

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI NAPOLI
FEDERICO II



DOTTORATO DI RICERCA IN SCIENZE DEL TURISMO
AD INDIRIZZO MANAGERIALE
XXIV° CICLO

**“TURISMO, ALIMENTAZIONE E RISCHIO:
LA PREOCCUPAZIONE DEL TURISTA CONTEMPORANEO”**

Coordinatore: Ch. mo Prof. MAURO SCIARELLI

Tutor: Ch. mo Prof. RAFFAELE SIBILIO

Candidato: ANGELO FALZARANO

ANNO 2011

INDICE

	Pag.
1. CONSIDERAZIONI PRELIMINARI SUL RISCHIO	2
1.1. Il concetto di rischio nelle scienze sociali: lineamenti introduttivi.	2
1.2. La società del rischio	16
1.3. La percezione del rischio	31
2. I CONSUMI ALIMENTARI	46
2.1. Mutamenti socioculturali e consumi alimentari	46
2.2. Le tendenze alimentari in atto	53
2.3. Il cibo tra cultura e società	71
3. IL RISCHIO ALIMENTARE	85
3.1. L'alimentazione tra rischio e sicurezza	85
3.2. Il ruolo della comunicazione	93
3.3. La preoccupazione del consumatore: il condizionamento culturale	101
4. TURISMO E PERCEZIONE DEL RISCHIO ALIMENTARE	106
4.1. Tendenze turistiche e rischio alimentare	106
4.2. La ricerca di campo: le ipotesi-base	119
4.3. Aspetti metodologici	122
4.3.1. Lo strumento della ricerca: la costruzione del questionario	124
4.3.2. La scelta degli indicatori	127
5. I RISULTATI DELL'INDAGINE	129
5.1. La struttura del campione	129
5.2. I comportamenti di acquisto e di consumo alimentare	134
5.3. La percezione dei rischi alimentari	141
6. L'ESPERIENZA TURISTICA E IL RAPPORTO CON IL RISCHIO ALIMENTARE	152
6.1. Il comportamento turistico	152
6.2. Il comportamento nelle situazioni a rischio alimentare	160
6.3. Il bisogno di informazione e il ruolo della comunicazione	171
7. CONCLUSIONI	188
 <i>ALLEGATI</i>	
I Indice delle tabelle, dei grafici e delle figure	196
II Il questionario	202
 BIBLIOGRAFIA DI RIFERIMENTO	 209

CAPITOLO I: CONSIDERAZIONI PRELIMINARI SUL RISCHIO

§ 1.1. Il concetto rischio nelle Scienze Sociali: lineamenti introduttivi – § 1.2. La società del rischio - § 1.3. La percezione del rischio.

1.1. Il concetto di rischio nelle scienze sociali: lineamenti introduttivi.

Le spiegazioni teoriche del *rischio* sono molteplici con contributi forniti da scienze diverse e con differenti approcci e risultati. Numerosi sono i punti di vista e non esiste un approccio privilegiato, in grado di ricondurre ad unità un ambito problematico ricco di aspetti controversi.

Secondo Markowitz¹, il concetto di rischio è basato sulla distinzione tra *realtà* e *possibilità*. Solo la percezione di un futuro modificabile, in parte dalle azioni umane, spinge ad intervenire per evitare potenziali pericoli o mitigare i loro impatti². Se il futuro, invece, è indipendente o predeterminato rispetto alle attività umane, il concetto di rischio perde significato.

Se la distinzione tra realtà e possibilità viene accettata, il termine rischio denota la possibilità che uno stato indesiderabile della realtà (evento avverso) possa verificarsi come risultato di un evento naturale o di un'attività umana. Pensare in termini di categorie di rischio (ed anche di opportunità) presuppone una minima abilità di modificare il futuro, in modo da evitare gli eventi indesiderabili.

Questo significa anche che, per sua natura, il rischio è *endemico*: senza rischi, infatti, non si produrrebbe alcuna attività e, quindi, non vi sarebbe alcuna innovazione sociale. Del resto, sin dalla nascita le persone prendono dei rischi, il che è riferibile a tutta la storia dell'umanità: i grandi rischi presi -per caso o per necessità, nel corso della storia dell' homo sapiens- spesso, si sono rivelati delle opportunità di evoluzione e di cambiamenti per i sistemi sociali.

Predire i possibili pericoli, quindi, è necessario per identificare le relazioni causali tra le fonti e le conseguenze. Queste relazioni di causa-effetto, come rileva

¹ Markowitz, J. (1990): *Kommunikation über Risiken*, Eine Theorie- Skizze. Schweizerische Zeitschrift für Soziologie 3, pp. 385-420.

² Cfr. Ewald F. (1986): *L'Etat providence*, Grasset, Paris.

Douglas³, possono essere scientifiche, aneddotiche, religiose o magiche. E poiché gli effetti sono indesiderati, il concetto di rischio implica sempre anche un *aspetto normativo*, oltre a quello *descrittivo*: i rischi obbligano a prendere delle decisioni e la società è chiamata in causa per prevenirli, ridurli o almeno controllarli.

Tuttavia, il concetto di rischio non va confuso con quello di pericolo, pur avendo, entrambi, in comune aspetti particolari. Con il termine pericolo si intende la *potenzialità di una determinata entità* (processo, macchina, sostanza etc.) *di causare danno*. Il concetto di pericolo contiene, come sostiene Scherzberg⁴, una forte componente oggettiva, legata alla esclusiva presenza di una ‘fonte’ di pericolo, riferibile alla sfera esterna all’individuo.

Il rischio è, invece, qualcosa di più articolato; è legato all’incertezza di un evento, di una situazione, della evoluzione di un sistema complesso. Da un lato, il rischio, come sostiene Cutter⁵, è la «*misura della probabilità di avvenimento di un pericolo*»; il che lo distinguerebbe anche dall’*incertezza* nella quale le probabilità sono sconosciute; dall’altro, come rileva giustamente Luhmann⁶, per poter parlare di rischio occorre che i pericoli siano stati *riconosciuti e caratterizzati*, in quanto le persone possono essere continuamente esposte ai pericoli ed esserne, contemporaneamente, ignare o solo parzialmente consapevoli di essi. Per questo autore, il rischio è, essenzialmente, un atto sociale imperniato sulla *decisione* da cui dipendono eventuali danni futuri. Un osservatore, infatti, percepisce un rischio, quando un potenziale danno futuro dipende da sue decisioni. Se non si verifica questo preciso rapporto di dipendenza tra l’incertezza e le sue cause, si configura, invece, una situazione di pericolo: cioè, una condizione in cui il potenziale danno è legato a decisioni altrui.

Come giustamente sostiene Sofsky, ai pericoli si è esposti, ai rischi ci si espone, il pericolo incombe, mentre il rischio è causato da un’azione umana: è il risultato di un *azzardo consapevole*⁷, sottolineando nella distinzione tra i due concetti l’aspetto *volontario* del rischio. Ne consegue anche che il rischio -essendo legato ad una

³ Cfr. Douglas, M. (1966): *Purity and danger: concepts of Pollution of Taboo*. London: Routledge and Kegan Paul.

⁴ Scherzberg, A. (1993): *Risiko als Rechtsproblem*, Verwaltungs-Archiv 84, pp. 484-513.

⁵ Cutter, Susan. (1993): *Living with Risk: Geography of Technological Hazards*. New York: Edward Arnold, p.2.

⁶ Luhmann N. (1996): *Sociologia del Rischio*, Mondadori, Milano.

⁷ Cfr. Sofsky W. (2005), *Das Prinzip Sicherheit*, trad. it. *Rischio e sicurezza*, Giulio Einaudi, Torino, p.16.

decisione- espone chi lo corre a *responsabilità*. L'elemento discriminante che consente di distinguere i due concetti è, dunque, di tipo eziologico.

La distinzione tra pericolo e rischio conduce anche ad approcci diversi; nel primo caso, vi è attenzione particolare a come mitigare e minimizzare il pericolo, laddove, nel secondo caso, si tende ad enfatizzare la quantificazione per determinare come bilanciare il rischio con i benefici (approccio economico). In campo economico, infatti, la nozione di rischio è stata ampiamente utilizzata, dove assume connotazioni anche positive: si pensi ai benefici attesi per investimenti effettuati in condizioni di incertezza. In tal senso, maggiore rischio equivale a maggiori opportunità di guadagno. In altri ambiti, tuttavia, la nozione di rischio presenta, prevalentemente, una connotazione negativa: essa «rimanda ad un esito negativo, non voluto, associato all'idea di perdita, danno, catastrofe»⁸. In questo caso, il rischio si riferisce agli incidenti industriali, alle malattie, alle epidemie, ed ai fenomeni naturali.

Tuttavia, l'etimologia della parola rischio è sconosciuta. Nel corso dei secoli il significato del termine *rischio* ha subito mutamenti profondi. Il suo uso si è progressivamente esteso e, oggi, viene applicato a una grande varietà di situazioni. Forse può apparire banale al cittadino moderno, ma gran parte della storia umana è stata caratterizzata da un atteggiamento fatalistico nei confronti del futuro⁹. Le culture antiche non avevano bisogno di un termine come il rischio, in quanto allora si pregavano gli dei per ottenere protezione contro le misteriose forze del destino. L'uomo tribale, come quello primitivo, si affidava, con timore, completamente nelle mani delle divinità. Il futuro era percepito come destino o volontà degli dei più o meno irritati per la condotta degli uomini¹⁰; l'uomo era coattivamente sottoposto alle leggi della divinità, ad una dimensione intangibile, sovrumana, trascendente. Attraverso tali pratiche, la coesione della comunità veniva consolidata e si rinsaldavano quei legami sociali che favorivano la volontà di affrontare le sfide del futuro, scoprendo e utilizzando capacità e risorse individuali e collettive.

Per parte loro, gli esseri umani potevano fare assai poco, l'atteggiamento era principalmente *fatalistico*, anche se ciò non significa che avessero rinunciato ad

⁸ De Marchi B., Pellizoni L., Ungano D. (2001): *Il rischio Ambientale*, Il Mulino, Bologna, p.63.

⁹ Covello, V. T. e Mumpower, J. (1985): *Risk analysis and risk management: a historical perspective*. *Risk Analysis* 5 (2), pp.103-120.

¹⁰ Cfr. Boncinelli E. (2007), *Il male. Storia naturale e sociale della sofferenza*, Mondadori, Milano, p. 130.

intervenire sul proprio destino: nel tempo, infatti, essi avevano imparato a riconoscere alcuni segnali premonitori di pericolo, ad evitare siti particolarmente vulnerabili, a proteggere i propri insediamenti. Seppur in modo molto approssimativo, a livello intuitivo, essi cercavano di stimare la probabilità del verificarsi di tali eventi, tentando, per quanto possibile, di ridurne l'impatto. Le pratiche magiche erano affiancate da limitati interventi tecnologici -con contenuti diversi e con differente potenza simbolica- compatibili con la conoscenza e le risorse disponibili: ne rappresentano una testimonianza le numerose tracce rinvenute nella cultura materiale di molte civiltà.

La maggioranza degli osservatori riconduce la comparsa del termine e del concetto di rischio alle prime imprese marittime dell'epoca premoderna. Ewald sostiene che la nozione di rischio è apparsa, per la prima volta, nel Medioevo, in riferimento all'assicurazione marittima e che la si utilizzava per indicare i pericoli che avrebbero potuto compromettere un viaggio: «a quel tempo, il termine rischio indicava la possibilità di un pericolo oggettivo, un atto di dio, una forza maggiore, una tempesta o qualche altro pericolo del mare non imputabile a una condotta sbagliata»¹¹.

Termini come *resecâre* o *risciare* erano usati dai mercanti veneti dediti al commercio marittimo nel senso di «fendere le onde a ritroso, cioè vogare all'indietro», in modo pericoloso. Anche parole latine o volgari rimandano allo stesso concetto: *resicum*, *risicum*, *riscus*, stavano ad indicare uno scoglio, una roccia tagliata a picco, sostanzialmente sinonimo di navigazione pericolosa. Molti dizionari, però, concordano sul fatto che la parola latina (che ha dato origine al termine italiano rischio) sia di provenienza greca¹² ed, in particolare, deriverebbe da ρίζα (*riza*); il termine letteralmente è traducibile come “radice”, ma era utilizzato nella navigazione per indicare una scogliera o come metafora di una qualsiasi difficoltà da affrontare ed evitare in mare. Il rischio, dunque, in questa prima fase della storia del rischio (corrispondente all'Età antica e all'alto Medioevo) era un pericolo oggettivo, una forza maggiore o una volontà divina.

Sul finire del Medioevo, quindi, le descrizioni del mondo ci rimandano un'immagine del pericolo rappresentato come evento naturale o che, comunque, dall'esterno aggredisce l'uomo, ed un concetto di rischio che esclude l'idea dell'errore,

¹¹ Ewald F. (1993): *Two infinities of risk* in: Massumi B. (a cura di): *The Politics of Everyday Fear* - Minneapolis, Minn, University of Minnesota Press, p.226.

¹² Un filone contrastante suppone che la parola abbia un'origine araba; essa deriverebbe da “*rizq*”.

o della responsabilità umana. Le società premoderne, pur partendo da un contesto culturale, in cui la presenza del soprannaturale era data per scontata, non rinunciavano, comunque, all'idea di un controllo sugli eventi e, per affrontare la paura, svilupparono sistemi di tradizioni, ancorandosi, quindi, al passato, che rappresentava il punto di riferimento da cui derivare conoscenze e certezze condivise. Le assicurazioni delle navi e del loro carico nacquero per cercare di evitare, di controllare o di limitare il verificarsi dei danni; proprio per questo è possibile definire tali assicurazioni come «un caso precoce di controllo pianificato del rischio»¹³.

La tipologia giuridica di questi contratti assicurativi prevedeva formule come ad «*risicum et fortunam... pro securitate et risiko...ad omnem risicum, periculum et fortunam dei...*». Il termine indica, quindi, un evento incerto che poteva verificarsi o meno, suscitare timori o paure e sul quale ci si poteva scommettere.

Attraverso complessi meccanismi di credenze, le persone hanno, così, nei secoli, tentato di opporsi a quella che veniva interpretata come cattiva sorte fin quando, gradualmente, con il progresso della conoscenza scientifica, è stato possibile spiegare, in larga misura, le cause e le dinamiche di molti fenomeni naturali e non, che sono all'origine di perdite e di sofferenze per i sistemi umani.

I mutamenti del significato e dell'uso del termine rischio sono legati al passaggio alla modernità: ossia, al complesso processo che ha avuto inizio nel Seicento e preso corpo nel secolo successivo, che si fonda sull'idea, elaborata dall'illuminismo del diciassettesimo secolo, che la chiave del progresso umano e dell'ordine sociale sia una conoscenza del mondo, perseguita attraverso l'indagine scientifica e il pensiero razionale.

Si comincia a delineare un atteggiamento più “moderno” nei confronti del rischio, in una visione del mondo sempre più antropocentrico: si intuisce che alcuni vantaggi sono conseguibili solo se si mette in gioco qualcosa, solo se si rischia. Rischiare vuol dire, dunque, agire, conquistare e crescere: tutti concetti che ben si sposano con il Rinascimento, con il capitalismo, con la scienza e con la modernità in genere. È proprio in questo secondo periodo della storia del rischio che si può riscontrare una forte presa di coscienza che gli esseri umani non sono impotenti di fronte al destino.

¹³ Luhmann N. (1996), *op.cit.*, p. 18.

Così come riporta Lucio Di Napoli: «Machiavelli presagisce un mondo nel quale il rischio ed il calcolo del rischio mettono da parte la fortuna per porre il tutto sotto il dominio dell'attività umana»¹⁴.

Progressivamente, prima nel corso del diciannovesimo secolo con lo svilupparsi della statistica e, poi, nel ventesimo secolo con il progredire delle elaborazioni, l'attenzione si è spostata dagli eventi che accadono ai singoli alla loro relazione con l'organizzazione del territorio e con i comportamenti nei diversi strati della collettività. Tali nuove discipline avrebbero giocato un ruolo di grande importanza nell'elaborazione del concetto tecnico e modernista di rischio. Il rischio implica la considerazione di prevedibilità di certe situazioni o eventi attraverso la conoscenza o, almeno, la possibilità di conoscenza dei parametri di una distribuzione delle probabilità di eventi futuri tramite il calcolo delle aspettative matematiche.

Come rileva Harvey:

«Il controllo scientifico della natura prometteva la libertà rispetto alla povertà, ai bisogni e all'arbitrarietà delle calamità naturali. Lo sviluppo di forme razionali di organizzazione sociale e di modi di pensiero razionali prometteva la liberazione dall'irrazionalità del mito, della religione, della superstizione, la liberazione dall'uso arbitrario del potere e dal lato oscuro della nostra stessa natura umana. Soltanto grazie ad un tale progresso potevano rivelarsi le qualità universali, eterne e immutabili dell'umanità tutta»¹⁵.

Accade, così, che da fatti individuali, attribuibili al fato, i rischi diventano dati di fatto oggettivi, concepibili come calcolabili, tanto che la precisione delle stime ottenute invita a promuovere certezze e assicurare ordine, facendo aumentare la sensazione di poter tenere il futuro sotto controllo. Il rischio, sempre più conosciuto e calcolabile, comincia ad apparire come *maneggevole*, *controllabile* e *prevedibile* e assoggettabile a regole di riconoscimento, di indennizzo e di prevenzione¹⁶. In questa visione, tanto il mondo naturale quanto quello sociale, seguono leggi costanti che possono essere misurate, calcolate e, quindi, previste. Agli esperti viene dato un ruolo di centrale importanza nei processi di regolazione e controllo sociale.

Negli anni Settanta, il concetto di rischio veniva analizzato esclusivamente nel suo *aspetto tecnico*, per esaminare e migliorare la sicurezza dei grandi sistemi

¹⁴ Di Napoli L. (2007), *La società dopo-moderna. Dal rischio all'emergenza*, Perugia, Morlacchi Editore, p. 19.

¹⁵ Harvey D. (2010), *La crisi della modernità*, il Saggiatore, Milano, pp.25-26.

¹⁶ Cfr. Beck U. (1992): *From industrial society to the risk society. Questions of survival, social structure and ecological environment*, in: *Theory, Culture and Society*, 9, p. 99.

tecnologici, tenendo in scarsa considerazione le percezioni della collettività. L'opinione dominante, in quegli anni, era quella di ritenere che la valutazione del rischio venisse compiuta dai tecnici sulla base di particolari procedure probabilistiche (la *risk analysis*¹⁷) e che tale valutazione, ritenuta senza alcun dubbio razionale, dovesse essere efficacemente comunicata alla popolazione per farla accettare senza eccessive interferenze emotive.

La non accettazione di uno specifico rischio, da parte dell'opinione pubblica, «veniva rubricata mediante l'etichetta di 'percezione distorta' o di 'gap di conoscenza' fra pubblico ed esperti»¹⁸. In una tale ottica, il pubblico continuava ad essere informato, ma veniva *escluso* dalle decisioni. I mass media venivano impiegati per ridurre gli effetti deformanti delle informazioni.

Negli anni recenti, la nozione di rischio ha assunto una particolare importanza nel dibattito sulle politiche ambientali: a seguito dei numerosi conflitti sull'accettabilità delle tecnologie rischiose, il tema è stato oggetto di studio anche da parte delle scienze sociali: si è andati allora alla ricerca delle ragioni della divergenza tra le opinioni degli esperti ed i comportamenti dei cittadini. Gli esperti utilizzano le statistiche, laddove i cittadini assumono decisioni in funzione delle modalità di percezione e la valutazione dei rischi tende a variare, considerevolmente, tra gli individui ed i gruppi, anche all'interno di uno stesso gruppo. Molto spesso, il rischio reale e quello percepito non coincidono. Si comprende, allora, che la chiave del successo per un programma che miri a ridurre i rischi stia proprio nella comprensione che i membri della società attribuiscono al rischio stesso ed alla sua percezione.

Un primo approccio, pur mantenendo uno stampo realista, ha cercato di identificare le "strategie mentali" che i cittadini comuni utilizzano nel formulare i loro giudizi sul rischio, per poter poi intervenire su queste. Gli studi condotti in questo campo, in effetti, hanno permesso di individuare le caratteristiche specifiche di un rischio che ampliano la forbice tra la sua *accettazione* (cioè, il modo in cui viene vissuto) e la sua *accettabilità* (termine con il quale gli esperti indicano la gravità

¹⁷ La prospettiva tecnico-scientifica delle scienze esatte propone una definizione del rischio sintetizzabile nella seguente formula: **Rischio = P X M**, dove: **P** = probabilità che un evento accada ed **M** = ampiezza delle sue conseguenze (magnitudo). Esso è inteso, dunque, come «prodotto tra la probabilità che un evento indesiderabile avvenga e la gravità delle sue conseguenze».

¹⁸ Marinelli A. (1993), *La costruzione del rischio. Modelli e paradigmi interpretativi nelle scienze sociali*, Angeli, Milano, p.24.

oggettiva del rischio): il suo potenziale catastrofico; il fatto che l'eventuale danno sia collocato in un lontano futuro; la soddisfazione del meccanismo di bilanciamento del rischio offerto dal mercato; ma, soprattutto, la volontarietà all'esposizione.

Al tempo stesso, si studiano le variabili che possono incrementare l'impatto persuasivo: sia quelle imputabili alla sorgente (come l'essere percepita come credibile o l'aver capacità di attrazione) che quelle che fanno, invece, riferimento al messaggio (come le caratteristiche della sua struttura o stile) e al tipo di canale utilizzato, sempre in relazione alle diverse caratteristiche del ricevente, di *colui*, cioè, che dovrebbe modificare, nella direzione voluta dall'emittente della comunicazione, attitudini e comportamenti. Dai risultati delle prime metanalisi, sulla valutazione dell'efficacia delle campagne di comunicazione sul rischio, viene rilevato che è più facile promuovere un nuovo comportamento che farne cambiare uno errato già assunto. Si prova anche a spiegare i meccanismi che generano i comportamenti considerati rischiosi per la salute, nella convinzione, che è su questi meccanismi che si dovrà agire se si vorrà ottenere il desiderato cambiamento nei comportamenti.

Con l'approssimarsi della fine del XX° secolo, le discussioni intorno ai possibili scenari di rischio conseguenti alle condotte umane, soprattutto in campo ambientale, vanno progressivamente a sostituire le certezze prima offerte dalle precise stime e, crescerebbe, conseguentemente, la sfiducia nelle istituzioni sociali e nelle autorità tradizionali. Tale perdita di fiducia sarebbe, appunto, la conseguenza dell'aver individuato la possibilità che dai processi decisionali nelle loro mani potrebbero derivare temute sciagure tali da compromettere lo stesso futuro dell'umanità.

Si comprende che non esiste un'immunità dal rischio.

E così, se, nel corso della prima modernità, i rischi erano, quindi, incertezze determinabili e calcolabili, concepiti come prodotti di scelte sociali da affrontare e soppesare rispetto alle opportunità che ne potevano derivare agli stessi individui, allo stato attuale, al contrario, il rischio stesso diviene attributo sociale caratterizzato dalla sua globalità e, di conseguenza, comune alla società nel suo complesso; del resto, basterebbe pensare al deciso incremento dei rischi definiti come costruiti o artificiali rispetto a quelli interni o naturali.

