



Dalla polenta al fast food. Un viaggio di mezzo secolo

«...che bella pancia grossa che avete, Orco!». Con queste parole, in una delle versioni della celebre fiaba di Perrault, il Gatto con gli stivali inganna, adulandolo, il suo rivale.

In questa frase può riassumersi il viaggio alimentare degli italiani nella seconda metà del Novecento, dalle privazioni all'opulenza ma anche, per certi versi, dalla moderazione per forza alla moderazione per scelta: come in buona parte del mondo occidentale, si è passati dal timore della privazione alla paura dell'eccesso.

La sceneggiatura della favola risale agli anni Sessanta: appare quindi in tutta la sua evidenza l'interpretazione del valore della pancia, vale a dire di una nutrizione completa, comoda ed abbondante. Il gatto si complimenta per la capienza del ventre, ma lo fa nei confronti di un essere ignorante e malvagio: la pancia grossa può ancora essere un complimento, ma che affascina ormai più i cattivi che i buoni.

Non a caso, quella corsa verso l'abbondanza, che aveva trovato lo spunto decisivo nel secondo dopoguerra, giovandosi di un benessere economico generalizzato grazie al quale anche lo stomaco poteva godere di qualche soddisfazione, cominciava a rallentare proprio sul finire degli anni Sessanta.

Il "miracolo economico"

Le terribili privazioni del tempo di guerra si erano innestate su una base che, sebbene la successiva rivalutazione di una indefinita "tradizione" si affanni a dimostrare il contrario, non rappresentava certo uno standard di abbondanza, varietà e genuinità. Fino agli anni Cinquanta, se si escludono i casi particolari costituiti da alcuni

gruppi sociali in qualche grande città, il cibo era una preoccupazione notevole, la sua abbondanza ancora un sogno, la sua varietà un raro privilegio, la sua genuinità un concetto di scarso significato.

Nel periodo del "miracolo economico" apparvero modelli che costituiscono una rottura con i modi di vita precedenti: massiccia urbanizzazione e industrializzazione, mobilità geografica e

sociale, affermazione degli usi e costumi urbani, massificazione dei bisogni e dei desideri, sempre più favorita dal perfezionamento delle comunicazioni e telecomunicazioni, aumento del reddito, crescita d'importanza dei giovani e del ceto medio (e del loro "mercato"). Questa situazione portò effettivamente ad un rapido aumento dei consumi in generale; per quelli alimentari, in particolare, esso interessò sia la quantità

(Foto Govoni)



Consumi alimentari

(Foto Riccioni)

(soldi spesi e calorie ingerite) che la qualità (aumento dell'incidenza della quota di nutrienti più pregiati).

In circa vent'anni, mentre rimase costante o addirittura in calo il consumo di cereali, legumi, frutta secca, lardo, tutti cibi con forti connotazioni di povertà, si assistè all'impennata dei consumi di alimenti animali: assegnando l'indice 100 ai consumi del 1951, nel 1971 si arriva a 299 per la carne bovina, 355 per quella suina, 894 per il pollame, 155 per le uova, 146 per il latte, 178 per i formaggi.

Parallelamente, crebbe il consumo di prodotti industriali, probabilmente proprio grazie alla loro modernità e alle caratteristiche innovative di standardizzazione e controllo del processo produttivo: olio di semi, olio d'oliva, zucchero, conobbero aumenti notevoli, mentre cominciarono a farsi notare i nuovi arrivati, come gelati e snack.

Il primo spartiacque

Questa corsa al consumismo più sfrenato rallentò all'epoca delle contestazioni giovanili ed operaie e della crisi energetica, fenomeni che costituirono sia la causa che il sintomo di un approccio diverso al gesto del consumare, non più azione fine a se stessa, come simbolo dello stato di "arrivato", ma comprensiva di significati meno immediati.

In quel periodo si appanna l'ottimismo del progresso. Naturalmente, anche chi contestava il consumismo raramente riusciva ad evitarne le trappole, finendo spesso per affermare nuovi comportamenti di consumo e modelli d'acquisto, solo in apparenza anticonsumistici, più che sconfiggerne le logiche.

L'alimentazione venne direttamente investita da questa rivoluzione, con la demonizzazione dei prodotti trasformati e conservati a livello industriale e delle nuove abitudini dietetiche, la rivalutazione dei vecchi modelli e comportamenti alimentari, la comparsa di un'esigenza di maggiore rassicurazione/informazione alimentare. Sul finire degli anni Settanta e nei primi anni Ottanta si affermano poi temi precisi: la rivalutazione della cosiddetta dieta mediterranea, il grande bando verso gli additivi, il mito della *fitness*, la questione delle sofisticazioni alimentari e della contaminazione indiretta degli alimenti



con pesticidi, metalli pesanti e veleni di vario genere.

Si afferma il consumo di frutta fresca ed esplose quello degli agrumi, mentre non conosce soste quello delle carni bianche: il pollame raggiunge negli anni Ottanta l'indice 1144, e crescerà ancora. Ma il dato più caratteristico di questa epoca è il crollo del consumo di vino (in precedenza abbastanza stazionario) la cui immagine viene minata anche dalle notizie di clamorose frodi. Al suo posto, gli italiani bevono bibite e birra, trasportando sul piano alimentare l'affermarsi di una cultura che richiede produttività ed efficienza estreme e mal si concilia con un prodotto che, a parte le peculiarità nutrizionali e conviviali, non sembra favorire quei pregi, né appare adeguato alla progressiva destrutturazione dei pasti tradizionali.

