è un bel mercato. Puoi vede' quanta gente c'è, vuol dì che la gente lo vole... è una cosa produttiva. Al mercato ci si viene a compra' la frutta, le massaie ci vengono a prendere il pollo. Al mercato si ragiona... c'è le malelingue e le bone lingue. La pianta della malelingue, sotto questa pianta ci si racconta di tutto, alcuni rami a forza di sentire le chiacchiere si sono seccati. Tutte le mattine, ognuno che passava, ognuno c'aveva le sue. La gente viene anche da lontano…le donne ci vengono tutti i sabati, qualche volta ai banchi c'è la fila…a compra la

roba c'è la fila…"

Fabrizio Grillenzoni (Montepulciano): "Il mercato era un posto per trattative di animali, grossi come le vacche e piccoli come polli e conigli. Un punto di contrattazione e mediazione, i contadini si incontravano per vendere e comprare gli animali. Importante era la merceologia, si veniva a comprare attrezzi, per cui si compravano zappe, vanghe, merci completamente scomparse e l'altro elemento merceologico erano i vestiti da lavoro, tutta roba in cotone che si usava nei campi e c'era una linea di abbigliamento molto interessante, ovvero una linea per signora da casa, vestagline deliziose con le quali le signore cucinavano e ci andavano a dare da mangiare ai polli. Anche i grembiuli erano molto deliziosi. Io ci venivo tutti i giovedì al mercato."

Ivo Cortonesi (Montepulciano): "I venditori si lamentano perché spendono di più di quello che incassano, c'è sempre gente al mercato. Al mercato non mi riesce comprarci i vestiti, ma ci compro la verdura perché è più fresca. Io lavoro per l'Avis e quando ho bisogno di fare i pranzi o la cena vengo a prendere le cose al mercato. Ci vengo a comprare anche la pasta al forno per il mio nipote."

Salvatore Cadau (Torrita): "Rispetto a prima oggi i banchi al mercato sono molto diminuiti. Il problema è legato a nuovi scenari economici come i grandi magazzini e l'outlet. Nel 1960 si portavano i polli, le uova, il Ferretti portava anche i maiali, in poche quantità ma c'erano gli animali. Io sono di origine sarda, sono arrivato in Toscana con un vagone di pecore, si produce dei prodotti super buoni. Dopo trent'anni al mercato

si è cominciato a vendere anche i vestiti. Anche alla fiere ci si andava per vendere gli animali."

Fiorenzo Franchetti (Torrita): "Noi si viene al mercato dal 1983, si vende la porchetta e si viene da Montefollonico. Si fa Torrita, Sinalunga, Montefollonico e Rapolano e due volte al mese si fa Radda e Gaiole. Nell'83 il mercato era più numeroso perché c'era una cultura diversa, c'era più gente e più banchi. I banchi erano anche in Piazza Matteotti. Sinalunga è rimasto il mercato più grosso, adesso si possono trovare anche posti vuoti mentre prima c'era la corsa ad arrivare al mercato. Il settore abbigliamento del mercato è in crisi, il settore alimentare nei mercati regge di più. Il mercato di Torrita regge perché c'è lo sportello della Asl e quindi c'è giro di gente connesso a questo servizio. È un lavoro di sacrifici perché, per un banco alimentare la sera serve preparare gli alimenti per il giorno dopo."

Angelo Baglioni (Cetona): "Io stavo al podere Monticelli, tra Chiusi e Cetona, si veniva a Cetona a piedi. Quattro kilometri, era una bella tratta! Quando uscivo da scuola e tornavo a casa erano le 3 del pomeriggio, si andava a bada' i maiali e poi dopo forse i compiti. Ma io so' orgoglioso di ave' fatto il contadino, anche nell'anni '60 e '70 quando c'era la possibilità di abbandona' la campagna, ma io invece so' rimasto, m'è sempre garbata la campagna."

Franco, Fulvio e Dino (Cetona): "Una volta il mercato era quattro volte più grande di così, c'era anche una zona tutta per le scarpe, invece per gli animali c'erano le fiere apposta, ma qui negli anni '60 era pieno di gente. I turisti so' calati, venivano turisti e personaggi famosi. Questi paesini so' finiti

per la globalizzazione dei supermercati, quelli piccoli invece so' spariti tutti."

Aldo Terrosi (Sinalunga): "A Rigaiolo c'è un torrente e quando si vedeva cresce 'sto torrente si capiva che avevano dato il via alla piscina per svuotalla, perché allora, non c'erano i depuratori della piscina eh…ogni settimana l'acqua diventava quasi verde e allora la svuotavano e la riempivano di novo con l'acqua del vivo, quella da beve".

Luciano Minetti (Sinalunga): "Quando siamo a maggio, che c'è i turisti… ma in inverno c'è poca gente. Guarda che c'è otto supermercati, manco nelle grandi città ci sto tutti 'sti supermercati… c'hanno pelato tutti i soldi dell'anni '80. Io vengo a comprà qualcosa…vengo a comprà i viveri… e poi chi c'ha l'orto come noi, che ce lo dovrebbero avere tutti, per fa bene, un orto… che si vede tutto, si vedeno le stagioni… si viene da lei (indica la signora del banco delle piantine). Io al mercato ci vengo ora che so' in pensione… una volta, 40 anni fa c'erano due o tre massaie, poi negli anni '80, quando le fabbriche licenziavano, si sono tutti messi a vende con il banco… negli anni '80 il mercato s'è ripienato".

Giancarlo Capitoni (Torrita): "Io fo' sempre il contadino… non è che ho smesso… io c'ho anche le pecore amiatine… so' 16 in tutta la provincia di Siena… quelle che porto dall'estetista perché sennò il montone non gli trova il buco! A me mi piaceva facci la scrinata, ma ora non va più di moda… e allora gli fo il pulito! Lo pole scrive perché so cose vere eh! Poi c'ho i piccioni… ma non mi riesce distingue dal maschio e dalla femmina e allora le porto dal veterinario e mi dice come fa…"

CETONA

MONTEPULCIANO

MONTEPULCIANO STAZIONE

SARTEANO

SINALUNGA

TORRITA DI SIENA

fondazionecantiere.it
valdichianamedia.com

Fondazione
Cantiere
Internazionale
d'Arte
di Montepulciano

valdichiana media