La società contemporanea si trova, sempre più, a fare i conti con le diverse forme di rischio, che comportano una diversa distribuzione dei vantaggi e degli

svantaggi, ecc. Il che rafforza anche l'esigenza di un preventivo calcolo del rischio, e, quindi, cresce il bisogno di una scienza del rischio e della sua gestione.

Il rischio diventa uno degli aspetti importanti della vita sociale stessa; oltre a riguardare i problemi della sicurezza tecnologica ed ambientale, viene riferito soprattutto ad aspetti della presa di decisioni e alle conseguenze, nella società contemporanea.

In tale ambito, il rischio è stato usato in modo piuttosto estensivo e di derivazione economica: esso riguarda «l'incertezza associata alle conseguenze di una scelta»¹⁹. Il diffondersi di incertezze e ansie per i fenomeni considerati causa di rischi, la natura dei discorsi sul rischio e il modo in cui tali discorsi incidono sui nostri comportamenti, le nostre relazioni sociali, le società e il modo in cui sono governate, sono precisamente gli stessi temi verso i quali diversi sociologi e teorici della cultura interessati al rischio hanno rivolto la loro attenzione.

Assume così più valore, la *prospettiva costruttivista*, che tende a sostenere che nessun rischio è pienamente oggettivo, che conoscere i rischi prescindendo dai sistemi di credenze e dai valori morali è impossibile.

Ogni conoscenza sul rischio è legata ai contesti socioculturali in cui è stata prodotta; si tratta della conoscenza degli scienziati o di altri tipi di esperti, o di quella della gente comune. Il sapere scientifico non è estraneo ai valori, esso è il prodotto di un modo di vedere. Il rischio, anziché essere statico e oggettivo, è un fenomeno costantemente *costruito* e *negoziato*, in quanto, elemento di una rete di interazione sociale e di produzione di senso.

In alcuni suoi approcci, la prospettiva costruttivista assume che i rischi rimandano a dati di fatto oggettivi e rigorosamente calcolabili attinenti a pericoli e minacce, che la percezione e la reazione degli individui a tali pericoli e minacce sono, necessariamente, mediate da processi sociali, culturali e politici. È una versione del costruttivismo sociale definito debole²⁰. Dal canto loro, gli esponenti del costruttivismo forte sostengono, invece, che:

«nulla è un rischio in se stesso; la realtà non contiene oggetti del genere. Non vi è cosa che non possa essere un rischio; tutto dipende dal modo in cui si analizza il pericolo e si considera l'evento»²¹.

¹⁹ Knight, F. (1921): *Risk, uncertainty and profit*. New York: Kelley.

²⁰ Lupton D. (2003): *Il rischio*, Il Mulino, Bologna, pp.34-35.

²¹ Ewald, F. (1991) *Insurance and Risk*, in G. Burchell, C. Gordon and P. Miller (eds) *The Foucault Effect: Studies in Governmentality*, Hempstead, Harvester Wheatsheaf, p. 199.

Ai sistemi sociali è demandato il necessario compito di definire i criteri che consentano di rendere prioritarie certe azioni e di ignorare i rischi che appaiono banali. Ed è proprio qui che sta il problema. Quali sono i criteri appropriati per trattare il tema del rischio? Come determinare il *rischio accettabile*? La società dovrebbe adottare un insieme di criteri uniformi per tutti i tipi di rischio senza badare al contesto? Chi dovrebbe essere coinvolto nell'identificazione di questi criteri? E chi dovrebbe essere responsabile, nel caso in cui, questi criteri si mostrassero inadeguati?

Appare evidente, come nel concetto di rischio siano strettamente interrelati aspetti naturali, tecnici, politici e sociali. Il rischio e l'esperienza del rischio sono parte costitutiva delle dinamiche e dell'organizzazione sociale, dove la razionalità scientifica si inserisce nello spazio politico e i media vi giocano un ruolo fondamentale.

Negli ultimi anni le scienze sociali si sono occupate del difficile compito della "gestione del rischio" concentrando l'attenzione sul fatto che -oltre a tenere in debita considerazione la stima dell'ampiezza di un rischio specifico- bisogna prestare attenzione alla valutazione dell'importanza che quel rischio ha per una specifica persona o comunità. Operativamente, i dati raccolti dagli esperti -sulla base di evidenze scientifiche e socioeconomiche- dovrebbero passare ai politici, che, a loro volta, dovrebbero tradurre in leggi e regolamenti a beneficio, e con il *consenso*, della collettività.

In realtà, le cose non funzionano in questo modo. Gli studi sociali hanno messo anche in luce che la stima dei rischi, a partire dai dati, non è sempre puntuale tanto quanto gli esperti vorrebbero far credere. Dal canto loro, i politici, quando prendono le decisioni, possono avere degli interessi e degli obiettivi diversi dalla mera mitigazione dei rischi; inoltre, il pubblico può vedere le cose in modo diverso rispetto ai periti e ai politici, specie quando si innescano meccanismi di diffidenza. Ecco perché la fase della gestione del rischio, con le numerose decisioni da prendere, si rivela particolarmente delicata.

I processi decisionali aumentano e con essi la dipendenza del futuro della società, condizionando notevolmente le scelte sul domani. Il tema del rischio si fa sempre più dominante.

Nella postmodernità si assiste alla frammentazione culturale e al dissolversi di norme e tradizioni, una messa in questione del pensiero, delle espressioni e delle pratiche stabilite, aprendo la strada a nuove e maggiori incertezze connesse al continuo mutamento. Il tempo e lo spazio si sono compressi, la circolazione di persone e cose è sempre più rapida, le cose e le relazioni sociali si svuotano dei loro significati stabiliti, il rischio si globalizza e la produzione della ricchezza resta localizzata.

Tutti questi cambiamenti determinano un modo di intendere il sé e il mondo radicalmente diverso rispetto al passato. Intorno al concetto di rischio sembrano, così, coagularsi il disorientamento, le ansie della società e una consapevolezza più viva delle minacce intrinseche alla vita quotidiana; riemerge una idea premoderna del rischio come di insicurezza incalcolabile. E poiché il concetto di rischio è indissolubilmente collegato alla relazione con il futuro, decidere di fronte al rischio presuppone un elemento positivo: la *fiducia*. Quest'ultima, a sua volta, riguarda un legame nel tempo e nello spazio, in quanto implica impegnarsi con una persona, un gruppo o un'istituzione nel tempo. Oggi, questo prerequisito di una fiducia attiva, in ogni campo come nella vita quotidiana e nella democrazia, si sta dissolvendo. La percezione del rischio sostituisce la fiducia con la sfiducia, minando addirittura la fiducia nei concittadini, negli stranieri e nei governi di tutto il mondo. Così, la dissoluzione della fiducia moltiplica i rischi: il timore per il futuro scatena un'auto-moltiplicazione dei rischi slegando le percezioni del rischio e le sue fantasie.

È in questo universo sconvolto dai cambiamenti che si inseriscono le strategie costruite intorno al rischio. Per quanto traggano origine dalle stesse incertezze, ansie e imprevedibilità della tarda modernità, l'obiettivo che perseguono è dare a queste una risposta. Le strategie del rischio divengono tentativi di domare l'incertezza, anche se, la stessa intensità di tali tentativi ha, spesso, l'effetto paradossale, non di placare le ansie, ma di eccitarle.

Per caratterizzare le reazioni al rischio dei cittadini delle società occidentali contemporanee, la letteratura sociologica utilizza spesso il concetto di *riflessività*. Con tale termine, si intende la capacità di rispondere alle circostanze che suscitano paura o ansia in modo attivo, anziché passivo.

Come afferma Giddens²² «la riflessività è una caratteristica distintiva di tutte le azioni umane», essa comporta un continuo «monitoraggio del comportamento e dei suoi contesti». Consiste nel soppesare e valutare criticamente le istituzioni e gli esperti stessi.

La riflessività è un aspetto intrinseco delle interpretazioni contemporanee del rischio: sono le due facce di una stessa medaglia. L'accresciuta sensibilità al rischio dell'epoca tardo-moderna è il risultato di un approccio al mondo altamente riflessivo. Con il progressivo emanciparsi dalle strutture, le persone adulte sarebbero sempre più in grado di determinare le proprie esistenze e, di conseguenza, si sentirebbero più impegnate in questa sorta di progetto di autoriflessione, che sembra essere sotteso alla logica del rischio sia nell'approccio realista che costruttivista.

Ovviamente, coloro che risultano ben collocati all'interno delle strutture della comunicazione, dei flussi di produzione ed apprendimento del sapere, saranno facilitati in questo progetto di autoriflessione.

Viene così richiamata l'attenzione sulla natura socialmente stratificata della percezione e delle reazioni all'esposizione ad un rischio: chi dispone di minori risorse materiali, ma ancor di più, di quelle culturali, reagirebbe all'incertezza riponendo la propria fiducia nelle opinioni delle persone conosciute e, con le quali, si condivide la cultura; in tal modo, viene data nuova importanza al confronto con il proprio contesto di riferimento, in un progressivo processo di aggregazione, analogo a quello descritto come caratteristico dell'epoca premoderna.

Ecco allora che le opinioni sul rischio verrebbero ad essere determinate dalla posizione degli individui all'interno dell'ambiente sociale, contribuendo a sviluppare e rafforzare la coesione tra i gruppi e il senso di appartenenza ad essi. Acquisterebbero allora grande importanza i significati locali che assume il rischio: vale a dire, i modi in cui gli individui sperimentano il proprio mondo come realtà da interpretare con l'aiuto dei significati e dei saperi condivisi e, quindi, di quella che può essere definita come *esperienza vissuta*.

Quindi, si fa strada l'idea che la percezione del rischio dei profani, anche quando sembra distorta, non lo è come conseguenza dell'ignoranza, ma è comunque attivamente costruita come fatto sociale. Partendo da questo presupposto, i significati assegnati al rischio non possono che mutare da luogo a luogo e dipendere dalle caratteristiche del

²² Giddens A. (1994): *Le conseguenze della modernità*, Il Mulino, Bologna, pp.44-45.

micro-contesto all'interno del quale si sono formati. Il porre l'attenzione e i timori su alcuni rischi, anziché sugli altri, è indicativo della natura del più ampio contesto socioculturale, politico ed economico in cui i rischi acquistano un senso.

Come afferma Lupton²³

«La nostra consapevolezza e conoscenza di questi e altri rischi incide in varie maniere sulla nostra soggettività e vita sociale, plasmando il modo in cui quotidianamente viviamo, quello in cui distinguiamo noi stessi e il gruppo sociale di cui siamo membri dagli altri individui e gli altri gruppi (...). Perciò, i fenomeni che selezioniamo e identifichiamo come *rischi* hanno uno statuto ontologico importante nella interpretazione di noi stessi e dei nostri mondi sociali materiali. Le società -e all'interno di esse le istituzioni, i gruppi e gli individui- hanno bisogno di questo processo di selezione in quanto elemento del loro continuo funzionare. La selezione dei rischi e le attività associate alla loro gestione sono centrali per il loro ordine, la loro capacità di funzionare e l'identità sia degli individui sia delle culture».

Non viene negata l'influenza del più ampio contesto dato dalle strutture sociali, si sostiene, però, che gli esseri umani siano fortemente legati al loro mondo sociale da una relazione dialettica. La riproduzione del sapere e del senso si basa su una realtà esplorativa costruita attraverso l'azione degli attori che la popolano, che non conserva un ordine dato, ma che si rigenera di volta in volta – e pericolosamente – dalle iniziative plurali di molti soggetti e di molti gruppi, e soprattutto un ordine cui sono i soggetti stessi a conferire senso e validità.

Dunque, non si tratterebbe più di riflettere su come aumentare la comprensione di ciò che gli esperti dicono, ma al più, di comprendere l'uso che dei giudizi degli esperti viene fatto, ed il valore che questi assumono all'interno di ogni contesto culturale particolare. La cultura condivisa non sarebbe, infatti, solo un sistema utile a conoscere i rischi ma contribuirebbe, attraverso considerazioni che prenderebbero forma intorno ai concetti di doveri e di aspettative reciproche, al formarsi di una nozione di rischio collettiva.

Le politiche di contenimento e di gestione del rischio portate avanti tramite i paradigmi unici della dissuasione hanno rivelato definitivamente la loro strutturale inefficacia. Il problema fondamentale della comunicazione sul rischio diventa una questione relativa alla determinazione di forme razionali o, addirittura, sicure del comportamento, in cui, però, l'enfasi viene posta principalmente sul *processo di*

²³ Lupton (2003) *op. cit.* p. 13.

scambio tra i soggetti che, a diverso titolo, devono essere *coinvolti* nei processi decisionali²⁴. Il tema della *Risk Communication* trova sempre maggiore attenzione.

Il punto di riferimento teorico torna ad essere lo “sviluppo di comunità”; l’idea centrale intorno a cui lavorare, semplice e rivoluzionaria, è quella di impegnarsi per conoscere realmente la comunità alla quale ci si rivolge: non per meglio definire il messaggio persuasivo, bensì per creare le condizioni procedurali, strutturali ed educative, che permettano di promuovere una comunicazione *comunicativa*, che si proponga cioè di ridefinire il senso che assume il rischio in quel momento e in quella comunità, ancor prima di negoziare le soluzioni utili a rimuoverlo²⁵.

In altre parole, cambia il modo stesso di concepire la progettazione degli interventi di comunicazione. Dalla fiducia verso gli esperti nel dirigere il cambiamento dei comportamenti e le regole che dovrebbero essere seguite da tutti, l’attenzione si sposta sul ruolo della partecipazione della popolazione ai processi di comunicazione tesi al cambiamento: da strumento necessario per poter comprendere le diverse posizioni essa diviene presupposto per avviare realmente processi di mutamento.

²⁴ Cfr. Powell, D., Leiss, W. (1997). *Mad Cows and Mother's Milk: The Perils of Poor Risk Communication*. Montreal: McGill-Queen's University Press.

²⁵ Cfr. Dervin, B., & Frenette, M. (2001). *Sense-Making Methodology: Communicating communicatively with campaign audiences*. In R. E. Rice & C. A. Atkin (Eds.), *Public communication campaigns* (3rd ed., pp. 69-87). Thousand Oaks, CA: Sage.

1.2. La società del rischio

Il dibattito sociologico sul rischio è incentrato soprattutto sui ‘rischi tecnologici, ambientali e sociali, spiegando perché il concetto di rischio abbia assunto tale importanza nella società contemporanea.

Le scienze sociali hanno iniziato ad utilizzare il concetto di rischio come chiave interpretativa della modernità (e della post-modernità) e, per far ciò, hanno dovuto rinnovare il proprio vocabolario insieme alle metodologie e agli strumenti. Il variegato dibattito sul rischio ha avuto per oggetto le relazioni esistenti fra rischio ambientale e trasformazione della modernità, in cui le varie tesi si intrecciano tra di loro nel tentativo di descrivere la società di oggi e delineare quella del domani.

Le diverse teorie convergono su un’immagine della società in cui struttura economica, stratificazione sociale, politica e cultura stanno mutando profondamente. Differenziazione e razionalizzazione sono ancora operanti, ma la loro intensificazione ricade nel proprio opposto, producendo una società de-razionalizzata, de-differenziata e frammentata²⁶. L’orizzonte prospettato è quello di una società in cui gli individui sono condannati a fluttuare rapidissimi e senza sosta, una volta perduto ogni riferimento spazio-temporale acquisito.

Al centro del dibattito si pone la crisi ecologica in cui il rischio ambientale trova una sua collocazione precisa. Il tema del rischio risulta essere un ambito problematico che spinge alla generazione di nuova teoria e, contemporaneamente, comporta un’immediata presa di posizione su questioni di forte rilievo socio-politico. Anche all’interno del dibattito sociologico è stata evidenziata, ormai da più parti, l’esigenza di espandere la democrazia dialogica per affrontare le varie problematiche poste dai cambiamenti istituzionali in questa nuova fase della modernità.

Negli ultimi venti anni, alcuni dei massimi esponenti della Sociologia hanno formulato interventi proprio sul tema del rischio, cercando di attribuire a questo concetto una funzione chiave nel bagaglio teorico della disciplina. I significati e le strategie del rischio sono analizzati alla luce delle trasformazioni di ordine politico e, più in particolare, dei processi che danno luogo, in Occidente, alla nascita della *società*

²⁶ Crook S., Pakulski J., e Watwrs M. (1992): *Postmodernizatzion. Change in Advances Societies*, Sage, London.

del rischio: i processi di individualizzazione, riflessività e globalizzazione. Con l'espressione "*società mondiale del rischio*" non si vuole indicare l'aumento dei fattori di rischio²⁷ delle nostre società, ma una diversa attenzione e percezione del rischio. Tale società è, innanzitutto, frutto del processo di modernizzazione, ovvero di «*spinte di razionalizzazione tecnologica e mutamenti nel lavoro e nell'organizzazione*»²⁸.

Per Beck la società contemporanea sta subendo un mutamento radicale: sono cambiati gli stili di vita, le forme di amore e tutte le strutture in cui si è riusciti ad esercitare influenza e potere, comprese le forme politiche di repressione e partecipazione.

Alla prima modernità del progresso e della controllabilità del pieno impiego e dello sfruttamento della natura si sta sostituendo una seconda modernità, caratterizzata da cinque processi interconnessi: la globalizzazione, l'individualizzazione, la rivoluzione dei generi, la sottoccupazione e i rischi globali. Questa nuova modernità coinvolge i valori tradizionali di progresso e di accumulazione sostituendoli con una nuova morale che enfatizza il rischio. Si prospetta un orizzonte in cui scienza, tecnica e progresso finiranno per preoccupare l'umanità.

La fase della diffusa aspettativa che la crescita della conoscenza della realtà sociale e naturale avrebbe permesso di intervenire su di essa, in modo mirato e controllato, fa posto ad una in cui la proliferazione di questi interventi è, a sua volta, origine di imprevedibilità e di insicurezza.

Nella società industriale l'idea della produzione del rischio era marginale rispetto a quella della ricchezza: erano soprattutto i quartieri vicino agli impianti industriali ad essere maggiormente esposti alle diverse sostanze presenti nell'ambiente. Il rischio era controllabile. Nella modernizzazione avanzata, invece, la produzione sociale di ricchezza va sistematicamente di pari passo con la produzione sociale di rischi, ma fatto ancor più grave è che i rischi non possono essere circoscritti come avveniva per il passato: si prevede una globalizzazione dei rischi tale da renderli capaci di colpire indipendentemente dall'appartenenza di classe, con un'inedita dinamica politica e sociale. Ricchi e potenti non possono dirsi al sicuro. I rischi finiscono col colpire anche chi li produce. Il trapasso all'attuale società, dunque, ha sancito il

²⁷ Beck non opera alcuna distinzione tra rischio e pericolo, in quanto considera il rischio sempre un pericolo per il futuro, non solo per il presente. Ciò lo differenzia, invece, dal danno, che è sempre legato al momento in cui si verifica.

²⁸ Beck U.(2000), *La società del rischio*, Carocci, Roma, p. 349.

passaggio dal problema della distribuzione della ricchezza, o distribuzione di beni, al conflitto postmoderno della distribuzione dei rischi, o distribuzione dei mali²⁹. Tra le ricchezze e i rischi vi è una differenza sostanziale: le prime, infatti, si possono possedere, dai rischi si può essere solo colpiti. Vi è, in entrambi i casi, una distribuzione e si creano una situazione di classe ed una situazione di rischio³⁰. Ciò che varia è un bene diverso e un diverso tipo di conflitto per la sua distribuzione. Nel caso delle ricchezze si hanno beni di consumo, con reddito e possibilità di istruzione, di proprietà e così via. Inversamente, i rischi sono un prodotto indesiderabile che va negato o eliminato.

In merito sempre a questo discorso, lo studioso tedesco afferma: «*detto in forma estrema e schematica: nelle situazioni di classe e di ceto l'essere determina la coscienza, mentre in quelle del rischio la coscienza determina l'essere*»³¹.

Se prima erano considerati come effetti collaterali latenti, oggi, i rischi investono gli stessi centri della loro produzione e, così, gli stessi attori della modernizzazione finiscono concretamente con l'essere vittime dei pericoli che provocano e dai quali traggono profitto.

Beck descrive lo stato di continua preoccupazione, le ansie ed i timori delle persone, nei Paesi occidentali, in relazione ai rischi di diversa natura. La condizione sociale di *Unsicherheit*³² genera inquietudine, smarrimento e insicurezza esistenziale. Alcune tra le principali difficoltà della società del rischio sono rese perfettamente proprio dal termine tedesco *Unsicherheit* “che designa il complesso delle esperienze definite nella lingua inglese *uncertainty* (incertezza), *insecurity* (insicurezza esistenziale) e *unsafety* (assenza di garanzie di sicurezza per la propria precarietà)”³³.

A rendere bene l'idea è Zygmunt Bauman quando afferma che «l'insicurezza odierna assomiglia alla sensazione che potrebbero provare i passeggeri di un aereo nello scoprire che la cabina di pilotaggio è vuota, che la voce rassicurante del capitano era soltanto la ripetizione di un messaggio registrato molto tempo prima»³⁴.

²⁹ Cfr. Savoja L. (2005), *La costruzione sociale del turismo*, Giappichelli, Torino, p.41.

³⁰ In tedesco, i due termini sono *Klassenlagen* e *Risikolagen*.

³¹ Beck, *op. cit.*, p. 31.

³² Termine tedesco utilizzato opportunamente da Bauman, sociologo polacco, proprio perché onnicomprensivo e perfetto per indicare la situazione dell'uomo contemporaneo di “incertezza”.

³³ Chicchi F. (2001), “Il rischio come concetto interpretativo dell'attuale crisi del legame sociale”, in *Derive sociali. Precarizzazione del lavoro, crisi del legame sociale ed egemonia culturale del rischio*, Milano, Franco Angeli, p. 63.

³⁴ *Ibidem*.

Per Giddens l'insicurezza, tipica di questo nuovo scenario sociale, è una *insicurezza ontologica*³⁵. A tal proposito, egli ritiene necessario separare semanticamente il concetto di pericolo (*hazard* o *danger*) da quello di rischio (*risk*), come vedremo successivamente. Il pericolo è inteso come un fattore di minaccia che compromette il raggiungimento di un obiettivo già prefissato; ha una connotazione esclusivamente negativa. Il rischio, di contro, rappresenta una scelta, il frutto di una decisione umana anche se non calcolata. Talvolta, questo genera pericolo, altre volte coincide con esso.

Ritornando all'analisi condotta da Beck, questi «*sono fenomeni che investono intere generazioni*»³⁶, per rimarcare l'incidenza che i pericoli dell'odierna società hanno sul futuro, ma anche per sottolineare il divario temporale tra le azioni e il loro impatto. Si pensi alle radiazioni, alle sostanze chimiche sintetiche e agli organismi manipolati geneticamente. I pericoli ambientali odierni, poi, come il buco dell'ozono o la mucca pazza hanno manifestato i loro sintomi solo molti anni dopo aver cominciato con effetti invisibili di specifiche azioni. Oggi il rischio di cui parla il sociologo tedesco è invisibile e diffuso, a differenza del passato quando i pericoli per la nostra incolumità erano ben evidenti e localizzati.

