

MADE IN ITALY E CUCINA

«Attenersi ai dati veri sul cibo italiano»

Magagnoli: sull'agroalimentare stop ai sensazionalismi. Si lavora sulle situazioni reali passate e presenti

Il docente di Storia economica e dell'alimentazione sulle polemiche tra tradizione, alimenti a base di insetti e carne sintetica: «Troppo facile dire che la cucina italiana non esiste, ma non si può affidare il futuro solo ai prodotti tipici»

ANDREA ZAGHI

L'agroalimentare e la cucina italiana sono diventati come il calcio. D'altra parte, anche la filiera che porta ciò che mangiamo dai campi alle tavole vale un sacco di soldi oltre che qualche milione di posti di lavoro. Di mezzo, poi, ci sono ormai l'onore patrio, le tradizioni a rischio e la difesa all'ultimo coltello (e forchetta) di un patrimonio (reale) che solo l'Italia possiede. A patto che tutto si faccia per bene. Perché l'agroalimentare e la cucina italiana appaiono davvero preda di schieramenti, partiti, fazioni e ultras.

In ballo c'è un comparto che solo in termini di esportazioni ha oltrepassato un valore di 60 miliardi e che, guardando a tutta la complessa filiera, vale oltre 500 miliardi di euro. Un tesoro, dunque, che non può essere buttato all'aria dalle dichiarazioni facili. Così la pensano in molti, soprattutto in quelle aree dello Stivale dove l'agroalimentare ha fatto storia e ricchezza. È il caso di Parma e del suo territorio (che detiene una quota di tutto rispetto proprio nell'ambito delle prelibatezze nazionali), da cui arriva un appello ad essere tutti più seri. Così almeno dice Stefano Magagnoli, ordinario di Storia economica e di Storia dell'alimentazione nell'ateneo parmense, che affida ad *Avenire* un messaggio: «In tema di agroalimentare è arrivato il tempo di abbandonare i sensazionalismi e di evitare l'errore di decontestualizzare fatti e processi. La questione della cucina e dei prodotti tipici è molto complessa. C'è da tener conto del dato materiale delle ricette e delle tecniche colturali, ma anche di ciò che è legato all'heritage, ci sono le questioni delle identità e del marketing, gli aspetti culturali e storici. Non dimenticando peraltro l'uso politico della tradizione e dei gastronazionalismi. Senza dire del loro uso strumentale semplicemente per far accendere qualche riflettore su chi vuole apparire». Una situazione pericolosa, anche dal punto di vista dei mercati e dei consumatori. Che si trovano sempre più sbalottati tra dichiarazioni roboanti magari prive di fondamenti concreti. Ma quindi che fare? «È necessario - spiega Maga-

gnoli - lavorare sulle fonti, cioè sui dati veri, sulle situazioni reali passate e presenti. Troppo facile dire che la cucina italiana non esiste e basta. Ed è altrettanto troppo facile affidare il futuro dell'economia agroalimentare solo ai prodotti tipici. In altri termini, tra i due estremi c'è un mondo. Di idee, ragionamenti e riflessioni. Siamo tutti liberi di pensare e dire ciò che riteniamo. Ma tecnici e studiosi a questa assoluta libertà devono aggiungere una altrettanto assoluta responsabilità». Magagnoli poi aggiunge: «Credo che si debba ragionare criticamente sugli eccessi di uno storytelling che legge il passato in modo semplicistico e romantico come se fosse una pubblicità in bianco e nero. Ma di lì a negare l'esistenza assoluta della tradizione in sé e per sé ce ne corre». Facile, insomma, fare dichiarazioni contro i vini italiani, oppure pro o contro gli alimenti a base di insetti, e ancora difendere a spada tratta la carne sintetica così come sostenere la necessità di mangiare solo alcuni cibi e non altri, tutto senza avere (e senza dare) informazioni corrette. «Come studioso - sottolinea Magagnoli -, io non giudico se, ad esempio, un formaggio DOP ha più dignità di un hamburger vegetale oppure di un biscotto con farina di grillo. Io devo capire come questa dignità si costruisce, sulla base di quali motivazioni storiche, tecniche e sociali. E devo essere in grado di spiegarlo». Equilibrio, dunque, unito a quella corretta informazione che alla fine è la miglior difesa per l'agroalimentare nazionale. Che significa avere meno allenatori che parlano e più tecnici che spiegano.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3041 - L.1979 - T.1979



Superficie 18 %