



MANGIO ERGO SUM

**L'ALIMENTAZIONE È UN VALORE, UNO STILE DI VITA, UNA FILOSOFIA.
MA COSA C'È DIETRO IL CIBO CHE SI FA DIFENSORE DELL'AMBIENTE?**

SOSTENIBILITÀ

PODCAST

VINO

FESTIVAL

SAPORI

CIBO

DCA

TIKTOK

TRADIZIONI

IL FUTURO DELL'AGROALIMENTARE // 04

FAME BLU: IL DISAGIO DEGLI ADOLESCENTI // 08

GLI ALCOLI DANNOSI COME LE SIGARETTE // 10

QUANDO IL SOCIAL È MALATTIA // 12

SAPORI DA SENTIRE CON LE CUFFIE // 13

VIAGGIARE CON LE RICETTE DI "ZAMMÙ" // 14

Periodico della Scuola di Giornalismo
dell'Università Cattolica - Almed © 2009
www.mazine.it

amministrazione

Università Cattolica del Sacro Cuore
largo Gemelli, 1 | 20123 - Milano
tel. 0272342802
fax 0272342881
magzinemagazine@gmail.com

Autorizzazione del Tribunale
di Milano n. 81 del 20 febbraio 2009

direttore

Laura Silvia Battaglia

coordinatore

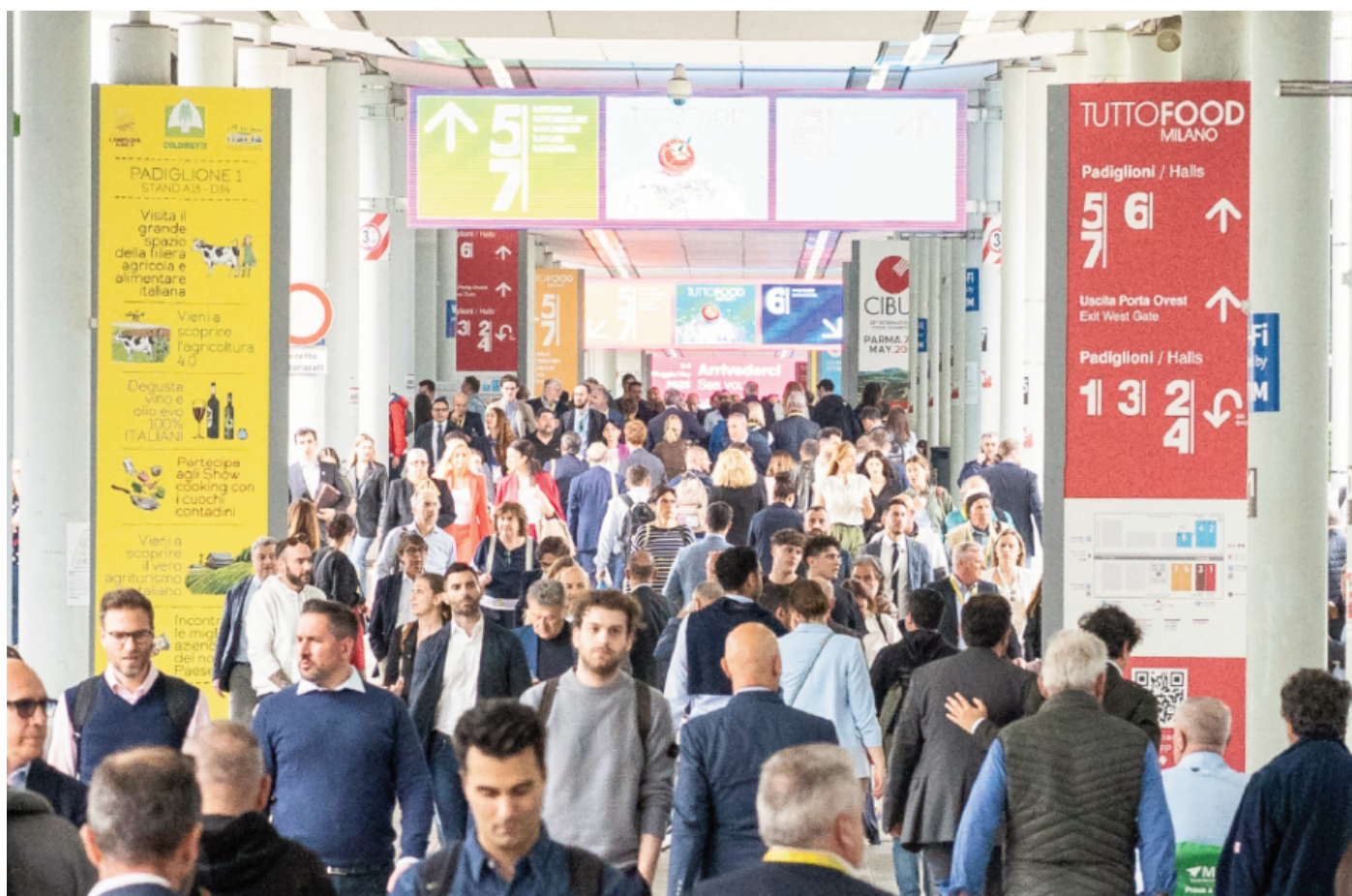
Elisa Conselvan

redazione

Lorenzo Aprile, Francesca Arcai, Lavinia Beni, Daniela Bilanzuoli, Eleonora Bufoli, Lorenzo Buonarosa, Rachele Callegari, Filippo Jacopo Carpani, Lorenzo Cascini, Giorgio Colombo, Maria Colonnelli, Giovanni Corzani, Eugenia Cecilia Durastante, Federica Farina, Sara Fisichella, Selena Frasson, Matteo Galiè, Niccolò Longo, Andrea Miniutti, Lorenzo Mozzaja, Fabio Pellaco, Riccardo Piccolo, Aurora Ricciarelli, Ludovica Rossi, Melissa Scotto Di Mase, Alessandro Stella, Bianca Terzoni, Christian Valla, Sofia Valente, Samuele Valori



www.mazine.it



TUTTOFOOD: TORNA LA FESTA DEL CIBO TRA INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ

di LAVINIA BENI e CHRISTIAN VALLA

Milano ospita la kermesse del gusto: oltre 2500 espositori provenienti da 45 Paesi. Tra le novità anche gli alimenti del futuro come la farina di grillo e la carne sintetica

Una manifestazione dedicata al settore agroalimentare: è questo TuttoFood, un'occasione per gli amanti del gusto che è durata per quattro giorni a Milano, a Rho Fiera. Sostenibilità, innovazione e internazionalizzazione sono solo alcune delle parole chiave che hanno caratterizzato la manifestazione. Quest'anno ci sono stati numeri importanti: oltre 2500 espositori, provenienti da quarantacinque Paesi del mondo. Per un totale di sette padiglioni. TuttoFood è un punto di riferimento per i produttori e i distributori di qualità dell'intera filiera del food and beverage.

Novità di questa edizione 2023: Taste Arena, un luogo in cui incontrare i grandi protagonisti della cucina italiana alla scoperta dei gusti e sapori nazionali e internazionali