«Nelle città medievali il rischio della malattia lo sentivi dalla puzza e dallo sporco, pungeva il naso, oggi il rischio sta nella sfera di formule chimiche e fisiche che non si sentono e non si vedono»³⁷.

L'acutizzarsi dell'incertezza viene avvertita in tutti gli assetti della vita sociale ed umana: dal mercato del lavoro, al proprio stipendio, alle proprie case e ai propri figli e alla sicurezza della propria vecchiaia. La realtà che si va configurando è determinata dalla precarietà, dalla concorrenza spietata per l'accesso alle limitate risorse: nulla più è garantito. La società del rischio è la società della disoccupazione di massa e della precarietà diffusa³⁸. Il forte processo di individualizzazione dissolve le vecchie forme di vita precostituite come, l'appartenenza ad una determinata classe sociale, ad una famiglia ad una nazione.

Dunque, secondo Beck

³⁵ Cfr. Chicchi F., *op. cit.*, p. 76.

³⁶ *Ibidem* p. 29.

³⁷ Intervista di Bosetti Giancarlo ad Ulrich Beck "Pericolo ecologico, disgregazione familiare, lavoro flessibile. Il rischio globale della seconda modernità", Corriere della Sera, 5 Maggio 2001.

³⁸ Beck U. (2000a): *Europa felix*, Carocci, Roma.

«anche se non si verifica alcuna catastrofe, ci troviamo nel mezzo di uno sviluppo sociale in cui l'attesa dell'inaspettato, l'attesa dei rischi possibili domina sempre più la scena della nostra vita: rischi individuali e rischi collettivi. E' il fenomeno nuovo che diventa un fattore di stress per le istituzioni nel diritto, nell'economia, nel sistema politico e anche nella vita quotidiana delle famiglie»³⁹.

Un aspetto centrale di questo passaggio, dalla prima alla seconda modernità, è la diffusione a livello di massa che sono mutate le cause e la portata del rischio. Diversamente dal passato, oggi il rischio è il prodotto dell'intervento umano nelle circostanze della vita sociale e nella natura. Per questo autore, il mondo in cui oggi viviamo sembra essere fuori controllo ed inafferrabile. Un mondo che appare sempre più tecnologicamente avanzato e globalizzato, ma che, allo stesso tempo, spinge gli individui a sentirsi sempre meno padroni e controllori di ciò che li circonda. Il punto è che oggi questi processi avvengono su scala globale, in un mondo sempre più interdipendente, in cui gli esiti di questi fenomeni vengono amplificati e riprodotti su scala planetaria. In più, gli effetti di questa globalizzazione si riflettono non soltanto sui sistemi economici o politici sovranazionali, ma anche sulla vita quotidiana degli individui. Un'ulteriore distinzione tra prima e seconda modernizzazione è rappresentata dal rapporto tra pratica scientifica e sfera pubblica, per cui si ha una *scientifizzazione primaria* ed una *scientifizzazione riflessiva*.

All'inizio, la scienza è semplicemente applicata al mondo della natura, dell'uomo e della società. Nella fase riflessiva, le scienze sono costrette a confrontarsi con i loro stessi prodotti, i loro difetti e problemi. Perciò, si ottiene una *scientifizzazione completa*, in cui il dubbio scientifico si è esteso fino alle sue fondamenta e alle conseguenze esterne della scienza. Quest'ultima, infatti, si trova a fare i conti con se stessa e con ciò che ha creato. E poiché si ha bisogno del sapere scientifico, i rischi sono ancor più difficili da comprendere, perfino come esperienze personali.

Secondo il sociologo tedesco si può affermare che le pretese della scienza di verità e di illuminismo⁴⁰ sono sfatate. Essa ha oramai messo in pericolo la società attuale e le generazioni future e ha mancato nelle sue promesse di un miglioramento della vita. Il risultato è che si perde la fiducia nella scienza e nel progresso, che era, al contrario, una prerogativa della società industriale fino alla prima metà del secolo XX. In questa fase,

³⁹ Intervista di Giancarlo Bosetti ad Ulrich Beck, *op. cit.*

⁴⁰ “Per me l'illuminismo non è una nozione storica, una serie di idee, ma un processo e delle dinamiche in cui la critica, l'autocritica, l'ironia e l'umanità giocano un ruolo centrale”, (Beck, *La società del rischio*, Carocci, Roma, 2000, p. 347).

appunto, la scienza riusciva a spazzar via qualsiasi resistenza proveniente dalla sfera pubblica grazie ai suoi successi. Nella modernità riflessiva, tutto questo cambia, in quanto sono presentati non solo i successi, ma, anche e soprattutto, le sconfitte della scienza: ovvero, le promesse non mantenute. Con il crescere dei successi, si sono sviluppati anche sproporzionatamente i rischi. Per cui, le scienze non possono continuare a mantenere la loro posizione di *infrangi-tabù*, devono assumere pure il ruolo di *costruttrici di tabù*. In questo modo, si trovano a dover oscillare tra l'apertura e la chiusura di opportunità d'azione.

Contrariamente al passato, gli uomini non sono impoveriti, anzi vivono nel benessere, in una società di consumi e sono generalmente istruiti, ma hanno paura e si sentono minacciati da qualcosa che non possono né vedere né comprendere totalmente. Inoltre, precedentemente, il coinvolgimento era dato da un destino comune di classe. Nella classe si nasceva e si rimaneva legati per tutta la vita, si combatteva *per e con essa*. La classe assorbiva le decisioni per ogni cosa quotidiana, dal cibo alle manifestazioni in piazza. Oggi, invece, gli uomini, oramai sciolti dai legami di classe, sono rimessi a se stessi e pianificano da soli le loro biografie individuali sul mercato del lavoro. L'*individualizzazione*⁴¹ vale per qualsiasi lavoratore, anche per quello salariato, e i motivi derivano dalla mobilità del lavoro, dalla formazione e dal cambio di occupazione. Famiglia, vicinato, amicizie e legami ad una cultura e ad una regione sono contrastati dalla mobilità individuale richiesta dal mondo del lavoro. Ciò costringe gli uomini, per la loro sopravvivenza materiale, a fare di se stessi il centro dei propri interessi e progetti di vita. Devono considerare e basarsi solo ed esclusivamente su se stessi, evitando vincoli di ogni tipo. Di conseguenza, si vive il fenomeno di un capitalismo senza classi, con i problemi sociali e politici generati da diseguaglianze individualizzate. L'individualizzazione, invenzione del ventesimo secolo, presenta tre aspetti fondamentali: il primo è lo sganciamento da forme e vincoli sociali, in quanto contesti di dominio e sostegno, come poteva essere l'unione di una classe sociale; il secondo è la perdita delle sicurezze tradizionali, in riferimento alla conoscenza, perché

⁴¹ Nell'articolo *Il vulcano della libertà*, il sociologo tedesco si pone la domanda di come sia possibile l'integrazione in una società individualizzata. La sua risposta è ciò dipende da ovvietà condivise, come la tradizione, la natura, la fede, la religione e Dio. La chiesa, in particolare, diventa *l'avvocato dell'integrazione sociale*. L'integrazione religiosa, tra l'altro, si incentra su un contratto, che prevede l'accettazione della miseria di questo mondo di contro all'ascesa della beatitudine dell'aldilà. Quindi, si tratta di *distogliere lo sguardo* dall'aldilà. Altra forma di integrazione analizzata nel testo, è rappresentata dal lavoro retribuito e dal consumo di massa.

ormai si dipende da un sapere altrui; infine, il terzo è un nuovo tipo di legame sociale, in quanto dimensione del *controllo*.

Oggi la non visibilità del rischio non porta ad un coinvolgimento o unità sociale. L'unica cosa, di cui siamo dipendenti, è il sapere che ci fornisce la dimensione della definizione del pericolo. La perdita del posto di lavoro è qualcosa di evidente, non serve alcun strumento cognitivo per comprenderlo, così come la misurazione o la statistica. Non dipende perciò dal sapere. Invece, chi scopre che il suo thè contiene DDT, si trova in una situazione diversa che va al di là del suo stesso sapere. I coinvolti nelle situazioni di rischio sono incompetenti e dipendono necessariamente dal sapere di altri. Ancora una volta, appare chiaro come la risorsa fondamentale del rischio non è la ricchezza, bensì l'informazione e la conoscenza.

Un esempio portante che spiega come le persone, oggi, vivono una doppia vita spaziale e temporale è rappresentato dalla funzione della televisione, e più in generale di tutti i mass media.

«Noi siamo contemporaneamente qui e da tutt'altra parte; ce ne stiamo da soli, ognuno per conto proprio, eppure ascoltiamo lo stesso concerto della New York Philharmonic; oppure, mentre stiamo qui a cenare isolati gli uni dagli altri, ci troviamo tutti là, osservatori partecipi delle terribili scene di guerra civile in Libano»⁴².

Da un lato, i programmi televisivi staccano le persone dai discorsi e dalle esperienze intese in senso tradizionale; dall'altro, conducono ad un'uniformità delle forme di vita. Ognuno è isolato all'interno della famiglia a guardare lo schermo televisivo, che trasmette un'immagine uguale per tutti⁴³. La sera la gente si incontra in tutto il mondo nella cosiddetta *piazza del villaggio televisivo*⁴⁴.

Un'altra differenza tra società industriale e società del rischio riguarda il modo di considerare il lavoro.

Nella società industriale, il lavoro è condizione fondamentale dell'esistenza. «Quando conosciamo il lavoro del nostro interlocutore crediamo di conoscerlo o conoscerla»⁴⁵, come se la professione ci dicesse chi è quella persona, collocandola in una determinata posizione sociale ed economica e stabilendone le capacità e il livello di istruzione.

⁴² Ibidem.

⁴³ Anders, in *Die Antiquiertheit des Menschen*, si riferisce in merito in termini di un'esistenza standardizzata di eremiti di massa isolati.

⁴⁴ Beck U. (2000), *La società del rischio*, Carocci, Roma, p. 192.

⁴⁵ Beck, *op. cit.*, p. 200.

Nella società del rischio, il lavoro cambia attraverso la flessibilizzazione, dovuta anche alla connessione informatica in rete dei posti di lavoro. Ciò dovrebbe alleggerire il traffico lavorativo quotidiano e, quindi, l'impatto sull'ambiente naturale e umano, favorire la possibile de-urbanizzazione delle città, e limitare la mobilità locale quotidiana, che è delegata elettronicamente. Questo nuovo metodo ha molti sostenitori, tra cui le istituzioni statali, le donne e i giovani lavoratori, che sperano in una maggiore sovranità del tempo e le imprese. Solo i sindacati rappresentano la resistenza, in questo caso, poiché perdono la loro posizione di potere all'interno del sistema dell'impiego. In realtà, tutto ciò non fa altro che portare disoccupazione e la sottoccupazione, attraverso l'introduzione delle "nuove macchine". Questo avviene non solo all'interno delle industrie, in quanto il computer riduce il lavoro ma anche nelle amministrazioni e negli uffici.

Inoltre, diventa indispensabile conoscere i meccanismi di produzione e di distribuzione del rischio. Si tratta, secondo Giddens⁴⁶, di comprendere che il processo di sviluppo in atto è portatore di alcune problematiche (emergenza ambientale, demografica, alimentare, la sperequazione tra Nord e Sud del mondo) che non sono elementi *naturali* preesistenti alla modernizzazione, ma che, al contrario, sono costruiti dallo stesso processo di sviluppo. Un concetto, quello di rischio costruito, che diviene globale non solo per le cause che lo producono, ma anche per le risposte che è necessario fornire a livello sovranazionale. La vera sfida teorica e politica di questa seconda modernità consiste nella necessità di dare una risposta a tutti questi processi simultaneamente.

Il punto centrale nella società del rischio, per Beck e Giddens, è la nozione di *riflessività*⁴⁷. La società del rischio è anche potenzialmente una società *autocritica*, *riflessiva*, perché le ansie sui rischi servono a porsi le domande sulle pratiche correnti.

Entrambi gli autori analizzano il concetto di rischio in relazione ai processi di modernizzazione e lo presentano come una delle preoccupazioni principali delle società contemporanee. In queste ultime, i rischi assumono caratteristiche nuove; le loro conseguenze minacciano di estendersi nello spazio come mai prima e di prolungarsi illimitatamente nel tempo. Bisognerà attrezzarsi, *cercare di inventare* nuove certezze,

⁴⁶ Giddens A. (2000): *Il mondo che cambia. Come la globalizzazione ridisegna la nostra vita* - Il Mulino, Bologna.

⁴⁷ Beck U. (2000b): *La società del rischio*, Carocci, Roma.

per vivere all'interno di società che non saranno più come quelle conosciute finora. È il passaggio tra la prima e la seconda modernità che dovrà sciogliere i nodi di portata strutturale, come quelli del lavoro democratico e dello stato sociale.

La loro attenzione si concentra sugli aspetti politici del rischio, interpretando le reazioni all'incertezza e all'insicurezza in termini di *riflessività*. Essi attribuiscono alle persone comuni, la consapevolezza dell'incerto fondamento o della discordanza delle opinioni degli esperti e condividono la tesi secondo cui tale consapevolezza spinge i cittadini a contestare, sul tema dei rischi, tanto i professionisti e il governo, quanto l'industria.

La loro analisi della riflessività prende in esame anche la sfera privata e delle relazioni personali, soffermandosi sui modi in cui il rischio e la riflessività hanno permeato questo ambito. Al tempo stesso, gli autori sono in sostanziale accordo nell'indicare, come soluzione alle nuove crisi che si sono aperte, l'accentuazione della riflessività individuale e soprattutto istituzionale, che è intesa come una crescita della discussione pubblica sulle problematiche da affrontare.

Giddens, in particolare, individua l'esistenza delle condizioni per un'espansione della *democrazia dialogica*, basata sulla fiducia attiva degli attori sociali a vari livelli: dalle relazioni interpersonali alla società civile, dall'ambito politico locale alle relazioni internazionali. Secondo l'autore «il rischio oggi ci circonda in maniera diffusa e generalizzata»⁴⁸ e la consapevolezza del suo carattere permanente (in quanto vi è una certa inadeguatezza delle istituzioni ma anche del sapere scientifico nel porvi rimedio) e della sua natura democratica (ciascuno è vulnerabile, e con un effetto boomerang prima o poi colpisce anche chi lo produce) ha reso tutto più incerto nonché rischioso.

Gli autori concordano nel definire la problematica ambientale al centro del dibattito sulla modernità. La crisi ambientale è stata, infatti, il primo eclatante fenomeno che ha svelato l'impossibilità di comprendere le nuove sfide attraverso le tradizionali categorie sociologiche e la difficoltà di risoluzione delle problematiche emergenti con le consuete modalità. Inoltre, la questione ambientale si offrirebbe oggi come arena privilegiata per la sperimentazione di nuove espressioni di discussione pubblica ed elaborazione di strumenti decisionali.

⁴⁸ Bucchi M. (2001), "Il rischio" in *Sociologia della salute*, Carocci, Roma.

Per Beck, si deve applicare la riflessività in ambito scientifico, con l'assunzione della forma di autocontrollo e di autolimitazione.

«Abbiamo bisogno di una nuova immaginazione sociologica che sia sensibile ai paradossi e ai mutamenti concreti della modernità riflessiva e che al contempo sia mediata e solida abbastanza da abbattere le mura dell'astrazione in cui è rinchiusa la routine accademica»⁴⁹.

Nella sua visione considera il rischio quasi sempre in maniera oggettiva, sottoscrive l'idea secondo cui alcuni rischi sono definibili come reali, difendendo l'approccio oggettivista delle scienze naturali, ma è pur vero che nel momento in cui egli sostiene, al tempo stesso, che nelle società occidentali contemporanee la natura e le cause del rischio sono concepite e affrontate in modi diversi da quelli del passato, accoglie anche l'approccio costruttivista.

Tuttavia, è possibile individuare alcune differenze tra le prospettive di Beck e Giddens. La prima riguarda la relazione tra il rischio e la riflessività. Mentre per Beck l'alto grado di riflessività delle società contemporanee è il risultato del progressivo aumentare, in tali società, del numero dei rischi, in Giddens, tale relazione appare invertita. La tarda modernità non assiste ad un incremento del numero dei rischi, ma della loro minacciosità e pervasività in conseguenza di una trasformazione della soggettività. Oggi, più che in passato, si avverte una maggiore sensibilità nei confronti dei pericoli, nel modo di affrontare la vita.

Un altro punto di non condivisione è la relazione tra riflessività e sistemi di sapere esperto. In Giddens, la riflessività si sviluppa attraverso tali saperi e presuppone che i profani confidino in essi. In Beck è il contrario. La riflessività consiste, a suo giudizio, nella critica dei saperi esperti; essa esprime sfiducia, anziché fiducia, in particolare nei confronti dei saperi sui pericoli ambientali. La scienza stessa viene messa in discussione, militanti e gruppi politici investono le stime scientifiche di dubbi di giorno in giorno più radicali.

La stessa Sociologia, come scienza, deve abbandonare le tradizionali analisi delle 'categorie-zombie' come: la famiglia in quanto unità economica, la classe, la piena occupazione ecc. Se prima la famiglia era unità di luogo, di reddito, di identità sociale: stabilire oggi che cosa sia diventata non è facile. La precarietà della struttura e delle funzioni investono anche il concetto di famiglia. Anche le classi sociali sono sradicate da una tradizione che era costituita da fattori omogenei, strutture familiari, condizioni

⁴⁹ Beck, *op. cit.*, p. 327.

abitative, attività nel tempo libero, distribuzione geografica della popolazione, appartenenza a club e sindacati, comportamenti di voto.

Tuttavia, la società del rischio non è una società delle catastrofi, ma una società in cui l'attesa dell'inaspettato, l'attesa dei rischi possibili domina sempre più la scena umana: la società del rischio è una società della cultura del rischio. Ciò comporterà non poche ripercussioni per le istituzioni nel diritto, nell'economia, nel sistema politico e nelle dinamiche familiari. Nuovi problemi e nuove scelte devono essere affrontate, nuove azioni da intraprendere, nuovi schemi interpretativi, e nuove coordinate culturali e sociali di riferimento.

Anche i soggetti sociali che di queste scelte dovranno subire le conseguenze dovrebbero concorrere in modo esplicito e trasparente, con la loro concretezza materiale, che esprime bisogni, condizioni di vita e aspettative per il futuro. L'idea di Beck è che si apra una *sfera pubblica di discussione e di legittimazione* in ciascun campo specializzato di azione. Il consenso sulle decisioni che devono, di volta in volta, essere prese deve avvenire utilizzando una discussione sul problema che sia ricca di tutte le sfumature e di tutti i punti di vista, senza essere mutilata a priori dai confini disciplinari e dalle competenze sistemiche⁵⁰. Alla politica il ruolo di raccordo tra i differenti ambiti parziali, diventando, in questo modo, una sorta di circuito orizzontale che attraversa i diversi (e autonomi) sistemi esperti, in modo da metterli in una ragionevole e comprensibile dialettica tra loro. Ai mezzi di informazione, seppur con numerose critiche, in quanto, il più delle volte, rafforzano l'incomunicabilità, resta loro la potenziale funzione di controllo nei confronti delle decisioni politiche.

Alla tesi della modernizzazione riflessiva sono state mosse diverse obiezioni. Alcuni ritengono, come i principali rappresentanti della teoria della *Modernizzazione Ecologica*, che l'approccio sia eccessivamente radicale, che richieda cambiamenti istituzionali non irrilevanti; altri, invece, considerano l'approccio della modernizzazione riflessiva troppo poco incisivo. I nodi concettuali su cui si articolano le riflessioni, spesso, riguardano i problemi legati alla partecipazione delle aggregazioni sociali più deboli ai processi decisionali, al ruolo della conoscenza scientifica e profana all'interno del processo, all'effettiva incidenza delle azioni deliberate dagli attori coinvolti.

⁵⁰ Bagnasco A. (2001), "Discussione su 'La società del rischio' di Ulrich Beck", *Stato e Mercato*, n. 3, p.519.

Per Benton⁵¹, ad esempio, i teorici della modernizzazione riflessiva non tengono in sufficiente considerazione le pressioni che gli interessi economici esercitano sulla politica, rendendo attualmente vani i tentativi di regolarizzazione del sistema e, in futuro, inefficaci i risultati ottenuti attraverso i processi partecipati; inoltre, ancora secondo questo autore, la questione dell'appartenenza di classe non viene superata, in quanto gli effetti ambientali negativi colpirebbero in prima istanza i soggetti deboli (lavoratori in ambienti insalubri, residenti in aree a rischio industriale o climatico), che non hanno voce sufficiente per emergere a livello di società civile e che, oggi, sono privi anche dei tradizionali riferimenti politici.

Altri critici hanno accusato Giddens e Beck di eccessiva astrattezza. Le loro tesi sui processi strutturali si rivelano generiche, vaghe e prive di un fondamento sufficientemente sicuro nelle dinamiche istituzionali e nelle esperienze quotidiane effettive. Nel focalizzare il loro interesse sul processo di individualizzazione, Giddens e Beck hanno trascurato i significati simbolici del rischio, propri della comunità, quelli dotati di senso estetico e quelli condivisi⁵².

Un'altra osservazione viene rivolta al ruolo che la conoscenza riveste o dovrebbe rivestire all'interno dell'elaborazione delle politiche ambientali. McKechnie e Welsh⁵³ concentrano l'attenzione sul concetto di *distanza sociale* e sulla critica al ruolo centrale affidato dalla modernizzazione riflessiva al sapere scientifico. Secondo questi autori, numerose tipologie di soggetti sociali, di fatto, verrebbero emarginate dalla discussione pubblica. Il concetto di riflessività, invece, dovrebbe aprirsi anche ad elementi non propriamente razionali e declinarsi in relazione agli ambiti locali analizzati, tenendone in opportuna considerazione specificità culturali e sociali. Inoltre, McKechnie e Welsh sottolineano l'importanza delle istanze portate avanti dai *nuovi movimenti sociali*, che non possono essere tradotte e assorbite all'interno del dibattito scientifico come proposto da Beck e Giddens. Le critiche mosse da questi autori riguardano soprattutto il ruolo della conoscenza scientifica e profana nell'elaborazione

⁵¹ Benton, T. (2002): *Social Theory and ecological politics: reflexive modernization or green socialism?* - in *Sociological Theory and The environmental* - ed. R. E. Dunlap et Al, Lanham: Rowman & Littlefield, pp.252-273.

⁵² Cfr. Alexander, J. (1996): *Critical reflections on reflexive modernization* in: *Theory, Culture and Society*, 13. Si veda anche Lash, S. (1993): *Reflexive modernization. The aesthetic dimension*, in *Theory, Culture and Society*, 10.

⁵³ Welsh I and McKechnie R., (2002): *When the Global meets the Local: Critical Reflections on Reflexive Modernisation*, in: *Sociological Theory and the Environment*; ed. R. E. Dunlap et Al, Lanham: Rowman & Littlefield, pp. 286-310.

delle politiche ambientali. A riguardo Funtowicz e Ravetz⁵⁴ ritengono che l'estensione della discussione pubblica implichi la necessità di utilizzare anche competenze ed informazioni non accettate dal mondo scientifico-razionale, come aneddoti e percezioni soggettive che potrebbero portare non solo a un consenso più ampio sulle decisioni ma anche ad un miglioramento delle stesse, in quanto basate sulle conoscenze proprie di soggetti che vivono su un determinato territorio.

