

PER MANGIARE RESPONSABILMENTE

Un atto d'accusa del 'profeta' dell'America rurale alla specializzazione alimentare di produttori e consumatori, un appello – con 'istruzioni per l'uso' – al mangiare responsabile che è innanzitutto un atto d'amore per la democrazia e la libertà: 'Un motivo per nutrirsi in modo responsabile è vivere liberi'.

WENDELL BERRY

Spesso, al termine di una mia conferenza sul declino dell'agricoltura e della vita rurale in America, qualcuno nel pubblico mi ha chiesto: «Cosa può fare la gente di città?».

«Mangiare in modo responsabile», rispondevo solitamente. Naturalmente ho cercato di spiegare cosa intendessi dire con questo, ma ho sempre avvertito la sensazione che ci fosse da dire più di quanto non fossi riuscito a fare. Adesso vorrei provare a spiegarmi meglio.

Inizio con l'affermare che mangiare è un atto attinente all'agricoltura. Mangiando concludiamo lo spettacolo annuale dell'economia alimentare iniziato con la semina e la nascita delle piante. Gran parte della popolazione però, pur mangiando, non è più consapevole di questa verità. Forse le persone pensano il cibo come un prodotto agricolo, ma non pensano se stesse in quanto partecipi dell'agricoltura. Pensano se stesse come «consumatori». Se pensano al di là di questo, riconoscono di essere consumatori passivi. Acquistano ciò che vogliono – o ciò che sono state convinte di volere – nei limiti di ciò che possono riuscire a procurarsi. Pagano, quasi sempre senza protestare, il prezzo che viene loro richiesto. E ignorano in larga misura determinate domande cruciali sulla qualità e il costo di ciò che viene loro venduto. Quanto è fresco un prodotto? Quanto è puro o pulito, in che misura è privo di pericolose sostanze chimiche? Da quale distanza è stato trasportato, e quanto ha inciso il trasporto sul suo costo? Quanto hanno inciso sul costo la produzione, il confezionamento o la pubblicità? Quando esso è stato prodotto, «lavorato» o «precotto», in che modo queste cose hanno inciso sulla qualità, sul prezzo o sul valore nutritivo?

Gran parte della popolazione urbana che si reca a fare la spesa vi dirà che il cibo è prodotto nelle aziende agricole. Ma molte di que-

non conoscono né immaginano finché non appare sullo scaffale del droghiere o sulla tavola.

La specializzazione della produzione induce la specializzazione del consumo. Gli spettatori dell'industria del divertimento, ad esempio, si divertono sempre di meno e dipendono sempre più passivamente da chi rifornisce il mercato. Questo è certamente vero anche per i clienti dell'industria alimentare, che sono andati trasformandosi sempre di più in *meri* consumatori: passivi, acritici e dipendenti. Davvero, possiamo dire che questo tipo di consumo è uno dei grandi obiettivi della produzione industriale. Gli industriali del settore alimentare hanno ormai convinto milioni di consumatori a preferire gli alimenti già pronti. Loro coltivano, raccolgono e cuociono il cibo al posto vostro e (proprio come vostra madre) vi chiedono di mangiarlo. Se non si offrono ancora di inserirvelo in bocca premasticato, è solo perché non hanno trovato un modo per farlo traendone un profitto. Possiamo stare sicuri che sarebbero ben contenti di trovare un simile modo. Per l'industria alimentare, il consumatore ideale dovrebbe essere legato al tavolo con un tubo che dalla fabbrica gli entri direttamente nello stomaco.

Forse esagero, ma non di molto. Il consumatore dell'industria alimentare è, in effetti, una persona che non sa che mangiare è un atto agricolo, che non sa o non immagina più le relazioni tra l'alimentazione e la terra, e che perciò è inevitabilmente passivo e acritico. Quando nella mente delle persone il cibo non è più associato al lavoro agricolo e alla terra, allora queste soffrono di una sorta di amnesia culturale che è fuorviante e pericolosa. La versione attuale della «casa dei sogni» del futuro prevede la possibilità di fare la spesa «senza sforzo» da un elenco di beni disponibili su un monitor televisivo e di riscaldare il cibo precotto con un telecomando. Naturalmente questo implica, e dipende da, una perfetta ignoranza della storia del cibo che viene consumato. Richiede che i cittadini rinuncino alla loro ereditaria avversione, dettata dal buon senso, per gli acquisti a scatola chiusa. Aspira a rendere la vendita a scatola chiusa un'attività stimabile e *glamour*. In questa casa dei sogni, il sognatore o la sognatrice non dovranno sapere niente circa il tipo o la qualità degli alimenti, sulla loro provenienza, su come siano stati prodotti e preparati o quali ingredienti, additivi e residui contengano – cioè, a meno che non intraprendano uno studio approfondito e costante dell'industria alimentare, nel

bo e un'etica del cibo, nessuna delle quali è dissociata dalla politica. Come il sesso nell'industria del sesso, la nutrizione nell'industria alimentare è diventata qualcosa di degradato, povero, miserabile. Le nostre cucine e gli altri luoghi dove si mangia assomigliano sempre di più a stazioni di rifornimento, così come le nostre case assomigliano sempre di più a motel. «La vita non è molto interessante», sembriamo pensare. «Facciamo in modo che le sue soddisfazioni siano minime, superficiali, frettolose». Consumiamo i nostri pasti di fretta per andare al lavoro e lavoriamo di fretta per «ricrearci» la sera, nei week-end e in vacanza. E poi, durante il tempo libero, facciamo tutto di corsa con la maggiore velocità, il maggior rumore e la maggiore violenza possibili – per che cosa? Per mangiare il miliardesimo hamburger in qualche fast food impegnato a migliorare la «qualità» della nostra vita? E tutto questo lo facciamo in un oblio considerevole delle cause e degli effetti, delle possibilità e degli scopi della vita del corpo in questo mondo. Questo oblio lo si può trovare rappresentato nella purezza verginale delle pubblicità dell'industria alimentare, in cui il cibo è truccato tanto quanto gli attori. Se facessimo derivare tutta la nostra conoscenza dei vari alimenti da queste pubblicità (così come alcuni presumibilmente fanno), non sapremmo che essi un tempo sono stati creature viventi, o che provengono tutti dal terreno, o che sono stati prodotti con il lavoro. Il consumatore passivo americano, seduto davanti a un pasto preconfezionato o «fast food», ha di fronte a sé un vassoio ricoperto da sostanze inerti e anonime che sono state trattate, colorate, impanate, condite con salse o intingoli. macinate, passate, filtrate, mescolate, abbellite, disinfettate fino a non assomigliare più a una qualunque parte di una qualunque creatura mai vissuta. I prodotti della natura e dell'agricoltura sono stati trasformati, con tutta evidenza, in prodotti industriali. Sia il consumatore che il consumato sono così in esilio dalla realtà biologica. E il risultato è una sorta di solitudine senza precedenti nell'esperienza umana, in cui mentre mangiamo possiamo pensare il mangiare dapprima come una transazione puramente commer-