e assistere a numerosi cooking show. Non sono mancate le opportunità per parlare di sostenibilità a trecentosessantasei gradi. Francesca Milano, commercial sustainability manager di "ClimatePartner" (azienda che aiuta i loro clienti a calcolare e a ridurre le emissioni di carbonio e li supporta nel finanziare progetti per il clima) e Margherita Foglia, brand manager di "Pastificio dei Campi", hanno raccontato il loro modo di intendere il settore agroalimentare.

Secondo Francesca la filiera è un lungo percorso: "Inizia nel dettero e finisce nel carrello e nei piatti degli italiani. Le emissioni ci sono e sono soprattutto riguardo l'utilizzo della terra. Alcune coltivazioni hanno un particolare rilascio di metano. E poi ci sono gli allevamenti intensivi. C'è bisogno di innovazione e di nuove tecnologie". Francesca

Milano sostiene che la filiera italiana è importante ed è giusto che continui a mantenere un livello di leadership, tuttavia “credo che questa leadership, per essere mantenuta, debba muoversi di pari passo con la sostenibilità. È giusto che l'Italia si muova, perché essere un leader soprattutto all'estero, richiederà sempre di più i principi della sostenibilità. Credo che le aziende si stiano muovendo molto più rapidamente dei governi. Sono ottimista: ci sono imprenditori molto illuminati”.

Per quanto riguarda i “cibi del futuro”, come la carne sintetica e la farina di grillo Francesca pensa che in questo caso l'innovazione e la tecnologia si stiano muovendo per risolvere il problema della sovrappopolazione mondiale. “In un contesto internazionale, dal quale non possiamo prescindere, dobbiamo iniziare a cercare alternative possibili ai classici cibi. Magari l'alternativa di per sé può non essere giusta, può aprire a nuove idee e formule. Inoltre, vale la pena valutarli. D'altronde bisogna trovare ingredienti che possano impattare di meno”.

La commercial sustainability manager di “ClimatePartner” pone l'accento anche su una questione che spesso viene ignorata: nei Paesi in via di sviluppo, molte persone utilizzano un metodo di cottura molto “artigianale”: cuociono all'aria aperta, bruciando legna o

benzina. Questo non è solo impattante per l'ambiente ma anche per la loro salute. “Quello che noi proponiamo, attraverso i nostri progetti di compensazione, è di creare un'alternativa più pulita per cucinare a queste persone”. Il progetto si chiama “Fornelli Puliti”.

