

La rivoluzione del cibo

Le azioni di giardinaggio urbano esprimono il rifiuto per la trasformazione della città in qualcosa di non più adatto all'uomo. Gli orti urbani, lavorati da gente che non fa il contadino ma che ha altre professioni, rappresentano un legame concreto e diretto tra realtà urbana e cultura contadina di cui c'è evidentemente bisogno. Purtroppo sono stati invece costantemente marginalizzati e sacrificati in favore di tutti quei modelli produttivi considerati più remunerativi.

I paesaggisti propongono aree verdi di grandi dimensioni, dove riposarsi e passare le ore libere. Ma questa proposta non basta. Il ritorno all'orto infatti ha anche un'altra origine: piace perché permette uno stretto rapporto attivo con la natura, non propone un confronto con modelli irraggiungibili (la natura selvatica per esempio) e lascia che ciascuno metta alla prova se stesso, dando dei risultati qualsiasi sia il tipo di impegno che gli si dedica. Il ritorno all'orto permette inoltre di recuperare un valore molto più complesso: il cibo non è più solo un alimento, ma un frutto della natura. Cercando un cibo più sano e meno "mediato" dall'industria, possiamo ristabilire il nostro rapporto con l'elemento che lo produce. Che non è, e non deve essere, una fabbrica.

Il successo degli orti è strettamente legato a quello di altre attività promozionali che hanno messo il cibo al centro di riflessioni più ampie. Una di queste è il "chilometro zero", ovvero la riduzione dei trasporti legati alla distribuzione degli alimenti. Il concetto di chilometro zero è nato all'interno delle reti dei Gas (Gruppi d'acquisto solidali), in cui gruppi di cittadini hanno creato delle reti alternative di distribuzione, rifiutando quelle di supermercati e grandi catene, per stabilire un rapporto diretto e di fiducia con i produttori. I Gas sono nati con le iniziative di boicottaggio dei prodotti alimentari delle multinazionali, criticate negli anni Ottanta per le loro politiche di monopolio, di forzato consumo e di sfruttamento dei lavoratori. Le campagne più note sono state quelle contro la Del Monte, che maltrattava i raccoglitori di ananas, e contro la Nestlé, responsabile di un'aggressiva pubblicizzazione del latte artificiale in Africa, dove i bambini nutriti con la polvere liofilizzata

mescolata con acqua non pulita rischiavano di morire di dissenteria (mentre il latte materno avrebbe risolto "naturalmente" ogni problema). Il primo Gas è nato nel 1994 a Faenza. Ora, in tutta Italia, sono diventati quasi un migliaio.

I Gas si costituiscono tra persone con un'alta sensibilità ambientale e politica in senso lato. Di solito vengono organizzati per favorire la diffusione di prodotti biologici a prezzi accessibili e per stabilire un patto di fiducia tra consumatori e produttori (soprattutto locali). Il cibo perciò diventa anche strumento di relazione tra soggetti che, oltre a essere produttori e consumatori, mettono a confronto le proprie storie e le proprie esigenze. Le tre parole chiave sono: piccolo, locale e solidale. Piccolo per contrapporsi al grande ipermercato; locale perché viene riconosciuta la propria responsabilità rispetto all'ambiente e al territorio in cui si abita; solidale per favorire la relazione tra le persone che fanno parte del gruppo, e che condividono in modo paritario tutti i compiti, dalla contabilità alla consegna, fino al controllo delle merci. Chilometro zero dunque porta un beneficio all'ambiente, perché viene consumato meno carburante per il trasporto, al consumatore, che può persino andare a vedere dove cresce la verdura che mangia, e infine al contadino, che sente di contribuire a una comunità di cui fa parte e non di essere esclusivamente un venditore.

La campagna chilometro zero è stata poi adottata da corporazioni agricole come la Coldiretti, o da Slow Food, che l'hanno lanciata su tutto il territorio, sensibilizzando l'intera popolazione italiana.

A Milano è stata lanciata una campagna di sensibilizzazione sull'utilizzo dei prodotti del Parco Sud, un'area agricola protetta che circonda un anello intorno alla città, una cintura verde che collega l'area metropolitana e i territori circostanti, dove il rapporto uomo-natura ha prodotto conoscenze e cultura.

Il tema del rapporto tra "cibo, ambiente e relazioni personali" è stato accolto anche dagli Occupy, i movimenti che si sono diffusi prima negli Usa e poi anche in Europa, per contestare pacificamente gli abusi del capitalismo finanziario. Da Wall Street a Toronto, Roma e Barcellona, i siti di Occupy – oltre che ospitare numerosi incontri su modelli di economia alternativi e lontani dalla finanza – hanno organizzato scambi di semi e workshop di orticoltura e di cucina na-