All'interno del dibattito sociologico sul rischio, un ulteriore e rilevante contributo va attribuito a Luhmann.

Se nella sua visione Beck considera il rischio quasi sempre in maniera oggettiva, anche se, spesso, accoglie anche l'approccio costruttivista, nella concezione luhmaniana la prospettiva è esclusivamente costruttivista: i rischi dipendono dall'osservatore, non esistono obiettivamente, ma sono costruiti da coloro che devono prendere decisioni con conseguenze nel lungo termine. Al tempo stesso, altri osservatori possono concepire lo stesso fenomeno come un pericolo, perché sono colpiti dalle conseguenze di queste decisioni.

Per Luhmann, il rischio è un problema riferito alla *presa di decisione*, in particolare, quella presa in situazione di incertezza, come nel campo della sicurezza tecnologica e ambientale.

Di qui una differenza concettuale tra *rischio* e *pericolo* dapprima non esistente:

«per poterli osservare i rischi devono poter essere distinti da ciò che rischio non è, e il concetto di rischio guadagna in precisione e in definizione se siamo in grado di stabilire da cosa esso si distingua»⁵⁵.

Secondo Luhmann, il rischio è un concetto da tenere distinto dal quello di pericolo⁵⁶. Un osservatore parla di un rischio, quando un potenziale danno futuro è dovuto alle sue proprie decisioni. Il pericolo si riferisce alla possibilità di un danno non causato da una decisione o da alcuna altra decisione. Dai pericoli, infatti, ci si difende, i rischi li si affronta, non solo, il pericolo evidenzia i danni e fa dimenticare i profitti; il rischio si formula come un migliore sfruttamento delle possibilità. La contrapposizione

⁵⁴ Funtowicz, S.O. e J.R. Ravetz (1993): *Science for the post-normal age*, in *Futures* 25(7), pp.739.755.

⁵⁵ Luhmann N. (1996), *Sociologia del rischio*, Bruno Mondadori, Milano.

⁵⁶ Si deve constatare, però, che in buona parte della sua letteratura viene utilizzata anche la distinzione rischio/sicurezza. Da questo punto di vista, ci si augura senza dubbio la sicurezza ma, molto spesso si devono per forza accettare dei rischi, a causa soprattutto dei rapporti mondiali esistenti. La sicurezza assoluta, così come il rischio-zero, non si può ottenere, ma può sempre succedere qualcosa.

rischio/pericolo permette di porre l'attenzione su entrambi i lati dell'ambivalenza ma non contemporaneamente.

Per essere più chiari:

«marcare i rischi fa dimenticare dunque i pericoli; marcare i pericoli, invece, fa dimenticare i profitti ai quali si potrebbe mirare con delle decisioni rischiose. Nelle società più antiche viene marcato piuttosto il pericolo, in quella moderna fino a poco fa piuttosto il rischio»⁵⁷.

L'autore propone l'idea che il *rischio* è la forma generale nella quale la società descrive il suo futuro. Ecco perché la società moderna, per via della necessità di prendere continuamente decisioni di fronte ad un futuro che si fa sempre più incerto, percepisce «il suo futuro sotto forma di rischio presente»⁵⁸.

Il suo approccio ha delle importanti implicazioni per l'analisi sociologica della spiegazione dei conflitti sul rischio nella società moderna.

Per Luhmann, l'uomo mediante la scienza e la tecnica ha elevato barriere sempre più efficaci contro i pericoli provenienti dalla natura, limitandoli funzionalmente. I notevoli interventi hanno modificato sempre più la natura riconfigurandola secondo le decisioni dell'uomo. Oggi si assiste ad un'inversione di tendenza. Se all'inizio le decisioni degli uomini erano funzionali alla limitazione dei pericoli esterni, oggi sono proprio queste ad introdurre nella natura sempre più fattori di rischio. La tecnica ha trasformato l'esperienza del pericolo in rischio. Basata su questa proposta concettuale, la tesi di Luhmann è che, a causa degli sviluppi generali nella sua struttura, la società concepisce il suo futuro in termini di rischio invece che di pericolo: come sarà l'avvenire dipende dalle decisioni presenti. A questo punto, l'ecologia si impone come questione decisiva.

Nel suo saggio *Sociologia del rischio*, Luhmann nota come all'antica coppia *rischio/sicurezza* (ove il rischio si formulava come pericolo) sia subentrata la coppia *rischio/pericolo* (ove il rischio gioca il ruolo di sfruttamento delle opportunità). In questo quadro, si può considerare pericolo non rischiare. Più esattamente è in condizione di rischio anche chi non prende rischi. Nel mondo moderno l'uomo non può più sottrarsi alle decisioni. Sono questi i termini in cui si pongono in concreto i dilemmi dell'ecologia.

⁵⁷ Luhmann N., *op. cit.*, p. 34.

⁵⁸ *Ibidem* p. 90.

Come la ricerca sulla percezione del rischio ha mostrato, il fatto che il rischio sia costruito ha delle implicazioni notevoli per l'atteggiamento verso un pericolo potenziale. Se il rischio è dipendente dall'osservatore, ma, al tempo stesso, è un pericolo per chi è colpito dalle altrui decisioni, le possibilità di realizzare consensi su questioni a rischio decrescono significativamente. Ciò significa che i tentativi di comunicazione, se non bene indirizzati, possono addirittura amplificare i rischi ed accentuare i conflitti, proprio per il fatto che chi decide e chi è toccato non stanno parlando dello stesso fenomeno. Di qui l'importanza, per Luhmann, di una Sociologia della 'comunicazione del rischio'.

Nel contributo di Luhmann al rischio è visibile un accanito lavoro di analisi semantica dei concetti più che una compiuta e organica teoria generale del rischio. Il suo contributo è palesemente riconducibile alle opere che delineano la sua concezione dei sistemi e dei sistemi sociali autopoietici in particolare.

Le considerazioni sviluppate all'interno del dibattito sociologico delineano una società che si allontana sempre più da quella ordinata e razionale verso cui puntava la modernità classica, per andare in direzione di *mondo fluido e imprevedibile*, di cui bisogna, di volta in volta, e insieme, rintracciare le ragioni di continuità e il senso dei possibili sviluppi. Il processo è cumulativo.

Si riconosce che i pericoli e i rischi sono generati direttamente dagli uomini più che da forze sconosciute, agli uomini è demandata sia la capacità di evitarli o di trasformarli sia la responsabilità del loro controllo. È necessario che si sviluppino in modo diffuso *situazioni aperte di interazione sociale*, un continuo confronto fra attori sociali del rischio, ognuno dotato di una propria prospettiva e in lotta per farla prevalere su quella dell'altro, cercando di gestire il rischio secondo propri paradigmi e per un proprio maggiore senso di certezza.

Nonostante le critiche mosse a questi studiosi, le loro tesi sulla natura del rischio nelle società contemporanee hanno profondamente influenzato il dibattito sociologico contemporaneo.

1.3. La percezione del rischio

Il rischio può essere considerato in modo oggettivo, come testimoniato dai metodi di calcolo, ma anche soggettivo, dato che pochi sono indifferenti nei confronti dei rischi reali o temuti e rischi diversi vengono valutati in modo abbastanza differente.

Innanzitutto, è doveroso distinguere il rischio reale da quello percepito⁵⁹. Il legame tra di essi, certamente, esiste ma il modo di agire, nell'uno e nell'altro caso, risulta diverso. Infatti, nel rischio reale vanno affrontate le cause oggettive che, appunto, lo hanno determinato; mentre, in quello percepito, spesso, va frenato il senso di inquietudine e di paura che si genera.

Soggettivamente, l'idea di rischio poggia più sulle proprietà percepite circa la fonte di rischio e la situazione specifica in cui si vive che non su dati tecnici e previsioni statistiche; il che rende difficilmente comprensibile i riferimenti al *rischio valutato* dagli esperti o alla loro differenza tra *hazard* (pericolo o rischio potenziale, la possibilità che un evento si verifichi) e *risk* (calcolo delle probabilità che l'evento si verifichi). Per meglio dire, non sempre si riesce a contraddistinguere tra l'eventualità che il rischio si verifichi e il calcolo delle probabilità circa l'evento. Del resto, i non esperti non sono in grado di effettuare una stima su un evento probabile e, spesso, i rischi percepiti passano per rischi reali, soprattutto per via dell'influenza di fonti di strumentalizzazione. Con ciò, non si sta affermando che il rischio percepito sia un falso rischio, ma che si basa su valutazioni personali, che non sono oggettive e che possono anche non corrispondere a situazioni reali: si pensi alla convinzione di correre un pericolo nel volo immediatamente successivo ad un incidente o ad un dirottamento aereo.

È evidente che i fattori *frequenza* e *conseguenze* non sono percepiti linearmente poiché al fattore "conseguenze" è attribuita un'importanza maggiore. Questo spiega come mai eventi pericolosi, con elevata frequenza di accadimento e con conseguenze numericamente modeste abbiano un minore impatto sull'opinione pubblica rispetto ad altri eventi rari ma con effetti numericamente rilevanti⁶⁰.

⁵⁹ Beck, invece, è convinto che i rischi e la percezione di essi siano la stessa cosa, in quanto: "*i rischi sono rischi nel sapere*", (Beck, *op. cit.*, p. 73).

⁶⁰ Un incidente aereo con 200 vittime che occorra una volta l'anno è percepito molto più grave di un incidente stradale che si verifica migliaia di volte in un anno ma che causa una sola vittima.

Esiste, dunque, una deformazione importante del processo di valutazione che sottostà a numerosi conflitti tra chi regola e il pubblico. Le probabilità basse di eventi molto dannosi hanno la tendenza ad essere valutati dal pubblico in termini di *conseguenze* piuttosto che di probabilità di *accadimento*⁶¹, mentre chi regola tende a concentrarsi principalmente sulle previsioni delle conseguenze, tralasciando le situazioni la cui probabilità di avverarsi è molto lieve.

È stato dunque importante studiare la percezione per una più puntuale comprensione del fenomeno. Due sono stati, in particolare, i contributi scientifici, di maggior rilievo: l'approccio psicometrico e la teoria culturale.

Il primo nasce da una forma di contestazione nei riguardi di un paradigma dominante che identifica nella conoscenza scientifica l'unica guida operativa. L'approccio psicometrico si pone l'obiettivo di esplorare cosa la gente vuole dire quando pretende che qualcosa comporta o non dei rischi e di individuare le *mental strategies* e gli *heuristic principles* con cui le persone cercano di orientarsi nelle situazioni percepite come incerte. In tal modo, diventa possibile prevedere la reazione del pubblico di fronte a nuovi rischi o a nuove reazioni a dei rischi esistenti.

Il secondo orientamento⁶² -quello culturale- ha come scopo di spiegare come si formano gli atteggiamenti individuali verso i rischi. In questo approccio, le percezioni del rischio sono basate su informazioni molto diverse tra loro circa i fattori di rischio e i relativi vantaggi. Esse nascono, al tempo stesso, sia dall'esperienza diretta sia dai fatti e comportamenti di coloro che influenzano l'opinione pubblica. Le persone, per esempio, ricevono informazioni e le interiorizzano in base alle loro esperienze, alle fonti scientifiche, ai media e a ciò che gli viene comunicato dalla famiglia e da chi li circonda. Un tale trasferimento di conoscenze e un tale apprendimento basato sull'esperienza operano anche nel contesto della società e della cultura, ivi comprese le credenze e la stessa *visione del mondo*. È organizzando tutte queste conoscenze che un individuo percepisce il mondo che lo circonda e gli attribuisce un significato. Ecco perché, le percezioni dei rischi sono strettamente ancorate ai diversi contesti socio-economici e culturali: uno stesso rischio può essere, infatti, interpretato in maniera

⁶¹ Cfr. Whyte, A.: *Studies of Risk Perception in Canada*, Conferenza di Ottawa (Canada), 29 e 30 marzo 1989.

⁶² Cfr. Douglas M., Wildavsky D.: *Risk and Culture: An essay on the Selection of Technological and Environmental dangers* - University of California Press, Berkeley, 1982.

differente tra popolazioni e Paesi diversi⁶³. Di qui l'osservazione che i rischi devono essere considerati in uno specifico contesto sociale, culturale ed economico⁶⁴, anche perché, come spesso accade, la percezione dei rischi della gente comune non sempre coincide con quella degli esperti; non poche sono le volte in cui i risultati degli esperti sono contestati dall'opinione pubblica e dai politici, come, ad esempio, per la questione del nucleare.

Queste differenze di percezione hanno dato spesso luogo ad un'accesa controversia. Gli esperti definiscono i rischi in termini di procedure e linguaggi scientifici, basandosi su misurazioni probabilistiche dell'evento e del danno, mentre numerosi studiosi delle Scienze Sociali sostengono che le misure dei rischi sono intrinsecamente molto soggettive (*cfr. tab. A*).

Tab. A.: Razionalità tecnica versus quella culturale nella visione del rischio

RAZIONALITÀ TECNICA	RAZIONALITÀ CULTURALE
Fiducia nel metodo scientifico e sperimentale	Fiducia/diffidenza nella politica e nelle procedure democratiche
Riferimento all'Autorità Scientifica	Riferimento ai costumi e alle tradizioni
Competenza chiusa e riduzionista	Competenza ampia che include le analogie e i precedenti storici
I rischi sono anonimi	I rischi sono personali
Analisi delle statistiche e delle probabilità	Impatto dei rischi sulla famiglia o sulla comunità
Universalità della conoscenza	Importanza dei saperi locali
Le controversie scientifiche sono circoscritte e risolte in base al prestigio scientifico dei protagonisti	Le posizioni nelle controversie scientifiche sono indipendenti dal prestigio scientifico
Gli impatti che non possono essere studiati non sono presi in considerazione	I problemi non previsti generano preoccupazione

Fonte. Nostro adattamento da Plough A. et S. Krimsky, (1987), « The emergence of risk communications studies : Social and Political Context », *Science, Technology and Human Values*, 12(3), pp. 4-10. E da Barnes, P. (2002). "Approaches to community safety: risk perception and social meaning," *Australian Journal of Emergency Management*, autumn 2002, 15-23.

La popolazione ha, infatti, una diversa definizione del rischio rispetto a quella degli esperti.

⁶³ Tale ricerca, in questo senso, è presente in Gifford, *The meaning of lumps: a case of study of the ambiguities of risk*, in Stall, Janes, Gifford, *Anthropology and epidemiology. Interdisciplinary approaches to the study of health and disease*, Reidel Publishing, Dordrecht, 1986, pp. 213 - 246.

⁶⁴ Cfr. Pidgeon N. *Risk perception. In: Royal Society. Risk analysis, perception and management.* Londres : Royal Society; 1992. p. 89-134.

Come fanno le persone a definire e a descrivere i fattori di rischio? Come stimano i rischi?

Le scienze sociali hanno messo in evidenza come le forti differenze di linguaggio possono generare difficoltà nella comunicazione cooperativa.

A dare l'impulso iniziale alla ricerca sulla percezione del rischio è stato Starr⁶⁵, che si è occupato soprattutto della relazione tra i rischi delle tecnologie e i vantaggi apportati. Tuttavia, i primi studi empirici sulle percezioni individuali del rischio sono principalmente ad opera di psicologi americani⁶⁶. Questi ultimi hanno scoperto che le persone per individuare, percepire, *creare* i rischi⁶⁷ si servono di un insieme di strategie o regole mentali, dette anche *euristiche*.

Per studiare e rappresentare l'idea che le persone si fanno dei rischi, uno dei metodi utilizzati, in principio, consisteva nel chiedere loro di stimare il numero di decessi dovuti a 40 tipi di pericoli e di paragonare le loro risposte alle stime statistiche esistenti⁶⁸. Si è constatato allora che le persone tendevano a sopravvalutare il numero dei decessi imputabili ai rischi rari ed a sottovalutare, in particolar modo, quelli che risultavano da cause frequenti come il cancro ed il diabete.

Le ricerche basate su questo *paradigma psicometrico* hanno constatato che i fattori di rischio hanno numerose dimensioni⁶⁹ e la percezione individuale del rischio da parte della gente comune è completamente diversa dalla valutazione dell'*expertise*⁷⁰. Quest'ultima si basa su presupposti quantitativi, mentre le persone più su elementi di natura qualitativa. Difatto, queste cosiddette «distorsioni percettive» non possono essere ricondotte ad un semplice dislivello informativo tra esperti e grande pubblico -che genera un modello di deficit informativo- ma esse sono il risultato di quelli che Covello

⁶⁵ Cfr. Starr C. *Social benefit versus technological risk*. *Science* 1969; 165:1232-1238.

⁶⁶ Cfr. Slovic P. *Understanding perceived risk*. Genève : Organisation mondiale de la Santé ; 2001. Document de référence pour *le Rapport sur la santé dans le monde 2002*.

⁶⁷ Cfr. Kahneman D, Slovic P, Tversky A. *Judgement under uncertainty: heuristics and biases*. New York : Cambridge University Press, 1982.

⁶⁸ Cfr. Lichtenstein S, Slovic P, Fischhoff B, Layman M, Combs B. Judged frequency of lethal events. *Journal of Experimental Psychology: Human Learning and Memory* 1978; 4:551-578. Si veda anche Fischhoff B, Lichtenstein S, Slovic P, Derby SL, Keeney RL. *Acceptable risk*. New York : Cambridge University Press, 1981.

⁶⁹ Cfr. Slovic P, Fischhoff B, Lichtenstein S.: *Facts and fears: understanding perceived risk*. In: Schwing RC, Albers WA. *Societal risk assessment: how safe is safe enough?* New York : Plenum; 1980, pp. 181-214.

⁷⁰ Utilizzo di esperti e consulenti tecnico-scientifici nell'ambito della gestione di problemi sociali.

definisce *heuristic principles*⁷¹ (elementi euristici) che gli individui utilizzano nell'ambito della vita quotidiana. Tuttavia, gli elementi presi in considerazione dai “non esperti” nella valutazione del rischio, se pure differiscono da quelli degli “addetti ai lavori”, non sempre sono etichettabili come irrazionali. Molti studiosi, anzi, hanno elaborato classificazioni di fattori che potrebbero influenzare la percezione del rischio.

Tra le più accreditate ricordiamo quella proposta da Covello (*cf. tab.B*).

Tab. B: Fattori coinvolti nella percezione del rischio

FATTORI	Condizioni che <u>accrescono</u> la preoccupazione pubblica	Condizioni che <u>diminuiscono</u> la preoccupazione pubblica
Potenziale Catastrofico	Morti e feriti concentrati nel tempo e nello spazio	Morti e feriti disseminati o casuali nel tempo e nello spazio
Familiarità	Non familiare	Familiare
Comprensione	Meccanismi o processi non capiti	Meccanismi o processi capiti
Incertezza	Rischi scientificamente sconosciuti o incerti	Rischi noti alla scienza
Controllabilità (Personale)	Incontrollabile	Controllabile
Volontarietà Dell'esposizione	Involontario	Volontario
Effetti Sui Bambini	Bambini specificatamente a rischio	Bambini non specificatamente a rischio
Effetti Sulle Generazioni Future	Rischio	Nessun rischio
Identità Delle Vittime	Vittime identificabili	Vittime statistiche
Spavento/Terrore	Effetti spaventosi	Effetti non spaventosi
Fiducia Nelle Istituzioni	Mancanza di fiducia nelle istituzioni responsabili	Fiducia nelle istituzioni responsabili
Attenzione Dei Media	Molta attenzione dei media	Poca attenzione dei media
Storia Di Incidenti	Incidenti gravi e meno gravi	Nessun incidente
Equità	Diseguale distribuzione di rischi e benefici	Equa distribuzione di rischi e benefici
Benefici	Benefici non evidenti	Benefici evidenti
Reversibilità	Effetti irreversibili	Effetti reversibili
Coinvolgimento Personale	Individuo personalmente a rischio	Individuo non personalmente a rischio

Fonte; Covello, Vincent T., “Social and Behavioral Research on Risk: Uses in Risk Management Decisionmaking”, in *Environmental impact assessment, technology assessment and risk analysis: contributions from the psychological and decision sciences*, Berlino, Springer, 1985, p. 8.

⁷¹ Cfr. Covello, Vincent T., “Social and Behavioral Research on Risk: Uses in Risk Management Decisionmaking”, in *Environmental impact assessment, technology assessment and risk analysis: contributions from the psychological and decision sciences*, Berlino, Springer, 1985.

La ricerca effettuata dall'americano Covello mostra come le percezioni del rischio siano influenzate da una moltitudine di fattori.

Sostanzialmente, un rischio viene percepito come “meno grave” quando si pensa di poterlo controllare personalmente e influenzarne direttamente gli esiti. È evidente che la maggior parte delle persone si sente molto più sicura alla guida di un'auto che su un aereo, indipendentemente dai risultati delle statistiche sugli incidenti aerei e automobilistici.

Questo spiega come la familiarità con un rischio (quale, ad esempio, la possibilità di fare un incidente guidando un'automobile) possa influenzare la percezione e l'atteggiamento nei confronti del rischio stesso, sviluppando la consapevolezza di partecipazione attiva alla creazione dell'eventuale evento dannoso ma, al contempo, accrescendo la presunta capacità di controllo della situazione.

Per cui, un rischio familiare quale ad esempio quello dell'obesità, provocato da uno smisurato consumo di cibo, viene spesso accompagnato dall'illusione dell'attore di poter controllare la dose di rischio a cui si espone, in quanto le scelte personali sembrano essere guidate da uno strano senso di immunità, che in genere induce a sottovalutare i pericoli e a sopravvalutare le proprie capacità di “cavarsela” nelle situazioni di rischio che si conoscono.

Oltre alle già accennate questioni sulla controllabilità personale del rischio e sulla familiarità o assuefazione a certe tipologie di rischio, sicuramente la volontarietà o meno all'esposizione ai rischi risulta essere uno dei fattori più influenti nella percezione di questi. La gente, infatti, a parità di gravità, giudica come maggiormente inaccettabili i rischi imposti contro la propria volontà, piuttosto che quelli assunti in modo volontario. Allo stesso modo, l'incertezza scientifica, il disaccordo⁷² tra gli esperti o le scarse conoscenze scientifiche su un dato argomento non fanno altro che aumentare esponenzialmente le paure della gente. Così come per i rischi *occulti* che, una volta trapelati, si trasformano fatalmente in rischi *occultati*. Il “pubblico” teme maggiormente i rischi scientificamente sconosciuti o incerti rispetto a quelli che risultano relativamente conosciuti: qualche anno fa era empiricamente verificabile che le persone ritenevano di poter contrarre la sindrome della “mucca pazza” più facilmente rispetto alla possibilità

⁷² Cfr. Mazur, A. (1981): *The Dynamics of Technical Controversy*, Communication Press, Washington (D.C.).

di avere un incidente d'auto. Stessa cosa, per altro, è accaduta nell'estate del 2009 per la psicosi da "influenza suina".

Anche la distribuzione iniqua di rischi e benefici influisce sulla percezione generale del rischio cui si è esposti o ci si espone. Spesso, per questa ragione, si sollevano problemi di ostilità tra chi deve sopportare i costi di una scelta di cui si avvantaggeranno altri soggetti e chi riceverà un beneficio senza subire alcun rischio. Non a caso Ulrich Beck sostiene che la distribuzione ineguale di rischi genera i conflitti politici e sociali tipici della società del rischio. Esempi sono le opposizioni ambientaliste o tutti quei fenomeni che si usa sintetizzare con gli acronimi inglesi NIMBY (Not in My Back Yard) e LULU (Locally Unwanted Land Use)⁷³.