Margherita Foglia è la brand manager del “Pastificio dei Campi”, un'azienda che si occupa di produrre una pasta sostenibile, attraverso la cura del grano che deve avere elevati valori nutritivi e che non deve essere intaccato da fertilizzanti chimici. “Una pasta si definisce sostenibile quando tutta la sua filiera (coltivazione della pianta di grano, rispetto del contadino, rispetto delle tecniche di produzione – essiccazione, trafilatura e stoccaggio – e distribuzione è rispettosa di ogni persona”.

Nel nostro caso del “Pastificio dei Campi”, l'azienda ha deciso di andare anche al di là della filiera agroalimentare in sé e hanno deciso di sposare sposato un progetto che si chiama “Green Future Project”: dopo la vendita vanno a devolvere una percentuale del fatturato per la piantumazione di alberi nella foresta del Madagascar. Così bilanciano le emissioni di CO2. “Per noi la sostenibilità non ha fine”. Ma quanto costa essere sostenibili? “Tanto. Per le aziende ha un costo notevole. Si dice dalle mie parti, però, che il risparmio non è mai guadagno.



#Copertina

Tutto quello che si fa ci tornerà sempre indietro. Io ho figli e tutto quello che investo oggi io so che tornerà indietro a loro. Non bisogna mai avere paura di investire sulla sostenibilità e di investire sul miglioramento". L'alimentazione e la sostenibilità sono due temi strettamente legati, poiché le nostre scelte alimentari possono avere un impatto significativo sull'ambiente. Due dei nuovi prodotti che stanno emergendo nel contesto della sostenibilità alimentare sono la farina di grillo e la carne sintetica.

Ma anche tarme, grilli, chiocchie e molto altro: l'alimentazione sostenibile di domani si affaccia già oggi con una serie di piccole realtà che, in tutta Italia, stanno costruendo un nuovo senso comune. Lo scenario attuale, infatti, non promette nulla di buono per le nostre abitudini alimentari: lo spettro della guerra in Ucraina e di una crisi dell'approvvigionamento di cibo incombe su una situazione già resa complessa dai cambiamenti climatici e dalla scarsità di risorse. Il tutto si accompagna a previsioni circa l'incremento demografico che contano, entro il 2050, fino a 10 miliardi di persone. Persone cui garantire un'alimentazione, rivoluzionando abitudini e offrendo loro cibo sano e nutriente ma anche sostenibile.

Giovanna Parmigiani, della giunta nazionale di Confagricoltura, ha ricordato che l'Autorità europea per la sicurezza alimentare (Efsa) ha già dato il via libera alle farine prodotte dagli insetti, identificati come una fonte

sostenibile di proteine per la popolazione in crescita. "La crisi ucraina – ha commentato – ha messo in evidenza problemi già esistenti come quello dell'autosufficienza alimentare. Tutte le innovazioni sono preziose alleate e hanno una strategia per affrontare la complessa situazione in cui siamo, oltre che un potenziale enorme per la crescita sostenibile del Paese".

Un'alimentazione basata sugli insetti desta, del resto, perplessità e diffidenza, specie in un Paese come il nostro, che con la dieta mediterranea fa dell'alimentazione non soltanto "un fatto nutrizionale ma una questione culturale", ma "va tenuto presente che l'80% degli altri paesi consuma già proteine derivate dagli insetti, accessibili e sostenibili, valida alternativa a quelle derivanti da carne e pesce".

Proprio in questa direzione, ha raccontato Parmigiani, esiste già un regime di disciplinamento e regolamentazione del trattamento, commercializzazione e il consumo di questi prodotti, allo scopo di costruire un'alimentazione sostenibile. Già oggi 6.000 tonnellate di proteine sono derivate dagli insetti, le previsioni per il 2024 ritengono che si potrà arrivare a 710 milioni di dollari e 3 milioni di tonnellate di farina.

Nel nostro Paese la direzione è già intrapresa da diverse piccole realtà. Alia Insect Farm è una start up innovativa di Milano che ha deciso di investire sui grilli. La costruzione di un quadro di alimentazione sostenibile, secondo la fondatrice Carlotta Totaro Fila, non può prescindere da





quelli che, ha dichiarato, sono “l’alter ego terrestre dei gamberetti”. “La cultura alimentare dei popoli – ha spiegato – è il risultato di abitudini alimentari che si tramandano da secoli. Da noi adesso proviamo disgusto, ma in passato anche alle nostre latitudini gli insetti erano ritenuti prelibatezza e utilizzati per come fonte di energia e forza per sostenere, ad esempio, i gladiatori durante l’Impero Romano”.

Le proprietà nutrizionali sono indubbie, sono un’ottima integrazione all’alimentazione perché forniscono carne proteica sostenibile. “100 grammi di polvere di grillo – ha spiegato Totaro Fila – possono contenere fino al 60% di proteine, ma contengono anche fibre, grassi buoni, minerali come ferro e calcio, e vitamine del gruppo B”. Allevare grilli, del resto, abbassa notevolmente l’impatto ambientale: non ci sono emissioni di gas serra, non c’è bisogno di troppo spazio, e la resa è maggiore di quella della carne ovina o bovina.

