

Fenomenologia della nutrizione

«Food economy», il nuovo cibo dell'editoria

La speculazione selvaggia sui prodotti della terra, l'antropologia a tavola, i programmi in tv. Due libri raccontano gli intrecci finanziari delle filiere e l'agricoltura come fenomeno culturale

■ ■ ■ **ATTILIO BARBIERI**

■ ■ ■ Il cibo diventa un fenomeno antropologico complesso attraverso cui si può cogliere uno spaccato significativo della società post-industriale, ma soprattutto analizzare i nuovi rapporti di forza che connettono i protagonisti delle filiere tradizionali: produttori agricoli, industria e distribuzione. Parte proprio da qui, dalla riconfigurazione di queste catene del valore, l'analisi comune a due volumi usciti di recente. Il primo, ***In pasto al capitale* (Castelvecchi, pp. 188, euro 22)** di **Luigi Russi**, racconta come la finanza sia riuscita a mettere le mani sul cibo, modificandone irreversibilmente le modalità con cui viene scambiato, a partire dai meccanismi che contribuiscono a fissarne il valore e il prezzo. Il secondo, ***Food Economy* (Marsilio, pp. 142, euro 13)**, scritto da **Antonio Belloni**, ricostruisce accuratamente il contesto antropologico in cui il cibo è riuscito a diventare un protagonista assoluto.

Due dimensioni diverse seppure contigue di un fenomeno che il sociologo Giuseppe De Rita ha definito «politeismo alimentare». Una nuova religione laica che fa del cibo e dell'alimentazione moda, desiderio, necessità economica ma soprattutto culturale. Il cibo raffigurato da Russi, dottorando in Politica economica alla City University di Londra, è quello di cui si è impadronita la grande finanza. Capace di svincolare i meccanismi che presiedono alla fissazione del suo valore - e quindi del prezzo - dalle variabili che hanno regolato l'economia agricola per millenni: la consistenza

dei raccolti e soprattutto la domanda fisica delle materie prime alimentari. Russi ricostruisce con l'abilità del ricercatore gli eventi che hanno condotto alla «finanziarizzazione» della terra e dei suoi prodotti.

Un fenomeno relativamente recente, esploso in tutta la sua gravità con la bolla speculativa del 2008, quando le quotazioni di grano, mais, soia, riso e perfino caffè, balzarono ai massimi di sempre. Il volume smonta sistematicamente le spiegazioni amplificate inconsapevolmente dai media in base alle quali a governare le quotazioni delle *commodity* alimentari sarebbero cattivi raccolti, fenomeni meteorologici, oppure l'aumento della domanda di cereali in Cina e India impegnate ad allevare più bovini e suini alimentandoli con mangimi a base di cereali. Nulla di tutto questo.

A provocare l'esplosione delle quotazioni è stata una speculazione selvaggia che controlla fino al 40% dei contratti futuri sui prodotti della terra. Le obbligazioni in base alle quali un produttore e un intermediario finanziario si obbligano vendere una certa derrata alimentare a una data stabilita. A iniziare le danze fu il colosso americano Goldman Sachs, all'inizio del Duemila, dopo la *deregulation* varata dalla Commodity Futures Trading Commission, *authority* incaricata di supervisionare gli scambi di future sulle materie prime.

La tesi sviluppata da Belloni, esperto di strategie di comunicazione e internazionalizzazione delle imprese, si gioca soprattutto in una dimensione antropologi-



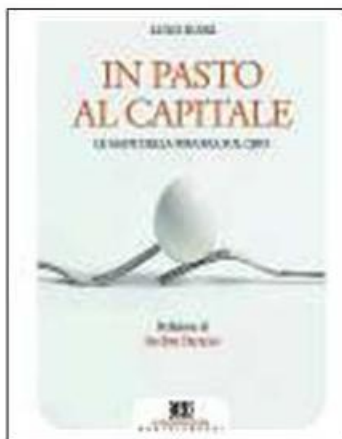
ca. Il cibo ha smesso definitivamente «le vesti di pura necessità per diventare l'oggetto di discussione a livello sociale». La *food economy* è il risultato della crescita amplificata dai media di più fattori concomitanti: i consumi alimentari nei mercati emergenti, la fame di conoscenza sul cibo nei Paesi avanzati e la diffusione delle tecnologie per la produzione. Ma soprattutto la circolazione e la comunicazione del cibo in entrambi i contesti. Ma la *food society* che ne esce, spiega Belloni, è comunque il precipitato di fenome-

ni sociali complessi, tutti legati al cibo, che valicano i confini della triade con cui da sempre lo si è rappresentato: produzione, trasformazione, consumo. Il cibo produce valore per ogni tweet lanciato con l'hashtag #food, per ogni libro di ricette, per ogni programma televisivo che ha raccolto pubblicità. «Crea lavoro per stuoli di camerieri, maître di sala, ristoratori, contadini, allevatori, produttori, biologi, comunicatori, chimici, esperti di marketing e persino psicologi e intellettuali».

Diverse le soluzioni che i due autori propongono per superare le storture legate alla finanziarizzazione da un lato e alla guerra della *food economy* dall'altro. Russi disegna una sorta di neo-cooperazione basata sulla collaborazione fra produttori e consumatori, anticipata via web dalle comunità informali come Genuino Clandestino (genuinoclandestino.noblogs.org), che tuttavia finiscono inevitabilmente per sconfiggere nell'antagonismo politico e sociale. Belloni, al contrario, immagina che la sintesi della *food society* si possa realizzare nei network, basati soprattutto su Internet, capaci di connettere secondo relazioni inedite, il mondo della produzione, gli agricoltori, con l'industria di trasformazione, la distribuzione e i consumatori.

Un insieme di rapporti di cui si possono cogliere le prime avvisaglie nelle prime comunità informali tra produttori e consumatori.

III I LIBRI



FINANZA INGORDA

«In pasto al capitale» (Castelvecchi, pp. 188, euro 22) di Luigi Russi - dottorando in Politica economica alla City University di Londra - racconta come la finanza sia riuscita a mettere le mani sul cibo, modificandone le modalità con cui è scambiato.

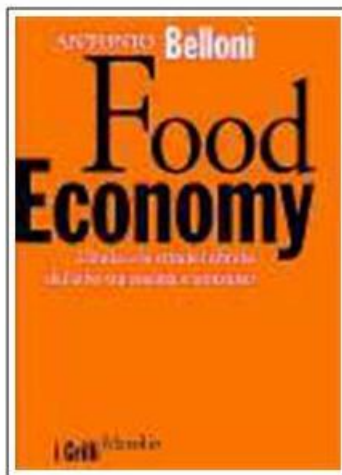


TAVOLA SUPERSTAR

«Food Economy» (Marsilio, pp. 142, euro 13) di Antonio Belloni ricostruisce il contesto antropologico in cui il cibo è riuscito a diventare un protagonista assoluto.

Un'opera «gastronomica» dell'Arcimboldo. Il pittore era noto per dipingere quadri che avevano per oggetto composizioni di frutta e ortaggi in forma umana