Un altro fattore significativo è sicuramente il potenziale catastrofico, ovvero la gravità delle conseguenze generate. Le persone temono maggiormente gli eventi che hanno una bassa probabilità di verificarsi, ma le cui conseguenze comportano una dimensione potenzialmente disastrosa (si pensi all'incidente di una centrale nucleare), rispetto a quelli statisticamente più probabili ma con possibili danni di minore entità. In più, l'esperienza di *incidente drammatico* accresce la capacità di memorizzare o di immaginare l'avvenimento, aumentando, così, la percezione del rischio, specie se si conoscono le vittime⁷⁴. Inoltre, le preoccupazioni maggiori riguardano fatalità che generano effetti localizzati⁷⁵ in uno specifico arco spazio-temporale, come i già citati incidenti aerei, piuttosto che eventi che comportano nel tempo e nello spazio effetti "sparsi" o "casuali".

Anche la reversibilità gioca un ruolo importante nella percezione individuale del rischio. Innanzitutto, la soglia di accettabilità sembra essere più bassa quando la scelta intrapresa, per quanto rischiosa, appare suscettibile di eventuali correzioni future; in più le persone sembrano maggiormente preoccupate di fronte ad attività caratterizzate da effetti negativi potenzialmente irreversibili (un esempio riportato da Covello sono le piogge acide).

⁷³ La traduzione del primo acronimo è letteralmente: "non nel mio giardino di dietro"; mentre quella del secondo: "uso indesiderato del suolo a livello locale". Entrambe, però, indicano il rifiuto di accettare dei rischi e subirli sulla propria pelle (dietro casa), quando in compenso non si riceverà alcun beneficio.

⁷⁴ Cfr. Slovic P.: *Informing and Educating the Public About Risk* in: *Risk Analysis*, vol. 6(4), 1986, pp. 403-415.

⁷⁵ Cfr. Fischhoff B. *Risk perception and communication unplugged: 20 years of experience*. *Risk Analysis* 1995; 15:137-145.

Simili preoccupazioni spaventano gli individui anche quando le conseguenze di azioni rischiose possono creare danni a bambini o ripercuotersi sulle generazioni future, queste ultime identificate come *stakeholders* a tutti gli effetti, da considerare e tutelare nelle situazioni a rischio⁷⁶. Anche *l'ampiezza* di un potenziale incidente e il livello di *organizzazione* delle misure di sicurezza sono stati identificati come fattori determinanti nella percezione del rischio. Nel 1981, Viek e Stallen⁷⁷, facendo ricorso ad un metodo psicometrico diverso per caratterizzare il giudizio inerente il rischio, hanno riscontrato proprio queste due componenti.

Tra i fattori individuati da Covello nella sua analisi vi sono anche i *media*, che rappresentano per la maggior parte del pubblico il principale strumento di informazione riguardo le situazioni di emergenza. Queste ultime subiscono un trattamento privilegiato da parte dei mezzi di comunicazione, che contribuiscono a diffondere, amplificare ma anche contraddire e proporre in una versione differente le emergenze o gli stati di pericolo: un eccesso di informazioni su un avvenimento può servire da amplificatore del rischio⁷⁸.

La percezione del rischio da parte dell'opinione pubblica è, in questo senso, orientata verso stati di allarmismo, rafforzati dall'affidabilità attribuita al medium. Quando, poi, la realtà presentata viene esasperata e si discosta molto da quella empirica si generano inutili allarmi che logorano il generale equilibrio sociale; questo accade essenzialmente perché la consistenza mediatica delle notizie punta più sulla spettacolarità, sull'emotività e sull'impatto dell'evento che sulla sua reale importanza e rilevanza. Queste situazioni possono comportare oltre che una certa disinformazione - che andrà ad incrementare il famoso gap informativo tra esperti e massa- ma anche e soprattutto delle situazioni di panico e agitazioni generali.

I media, infatti, «giocano sempre più un ruolo attivo e partecipativo nella selezione, costruzione e definizione di una situazione di rischio»⁷⁹. Del resto, la diversa modalità di presentazione può rivestire un'importanza cruciale quando si vuole influire

⁷⁶ Cfr. Sturloni G. (2006), "La percezione del rischio", in *Le mele di Chernobyl sono buone: mezzo secolo di rischio tecnologico*, Sironi Editore, Milano, p. 150.

⁷⁷ Cfr. Vlek C. e Stallen, P.J.: *Judging Risks and Benefits in the Small and in the Large, Organizational Behaviour and Human Performance*, vol. 28, 1981, pp. 235-271.

⁷⁸ Cfr. Mazur, A.: *The Journalist and Technology: Reporting About Love Canal and Three Mile Island*, in *Minerva*, vol. 22, 1984, pp. 45-66.

⁷⁹ Bucchi, M. (2001), *La salute e il rischio* in M. Bucchi e F. Neresini (a cura di), *Sociologia della salute*, Carocci, Roma, p.196.

al massimo sulle percezioni. La percezione di un rischio può variare, in modo sorprendente, anche a seconda che il rischio venga presentato in modo *positivo* o in *negativo*.

La vicenda della mucca pazza rappresentava, ad esempio, per i media un argomento dal grande contenuto giornalistico, ma che, in Italia, non essendoci state vittime, non sarebbe stata avvertita come rischiosa se gli stessi media non avessero “enfaticizzato” le notizie a riguardo.

In una simile prospettiva di lettura Marinelli sostiene che

«l’ambito semantico del rischio può essere preliminarmente identificato come il prodotto risultante dall’unione di ciò che si conosce rispetto al futuro con il consenso rispetto alle prospettive che più si desiderano»⁸⁰.

Incrociando queste due condizioni fondamentali, ovvero conoscenza e consenso, si origina una matrice che definisce le condizioni costitutive del rischio (*cfr. tab. C*).

Tab. C: Le condizioni del rischio

		CONOSCENZA	
		<i>CERTA</i>	<i>INCERTA</i>
CONSENSO	COMPLETO	<p>1. Problema tecnico</p> <p>Quando la conoscenza è certa ed il consenso completo, quando gli obiettivi sono condivisi e tutte le alternative sono conosciute, allora si può stendere un programma per determinare la migliore soluzione. SOLUZIONE → può essere rappresentata da un calcolo.</p>	<p>2. Problema di insufficiente informazione</p> <p>Nel caso di un consenso completo in presenza di dati conoscitivi non sicuri, il problema del rischio è di insufficiente informazione. SOLUZIONE → la più appropriata è quella di estendere la ricerca.</p>
	NON COMPLETO	<p>3. Problema di disaccordo</p> <p>Se la conoscenza è relativamente solida ma non si produce consenso, il problema è costituito dal disaccordo sui criteri di valutazione delle conseguenze imputabili alla decisione rischiosa. SOLUZIONE → quelle possibili sono: un prolungamento della discussione o un rafforzamento del potere di decisione coattiva.</p>	<p>4. Dilemma contemporaneo sul trattamento del rischio</p> <p>Se si determina una situazione in cui gli elementi conoscitivi sono incerti e il consenso raggiunto subisce continue contestazioni siamo di fronte esattamente a ciò che sembra caratterizzare il dilemma contemporaneo del trattamento del rischio. SOLUZIONE → ?</p>

Fonte: nostra adattamento da Marinelli A., *La costruzione del rischio: modelli e paradigmi interpretativi nelle scienze sociali*, Milano, Franco Angeli, 1993, p. 77.

⁸⁰ Marinelli A., *op.cit.*, p. 76.

Il dilemma sul trattamento del rischio risulta avere difficile soluzione perché nella società contemporanea l'incertezza è una condizione endogena ed ineliminabile. Il concetto di rischio, in questo senso, non ha fatto altro che catalizzare la perdita di certezza sul futuro. Ad oggi, quindi,

«non possiamo disporre di tutte le competenze cognitive necessarie per affrontare i problemi, né esercitare un controllo assoluto sulle conseguenze future di ogni opzione decisionale che eventualmente siamo in grado di valutare ed assumere»⁸¹.

È proprio questa l'essenza del dilemma. E' per questo che il rischio percepito è un concetto pluridimensionale e che una definizione formale del rischio, tenendo conto solo del tasso di mortalità o di danno, si limita grosso modo a una sola di queste dimensioni⁸². Questi approcci hanno portato alla conclusione, generalmente accettata, secondo la quale le persone percepiscono i rischi in funzione della minaccia che essi rappresentano per le relazioni sociali che sono familiari e non unicamente in funzione delle cifre. È ovvio che le persone non sono affatto *irrazionali* nelle loro valutazioni del rischio, ma al contrario, utilizzano razionalità proprie, che possono essere simili o in conflitto con quelle effettuate dagli esperti.

Indubbiamente, i contributi di quest'approccio hanno arricchito il quadro di analisi del rischio, per cui a fianco al concetto di *rischio*, inteso in termini probabilistici, se ne aggiunge uno, inteso in termini di variabili che ne influenzano la percezione.

Tuttavia, questi studi non forniscono un ritratto completo delle ragioni per le quali le persone credono che alcune cose siano più a rischio ed altre meno. I dati empirici sono limitati nella loro applicabilità, perché la conoscenza più profonda sulle percezioni individuali del rischio non può essere tradotta direttamente in politiche di prevenzione⁸³. D'altra parte, questi studi non dicono molto circa le differenze tra individui e l'influenza del contesto socio culturale in cui essi sono inseriti.

Come afferma la Lupton

«dei significati simbolici creati dal mondo sociale, il cognitivismo non tiene generalmente conto. L'analisi della percezione si limita a considerare il modo in cui gli esseri umani vedono ed interpretano i rischi attraverso i sensi e le loro capacità intellettive. L'azione di mediazione svolta dalle categorie e dai concetti depositati nella cultura non è riconosciuta. Le persone

⁸¹ Marinelli A., *op.cit.*, p. 77.

⁸² Cfr. Cole G. e Withey S.B. (1981): *Perspectives on Risk Perceptions*, in: *Risk Analysis*, vol. 1(2), pp. 143-163.

⁸³ Renn O. (1992): *Concepts of Risks: A Classification*. In: Sheldon Krimsky and Dominic Golding (eds.): *Social Theories of Risk*. Westport/Conn.

tendono ad essere estratte dai contesti culturali e politici, dalle relazioni e istituzioni all'interno delle quali agiscono e costruiscono le proprie credenze»⁸⁴.

Sta di fatto che, nelle loro inchieste, i numerosi autori hanno incontrato molte variazioni; esse tendono tutte a ridurre i significati e i comportamenti connessi alla percezione del rischio, e alla sua valutazione, a un livello prettamente individuale. Alcune critiche sono state mosse anche alle tecniche statistiche applicate, basate soprattutto su medie. Le medie, il più delle volte, nascondono ma non rivelano: applicando dei modelli di regressione e di dispersione ai dati aggregati ed individuali, i risultati avrebbero subito delle variazioni⁸⁵.

Più di ogni altra cosa bisogna notare che i fattori che influenzano la percezione, come la *conoscenza*, la *familiarità*, l'*equità*, l'*effetto sulle generazioni future*, la *volontarietà*, ecc. non sono tutti compatibili tra loro: combinandoli due a due o più, ci si rende conto che le persone, collocate in situazioni complesse, possono fare delle scelte che non sono semplici e che suppongono degli arbitri. Basti pensare alla difficoltà di conciliare l'effetto sui propri figli con la familiarità. E come conciliare la conoscenza con l'esperienza? Così, se una persona conosce bene una tecnologia, ma ne ha avuto un'esperienza negativa, come arbitrerà tra le due quando dovrà esprimere una valutazione?

In seguito a queste questioni non risolte, alcuni autori hanno proposto un modello più inglobante che tenesse conto della dimensione culturale e di quella sociale nella costruzione del rischio. Si tratta della cosiddetta *teoria socio-culturale*.

L'interpretazioni socioculturale dei rischi

Indubbiamente, l'approccio cognitivo ha giocato un grande ruolo nella complessa conoscenza dei rischi, ma, al tempo stesso, è stato anche molto criticato per il fatto di aver messo troppo l'accento sulle percezioni ed interpretazioni individuali del rischio. All'analisi della percezione del rischio dovrebbe, però, affiancarsi, come propongono

⁸⁴ Lupton D. (2003) *op. cit.* p. 29

⁸⁵ Marris C. e al. (1997): *Exploring the "Psychometric paradigm": Comparisons between aggregate and individual analyses – Risk Analysis* 17, pp-303-312.

gli antropologi Mary Douglas⁸⁶ e Wildavsky, un confronto tra culture. La tendenza, infatti, ad assumersi o ad evitare i rischi dipendono, oltre che dalle caratteristiche individuali, molto anche dalle differenze culturali, dalle organizzazioni sociali, dalle credenze e via dicendo. Questi autori partono dal principio che i rischi non devono essere trattati separatamente dal complesso quadro sociale, culturale, economico e politico nel quale le persone sono esposte⁸⁷. Differenti gruppi di persone scoprono dei rischi differenti ed in esse, delle caratteristiche diverse a seconda della forma di organizzazione sociale e del tipo di cultura politica ai quali appartengono⁸⁸.

Secondo Mary Douglas, infatti, la questione fondamentale da porsi in relazione al rischio dovrebbe essere: «quanto sicuro è ciò che è abbastanza sicuro per questa particolare cultura?»⁸⁹. L'attenzione dell'autrice è evidentemente rivolta alla considerazione dell'individuo quale attore di fronte ad una scelta e come soggetto partecipe di una determinata cultura. Il filtro per la percezione, il riconoscimento e la gestione del rischio è, dunque, la specifica cultura, che delimita l'orizzonte entro cui gli individui si muovono: ciò spiega anche perché certi comportamenti visti dall'esterno del *contesto* di riferimento possono essere giudicati come irrazionali. Citando la stessa Douglas: «l'analisi del rischio che ammetta solo la razionalità del comportamento prudente, e contrario al rischio, è compromessa da un pregiudizio culturale paralizzante»⁹⁰.

Il contesto in cui le persone vivono può influire anche sui momenti e sulla selezione dei rischi da evitare o da ignorare. È per questo che i profani possono essere molto coscienti dei fattori di rischio ed avere delle ragioni personali completamente valide e razionali per non seguire i consigli di prevenzione degli esperti⁹¹.

L'influenza dei fattori sociali, culturali e politici possono condizionare il modo in cui l'opinione generale elabora la percezione del rischio. Per opinione generale si deve intendere l'insieme degli atteggiamenti sociali, culturali e politici che sembrano

⁸⁶ Cfr. Douglas M, Wildavsky A., *op. cit.*

⁸⁷ Cfr. Nelkin D.(1989), *Communicating technological risk: the social construction of risk perception. Annual Review of Public Health*; 10:95-113. Si veda anche Ogden J. (1995), *Psychosocial theory and the creation of the risky self. Social Science and Medicine*; 40:409- 415.

⁸⁸ Cfr. Douglas M.(1992), *Risk and blame: essays in cultural theory*. Londres et New York, Routledge.

⁸⁹ Douglas M. (1996), "Rischio e Pericolo", in *Rischio e Colpa*, Bologna, Il Mulino, p. 45.

⁹⁰ Ibidem p. 48.

⁹¹ Cfr. Davison C., Davey Smith G., Frankel S. (1991), *Lay epidemiology and the prevention paradox. Sociology of Health and Illness* ; 13:1-19.

condizionare il giudizio delle persone su argomenti complessi⁹². Essa si traduce in atteggiamenti come il fatalismo verso i rischi per la salute, il rispetto dell'autorità che conduce a fidarsi degli esperti ed a lasciar loro prendere le decisioni, e la convinzione che l'individualismo è una caratteristica importante di una società giusta o che il progresso tecnologico contribuisce largamente alla salute e al benessere sociale.

Sono gli atteggiamenti culturali che sono i più significativi di fronte ai rischi e alla loro eventuale assunzione. Nella discussione, gli autori mettono in rilievo che la percezione del rischio e del pericolo è molto selettiva, ed è selezionata dalle *visioni del mondo*. I differenti tipi socio-culturali ordinano e sistemano, in modo specifico, i pericoli e rischi che si presentano ad essi. La distinzione tra ciò che si ammette per sé e ciò che si è pronto ad ammettere per la società è netta. Non è la conoscenza delle tecniche che conduce le persone a preoccuparsi, a vederla come pericolosa: ad una uguale informazione, le valutazioni soggettive dei rischi registrano degli scarti molto grandi.

Anche tra gli *esperti del rischio* gli atteggiamenti culturali (*self-reported ideology*) sono, spesso, il migliore elemento esplicativo nei riguardi della percezione dei rischi, soprattutto quando si tratta di fare previsioni sul futuro. Ricerche sugli esperti⁹³ hanno evidenziato che coloro che si dichiarano piuttosto *ecologisti* sono nettamente più preoccupati per i rischi tecnologici rispetto ai loro colleghi, che non condividono tanto i valori ecologici. La determinazione e l'accettazione dei rischi sono questioni tecniche e culturali: oggettiva, nei limiti delle conoscenze, e soggettiva in funzione del suo mezzo, delle sue esperienze, dei suoi propri atteggiamenti. Ciò conduce ad una valutazione sociale dei rischi (*societal risk assessment*), e indica come queste valutazioni sono divise, perché e da chi.

Da questo punto di vista è possibile stabilire che non esiste un rischio pienamente oggettivo perché la conoscenza di quest'ultimo non può prescindere dai valori culturali, sociali o dalle credenze di ciascun individuo: ciò che è identificato come rischioso dipende in buona parte dai saperi preesistenti; è il modello sociale a cui ci orientiamo che ci influenza nella valutazione sull'accettabilità dei rischi e nella gestione delle successive conseguenze.

⁹² Cfr. Dake K. *Orienting dispositions in the perception of risk: an analysis of contemporary worldviews and cultural biases*. *Journal of Cross-Cultural Psychology* 1991; 22:61-82.

⁹³ Cfr. Dietz, T. et R. Rycroft (1988), *The Risk Professionals*. New York, Russel Sage Foundation.

La cultural theory critica in particolare il paradigma psicologico, il quale tende a far dipendere tutto da variabili individuali.

«Il modo in cui analizziamo comunemente il comportamento delle persone di fronte ai rischi è scorretto, proprio perché separa una particolare questione del rischio dalle questioni morali e politiche in cui la persona normalmente la vede incorporata»⁹⁴.

Ricorrendo a tale chiave di lettura, infine, gli studiosi Douglas e Widalvsky - nell'analizzare i rapporti tra cultura e percezione del rischio nelle moderne società industriali-, identificano modelli socio-culturali omogenei (il gerarchico, l'egualitario, l'individualistico, il fatalistico), nei quali i gruppi agiscono secondo logiche settarie di fronte ad un rischio che risulta per questi simile. questi modelli culturali (tipi socio-culturali) sono, in un certo senso, dei modi di essere e di agire (*ways of life*) tali da poter strutturare una parte importante della vita e che dividono dei gruppi di individui. Per cui per ciascun modello e ciascun gruppo socio-culturale si può stabilire un livello di accettabilità del rischio unitario. Detto con le parole di Sturloni: «il problema di natura sociale dei rischi non risiede tanto nella definizione della loro *entità*, quanto piuttosto nella negoziazione sociale della loro *accettabilità*»⁹⁵.

Gli autori concludono che una delle grandi poste in gioco, circa la percezione dei rischi delle tecnologie, sta nella *la fiducia o la diffidenza che si accorda alle istituzioni sociali*. La fiducia o la diffidenza sono spesso oggetto di conflitti culturali, essi stessi fondati su dei modelli culturali differenti. In nessun modo, questa fiducia nelle istituzioni sociali può essere messa meglio alla prova che quando si tratta di determinare l'area di collocazione di un impianto (al di là di un rischio reale o meno) di cui tutti pensano che sia necessario, ma che non lo si vuole nelle proprie vicinanze.

Questa teoria è stata criticata da autori che vedono gli atteggiamenti nei confronti del rischio come il risultato di un conflitto e dell'interazione di diverse influenze culturali su un individuo o su un gruppo. Renn⁹⁶ e Adams⁹⁷, in particolare, considerano il modello troppo semplicistico e generalizzante; essi criticano il riduzionismo di questo approccio che tenta di incapsulare la cultura in determinati tipi senza tener conto della diversità e della molteplice appartenenza degli individui.

⁹⁴ Douglas M. (1996), *op.cit.*, p. 56.

⁹⁵ Sturloni G., *op.cit.*, p. 152.

⁹⁶ Renn O. (1992): *Concepts of Risks: A Classification*. In: Sheldon Krinsky and Dominic Golding (eds.): *Social Theories of Risk*. Westport/Conn.

⁹⁷ Adams J. (1995): *Risk*, Ucl Press, London.

Come afferma Lupton

«il modello è rigido e statico, e non si riconosce che la maggioranza degli individui non possiede una sola concezione del mondo, ma ne adotta di volta in volta una diversa. Nell'attribuire a una certa visione del mondo, più che alla natura stessa del rischio, l'origine delle diverse risposte al rischio, esso tende a trattare il concetto di rischio come un dato. È possibile anche affermare che sono proprio tali concezioni a selezionare i fenomeni da definire rischi e a determinarne la gravità; esse non rispondono quindi semplicemente a rischi dati, ma contribuiscono a produrli»⁹⁸.

Tale approccio tende a rivelarsi statico, come sono del resto, nella maggior parte dei casi, le analisi dei fenomeni socio culturali elaborate dagli strutturalisti di orientamento funzionalista. Gli studi dicono poco sul modo in cui può prodursi un cambiamento.

Tuttavia, merito di questi contributi è stato quello di aver evidenziato l'esistenza di una «rottura nella prassi politica e negoziale della gestione del rischio, del monopolio detenuto dalla sola cultura tecnico-scientifica degli esperti»⁹⁹.

I modelli elaborati da questa teoria rivelano, infatti, l'esistenza di valori di riferimento e modelli comportamentali diversi anche in ambito scientifico.

⁹⁸ Lupton D. (2003), *op.cit.* p.58.

⁹⁹ Beato F. (1999): *Le teorie sociologiche del rischio* in: De Nardis P. (a cura di): *Le nuove frontiere della Sociologia*, Carocci, Roma, p.369.

CAPITOLO II: I CONSUMI ALIMENTARI

§ 2.1. *Mutamenti socioculturali e consumi alimentari* – § 2.2. *Le tendenze alimentare in atto* - § 2.3. *Il cibo tra cultura e società.*

2.1. Mutamenti socioculturali e consumi alimentari

I processi di individualizzazione -che coinvolgono l'intera società- si evincono anche nei modelli di consumo. Essi sono espressione non solo delle singolarità degli stili individuali ma anche della più generale volontà collettiva¹⁰⁰. Per Baudrillard, infatti, «non si produce o non si consuma alcun bene se non ha un qualche significato in un dato sistema di valori»¹⁰¹. È il contesto sociale a produrre gli stimoli e i sempre nuovi bisogni da soddisfare ed è proprio in esso che vanno ricercate le motivazioni che spingono all'azione di consumo. I consumi sono espressione del mutamento e nella società attuale assumono, sempre più, una valenza simbolica ed espressiva legata a logiche di appartenenza, di identità e d'interazione sociale.