Torna anche il tema della circolarità: “del grillo – ha spiegato la startupper – non si butta via niente”. Gli stessi escrementi di questi insetti sono infatti tra i concimi naturali più efficienti e salutari per suoli e piante. Rispetto al piano delle autorizzazioni, specifica, non esiste in Italia un piano di regolamentazione se non per la farina derivata dalle tarme.

La normativa di riferimento è al momento quella europea sui novel food, che ha imposto per il consumo di questi animali – che prima del 1997 non era normato – la

necessità di presentare un dossier scientifico di sicurezza che illustri come vengono allevati, processati e commercializzati. Si tratta di un processo molto lungo, che però secondo Totaro Fila “lascia il consumatore certo del fatto che un prodotto di questo tipo ha i più alti standard di igiene e sicurezza come l’altra alimentazione animale”. C’è chi invece ha deciso di rendere il passaggio più graduale, come Lorenzo Sallustio, cofondatore di MolHelix, una start up agricola in cui si allevano chiocciole. L’idea è nata insieme a Marco Di Cristofaro: i due erano ricercatori universitari e si occupavano di strategie di sviluppo sostenibile dei territori marginali, a partire dallo sviluppo e dall’innovazione in agricoltura.

Hanno così ripreso l’idea di coltivare chiocciole, una vecchia tradizione e, nel dopoguerra, “fonte di proteine a bassissimo costo e facilmente reperibili in natura”, allo scopo di riscoprirne l’elevato valore nutritivo: le chiocciole sono infatti “ideali per problemi di colesterolo e glicemia, contengono meno del 2% di grassi insaturi, 12/13% di proteine, sono praticamente paragonabili alla sogliola ma più sostenibili”. Anche in questo caso si tratta di un cibo a elevato rendimento.

L’approccio di MolHelix vuole essere circolare, anzi “elicoidale”. I due fondatori hanno infatti statuito un protocollo d’intesa con la gdo di Campobasso e recuperano settimanalmente gli scarti dei reparti ortofrutticoli; utilizzandoli per nutrire le chiocciole, trasformano i rifiuti in nuove proteine.

PIÙ LEGGERE DELL'OMBRA: STORIE DI CHI LOTTA CONTRO IL DISTURBO ALIMENTARE

di FEDERICA FARINA e SELENA FRASSON

In Italia i decessi da Dca sono 4mila l'anno e il 70% tra i pazienti è adolescente. Ma si può guarire: per curare queste malattie è necessario un approccio integrato

o il cibo lo dovevo guardare. Lo guardavo, lo sentivo in bocca, ma dicevo no, e vincevo". Sono parole, sono storie, sono persone che hanno conosciuto la sofferenza che si nasconde dietro a un disturbo alimentare. In Italia sono quasi quattro milioni le persone che soffrono di un disturbo alimentare, malattie che non fanno distinzioni: al di là dello stereotipo per cui i disturbi alimentari si manifestano solo nelle donne, in Italia il 20% dei casi diagnosticati è tra gli uomini. Sono soprattutto giovani che raccontano a fatica la loro malattia, impauriti dai pregiudizi, vivono un dolore sommerso.

Secondo i dati diffusi dal ministero della Salute il 70% dei pazienti affetti da DCA è costituito da adolescenti: dopo la pandemia l'età media di insorgenza si è drasticamente abbassata, con un picco tra i giovanissimi e un aumento dei casi registrati superiore al 30%. Si chiamano disturbi, ma sono malattie che, secondo l'Organizzazione mondiale della sanità, rappresentano la seconda causa di morte (dopo gli incidenti stradali) con circa 4 mila decessi all'anno per le persone nella fascia

d'età tra i 12 e i 25 anni. "Io vedevo le emozioni, a volte riuscivo anche a fingere, ma il mio cuore era congelato e quello che sentivo era solo un profondo senso di inadeguatezza". Anestetizzati, apatici, terrorizzati dall'idea di essere separati dall'unica cosa che mentre li divora li fa sentire protetti, la malattia. Quando lo stomaco è vuoto la mente si espande, ti senti forte, resisti, non ti vedi, non vuoi cambiare, hai un solo obiettivo, raggiungere quello che per te rappresenta la perfezione: un concetto, un'idea, un numero sulla bilancia che, però, non sarà mai abbastanza piccolo.