Le calorie del Duemila

La condizione attuale è ancora diversa. Le pratiche di consumo alimentare, che ciascun individuo può intendere come assolutamente personali, risentono delle nuove priorità che "l'uomo del terzo millennio" va fissando. Il tempo e la cura dedicati all'alimentazione si riducono, i requisiti fondamentali degli alimenti cambiano, e tutto viene filtrato da due fenomeni: destrutturazione e frammentazione.

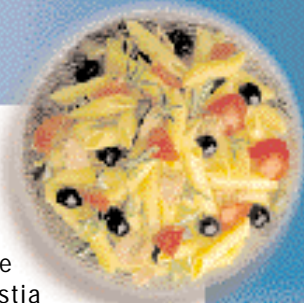
La prima contraddistingue ormai l'accesso all'alimentazione. Il pasto non è più un momento santificato alla riunione di genitori e figli attorno al de-

sco familiare, ma una pratica che si adempie con rapidità, senza riti, nelle mense aziendali, nei bar, nei *fast food*; il residuo di autorevolezza che rimane al pasto familiare serale viene minato dalla frequenza dei fuori pasto e dei cosiddetti contatti alimentari.

L'uomo del Duemila è un estraneo assoluto per quello del dopoguerra, ed è completamente diverso il suo approccio al cibo. Prima si mangiava senza patemi dello stomaco: la tradizione, la famiglia, la società, avevano già deciso per noi. Oggi si è costretti a scegliere, cioè ad assumere criteri di valutazione e di selezione degli apporti nutritivi, anche grazie ad un generalizzato aumento di attenzione (sebbene non di approfondimento) sull'argomento. Questo comprende però anche la difficoltà di doversi orientare fra numerosi messaggi spesso contraddittori.

La frammentazione, poi, avanza: la popolazione italiana è ormai stata divisa in svariate tipologie, con riferimento all'atteggiamento nei confronti del consumo, compreso il consumo alimentare. La segmentazione dell'offerta alimentare dimostra che il mondo della produzione agroindustriale, e soprattutto della distribuzione, hanno ben compreso quale sia l'orientamento del mercato. Purtroppo, però, la libertà di scelta è solo virtuale ed assume i tristi contorni dell'omologazione.

In ogni caso, il consumo di alcuni generi alimentari appare stabile ed inattaccabile: ortaggi, agrumi, frutta fresca sono la prima linea del fronte "salutista"; ad essi danno man forte le



carni bianche, il pesce, le acque minerali. Pienamente al passo con i tempi, poi, sono i consumi di ogni tipo di alimenti che richiamano a preparazioni storicamente fissate, come i prodotti tipici, o che riescano a giovare di espliciti e condivisibili richiami alla tradizione, con le varie e suggestive denominazioni che li contraddistinguono.

Il consumo di prodotti cosiddetti "di qualità" è anche indice della possibilità di selezionare i propri alimenti; sarebbe forse il caso di chiedersi per quanti, al di là del dato medio, esista oggi questa possibilità, e quale sia invece il potere della "controparte"; del cibo omologato, senza gusto né genuinità, di costo e prezzo ben più bassi, ma questa è un'altra storia.

La resistibile ascesa degli hamburger

La destrutturazione dei pasti è, secondo più opinioni, una delle cause fondamentali del successo del *fast*

food. In qualche misura ne costituisce invece l'effetto, poiché non c'è dubbio che quel fenomeno che un sociologo statunitense, George Ritzer, ha definito "McDonaldizzazione", cioè il processo col quale i principi della ristorazione *fast food* vanno imponendosi sempre più in un numero crescente di settori della società americana e del resto del mondo, non ha subito ma ha anche influenzato le trasformazioni sociali, economiche, politiche.

Da questo punto di vista, l'Italia non può ritenersi un caso a parte, sebbene la difesa della solida fama di culla della gastronomia suggerisca di considerarci immuni da ogni condizionamento dal punto di vista alimentare: un'idea vana, considerando soprattutto che la gastronomia è proprio il risultato di continue contaminazioni ed influenze culturali.

Per arginare lo strapotere dei cibi senza cultura e senza età, per tentare di mantenere una sorta di "biodiversità" alimentare, l'unico mezzo sembra la

conoscenza, il comprendere cioè quando e come si stia verificando una reciproca influenza culturale e quando, invece, si stia compiendo una brutale colonizzazione.

L'obiettivo è lontano e difficile da conseguire, ma l'omologazione del gusto non può essere sconfitta altrimenti: bisogna avere il coraggio di chiedersi cosa sta dietro alle cose, di non difendere gratuitamente una tradizione debole, ma nemmeno di lasciare ad una catena di *fast food* e ai suoi concorrenti la responsabilità di decidere il nostro menu.

Tanto per cominciare, ci si potrebbe chiedere perché l'Istituto nazionale della nutrizione sia apparso in *partnership* con *Mc Donald's* e con altre aziende di settore nel presentare alcune pubblicazioni sull'educazione alimentare. La risposta sarebbe forse scontata; le prospettive future, meno. (a.v.) □