Anche il consumo alimentare è influenzato dai condizionamenti sociali e culturali. così come avviene per le diverse tipologie di consumo

Il consumo alimentare –pur essendo legato all'esigenza nutrizionale- negli anni ha subito, tuttavia, notevoli cambiamenti, a seguito delle più importanti trasformazioni socio-economiche e culturali. Ciò si evince dal modo in cui gli individui si procurano, preparano e consumano gli alimenti, che varia non solo nel tempo ma anche da cultura a cultura.

Storicamente, le principali trasformazioni alimentari si sono avute con la scoperta del fuoco, la comparsa dell'agricoltura e l'allevamento del bestiame¹⁰². Queste conquiste tecniche modificarono, senza dubbio, le abitudini sociali del tempo (come il passaggio dal nomadismo alla sedentarietà), ma anche le interazioni tra gli individui ed

¹⁰⁰ Cfr. Thompson C. J. and Troester M. (2002) "Consumer Value Systems in the Age of Postmodern Fragmentation: The Case of the Natural Health Microculture", *Journal of Consumer Research*, 28 (March), pp. 550-571.

¹⁰¹ Cfr. Baudrillard J. (1970), *La société de consommation*, Denoël, Paris, p.95.

¹⁰² Si veda a riguardo Beardsworth, Alan, Keil Teresa (1997), *Sociology on the Menu*, London, Routledge, pp.17 e ss.

il mondo naturale: un'evoluzione nella quale Beardsworth inquadra la cosiddetta "neolithic revolution" (o "agricultural revolution"):

«as well as transforming the interactions between humans and natural world, this agricultural revolution was inevitably associated with fundamental changes in the organization of human social relationships. Relatively settled agriculture facilitated the building up of stocks of food (in the form, for example, of relatively durable grains, or livestock 'on the hoof'). Such stocks, quite clearly, might be built up as an insurance against future shortages or famines, but in social terms they could represent very much more than that»¹⁰³.

Si pensi alla nascita del concetto di *proprietà* e alla sua incidenza nell'elaborazione di modelli sociali di differenziazione e di ineguaglianza, come pure al concetto di commensalità, di convivialità sviluppatosi tra le sale romane del 'triclinium'.

Il pasto diventa, così, un rituale, un momento importante del vivere insieme non solo come necessità di procurarsi il cibo ma anche come valenza sociale e relazionale: una pratica quotidiana che unisce l'organico al sociale: un vero e proprio incontro tra socievolezza, gusto ed esperienza comune. E così che il cibo assume un'importanza cruciale nei diversi momenti della vita dell'uomo, superando il suo significato primitivo e trasformandosi anche in un prodotto culturale.

Con maggiore chiarezza Laura Verdi afferma:

presso i latini e greci la cucina ha ormai acquisito un ruolo di primo piano, accompagnando l'uomo in tutte le fasi della sua vita: dalle cerimonie per le nascite e per i matrimoni ai banchetti funebri, ai sacrifici agli dei, l'elaborazione del cibo, quale divino elemento capace di mantenere la vita dell'uomo, e forse anche di farla durare eterna (come ritenevano gli Egiziani), diviene momento essenziale di *cultura*¹⁰⁴.

Con lo sviluppo dei viaggi commerciali in Oriente e la scoperta dell'America la varietà dell'alimentazione europea si è arricchita notevolmente con l'importazione del tè, delle patate, del mais, delle spezie. Il che comporta, tra l'altro, anche una certa contaminazione tra alimenti che, nel tempo e nell'età moderna, si accentuerà con il fenomeno della globalizzazione.

¹⁰³ "Oltre al mutamento delle interazioni tra esseri umani e mondo naturale, questa rivoluzione agricola era inevitabilmente associata ad alcuni fondamentali cambiamenti nell'organizzazione delle relazioni sociali umane. L'agricoltura organizzata in un certo modo ha favorito l'accumulo di provviste di cibo (sotto forma, per esempio, di grani relativamente durevoli, o bestiame vivo). Queste scorte, chiaramente, venivano messe da parte come assicurazione contro future carenze di cibo o eventuali carestie, ma in termini sociali rappresentavano molto più di questo". Ibidem, p.20.

¹⁰⁴ Verdi, L.(1982), *L'uomo e il suo cibo. Quando il cibo diventa cultura* in Bonanni L., Ricci G. (a cura di) *Cucina, cultura, società*, Brescia, Shakespeare & Co., p.131.

Nel corso dei secoli, nelle famiglie e nelle comunità, il pasto assume un ruolo fondamentale nel processo di socializzazione e di trasmissione delle norme e dei valori dei gruppi sociali. Si delinea sempre più:

- a. un suo *sistema normativo*, che in caso di non rispetto richiama sanzioni immediate;
- b. una sua *dimensione socializzante*, perché attraverso tale momento i bambini interiorizzano i valori di pulizia, del rispetto degli altri e della condivisione;
- c. una sua *funzione regolatrice* in quanto partecipa alla definizione dei ruoli non solo all'interno della famiglia, ma anche nel più ampio contesto sociale divenendo un'istituzione centrale dell'organizzazione sociale.

Man mano, l'alimentazione segue sempre più un percorso di strutturazione di tre pasti quotidiani con tre entrate da consumarsi, con un marcato senso di convivialità, nell'ambito della famiglia. Il consumo di un pasto diventa un atto sociale che rinforza i legami tra gli individui. Da una generazione all'altra vengono ereditate pratiche e rappresentazioni concernenti l'alimentazione: dalla definizione del commestibile, al gusto, alla temporalità, alla struttura dei pasti, alla trasmissione della conoscenza culinaria fino alla ripartizione dei compiti domestici riguardanti l'alimentazione.

Tab. D: Alimentazione tradizionale vs quella contemporanea

	Alimentazione tradizionale	Alimentazione Contemporanea
Numero pasti al giorno	Dai 3 ai 4 pasti al giorno presi in comune	Dai 6 ai 10 pasti al giorno anche esternalizzati o prodotti altrove e consumati a casa
Alimento centrale	Il pane è al centro del pasto	La carne è l'alimento centrale
Tipologia di pasto	Pasto strutturato: un primo, un secondo ed un dolce	Destruzzurazione del pasto
Controllo sociale	Importante: dal modo di stare a tavola, alla presenza, all'educazione	Basso controllo sociale, all'interno della stessa famiglia, pasti in orari diversi. Si mangia cibo diverso intorno allo stesso tavolo.
Identità familiare	I pasti sono i momenti in cui si esprime la coesione familiare	Il tempo libero è il momento di costruzione e espressione della famiglia
Provenienza dell'alimento	L'alimento è sempre affettivamente e personalmente identificato.	Apparizione nello scenario alimentare di alimenti non sempre identificati
Tempo di preparazione del pasto	Minimo 4 ore al giorno per la sua preparazione	Appena un'ora al giorno per la sua preparazione
Rispetto al genere	Ripartizione sessuale dei gusti e dei ruoli alimentari	Nessuna differenza: centrale diventa il budget alimentare, in costante diminuzione.
Logica di base	Socializzazione attraverso l'alimentazione	Esternalizzazione e soggettivazione dell'alimentazione

Fonte: Sibilio R., Falzarano A., (2011), *Il rischio nel piatto. La preoccupazione del consumatore contemporaneo*, Franco Angeli, Milano, p.16

In altri termini, come sostiene Malassis, viene a strutturarsi un vero e proprio modello di consumo, per riferirsi ad un processo articolato in più fasi che va

dall'*acquisizione dell'alimento*, alla sua *preparazione*, al *come e dove* viene mangiato e, infine, al *come vengono smaltiti* i rifiuti.

Per questo autore, il cambiamento socioeconomico ha comportato un mutamento di *modelli alimentari*. Nel tempo, si è passato da un modello tradizionale ad uno agro-industriale per pervenire, oggi, a quello che viene definito lo stadio della *sazietà*.

Nel primo modello il cibo è prodotto e consumato all'interno dell'impresa agricola familiare: è l'espressione dell'interconnessione tra territorio, produzione e consumo. Questo stretto legame garantisce fiducia e qualità all'alimento. Nel secondo modello (dal Medioevo al XX secolo), invece, vi è il passaggio della produzione dall'impresa familiare al mercato: entra in gioco l'industria nella trasformazione e commercializzazione dei prodotti, si affermano il consumo di massa e i prodotti standardizzati e il mondo agricolo (con i suoi vincoli stagionali e locali) perde il legame con il consumatore finale. Nel contempo, l'arrivo della cosiddetta *modernità alimentare* accentua tutti i mutamenti alimentari in atto: il cibo si trasforma in "alimento industriale", un prodotto da macchine. La tradizione culinaria necessaria nella preparazione dei pasti si riduce progressivamente in favore di una standardizzazione produttiva che è conseguenza di un'omologazione degli stili di vita.

Infine, il terzo modello –quello della *sazietà*– è riconducibile alla fine degli anni Settanta, con l'affermarsi del capitale transnazionale e il verificarsi di mutamenti strutturali e spaziali dell'economia, i cui segni più evidenti della trasformazione nei modelli alimentari si esprimono con la terziarizzazione del sistema e la destrutturazione dei pasti (*cf. tab. E*).

È evidente che il rapporto tra l'uomo e il cibo ha seguito la stessa evoluzione delle società; inizialmente rurale e fondato sulla terra con il tempo è diventato principalmente urbano e con più significati, tanto che, nei sistemi sociali moderni, poche persone conoscono il processo di semina, di raccolta o di trasformazione. I mutamenti hanno inciso sugli stili di vita e di consumo: non solo si è perso il contatto con la catena di produzione alimentare ma anche il controllo sugli alimenti mangiati.

Per molti versi, è con l'urbanizzazione che si spezza il legame diretto tra produzione e consumo di alimenti. Nella grande città sempre più alimenti sono a disposizione, già trasformati, pronti al consumo, riducendo a poca cosa i compiti culinari domestici. L'acquisto diventa anonimo, per farlo occorre spostarsi in altre parti della città, cosicché anche le relazioni sociali di vicinato vengono a perdere di

importanza. Il risultato è che aumenta la distanza tra il prodotto e il consumatore. L'agricoltura è inglobata dall'industria. La provenienza dei prodotti diventa incerta, *de-localizzata* su mercati sempre più distanti. I nuovi alimenti industriali tendono a standardizzarsi, a diventare omogenei e a contenere quello che è stato definito il *mass appeal*: cioè, l'attrattiva generalizzata, al di là delle distinzioni dovute all'età, alla classe o alla cultura. In questa logica si ottiene un vero e proprio livellamento degli appetiti. Anche la preparazione e il consumo degli alimenti subiscono il processo generale di mutamento; in particolare, con l'entrata delle donne nel mercato del lavoro, gli alimenti si trasformano in prodotti-servizio o prodotti serviti e vengono, in misura ridotta, consumati pasti in famiglia, in favore di quelli fuori casa. Numerose funzioni gestite in passato dal nucleo familiare o dalle comunità tradizionali ora sono a carico del sistema capitalistico.

Per chi non preferisce affidarsi ancora alle nuove mense aziendali non è raro vederlo con le cosiddette *gamelle*¹⁰⁵, un pranzo portato da casa e mangiato nella pausa di lavoro. Per molti, invece, il pranzo in fabbrica, soprattutto negli anni '60, è ritenuto una vera e propria conquista operaia.

In altre parole, la modernità alimentare è coincisa con una vera e propria "deregulation degli atti alimentari"¹⁰⁶, che si è andata intersecando con la crescente globalizzazione dei mercati e dei prodotti, favorendo, tra l'altro, anche una *convergenza* dei modelli alimentari; il che ha generato, secondo l'espressione di Morin, fenomeni di "sincretismo alimentare"¹⁰⁷, volti a ricostruire, adattare, adeguare al mercato dei cibi autoctoni quelli importati.

Tra gli anni '70 e '80 (almeno per quello che riguarda l'Italia) si evidenzia un nuovo cambiamento nelle abitudini alimentari, in concomitanza della deindustrializzazione e della crescente terziarizzazione del lavoro. Con la crescita del settore terziario si ha un rapidissimo incremento dei pasti fuori casa. Gli orari e i carichi di lavoro aumentano e, di conseguenza, si vuole mangiare rapidamente ed in modo efficace.

Come sostiene Vercelloni, infatti:

¹⁰⁵ Cfr. Benelli, E., Bassoli R.(1998), *Gli stili alimentari oggi*, in Capatti A., De Bernardi A., Varni A. (a cura di), *L'alimentazione*, Torino, Einaudi, p.1009.

¹⁰⁶ Vercelloni L.(1998), *La modernità alimentare*, in Capatti A., De Bernardi A., Varni A. *op. cit.*, p.972.

¹⁰⁷ *Atti del XVIII convegno internazionale sulla civiltà della tavola, 50 anni di cucina italiana*, Milano, 13 - 15 Giugno 2003, p.60.

«transizioni epocali come quelle dalla carenza all'eccedenza nutrizionale, dallo stato dei bisogni necessari a quello dei bisogni voluttuari, dalla convivialità familiare all'alimentazione solipsistica, dalla cucina campanilistica al caleidoscopio gastronomico, descrivono l'avvento di una nuova condizione, mentale e fisiologica»¹⁰⁸.

La successiva globalizzazione degli scambi ha trasformato completamente gli stili di vita e con essi anche l'esperienza alimentare contemporanea: molte delle attività alimentari vengono gestite da sistemi esperti (produzione, trasformazione, sviluppo di pasti precotti e ristorazione fuori casa). L'alimentazione subisce la razionalizzazione propria delle società moderne descritte da Max Weber (più per Macdonalizzazione che per burocratizzazione). Gli acquisti si riducono a frequenze settimanali, se non bisettimanali, rimandando all'acquisto giornaliero, presso piccoli dettaglianti, soltanto i beni più deperibili; non si svolgono più all'interno dei tradizionali negozi, tra i banchi del mercato o dai bottegai ma, piuttosto, nei discount o al supermercato. I tempi dedicati alle incombenze domestiche si riducono drasticamente. Il ruolo della massaia, così come tradizionalmente intesa, viene meno a causa dei suoi impegni in lavori tutt'altro che casalinghi. La grande industria alimentare viene in soccorso della nuova massaia fornendo *alimenti-servizio*. È l'esordio dei pasti preconfezionati, dei precotti e dei cibi pronti, comprati, preparati in pochi minuti e mangiati, spesso, velocemente e tristemente da soli.

Stereotipo di questa parte della modernità alimentare diventa il *pasto snackizzato* che Vercelloni riconosce come uno yogurt mangiato in ufficio o un panino nel bar. La sequenza dei piatti, quindi, si impoverisce. Si va verso una semplificazione dei pasti: un piatto unico, seguito eventualmente da un dessert. Questo profilo alimentare segue, dunque, una destrutturazione delle pratiche alimentari, che si intensifica nei grandi centri urbani e, chiaramente, quando occorrono lunghi tempi logistici per raggiungere il proprio domicilio dal posto di lavoro. La terziarizzazione produce, in linea generale, cibo *de-socializzato* nel senso che «incide sulla funzione socializzatrice della cucina, senza peraltro arrivare ad assumerla»¹⁰⁹, con la conseguenza del declino della convivialità e dell'alimentazione quale tradizionale agenzia di socializzazione.

Nella società appartenente al “modello della sazietà” l'alimentazione si demassifica e si sviluppa una sorta di “individualismo” che, come già accennato, aumenta

¹⁰⁸ Ibidem, p.951.

¹⁰⁹ Poulain J.P. (2008), *Alimentazione, cultura e società*, Il Mulino, Bologna, p.35.

la segmentazione della domanda in termini di *varietà* (imputabile al moltiplicarsi delle occasioni di consumo) e di *variabilità* (dei criteri di consumo impiegati).

Si riporta, per una ricognizione concettuale di quanto detto finora, la schematizzazione evolutiva dei principali modelli di consumo alimentare elaborata da Malassis e Gherzi da noi integrata in alcuni punti (*cfr. tab. E*).

Tab. E: Le caratteristiche dei principali modelli alimentari

ATTIVITA'	MODELLO TRADIZIONALE	MODELLO AGROINDUSTRIALE (età moderna)	MODELLO DELLA SAZIETA' (tarda modernità)
<i>Produzione</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Produzione locale - Imprese agricole familiari di riproduzione semplice - Gli occupati in agricoltura rappresentano una percentuale elevata della popolazione 	<ul style="list-style-type: none"> - Industrializzazione degli input e della trasformazione dei prodotti agricoli - Impresa agricola integrata all'industria agro-alimentare - Gli occupati in agricoltura diminuiscono notevolmente 	<ul style="list-style-type: none"> - Industrializzazione del processo produttivo agricolo - L'impresa agricola perde la sua specificità - Prospettive incerte nelle nuove tecnologie, in particolare biotecnologie
<i>Distribuzione</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mercati locali - Scambio all'interno della parentela e delle comunità 	<ul style="list-style-type: none"> - Mercati internazionali, globali - Accesso agli alimenti regolato dai mercati e dai titoli (redditi, proprietà) 	<ul style="list-style-type: none"> - Ruolo attivo della grande distribuzione organizzata GDO
<i>Preparazione</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Domestica 	<ul style="list-style-type: none"> - Anche fuori casa, nelle aziende, ristoranti, mense 	<ul style="list-style-type: none"> - Catering, <i>alimenti servizio</i> (industrializzazione della preparazione)
<i>Consumo</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Alternanza di abbondanza e scarsità, secondo le stagioni e il raccolto - Scelta locale, dipendente dalle disponibilità e dallo status - Diseguaglianze nutrizionali all'interno della società 	<ul style="list-style-type: none"> - Indipendenza dalla stagioni - Varietà di scelta per chi può pagare - Diseguaglianze nutrizionali tra società, più che al loro interno 	<ul style="list-style-type: none"> - De-strutturazione dei pasti - Pasti assunti fuori casa in contesti anche assai diversi tra loro - Pasti acquistati fuori casa e consumati in casa
<i>Base ideologica, identità dell'alimento</i>	<ul style="list-style-type: none"> - L'uomo in cima alla catena alimentare - Agricoltura come base integrata materiale e simbolica della vita - Valore simbolico dell'alimento distintivo del "noi e "gli altri" 	<ul style="list-style-type: none"> - Lo sfruttamento della natura è ritenuto legittimo - L'alimento come prodotto commestibile senza identità, proveniente da una filiera 	<ul style="list-style-type: none"> - Pluralità di forme d'accordo (interesse per la conservazione delle risorse naturali, tra cui la biodiversità, alimenti-salute, ecc) - L'alimento in cerca di identità. - L'alimento come fonte di esperienza. - L'alimento come <i>alicamento</i>.

Fonte: Adattamento Sibilio-Falzarano *op.cit.* p.23 da Malassis L., Gherzi G. (1996), *Introduzione all'Economia Agroalimentare*, Il Mulino, Bologna.

2.2. Le tendenze alimentari in atto

Il modello alimentare moderno va oltre la natura e la quantità degli alimenti consumati e comprende anche le modalità «*con cui gli uomini si organizzano socialmente, nell'ambito di piccoli insiemi, per consumare*»¹¹⁰. In questo modello, l'analisi delle unità socio-economiche è fondamentale in quanto il consumo alimentare viene ad essere considerato non più come un singolo atto bensì come un processo, costituito da più fasi specifiche (ricerca delle informazioni, scelta del luogo di acquisto, scelta del prodotto e del modo di utilizzazione) tra loro interrelate. Il che comporta anche che, la percezione della qualità, da parte del consumatore, va ad estendersi a tutte le fasi del processo e non sul singolo atto: non riguarda solo il cosa si acquista e si ingerisce, ma anche aspetti come *dove, quando e come* si fruisce.

È evidente che a condizionare fortemente l'intero processo di consumo alimentare è la variabile tempo. Come rilevano Belletti e Marescotti,

«il tempo non solo è visto come *fattore* del processo di consumo (consumatore orientato ad acquistare il tempo incorporato nei prodotti e/o servizi commerciali, *time buying consumer*) ma anche come *dimensione* entro la quale le fasi del processo di collocano e di articolano»¹¹¹.

Di conseguenza, il moltiplicarsi delle possibilità alimentari, il serrarsi del ritmo di consumo e il cambiamento dei valori legati al cibo hanno modificato il rapporto tra consumatore e la materia alimentare. Grazie alle nuove opportunità offerte dalle industrie, il tempo accordato alle pratiche alimentari è diminuito di gran lunga, rispetto al passato, in virtù dell'*esternalizzazione* dell'alimentazione. Funzioni prima espletate nell'ambito della famiglia o della comunità di appartenenza ora sono state assorbite dai sistemi esperti. Per gestire, al meglio, il proprio tempo si va alla ricerca di prodotti rapidi all'uso, per avere i quali si è disposti a pagare di più.

L'intervento della moderna industria alimentare ha generato un'evoluzione radicale. Puntando sulla praticità e sulle apparenze permette, alla moderna casalinga di mettere in scena un pranzo di un certo livello -con tutte le portate che compongono un

¹¹⁰ Malassis, L. e Padilla, M. (1986), *Economie agro-alimentaire*. Vol. III. L'economie mondiale, Cujas, Paris, p.221.

¹¹¹ Belletti G., Marescotti A.(1996), *Le nuove tendenze dei consumi alimentari*, in Berni P., Begalli D. (a cura di), *I prodotti agroalimentari di qualità: organizzazione del sistema delle imprese*, SIDEA, Il Mulino, Bologna, pp.133-152.

pasto domenicale, senza dedicare, però, alla preparazione delle pietanze un tempo eccessivo- o, addirittura, più semplicemente, di mangiare a domicilio un pasto completo, preparato dalle industrie (*home meal replacement*) attraverso quello che, sempre più richiesto, è il servizio *take away*.

Il che non poteva non generare una più stretta interrelazione tra strategie di vita, pratiche quotidiane, sistema di relazioni e alimentazione, con la conseguenza che il pasto come *fatto sociale* ha finito per subire un processo di “destrutturazione”, di “destabilizzazione”, e tale processo ha assunto diverse forme¹¹².

Uno sguardo più attento all'alimentazione contemporanea rileva immediatamente che:

- a. il cibo viene assunto non più in due/tre momenti del giorno, ma in una molteplicità di diverse occasioni e anche in misura di piccoli spuntini (*de-concentrazione*);
- b. le fasce orarie tipiche del passato si sono modificate in più momenti (*de-impiantazione*);
- c. la sua funzione di incontro e di scambio all'interno della famiglia o del gruppo di lavoro viene a perdersi, in quanto gli orari di assunzione non sono più coincidenti (*de-sincronizzazione*);
- d. la stanza dove prima si mangiava non è più individuata, oggi si tende sempre più a mangiare dove capita: nella propria camera da letto, sul posto di lavoro, in macchina, ecc. (*de-localizzazione*);
- e. il pasto quotidiano è sempre meno sottoposto a regole (*de-ritualizzazione*) che, tuttavia rimangono solo per le occasioni particolari come i compleanni, gli anniversari ecc.;
- f. inoltre, accanto ai pasti principali se ne ritrovano altri in occasione di consumi intermedi, gli *snack*, che riscuotono sempre più consensi.

Tra l'altro, il cibo offerto dal sistema agroindustriale risulta sempre più de-identificato: ossia, de-stagionalizzato, de-localizzato (ri-localizzato) e l'alimentazione finisce col subire la razionalizzazione propria delle società moderne.