Anoressia, bulimia, binge eating e non solo: negli ultimi anni sono comparse nuove patologie riconosciute e classificate nel DSM-5 (Manuale Diagnostico Statistico dei Disturbi Mentali). Parliamo di ortoressia, per esempio, un disturbo caratterizzato dall'ossessione per il cibo ritenuto "sano"; la vigoressia, legata all'immagine corporea, colpisce più gli uomini e si traduce in interminabili sessioni di allenamento in palestra, a un regime dietetico maniacale; l'anoressia alcolica, più comunemente detta drunkoressia, che si riferisce alla limitazione da





cibo compensata da un abuso di sostanze alcoliche; e ancora, l'anoressia atletica, ovvero, la repentina perdita di peso attraverso una dieta ferrea collegata a un serrato allenamento fisico, con l'obiettivo di aumentare le prestazioni agonistiche. È uno dei disturbi più diffusi, ma anche meno presi in considerazione. Guarire, però, è possibile, il percorso assume tempi e modi diversi, perché ogni persona ha il proprio vuoto da affrontare. "Non parliamo semplicemente del vuoto dello stomaco – commenta Marco Muratori, medico psichiatra specializzato nel trattamento dei DCA – si tratta di un vuoto di senso che ai pazienti sembra impossibile colmare, è qualcosa che non riescono a estinguere, è una percezione che spesso cela una fame d'amore".

Per curare un disturbo del comportamento alimentare è necessario un approccio integrato: la magrezza, il controllo ossessivo per il cibo, l'alimentazione incontrollata sono sintomi; ma ad avere bisogno di nutrimento e di cure è innanzi tutto l'anima. "Qualcosa deve scattare – continua Muratori – il più delle volte sono i genitori che contattano lo specialista, perché si sentono impotenti di fronte al problema, assistono al cambiamento dei propri figli e non sanno come intervenire, però questo raramente porta alla formulazione di una domanda di cura da parte dei soggetti con il disturbo. Questa si presenta quando qualcosa, nel loro progetto, inizia a scricchiola-

re". A volte è un sintomo fisico, in altri un'esperienza, qualcosa che nasce da dentro e porta a chiedere aiuto. Secondo il progetto MA.NU.AL., dell'Istituto Superiore di Sanità, in Italia sono 107 i centri specializzati nel trattamento dei disturbi della nutrizione e dell'alimentazione. Equipe di medici e professionisti lavorano per fornire al paziente una risposta multidisciplinare: "da parte di noi clinici c'è una maggiore attenzione rispetto al fatto che il disturbo si inserisce all'interno di una struttura, di una soggettività. La persona va letta e interpretata insieme al suo disturbo, perché fa tutto parte di un unico discorso. Procedere per compartimenti stagni significa fare il gioco del disturbo".

Tempestività e adeguatezza che non sono sempre possibili, perché le cliniche sono distribuite a macchia di leopardo, e anche quando sono presenti accedere è difficile, dato che i centri sono oberati e le liste d'attesa diventano infinite. Ombre, tentacoli, mostri. Nei racconti delle persone che hanno sofferto di un disturbo alimentare, la malattia assume contorni differenti, ciò che li accomuna, però, è il senso di libertà e di rinascita che provano quando lasciano andare il proprio passato, la consapevolezza che potranno usare gli strumenti con cui hanno imparato a combattere, il coraggio di guardare le proprie cicatrici senza avere paura, perché infondo, dicono, "siamo anime affamate di vita".



VIA LIBERA PER L'ETICHETTA: IN EUROPA IL VINO SALE SUL BANCO DEGLI IMPUTATI

di CHRISTIAN VALLA

Per risolvere l'abuso di alcol, l'UE approva la legge che equipara il vino alle sigarette e sulle bottiglie compare la scritta "nuoce gravemente alla salute": l'Italia corre a ricorso

La possibilità che alcuni Paesi europei, come ha fatto l'Irlanda, equiparino il vino alle sigarette indicando sull'etichetta che «nuoce gravemente alla salute» ha innescato un meccanismo di non dialogo dividendo la platea tra chi inneggia al vino, arrivando a dire «che fa bene», e chi lo demonizza con una serie di sfumature scientifico-mediche. Così finiamo per dimenticarci il valore che il vino ha per la nostra economia, la nostra storia, la nostra cultura, per il rapporto con la nostra cucina, perdendo l'occasione per essere propositivi in una vicenda nella quale salire sulle barricate rischia di essere l'azione peggiore per far ascoltare la propria voce.

Esistono Paesi in Europa dove il consumo di alcolici è un problema enorme. In Irlanda si beve il triplo di birra e superalcolici rispetto alla media europea ed è vero che il vino invece è solamente il 25% della spesa in alcolici, ma è francamente inimmaginabile che un legislatore

possa arrivare a dire che birra e superalcolici fanno male mentre il vino si può bere liberamente. Anche perché, se una bottiglia di vino finisce nelle mani di un quindicenne che se la beve, in questo caso la cultura, il territorio e tutti i temi che ci sono cari vengono meno come pure il fondamentale elemento della convivialità. L'unico tema che resta sul tavolo è che quel ragazzo si sta avvelenando. E in Irlanda l'alcol è emergenza anche sotto i 13 anni.

