

Il cibo come fede



Non crediamo in bio: forse è stato questo titolo a turbare e a scatenare reazioni al nostro articolo sul biologico (vedi a pag. 63). Bene, non era né casuale né scelto con leggerezza. Era anzi volutamente provocatorio per far riflettere - e magari discutere, come è avvenuto - su quello che è il nuovo approccio al cibo, quasi un credo, una religione. Il cibo è legato alla nostra visione del mondo, ai nostri valori, ma anche a paure profonde. E in un mondo che si fa sempre più minaccioso, anche decidere che cosa mangiare è diventato motivo di ansia. Si cerca qualcosa di rassicurante, che ci metta in pace con noi stessi, forse anche di salvifico. E nel biologico spesso si trova sicurezza, per la propria salute, ma anche per la propria coscienza. I presupposti di alcuni regimi alimentari sono non solo condivisibili, ma devono essere al centro di battaglie su cui tutti dovremmo impegnarci, come la salvaguardia della natura, il rispetto degli animali, i diritti dei lavoratori, l'attenzione alla salute. Il problema sta nel fatto che certe adesioni fideistiche rischiano di diventare vere ossessioni, come quella per il bio o per il veganesimo (vedi a pag. 25), che a volte sfociano in forme di integralismo. Allo stesso modo, certe ansie per la forma fisica o la magrezza sono placate con perniciose soluzioni pseudosalutistiche che stanno inducendo sempre più persone ad adottare regimi alimentari insensati, punitivi e carenti dal punto di vista nutrizionale: latte e derivati, glutine, carboidrati sono diventati il demone, incubi allergenici da cui sfuggire. Il rischio è cadere in fobie o nuove forme di disturbi alimentari, come l'ortoressia, il terrore di introdurre nel nostro corpo qualcosa di impuro. La verità è che dietro la buona fede di chi ci crede, ci sono mercati globali milionari che prosperano. E il cibo convenzionale - di cui si nutre la maggioranza delle persone, che ha pur sempre diritto a mangiar sano - non è per forza il demone. La crescente richiesta di alimenti biologici crea grandi occasioni di business: non sono tutti campi di grano, fattorie e caprette sull'erba, come vuole l'immaginario, e anche molte multinazionali dell'alimentare o catene di distribuzione sono entrate in questo fiorente mercato. Fare informazione indipendente è anche questo: vedere le cose con occhio obiettivo e su basi scientifiche e razionali. Saper sfidare l'impopolarità, non essere accondiscendenti solo per non urtare qualche sensibilità. Altrimenti, il mondo è pieno di siti e riviste di cucina e di salute che vi raccontano quello che volete sentirvi dire, per poi comprare contenti quello che altri decidono che compriate.

Rosanna Massarenti
Direttore