¹¹² Cfr. Herpin N.(1988), Le repas comme institution, *Revue Francaise de Sociologie*, 29 (3), pp.503-521.

Ed ecco allora che il cibo *moderno* si presenta sempre più artificiale, un artefatto generato da sofisticate macchine industriali. Un prodotto industriale caratterizzato da materialità ed immaterialità, da materia commestibile, e per esserlo necessita di un alone comunicativo fatto di valori, di credenze e i di simboli.

Per vendere ai nuovi consumatori se non è possibile intervenire nella sostanza degli alimenti -standardizzata oltre che nella produzione anche nel gusto- si interviene sull'estetica: forma, servizio, imballaggio e tutto ciò che sta intorno al rituale alimentare. Il cibo si adatta alle diverse circostanze in cui è consumato, si scompone in porzioni sempre più piccole e trasportabili in base agli usi, si trasforma, di volta in volta, in spettacolo, simbolo, cura, socialità, comunicazione.

E così che, accanto ai tradizionali valori legati al benessere e alla cura del corpo, all'identità e allo standing sociale, il cibo acquista anche caratteristiche di immaterialità per sfociare, poi (nella post-modernità), in un vero e proprio *oggetto estetico*, investito di aspettative non più solo rispondenti ad un semplice bisogno fisico e gustativo.

Una prima diretta conseguenza si registra nel *sapere culinario* che non solo viene trasmesso oggi per nuove vie ma tende a subire modifiche nel tempo. Infatti, l'entrata in gioco dei saperi esperti e della rete offre alle pratiche un nuovo luogo di legittimazione sociale; al tempo stesso, la presenza di stranieri, in costante crescita, produce un mutamento strutturale nella popolazione aumentando la richiesta di prodotti tipici di altre cucine. La presenza di una popolazione multi-etnica contribuisce alla diversificazione della dieta alimentare e alla diffusione di nuovi cibi, di prodotti tipici di altre culture.

Si intravedono in questi aspetti i segnali di una *cucina sincretista*, nella quale la cucina diversificata diviene un elemento d'identificazione di una nuova cultura nella quale domina più la diversità che l'uniformità. Un'ulteriore conseguenza è la *crescente frammentazione degli stili alimentari*, che inevitabilmente provoca una tendenziale aleatorietà dei gusti individuali. Le differenze, anziché attenuarsi, aumentano, aiutate in questo da una produzione di beni d'ogni tipo, ove è sempre più importante il soddisfacimento di valori soggettivi, come quelli ideologici o edonisti.

Oggi si bada più alla manifestazione dei gusti (che è fuori dal cibo) che alla loro percezione (che è dentro al cibo), un vero *caos alimentare* oltre che una confusione dei linguaggi gastronomici o *babele gastronomica*. L'alimentazione tende a perdere, dunque,

il suo ruolo socializzante ed è sempre più caratterizzata da modelli individuali. Tutte queste tendenze contribuiscono ad allargare il *gap* tra *norme* alimentari e *pratiche* alimentari.

Come rileva criticamente Sassatelli,

«un pasto come si deve è insomma lontano dalla nostra realtà quotidiana, e non per scarsità [...], ma per un'abbondanza materiale e una polifonia culturale che disorientano. Pubblicità, suggestioni e prescrizioni diverse, e soprattutto e sempre di più, messaggi commerciali di natura medica» concorrono a produrre, secondo Claude Fischler, quella “libertà anomica” che è anche un tranello ansioso, e questa ansia favorisce a sua volta delle condizioni alimentari aberranti»¹¹³.

A sintetizzare criticamente la modernità alimentare è proprio Fischler¹¹⁴, il quale la vede caratterizzata da tre processi interrelati:

1. la *sovraabbondanza alimentare*: ovvero, l'ingresso nella cosiddetta “società della sazietà”, dove i bisogni primordiali, quelli di sussistenza sono ampiamente soddisfatti;
2. l'*allentamento dei controlli sociali e mancanza di una ritualizzazione dell'alimentazione*: ovvero, «una situazione in cui i criteri regolativi delle abitudini alimentari sono sempre meno socialmente condivisi e vincolanti e sempre più spesso lasciati alla mercé di un pluralismo interpretativo, spesso contraddittorio e, conseguentemente, di una scelta individuale di tipo assoluto (nel senso etimologico di *ab-solutus*, “sciolto da” vincoli)»¹¹⁵. La maggiore autonomia porta il consumatore a effettuare continue scelte, ma anche a farsi carico dei relativi rischi;
3. il *crescente interesse per l'alimentazione*: indotta dal moltiplicarsi dei discorsi sul cibo, avanzati da studiosi, provenienti da settori di studi differenti, i quali non fanno altro che confondere l'attore nei criteri di scelta alimentare. Infatti, per effettuare le proprie scelte l'individuo non può fare riferimento a linee guida univoche e coerenti, dal momento che vi è, come afferma lo stesso autore, «un mosaico di criteri proposti, spesso contraddittori o dissonanti»¹¹⁶.

¹¹³ Sassatelli R. (2004), “Presentazione. L'alimentazione: gusti, pratiche e politiche”, *Rassegna Italiana di Sociologia*, a. XLV, n. 4, ottobre-dicembre, p.485.

¹¹⁴ Cfr. Fischler C.(1990), *L'Homnivore : le goût, la cuisine et le corps*, Odile Jacob, Paris, trad. It. *L'onnivoro. Il piacere di mangiare nella storia e nella scienza*, Mondadori, Milano, 1992, p.164.

¹¹⁵ Nicolosi G.(2007), *Lost food. Comunicazione e cibo nella società ortoressica*, Ed.IT, Catania, p. 79.

¹¹⁶ Cfr. Fischler., *op.cit.* p.164.

Per Fischler queste tre caratteristiche genererebbero quella che egli definisce *gastro-anomia*. Il neologismo inquadra, in un'unica parola, tutte le trasformazioni e le caratterizzazioni della modernità alimentare: se la classica gastronomia rappresenta un insieme di regole e di norme riguardo ciò che si mangia, in quanto etimologicamente proveniente dal greco *gaster* (stomaco, corpo) e *nomos* (legge, regola), la moderna *gastro-anomia* richiama una situazione di assenza assoluta di qualsiasi norma riguardo l'assunzione di cibo (α - $\nu\omicron\mu\omicron\varsigma$ = *nomos* preceduto da alfa privativo).

Questa mancanza di regole produce sì una grande libertà e autonomia nelle scelte ma, spesso, diventa anche fonte di ansie e paure. Nella società del rischio, il 'dover scegliere' è una condizione tipica, ma in relazione al cibo si trasforma in una contraddittoria opposizione tra *neofilia*, il bisogno di cambiare, di ricercare novità e varietà alimentare, e *neofobia*, la paura del nuovo, che plasma perfettamente il rinomato "*paradosso dell'onnivoro*", elaborato sempre da Fischler. In quanto onnivori gli individui, pur beneficiando della possibilità di scelta, devono convivere con il rischio di essere esposti a cibi nuovi, sconosciuti e, quindi, potenzialmente pericolosi.

«Infatti, per costui il cibo è sempre fonte di relativa ansietà. Il consumatore moderno è meno sottoposto alla pressione del gruppo, a una dimensione comunitaria dell'alimentazione, cioè all'obbligo di essere insieme, e a costrizioni di varia e contraddittoria natura. L'anomia, in questo caso, non rimanda soltanto a una crisi dell'apparato normativo, ma anche all'inflazione di ingiunzioni contraddittorie: igienistiche, identitarie, edonistiche, estetiche, ecc.»¹¹⁷.

Per Reynaud¹¹⁸ la *gastro-anomia* non si configura necessariamente come una mancanza di norme e di regole ma, spesso, come un eccesso di discorsi riguardo quello che si deve o non si deve mangiare. Il consumatore moderno, quindi, si ritrova a dover scegliere se seguire gli standard alimentari imposti alla società dai modelli estetici o quelli salutistici elaborati dalle scienze nutrizionali o, ancora, se seguire la tradizione piuttosto che sperimentare la cucina internazionale. La mancanza di un'alimentazione ideale, dunque, manda allo sbaraglio il mangiatore moderno che, insieme alle sue emergenti angosce, tenta di avvicinarsi al cibo scegliendo l'approccio che gli sembra più 'giusto'.

Le caratteristiche della modernità e tarda-modernità alimentare confluiscono, tramite un naturale percorso evolutivo, nella *post-modernità*. In questa "Era" sembra che la società applichi, alle numerose attività economiche e sociali, una spiccata

¹¹⁷ Poulain J.P. (2008), *Alimentazione, cultura e società*, Il Mulino, Bologna, p.53.

¹¹⁸ Cfr. Reynaud J.-D.(1995), *Les règles du jeu, l'action collective et la régulation sociale*, Colin, Paris.

“*aesthetic sensibility*”¹¹⁹. Le pratiche quotidiane -come mangiare, vestirsi, cucinare, disegnare ecc.- sono incredibilmente sottoposte a considerazioni estetiche; infatti, come suggerisce Welsch:

«aestheticization means the furnishing of reality with aesthetic elements, a sugar-coating of the real with aesthetic flair. This certainly re-engages an old and elemental need for a more beautiful reality corresponding to our senses and feeling for form. (...) The old dream, that of improving life and reality through the introduction of aesthetics, seems to be being brought to bear»¹²⁰.

Il mondo post-moderno si presenta profondamente rimodellato da un processo di *estetizzazione* volto a superare l'appiattimento e l'omologazione che l'irrefrenabile industrializzazione ha provocato nei gusti, soprattutto alimentari. Anche il cibo acquista, quindi, una valenza estetica, soprattutto quello consumato fuori casa, al ristorante: non è più considerato come un semplice alimento, ma come un'esperienza tale da soddisfare tutti e cinque i sensi: non solo vedere con gli occhi, ma anche sentire con il corpo. In coerenza con una società che si stabilizza sul modello della sazietà, gli alimenti non rappresentano più dei bisogni soddisfatti per colmare necessità fisiologiche, ma desideri di edonismo, di bellezza e di piacere organolettico.

A tale proposito, Miele e Murdoch, parlando di “estetica del divertimento” ed “estetica gastronomica del cibo”, sottolineano proprio il fatto che nel gustare un pasto sono coinvolti tutti i sensi: solo tramite il gusto si riescono ad apprezzare anche le qualità di un pasto. Citando Gary Fine si può meglio capire l'essenza del nostro discorso:

«For some the criteria for quality labour are primarily in the product: the sights, feel, taste, or smell; for others they are in the performance but for each the work has a style, a sense of form, an aesthetic»¹²¹.

In altre parole, il cibo genera un piacere che non si limita ad un'attività riflessiva, ma mette in gioco la sfera corporea. Il cibo non solo è bello nello scenario in cui viene

¹¹⁹ Miele, M., Murdoch, J.(2002), “The Practical Aesthetics of Traditional Cuisines: Slow Food in Tuscany”, *Sociologia Ruralis*, October, vol. 42, n. 4, p.312.

¹²⁰ Per Estetizzazione va inteso l'arredamento della realtà con elementi estetici, un dolce rivestimento del reale con un tocco estetico. Il che fa certamente riemergere un antico ed elementare bisogno per una realtà più bella corrispondente ai nostri sensi e alla nostra sensibilità per la forma. (...) Il vecchio sogno, di migliorare la vita e la realtà attraverso l'introduzione dell'estetica, sembra essere realizzato. -Welsch W.(1996), “Aestheticisation Processes: Phenomena, Distinctions and Prospects”, *Theory, Culture & Society* 13.1, p.2.

¹²¹ “Per alcuni i criteri per valutare la qualità di un lavoro sono primariamente insiti nel prodotto: vista, tatto, gusto, o odorato; per altri questi sono rintracciabili nella prestazione: ma per ciascuno il lavoro ha uno stile, un senso di forma, un'estetica.” Fine, G. (1996) *Kitchens* University of California Press, p. 180. Citato anche in Miele M., Murdoch J., *op. cit.* p.322.

presentato, non è l'involucro che adorna e copre una trama di sostanza in sé, ma si confonde con la sostanza stessa. La forma bella non sostituisce la sostanza buona, né semplicemente la evoca, piuttosto stimola una polisensorialità, che mette in gioco una gamma ampia di sensazioni che coinvolge il soggetto in prima persona: consente di pensare il cibo come *adatto* alla situazione in cui deve essere consumato.

Le tematiche della sensorialità e del sensibile si scontrano, dunque, con quelle della materialità, della tecnica, dei saperi pratici ed empirici; più in generale, però, tutto viene ricondotto al riconoscimento della qualità. Infatti, essere attenti all'estetica significa «avere sensibilità per qualità e bellezza, per la buona e piacevole relazione dei sensi a determinati oggetti o esperienze»¹²².

Si potrebbe, allora, considerare i consumi post-moderni come appartenenti ad un nuovo modello che, azzardando, definiremmo *modello edonistico*: diretto alla massimizzazione del piacere sensoriale *immediato*. Emerge quale elemento fondante “il comportamento” del consumatore che impone sostenuti ritmi di cambiamento “qualitativo” anziché “quantitativo”. È proprio in quest'ottica che i piatti proposti dagli chef cominciano ad acquistare una forma, un colore e un odore che soddisfano prima la vista, la mente, l'olfatto e poi il palato.

Tutto questo permette di recuperare la dimensione esperienziale legata alla pratica alimentare; il cibo standardizzato dell'età industriale fa lentamente spazio ad un cibo valorizzato da un'estetica polisensoriale, conseguenza di un maggiore coinvolgimento visivo, olfattivo e tattile. La pratica alimentare diventa, dunque, elemento di esperienza, di contatto di implicazioni corporee e mentali.

Da parte sua, l'industria, per non perdere terreno, si è mossa per recuperare questa dimensione estetica della fruizione del cibo. Infatti, in un mercato in cui non è più sufficiente produrre per vendere, in cui la differenziazione di marca ha preso il posto di quella di gusto, in cui non basta più solo comunicare un prodotto, ma è necessario creare una precisa personalità a quel prodotto, il soggetto cerca e pretende una 'spiritualizzazione' del momento d'acquisto e di consumo.

Ecco allora che nella post-modernità si affaccia come nuovo scenario di consumo: l'*esperienza*. Basta pensare al progressivo aumento degli esercizi di ristorazione che, oltre a crescere di volume, si sono anche diversificati nei contenuti, tanto da far pensare

¹²² Perullo, N.(2006), “Per un'estetica del cibo”, *Aesthetica Preprint*, n. 78, p.13.

che “il mangiar fuori” si stia istituendo come pratica normalizzata.¹²³ Al pasto comunitario, consumato in famiglia, nei luoghi in grado di fornire il calore della vicinanza, si sostituisce la pratica del mangiar fuori, dove è possibile soddisfare necessità di relazioni grazie all’enorme spazio assunto dalla ristorazione. In questi spazi, trovano una loro dimensione anche coloro che consumano il pasto in solitudine (single e nuclei composti da una persona, sempre più in aumento) per i quali l’industria alimentare ha ben pensato di introdurre le confezioni monodose.

Nei ristoranti, le persone ritrovano valori, emozioni, ricordi, *entertainment*. Il pubblico, infatti, probabilmente stanco della virtualizzazione promossa dalla tecnologia, sembra aver riscoperto l’importanza del contatto e del sensibile e cerca anche nel consumo e nell’acquisto di vivere un momento partecipativo ed emozionale. Proprio per questo, i ristoranti, ma anche i negozi e gli altri punti vendita, rispondono dotandosi di strumenti comunicativi e di altre modalità di attrazione per offrire, al mangiatore attuale, un’esperienza totalizzante che parte dal piatto, dalle posate fino all’ambiente. Il mangiar fuori è diventata oggi un’imprescindibile forma del vivere, oltre che un’occasione di svago.

L’esperienzializzazione si manifesta anche con un piccolo ritorno alla dimensione rituale dei pasti -una sorta di ritorno alle origini, in controtendenza con l’incalzante standardizzazione- ed una certa riscoperta delle tradizioni locali, contrapposta alla “McDonaldizzazione”¹²⁴ del cibo. In più, si rispolverano le vecchie ‘ricette della nonna’, come sinonimo di un’autenticità ormai perduta. A questo, per così dire, *filone della genuinità* e all’esigenza di recuperare una cucina ‘della memoria’ si mescolano le altre suggestioni post-moderne volte al consumo di cibi, oltre che non omogenei, anche non convenzionali.

Tutto ciò si traduce in due grandi conseguenze per l’attività del consumatore. Da un lato, la ricerca di una forma di autenticità attraverso queste pratiche. L’espressione di sé è mediatizzata, tra l’altro, attraverso l’atteggiamento *face to face* con l’alimentazione. L’attore cerca il senso nel proprio piatto e valorizza ogni forma culinaria reincantata (prodotti del terreno, cibo esotico, alimenti naturali). Dall’altro, l’individuo sviluppa ciò

¹²³ Cfr. Warde A.(1998), *La normalità del mangiare fuori*, in Capatti A., De Bernardi A., Varni A. (a cura di), *L’alimentazione*, Einaudi, Torino.

¹²⁴ Cfr. Ritzer, G.(1997), *Il mondo alla McDonald’s*, Il Mulino, Bologna.

che Michel Foucault¹²⁵ definisce *preoccupazione di sé*. Deve trovare in sé la maniera di gestirsi e di costituire le proprie tecniche di vita. In questa prospettiva, il rapporto con il corpo, nelle sue dimensioni sanitarie ed estetiche, acquisisce un'importanza fondamentale per il soggetto. L'individuo è responsabile di se stesso: gestire e controllare la propria alimentazione è uno dei modi.

Come afferma Elias,

«la possibilità di cercare da solo e in larga misura, a prezzo di fatiche e decisioni proprie, la realizzazione di un'aspirazione personale cela rischi specifici. Non soltanto esige in misura rilevante tenacia e lungimiranza, ma spinge anche gli uomini a lasciar perdere ogni volta certe chance temporanee di felicità che gli si offrono e ad accantonare impulsi di breve respiro in favore di obiettivi più lontani che promettono una soddisfazione più duratura»¹²⁶.

Il cibo riflette, quindi, più di altri consumi, le ambivalenze del rapporto con il nostro corpo. La molteplicità delle situazioni in cui entra il cibo (individuali e collettive) insieme all'affermarsi di due imperativi contrastanti (quello del godimento e quello della salute) pongono l'individuo in una continua negoziazione con se stesso. Se, da un lato, sembra perdere il carattere di necessità per rispondere, invece, all'imperativo del piacere, dall'altro, esso assume una forte valenza di controllo sulla salute, come dimostra l'esplosione dei cibi funzionali. L'ambivalenza del cibo viene anche evidenziata dai messaggi pubblicitari che richiamano, al contempo, alla sensualità, alla magrezza, alla protezione della salute, alla tradizione, alla trasgressione.

Il risultato è che il consumatore si mostra sempre più attento al proprio benessere e alla cura del proprio corpo: un nuovo atteggiamento che si manifesta nella ricerca di alimenti sani che non comportino rischi per la salute. Il consumatore si presenta più esigente, critico, selettivo; mira ad affermare la propria personalità e presta sempre maggiore attenzione alla qualità, alla genuinità, alla salubrità, alla freschezza dei prodotti ed, infine, alla varietà e diversificazione dei tempi, modi, luoghi e beni di consumo. In più, non solo vuole documentarsi dell'innocuità degli alimenti, ma vuole anche sapere il modo come vengono prodotti (il comfort degli animali, l'uso di materiale geneticamente modificato, ormoni, ecc.). Aumenta l'esigenza di qualità e di sicurezza

¹²⁵ Cfr. Foucault M.(1984), *Histoire de la sexualité: Le souci de soi*, Galimard, Paris, vol.3.

¹²⁶ Elias N.(1990), *La società degli individui*, Il Mulino, Bologna, p.151.

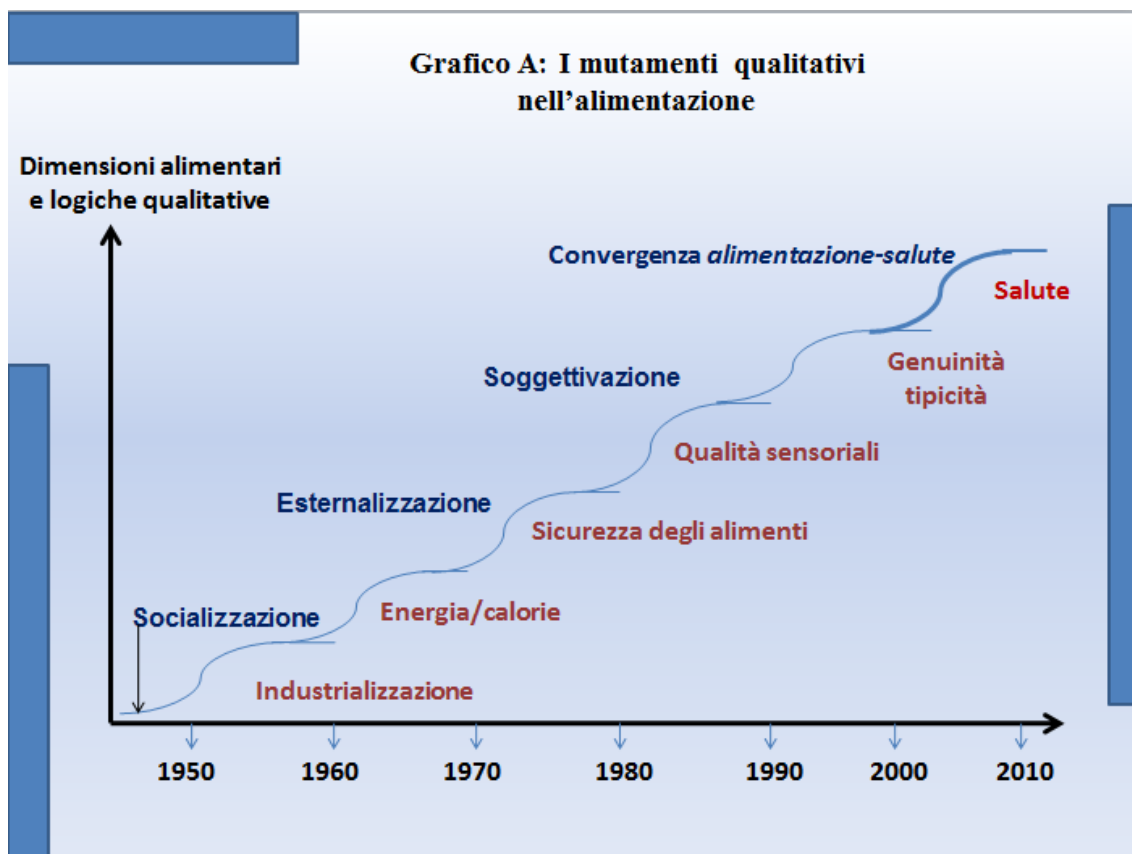
alimentare e si richiedono norme più restrittive e rigorose e soprattutto rispetto dei regolamenti, specie dopo i diversi casi¹²⁷ di BSE, di Salmonella, di diossina, ecc.