Quindi non è una questione culturale o un attacco all'Italia, ma un problema interno. Pensare che quella scritta votata da Dublino possa diventare un problema per il nostro mercato vuol dire sottovalutare la qualità media del nostro consumatore, quello che nel mondo sceglie il vino italiano con un corretto posizionamento di qualità e di prezzo. Se invece una nostra bottiglia viene pagata meno di cinque euro e usata solo per stordirsi a una festa di liceali allora quel consumatore è meglio perderlo. Il via libera alla fatidica etichetta è arrivato dun-

que da Bruxelles: la norma è stata notificata a giugno da Dublino all'Europa, che, con il periodo di moratoria che è scaduto a fine dicembre 2022, ha confermato che le autorità nazionali possono adottare la legge. Il provvedimento può quindi entrare in vigore in Irlanda, che ne ha fatto richiesta. E si tratterebbe di un precedente che potrebbe spingere anche altri Paesi a fare lo stesso, soprattutto in quel Nord Europa segnato da un pesante consumo di alcol. Il tutto con il parere contrario di Italia, Francia, Spagna e altri sei membri dell'Unione, che hanno bollato l'iniziativa come una barriera al mercato interno.

I nove detrattori della legge, a giugno, avevano anche messo nero su bianco la loro opposizione, inviando un parere che evidenziava come l'eccezione irlandese discriminasse i produttori degli altri Paesi europei, costretti alla doppia etichetta. «Assurda la decisione dell'Irlanda di introdurre un'etichetta per tutte le bevande alcoliche, incluso il vino italiano. Nonostante la contrarietà del Parlamento europeo. Scelta che ignora la differenza tra consumo moderato e l'abuso di alcol. Chiederò l'intervento della Commissione Ue sul Wto, l'Organizzazione mondiale del commercio», ha scritto il ministro degli Esteri Antonio Tajani su Twitter.

Secondo Coldiretti si tratterebbe di un «attacco diretto all'Italia, principale produttore ed esportatore mondiale con oltre 14 miliardi di fatturato, di cui più della metà

all'estero». Federvini ha chiesto lo stop al «mutismo» dell'esecutivo Ue e fa appello al Governo «per studiare ogni azione possibile per osteggiare una norma che contrasta con il buon senso e la realtà». «Chi pensa che l'educazione alla sana alimentazione si faccia con etichette allarmistiche non solo sbaglia ma perpetua un approccio antiquato che dove è stato applicato ha sempre fallito», sottolinea Luigi Scordamaglia, consigliere delegato di Filiera Italia.

Questa è una partita che si gioca da molti anni su diversi tavoli: l'Organizzazione Mondiale della Sanità, per esempio, raccomanda da tempo l'adozione di etichette sanitarie. A Bruxelles, invece, i pareri sono discordanti. In un primo momento, infatti, la Commissione europea, nel 2021, aveva annunciato proposte per ridurre il «consumo dannoso» di alcol, tra cui proprio le avvertenze per la salute sulle bottiglie, come succede con il tabacco, nel suo piano contro il cancro.

Un anno più tardi l'iniziativa è atterrata a Strasburgo, dove l'Europarlamento dopo un dibattito lacerante ha frenato sul tema, dicendo sì a maggiori informazioni in etichetta per gli alcolici, senza però ritenere necessarie quelle sanitarie.

Ora, però, dopo aver ottenuto il via libera da Bruxelles, all'Irlanda non resta che attendere la decisione dell'Organizzazione Mondiale del Commercio. Ma le polemiche sembrano destinate ad accendersi sempre di più.



TIK TOK E DCA: L'ALGORITMO NON TUTELA LE PERSONE PIÙ DEBOLI E A RISCHIO

di RACHELE CALLEGARI



giovani e TikTok: un binomio sempre più ricco di contraddizioni. Se il social network è spesso veicolo di contenuti musicali e di intrattenimento, è altrettanto vero che offre anche contenuti che possono danneggiare gli utenti. Quello che accomuna i creator è la volontà

di guadagnare sempre più follower e quando postano contenuti con l'hashtag #Dca, la sigla che indica i disturbi del comportamento alimentare, il numero di seguaci aumenta in maniera vertiginosa, soprattutto nelle fasce under 15 e under 30. Si passa dallo slogan "sharing is caring" (condividere è prendersi cura), in riferimento all'aiuto che può arrivare dalla community con cui si condividono i problemi, fino a un vero e proprio business.

