**Dal food al cibo come nutrimento: il ruolo culturale e sociale della comunicazione in ambito enogastronomico**

Sono stata invitata dal gruppo Soroptimist di Lecco alla loro festa per celebrare i 40 anni di club. 40 anni io (quasi!), 40 anni il club, ho voluto iniziare il mio intervento facendo un parallelo tra la comunicazione enogastronomica dell’epoca e l’attuale, valutandone pro e contro.

Negli anni 70 la tv che parlava di cibo lo faceva attraverso pietre miliari come i reportage di Mario Soldati, o A tavola alle 7 con Ave Ninchi e Gigi Veronelli. Indimenticabili pezzi di bravura, con tanto contenuto e poco spettacolo, dove il protagonista era il cibo e non i conduttori dello show.

Oggi siamo nel momento della massima spettacolarizzazione di questo tema, che in televisione raggiunge il suo apice con programmi come Masterchef o simili.

La strada è quella giusta? Secondo me, no. Usare il cibo come divertimento fine a se stesso, buttarlo per dimostrarsi critici competenti è un’aberrazione del suo significato più alto e importante. Il cibo è nutrimento e come tale va rispettato, e trattato. Ricordando sempre che **quello che per noi è un gioco, per molta parte del mondo è bisogno quotidiano, spesso non soddisfatto**.

E la pubblicità? Negli anni ’70 si assisteva alla nascita e alla diffusione di numerosissimi prodotti industriali, che per un lungo periodo sono stati visti come salutari e anzi salvifici.

Oggi, al contrario, siamo alla perenne ricerca di alimenti bio, artigianali, che riportino al territorio nel quale vengono prodotti.

Prima celebravamo la cucina italiana, oggi le sue specificità territoriali. Ma attenzione, le differenze devono essere vissuta come un vantaggio da valorizzare, non come il campanile da difendere. **La diversità è forza identitaria.**

Negli anni ’70, dopo l’apice raggiunto nel ’68, la donna dismetteva gli abiti e le rifuggiva le attività domestiche e il grembiule per osare coi pantaloni, e diventare così parte attiva della sua liberazione dalla cucina.

Oggi l’essere una brava cuoca è considerato di nuovo un plus di cui vantarsi, e la **‘massaia moderna’** è apprezzata e tenuta in considerazione. Saper cucinare bene e provare piacere nel farlo è diventato quasi uno status symbol.

Meglio gli anni ’70 o gli anni che stiamo vivendo? Difficile scelta.

Allora forse per la prima volta ci si è posti il problema della scarsità di risorse. Il motivo non era quello che ci spinge adesso a risparmiare la nostra Terra, ma gli anni ’70 sono stati i primi in cui il dubbio che le risorse non fossero infinite venne a galla.

E oggi? Oggi questo tema è centrale, ed è il principio fondante dell’Expo in corso a Milano.

Il titolo scelto è ‘nutrire il Pianeta’. Sicuramente ambizioso. Ma le parole sono importanti, e allora non sarebbe stato meglio capire fin da subito che la realtà è all’opposto? **E’ in effetti il Pianeta a nutrire noi, e non il contrario.**

Il tema centrale dell’Esposizione universale è dunque il cibo e la sua sostenibilità.

Perché un uomo mangia?

Perché ha fame, sicuramente. Ma se il significato del cibo fosse solo questo, non ci differenzieremmo molto dagli altri animali. E quindi?

L’uomo mangia perché è buono, perché vuole stare in salute.

Ma soprattutto mangia per relazionarsi con gli altri, e per comunicare con loro.

**Mangiare è un atto culturale**: fin dalla scelta di che cosa usare per nutrirsi, passando per la sua produzione e arrivando fino alla cucina che fa da tramite tra noi e la natura.

Feuerbach scrive ‘*l'uomo è ciò che mangia*;’ cioè esiste un'unità inscindibile fra psiche e corpo, per pensare meglio dobbiamo alimentarci meglio.

Massimo Montanari, uno dei più grandi storici dell’alimentazione del nostro Paese, ribaltando la frase sostiene che mangiamo quello che siamo, ovvero che mettiamo nel cibo che produciamo e cuciniamo la nostra cultura.

Io, più semplicemente e più ‘fisicamente’ non mi stanco di sottolineare che **quello che mangiamo diventa noi**. Non entra solo nel nostro corpo transitandovi, ma ne diventa parte integrante e fondante. Pensiamoci bene, ogni volta che decidiamo di farci del male con cibo cattivo, cucinato male, o non etico.

In queste riflessioni la comunicazione ci ha aiutati?

Ci ha offerto maggiori informazioni e strumenti utili?

La prima cosa che un direttore di giornale deve fare, quando si appresta ad iniziare a lavorare su un nuovo numero del suo giornale, è sapere quante pagine pubblicitarie avrà, per poter sapere quante pagine editoriali potrà realizzare.

Come si concilia questo dato di fatto con la libertà di stampa e con l’oggettività dei racconti dei giornalisti?

Vi lascio con questa domanda aperta.

**Continuo a credere che il lettore abbia diritto a contenuti di qualità, e che questi deve pretendere e il giornalista deve dargli.**

E forse le aziende dovrebbero capire che fare un passo indietro, finanziando i giornali senza chiedere loro di snaturarsi, potrebbe essere una giusta via verso una comunicazione più pulita.

Il digitale sarà questa nuova via? Lo scopriremo nei prossimi anni.

Anna Prandoni