«Occorre essere un po' cinici e ricordare che l'algoritmo ha un'unica finalità, che è quella di aumentare l'audience a fini pubblicitari. I social non hanno scopi morali: consentono, è vero, di tenersi in contatto e di condividere anche emozioni con amici, parenti e conoscenti, ma devono finanziarsi e lo fanno attraverso le visualizzazioni. Quindi se un contenuto permette di aumentarle, lo proporranno in maniera massiccia. Questo spiega perché alcuni temi siano più seguiti di altri», spiega Andrea

Barchiesi, fondatore di Reputation Manager e tra i massimi esperti di analisi e gestione della reputazione digitale. L'algoritmo di TikTok, tuttavia, agisce spesso in maniera subdola anche nei confronti di chi cerca aiuto. Un esempio molto significativo è stato raccontato dal Wall Street Journal: è la storia di una 15enne americana che, dopo aver sofferto di disturbi del comportamento alimentare, ha modificato le impostazioni di TikTok per evitare di guardare video legati all'argomento. Nonostante abbia bloccato gli account di certi creator, scelto l'opzione "non interessata" per i video sui Dca e li abbia segnalati alla piattaforma, ha continuato a vederli. Perché? «Purtroppo manca un arbitro, un vero garante che, come accaduto nel campo della pubblicità, ad esempio in TV o sui giornali, intervenga in base a una normativa che, invece, al momento è assolutamente carente. Per questo è importante aumentare la consapevolezza in chi usa questi strumenti», continua l'esperto.

L'algoritmo, infatti, assegna ai contenuti una percentuale in base al tempo di visualizzazione da parte degli utenti: se si visualizza oltre il 25% di un contenuto, questo assume più importanza e ne saranno riproposti di analoghi. Lo stesso vale con like, commenti e post.





RECORD PER IL PODCAST “JUICE IT UP”, L’ENOGASTRONOMIA CHE DIVENTA SUONO

di LAVINIA BENI

Juice it up è un progetto editoriale che racconta, sotto forma di puntate podcast, il mondo dell’enogastronomia e come l’enogastronomia si sta trasformando. «La nostra ambizione è quella di portare le persone in questo mondo del cibo e del vino», racconta Gianluca Bitelli, uno dei componenti che ha dato vita al podcast insieme ai suoi amici Claudio Costantino e Alessandro Medici.

«Noi prima di tutto siamo amici, abbiamo frequentato l’Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, che per noi è stato il luogo incantato in cui tutto è nato, sia la nostra amicizia sia la nostra idea di enogastronomia». Dopo l’Università, i tre hanno scelto di percorrere strade diverse: Gianluca si occupa di marketing in multinazionali nel settore del cibo, Claudio ha studiato nutrizione ed è in Africa con alcune Onlus, mentre Alessandro lavora all’interno dell’azienda di famiglia che produce vino in Emilia-Romagna.

«Nel 2020, durante il periodo pandemico, abbiamo ripensato al nostro progetto ideato durante il periodo universitario e nel 2021 lo abbiamo realizzato». Gianluca

parla di come si è sviluppato il podcast e delle soddisfazioni del trio: «Ad oggi, classifiche alla mano, in alcuni periodi dell’anno il nostro è il podcast sull’enogastronomia più ascoltato in Italia». Ogni lunedì mattina esce una nuova puntata con un’intervista a un personaggio, o innovatore, come lo chiama Gianluca. «Abbiamo deciso di intervistare persone che, dal nostro punto di vista, stanno già scrivendo il futuro dell’enogastronomia: sono imprenditori, ristoratori o chef che portano le persone ad accostarsi in un modo diverso al cibo». Il primo episodio è uscito il 29 aprile 2021 e tra poco Juice festeggia il centesimo episodio!

Il podcast propone un diverso modo di parlare di enogastronomia. «Si discute spesso sul prodotto in sé – dice Gianluca –, ma non si approfondiscono le problematiche: la complessità delle filiere e tutto ciò che c’è dietro al prodotto. Noi cerchiamo di scavare. Quando si parla di ristorazione spesso ci si limita a raccontare solo il grande chef, i piatti stellati o i programmi TV, noi invece vorremmo indagare cosa significa per un cuoco essere radicati in un territorio e qual è il suo valore sociale e culturale all’interno della società».

LAC: IL PICCOLO ANGOLO DI GIAMBELLINO DOVE SI INCONTRANO SAPORI E CULTURE

di ELEONORA BUFOLI

Il Laboratorio di antropologia del cibo è il progetto di Giulia Ubaldi diventato realtà: le ricette del libro "Zammù" si trasformano in una lente per studiare le migrazioni

Un tripudio di colori riempie i piatti, aromi pungenti sovrastano quelli più dolci, solleticano l'olfatto, stimolano le pupille gustative. Il sogno di Giulia Ubaldi prende forma attorno al grande tavolo bianco del Lac, il Laboratorio di antropologia del cibo incastonato nel cuore del suo quartiere, il Giambellino. «Non avrei potuto farlo altrove – afferma Giulia – sono legatissima al Giambellino. Sono nata e cresciuta qui, dove è iniziato tutto». Si cucina insieme a cuochi provenienti da trenta Paesi, ci si approccia a una cultura attraverso il cibo.

«Tutto è partito dal Cilento – racconta Giulia, laureata in antropologia culturale - il legame tra l'antropologia e il mondo del cibo è nato lì. Oltre ad essere il luogo dove è nata la dieta mediterranea, rappresenta il posto in cui ho insegnato, ho aperto la mia azienda agricola, ho fatto la

mia tesi di laurea, un luogo dove ho vissuto per quattro anni, per me denso di tante cose». L'esperienza in Cilento e il Lac rappresentano la concretizzazione delle passioni di Giulia: «L'antropologia del cibo è un mestiere che mi sono un po' inventata per trovare un'applicazione pratica alle mie conoscenze. Ho iniziato a scrivere di cibo sempre in relazione alle persone, con uno sguardo sempre attento sulla cultura a 360 gradi. È poi quello che faccio ogni giorno nel Lac, che è un modo per avvicinare le persone attraverso il cibo e la cultura. Un luogo fisico in cui, proprio come a casa, si cucina e si sta insieme».

Un connubio che permette di conoscere l'altro, una necessità che ben si avvicina al paradosso del metodo di ricerca: «Un antropologo cerca sempre di esperire e vivere insieme alla persona che sta studiando – spiega Giulia –, assume un punto di vista emico, cerca e vuole entrare dentro. Vive





il paradosso dell'osservazione partecipante». Ma quello che affascina Giulia è proprio la possibilità di entrare nel recinto dell'altro: «Dietro ogni ricerca che ho fatto c'è l'aver passato del tempo con le persone di cui ho parlato. L'antropologia ha la caratteristica di cercare di esperire le esperienze degli altri». Il Lac è un varco spazio-temporale in un angolo multietnico di Milano. Un luogo in cui si prova a superare le diffidenze tra popoli e culture. «Gli incontri che mi ricordo più intensamente sono quelli in cui hanno cucinato insieme una cuoca turca e una armena, o le discussioni su qual sia il riso o la soia migliore tra una cuoca thailandese e una vietnamita. In questi due anni di incontri ce ne sono stati tantissimi e ogni volta le persone che siedono intorno al tavolo sono diverse. Non abbiamo un format fisso per un corso di cucina ma ogni volta cambia in base alle persone che partecipano».

Il mondo è il punto di partenze e di arrivo della ricerca decennale di Giulia. Il cibo diventa la lente per analizzare le migrazioni e l'impatto che hanno sul territorio. Da qui deriva la consapevolezza che la tradizione altro non è che un'invenzione, imprevedibile come gli incontri tra le persone. «In Valle d' Aosta – racconta Giulia – i balconi sono pieni di cipolle di Tropea, e questo aspetto deriva da tre ondate di migrazione dalla Calabria per la costruzione di un tunnel. In Liguria hanno iniziato a vendere il dolce de leche fatto con la cabannina, vacca ligure che si è adattata al territorio. Qui c'è anche la sagra dell'asado ed è la più sentita nella piana di Battolla. Questo significa arricchire

la traduzione con nuovi aspetti». Giulia ha riunito queste ricerche nel suo nuovo libro Zammù, un viaggio nel Mediterraneo dal sapore di casa, come suggerisce il liquore siciliano all'anice che si offre agli ospiti e che dà il titolo al libro. Dietro questi 350 articoli raccolti ci sono sapori, suoni, persone, tradizioni, osservate e vissute. «Volevo proporre una cartina sentimentale, per ripercorrere le tappe della mia vita e della mia ricerca, alcune lunghe come quella a Milano o in Cilento. Altre brevi ma fondamentali come Cipro e Gibilterra, dove è come se si entrasse in una dimensione in cui ci si allontana da tutto. C'è farinata ovunque, come se fossimo a Genova. I vini sono importati dal Marocco, c'è il patanegra spagnolo. È un luogo di convergenza».

Alla tavolata sempre imbandita del Lac, Giulia porta il suo mondo. L'aspetto mediterraneo della condivisione del cibo incontra le tradizioni lontane: «Al Lac abbiamo fatto il capodanno iraniano, durante il quale devono sempre essere presenti sette prodotti che iniziano per "s" e portano fortuna. Abbiamo tenuto il classico banchetto georgiano, il supra, dove c'è sempre un capotavola, di solito il capofamiglia uomo, che dirige l'andamento della serata, soprattutto del bere».

Un angolo di Milano che diventa un angolo di mondo, in cui il cibo è un'occasione di inclusione, per concretizzare un desiderio condiviso da Giulia e dai viaggiatori più curiosi, «di essere invitati quando si visita un posto nuovo a casa di una famiglia del luogo a mangiare».



**magzine è un periodico della Scuola di Giornalismo
dell'Università Cattolica. Il nostro sito è magzine.it**