In realtà, gli interrogativi¹²⁸ sulla modernità alimentare non sono così recenti come sembrano. Già verso la fine del 1800 venivano sollevate, da più campi, le prime perplessità sull'industria agroalimentare¹²⁹, ma dagli anni Cinquanta del secolo scorso, con il nascere della questione ecologica, le preoccupazioni cominciano maggiormente ad evidenziarsi e molti desiderano un ritorno alla terra. Così, negli anni '70 nascono movimenti per il contenimento delle calorie e per una promozione di un'alimentazione più sana per prevenire le malattie croniche dell'età adulta, anche ricorrendo al vegetarianismo e a modelli alimentari alternativi. Poi, in seguito alle crisi alimentari degli anni Ottanta, la qualità diventa una delle principali preoccupazioni: la mutata realtà induce alla ricerca di una maggiore sicurezza alimentare a cui si aggiungono, nel tempo, esigenze di qualità sensoriale, di genuinità e di tipicità dei prodotti. Infine, la tendenza attuale converge verso gli *alimenti salute* e si sente sempre più parlare di *alimenti*. In ogni decennio sembra generarsi una nuova ricerca di qualità che si cumula con quelle precedenti. Di pari passo, le logiche alla base dell'esperienza del mangiare, negli ultimi due secoli, si sono modificate. Alla dimensione socializzante dell'alimentazione, si è affiancata quella dell'esternalizzazione, poi della soggettivazione e, infine, negli ultimi anni, come di seguito sarà spiegato, quella della convergenza alimentazione-salute. All'interno della pratica alimentare, ogni dimensione non sostituisce quella precedente, ma si sovrappone e interagisce con le altre con modalità di funzionamento anche diverse (*cfr. grafico A*). I consumatori -sempre più cauti ed esigenti- cercano alimenti che facciano stare bene, che generino piacere e, al tempo stesso, che siano pratici.

¹²⁷ La crisi della mucca pazza nel 1996 e nel 2000 (la scoperta di encefalopatia spongiforme bovina e la sua eventuale trasmissione agli uomo), gli organismi geneticamente modificati nel 1999 (mais e soia in particolare), il pollo alla diossina nel 1999, l'afta epizootica nel 2001; la crisi di acrilamide nel 2002, l'influenza aviaria dal 2003 fino a quelle più recenti della mozzarella blu ecc.

¹²⁸ Cfr. Stanziani A.(2005), *Histoire de la qualité alimentaire, XIXe-XXe siècle*, Seuil, Paris.

¹²⁹ Cfr. Csergo J.(2003), *L'emblème du terroir* in AA.VV. *Le Mangeur du 21e siècle: les aliments, le goût, la cuisine et la table*, Educagri édition, Dijon, pp.147-158. Si veda anche Le Bon G., *Sur les danger de l'empli du borax pour la conservation de la viande*, Rapport à l'Académie des sciences, séance du 9 décembre 1878, C.R. p.936.



Fonte: Sibilio R., Falzarano A.(2011), *Il rischio nel piatto. La preoccupazione del consumatore contemporaneo*, Franco Angeli, Milano, p.36.

Da qualche anno, i ripetuti fenomeni di rischio alimentare hanno allarmato ancor più i consumatori, i quali si sono maggiormente orientati verso nuovi prodotti ad elevata qualità e sicurezza in cui alimentazione e salute *convergono*.

Come rileva criticamente Lambert,

«un nouveau modèle de consommation alimentaire qui s'articule autour de deux objectifs principaux: l'équilibre nutritionnel (forme et bonne santé), ainsi que la réduction des budgets monétaires et temporels que les unités socio-économiques de consommation consacrent à l'alimentation au profit des loisirs. La réduction du temps se confirme bien. Quant à l'équilibre nutritionnel, c'est une autre histoire»¹³⁰.

Riemerge l'idea –sostenuta anche dalla moderna Scienza della Nutrizione- che particolari alimenti o specifici componenti siano in grado di migliorare le capacità

¹³⁰ «Un nuovo modello di consumo alimentare che si basa su due obiettivi principali: equilibrio nutrizionale (forma e buona salute) e la riduzione dei budget monetari e di tempo che le unità socio-economiche di consumo dedicano all'alimentazione e alle attività del tempo libero. La riduzione del tempo è ben confermata. Per quanto riguarda l'equilibrio nutrizionale, è un'altra storia».- Lambert J. L. (2004), *Modes de vie et comportements alimentaires dans notre société actuelle*, in *Actes du colloque des aliments et des hommes : entre science et idéologie, définir ses propres repères*, IFN, 8 et 9 décembre, p.95.

fisiche e mentali, o di ridurre il rischio di malattia. Di conseguenza, una sana alimentazione e una buona salute diventano esigenze preponderanti e il cibo è il modo principale per influire sulla salute. Il cibo assume il ruolo di esorcismo della malattia, ad esso si attribuisce un potere senza precedenti.

Non sorprende se tutta questa ansia alimentare -per la cura della salute e per il corpo- sia per gli esperti di marketing fonte inesauribile di profitti. Come giustamente rileva Bauman,

«la promessa di ridurre o eliminare l'ansia è l'offerta più seducente, largamente ricercata e assolutamente gradita tra quelle presenti sul mercato dei consumi, in risposta alla fonte più duratura e affidabile della domanda diffusa di prodotti di consumo (...) tale ansia...deve essere però sostenuta costantemente, rinvigita regolarmente, montata o comunque stimolata»¹³¹.

Una situazione questa in continua evoluzione a causa di una serie di fattori tra loro interrelati, che comportano la legittima aspirazione delle persone a migliorare la durata e la qualità della vita: si pensi all'aumento del numero dei *single*, delle famiglie mononucleari e dell'età media, del forte invecchiamento della popolazione. Il che sta generando, e lo sarà ancor più in futuro, un condizionamento delle diete legate alle esigenze di salute e l'attitudine verso la diffusione di alimenti cosiddetti funzionali: cibi su misura, più leggeri e con funzioni terapeutiche. Si tratta di un'infinita varietà di cibi, che vengono prodotti, a metà tra alimentazione e farmaci, definiti con il neologismo di *alimenti*, che prospettano una combinazione di efficienza fisica, sicurezza e non invecchiamento. Industrie e saperi esperti trovano in questo ambito un nuovo campo di applicazione.

Parallelamente, il ricorso al biologico sta diventando un'ossessione: è un modo per combattere l'inquinamento, per ridurre le distanze tra produttori e consumatori, per attenuare l'impatto ambientale e per diminuire i fenomeni di obesità.

L'emergere dei prodotti biologici è legato al concetto di qualità che comprende diversi elementi: il costo, il senso, la convenienza, la salute, la sicurezza e l'ambiente. I sondaggi rilevano che le persone credono che il cibo dell'agricoltura biologica sia più sano, più nutriente e più gustoso, in particolare se prodotto localmente. Infatti, il prodotto che, prima di essere consumato, deve percorrere grandi distanze¹³² - *food*

¹³¹ Bauman Z. (2006), *Vita Liquida*, Editori Laterza, Bari, p.99.

¹³² Cfr. Lang T.(2006), "Locale / global (food miles)", *Slow Food* (Bra, Cuneo Italy), 19 May, pp.94-97.

*miles*¹³³ - è incompatibile con l'idea che i consumatori hanno del metodo di produzione¹³⁴.

Inoltre, sempre per motivi di salute, di sicurezza alimentare, ma non meno per ragioni sociali, culturali, ambientali, economiche e politiche, un numero crescente di consumatori –e non solo i *food activists*- rivolge l'acquisto verso alimenti prodotti localmente oltre che biologicamente. Nella percezione dei consumatori¹³⁵ il cibo locale è visto più fresco, meno trattato a livello di conservazione, meno de-localizzato; in altre parole, è un cibo che ritorna nella sfera di controllo personale. Il desiderio di riavvicinamento alla produzione e alle tradizioni locali, infatti, sta facendo registrare un aumento della domanda di prodotti tipici e una maggiore sensibilità verso queste produzioni. Sembra risultare sempre più chiara l'idoneità dei prodotti legati al territorio a soddisfare gli aspetti legati al gusto, alla sicurezza e al benessere ricercati nel consumo alimentare tanto che, come rileva Ciappei,

«si parla di una vera e propria *estetica della tipicità* derivante dalla capacità del prodotto di rimandare alla cultura e al territorio di origine, aspetti che connaturano il prodotto di elementi immateriali e di un coinvolgimento di tutti i sensi»¹³⁶.

Tuttavia, l'enfasi sulla località rimanda specularmente alla dominanza di processi a carattere globale. Il prodotto tipico, come spiega Cristina Papa, «si presenta come un *ossimoro*, un prodotto locale, ma definito da parametri sovranazionali»¹³⁷: il prodotto tipico è costituito da una classe di prodotti che si oppone in quanto tale a quella di massa; è in questa contrapposizione tra l'identificazione con la località e il prodotto

¹³³ L'espressione *food miles* oltre a riferirsi letteralmente ai chilometri percorsi da un alimento dal luogo di produzione a quello di consumo- è anche un indicatore dell'entità dell'impatto ambientale del trasporto del cibo che arriva nel nostro piatto. Tale aspetto, pur se in parte trascurato in Italia, invece, è tenuto in debito conto nei Paesi anglosassoni ove è in atto un dibattito su come misurare e ridurre i *food miles*", a seguito degli incrementi del carico ambientale, sociale ed economico associato al trasporto (emissioni di biossido di carbonio, inquinamento dell'aria, traffico, incidenti e rumore) e del rapporto di causa-effetto fra i *food miles* e questo carico riscontrato.- AA.VV.(2005), *The Validity of Food Miles as an Indicator of Sustainable Development*, Final Report produced for DEFRA, AEA Technology, (3).

¹³⁴ La produzione biologica è percepita come un metodo non solo in grado di garantire la salvaguardia ambientale ma anche di migliorare le caratteristiche organolettiche e nutrizionali e di tutelare delle risorse umane coinvolte nella filiera produttiva.

¹³⁵ Cfr. Economist, *Voting with your trolley*, print edition, December 9th 2006.

¹³⁶ Ciappei C.(2006), *La valorizzazione economica delle tipicità locali tra localismo e globalizzazione*. Firenze University Press, Firenze, p.22.

¹³⁷ Papa C. (2002), *Il prodotto tipico come ossimoro: il caso dell'olio extravergine di oliva umbro*, in Siniscalchi V., *Frammenti di economie. Ricerca di antropologia economica in Italia*, Pellegrini Ed. Cosenza, p.161.

industriale di massa che si delinea il suo statuto¹³⁸. Pur mantenendo un legame intimo con luogo specifico e con una modalità tradizionale del fare¹³⁹ nella sua produzione, spesso, si affiancano sempre più interventi esterni (sotto forma sia di soggetti del tutto estranei al mondo rurale sia di consulenze tecniche agronomiche, corsi di formazione, o finanziamenti regionali ed europei), che introducono, talora, anche modificazioni profonde nei processi produttivi che ne sono alla base, al fine di raggiungere standards qualitativi a costi ridotti. Così facendo, i produttori, invece di proteggere la diversità, finiscono per uniformarsi al mercato globale.

Il discorso sul cibo dell'agricoltura locale e biologica apre necessariamente quello sulle biotecnologie, in particolare sulle colture geneticamente modificate¹⁴⁰ (OGM). Numerose relazioni e studi dimostrano sempre di più che la coesistenza tra queste tipologie di agricoltura è quasi impossibile a causa della contaminazione incrociata tra le specie. In più, con gli Ogm, i contadini andrebbero incontro alla perdita della loro sovranità sulle sementi¹⁴¹, che diverrebbero patrimonio delle multinazionali, compromettendo oltremodo il patrimonio agricolo fatto di diversificazione colturale, di qualità dei prodotti e di tradizioni contadine, in favore di una standardizzazione dei prodotti e non della tutela della biodiversità dell'intero ecosistema.

Per i sostenitori degli Ogm, nulla di quello che oggi mangiamo è “naturale”, essendo stato già manipolato, in qualche modo, dalla agricoltura stessa e dai tecnici agrari che ci hanno preceduto nella storia. La biotecnologia transgenica consentirebbe di fare, in tempi molto più brevi, le stesse operazioni effettuate dai nostri predecessori sul pianeta con il vantaggio di favorire la produzione delle derrate alimentari anche in aree climaticamente svantaggiate, di diminuire l'impiego di pesticidi e, ancor più, di rispondere alla maggiore necessità di cibo che vi sarà con l'aumentare della popolazione.

¹³⁸ Ibidem p.160.

¹³⁹ Cfr. Bérard L., Marchenay P. (1995), “Lieux, temps et preuves. La construction sociale des produits de terroir”, *Terrain*, 24, pp. 153-164.

¹⁴⁰ Nel 2009, dal rapporto annuale dell'ISAAA (International Service for the Acquisition of Agri-Biotech Application), l'estensione delle colture transgeniche nel mondo è aumentata ancora, arrivando a coprire 134 milioni di ettari, in 25 paesi, una cifra impensabile nel 1996, quando le aree coltivate con varietà vegetali transgeniche erano 3 milioni di ettari. In Europa, nel 2009, la cifra è limitata a 106.000 ettari ed in calo rispetto ai 107.719 del 2008. La produzione mondiale, tuttavia, è concentrata in otto di questi paesi, in cui le coltivazioni transgeniche occupano più di un milione di ettari, per complessivi 131,3 milioni: USA (64,0 milioni di ettari), Brasile (21,4 milioni), Argentina (21,3), India (8,4), Canada (8,2), Cina (3,7), Paraguay (2,2) e Sud Africa (2,1).

¹⁴¹ Cfr. Andrews G. (2010), *Slow Food. Una storia tra politica e piacere*, Il Mulino, Bologna, p.39.

Dal canto opposto, le ricerche di Pelt¹⁴² insistono sul fatto che non vi è un'adeguata conoscenza sul comportamento in natura delle piante manipolate geneticamente e sulle conseguenze dirette sulla salute dell'uomo, ma anche quella degli animali e dell'ambiente. Anche se allo stato attuale non vi sono sufficienti elementi per stabilire la dannosità degli alimenti geneticamente modificati non significa che si possa escludere che in futuro non possano manifestarsi problemi oggi imprevedibili con le attuali conoscenze¹⁴³.

Il dibattito sociale sulle biotecnologie cresce ogni giorno. In proposito Jeremy Rifkin parla di queste in termini di *algenia*, ovvero di una nuova alchimia volta a cambiare l'essenza di una cosa vivente. Per questo autore, si tratta di una nuova pericolosa filosofia di vita, dai rischi imprevedibili, che punta alla perfezione della natura attraverso una seconda genesi artificiale: un *pendio scivoloso*¹⁴⁴, un piano inclinato lungo il quale la ricerca si sta muovendo e che «si sa dove inizia, non si sa dove finisce».

Come rilevano Funtowicz e Ravetz¹⁴⁵, ci troviamo nella tipica situazione di *scienza post-normale* ove quest'ultima fornisce solo punti di vista non potendo offrire né certezze né valutazioni univoche. Pellizoni aggiunge che, di fronte a questa incertezza profonda,

«l'informazione necessaria per una decisione affidabile è dispersa in una massa intricabile di dati, le catene casuali sono aperte; talvolta non abbiamo nemmeno idea di ciò che ignoriamo. Viene a mancare una descrizione e connessione univoca dei fatti, una visione condivisa della rilevanza di concetti e principi (...) Può accadere che qualche esperto neghi addirittura l'esistenza di un problema»¹⁴⁶.

L'ansia della manipolazione senza limiti rilancia, dunque, il problema della *responsabilità* dell'uomo di fronte alla *natura*. José Bové, uno dei protagonisti europei delle mobilitazioni per l'agricoltura sostenibile, ha dichiarato:

«né l'industrializzazione e la modernizzazione dell'agricoltura, con le sue fattorie-fabbriche e la produzione alimentare a catena, né il commercio agricolo internazionale, fondato sulle sole regole

¹⁴² Cfr. Pelt J.M. (2000), *L'orto di Frankenstein*, Feltrinelli, Milano.

¹⁴³ Cfr. Cerroni A. (2003), *Homo transgenicus. Sociologia e comunicazione delle biotecnologie*, FrancoAngeli, Milano, p.57.

¹⁴⁴ Cfr. Rifkin J. (1998), *Il secolo biotech. Il commercio genetico e l'inizio di una nuova era*, Baldini & Castoldi, Milano.

¹⁴⁵ Cfr. Funtowicz S., Ravetz J.R. (1993), "Science for the Post-Normal Age", *Future*, 25, 7, pp.739-755.

¹⁴⁶ De Marchi B., Pellizoni L., Ungaro D. (2001), *Il rischio ambientale*, Il Mulino, Bologna, p.108.

del profitto, devono poter sfuggire al controllo della popolazione che in tutto il mondo si nutre dei prodotti della terra»¹⁴⁷.

Nella stessa direzione vanno anche le proposte avanzate dal «Manifesto sul futuro del cibo», secondo cui gli individui e le collettività hanno diritto a ricevere tutte le informazioni sull'origine dei cibi che consumano e sui procedimenti utilizzati per produrli:

«si riconosce il diritto sovrano della gente di fare scelte informate sui rischi che sono pronti a correre relativamente alla sicurezza e alla salute, sia in tema di benessere umano sia di ambiente. Questo diritto si applica in modo specifico agli alimenti sottoposti a interventi tecnici quali i pesticidi, altri agenti chimici, la biotecnologia e l'irradiazione dei cibi. Nessuna entità governativa, compresi gli organismi internazionali, ha il diritto di omettere informazioni o di rifiutare le etichette obbligatorie e gli altri modi di informare su tutti i rischi, compreso quello della malnutrizione. La negazione di tali diritti deve essere perseguita come crimine»¹⁴⁸.

La via intrapresa è quella della tracciabilità degli alimenti, delle labels, dei marchi, delle etichette, dell'HACCP¹⁴⁹. Tuttavia, i diversi sistemi di etichettatura¹⁵⁰ e di certificazione degli alimenti se per un certo verso possono servire alla riduzione dell'incertezza e dell'*asimmetria informativa*, per un altro, il loro aumento non solo è visto come un modo per ammettere che qualcosa non funziona nei sistemi di controllo, ma anche come un modo per aumentare la confusione nel consumatore, che, di fronte all'eccesso di informazione, non sa più come scegliere e quale consiglio seguire. L'eccesso di informazione preclude la risposta di coloro che la ricevono. La semplice garanzia fornita da un prodotto con un marchio non può indistintamente assicurare.

Come la FAO afferma:

«les consommateurs sont d'avis que le gouvernement et l'industrie ne leur donnent pas assez d'informations pour faire des choix éclairés. Très souvent, les étiquettes sur les aliments comportent des renseignements insuffisants et difficiles à lire. Les informations fournies par le gouvernement, l'industrie ou d'autres sources sont souvent peu claires et parfois contradictoires»¹⁵¹.

¹⁴⁷ J. Bové, F. Dufour (2000), *Il mondo non è in vendita, agricoltori contro la globalizzazione alimentare*, Feltrinelli, Milano.

¹⁴⁸ AA.VV., (2003), *Manifesto sul futuro del cibo*, Commissione internazionale per il futuro dell'alimentazione e dell'agricoltura, Firenze, art. 13.

¹⁴⁹ *Hazard Analysis and Critical Control Points*: si tratta di un sistema di autocontrollo che ogni operatore nel settore della produzione di alimenti deve mettere in atto al fine di valutare e stimare pericoli e rischi e stabilire misure di controllo per prevenire l'insorgere di problemi igienici e sanitari.

¹⁵⁰ Cfr. Caswell, J.A. e Mojduszka E. M. (1996), "Using Informational Labeling to influence the market for quality in food products", *American Journal of Agricultural Economics*, 78.

¹⁵¹ "I consumatori ritengono che il governo e l'industria non forniscono loro abbastanza informazioni per fare delle scelte consapevoli. Molto spesso, le etichette degli alimenti contengono informazioni insufficienti e di difficile lettura. Le informazioni fornite dal governo, dell'industria o da altre fonti sono

La complessità del grado di informazione presente nel mercato crea un certo grado di confusione nel consumatore, che, di fronte alle diverse forme di tutela, trova difficoltà ad identificare quelle con denominazione di origine comunitaria dalle altre e da quelle che, addirittura, ne sono prive.

Di certo, le questioni alimentari, nel mondo globale, si sono accentuate e riproposte in nuove versioni. Il cibo sembra essere fuori controllo, richiede un ineludibile criterio di trasparenza. Porsi il problema della sicurezza alimentare significa chiedersi cosa si mangia, come è prodotto e da chi, da dove proviene e com'è arrivato nel piatto:

«une seule certitude: le rêve du circuit court s'est définitivement enfui; le mangeur du XX^e entre dans le règne des courts circuits. Il s'en remet à des intermédiaires qui, en son nom et pour son bien, vont l'informer, contrôler à sa place, lui permettre de savoir sans voir»¹⁵².

Si discute di tracciabilità, di consenso informato, di principio di autonomia, di espansione della *democrazia dialogica*¹⁵³, di *sovranità alimentare*¹⁵⁴. La strutturale asimmetria informativa fra consumatore e produttore chiama in causa il ruolo dello Stato, nel fornire livelli di formazione scientifica adeguati alla complessità dei prodotti alimentari in circolazione.

Sullo stato di confusione del consumatore alimentare contemporaneo Apfeldorfer e Zermati appaiono apprezzabilmente espliciti:

«nos contemporains ne savent plus comment s'alimenter. Ils se disent abreuvés de messages nutritionnels contradictoires au point d'en faire une indigestion, mais ne cessent d'en réclamer davantage dans une tentative désespérée de se rassurer. Le trait commun de tous les mangeurs des pays étudiés serait même l'anxiété qu'ils éprouvent face à leurs aliments. Paradoxalement, les pays les plus touchés seraient ceux qui feraient le plus d'efforts pour mieux informer leurs concitoyens. Manifestement, les nutritionnistes peinent à s'entendre sur la bonne manière de manger et donnent l'impression de dire tout et son contraire. Les médias et les industries de l'alimentation se font l'écho de cette confusion»¹⁵⁵.

spesso poco chiare e talvolta contraddittorie.” - Organizzazione delle Nazioni Unite per l’Alimentazione e l’Agricoltura (FAO). Comprendere le Codex Alimentarius <<http://www.fao.org/docrep/008/y7867f/y7867f07.htm#bm07>>.

¹⁵² “Una cosa è certa: il sogno del circuito breve è definitivamente sparito, il mangiatore del ventesimo secolo entra nel regno dei cortocircuiti. Deve rimettersi a degli intermediari che, nel suo nome e per il suo bene, lo informeranno, controlleranno al suo posto, per permettergli di sapere senza vedere” - Ferrières, M. (2002), *L'histoire des peurs alimentaires: Du Moyen Âge à l'aube du XX^e siècle*, Seuil, Paris, p.432.

¹⁵³ Cfr. Beck U., Giddens A., Lash S.(1999), *Modernizzazione riflessiva*, Asterios, Trieste.

¹⁵⁴ Cfr. Petrini C. (2006), “Sovranità alimentare”, *Slow Food*, n. 54, pp.6-7.

¹⁵⁵ “I nostri contemporanei non sanno più come mangiare. Dicono che sono sommersi da messaggi nutrizionali contraddittori al punto di fare un’indigestione, ma continuano a chiedere di più in un disperato tentativo di assicurarsi. La caratteristica comune di tutti i consumatori alimentari dei paesi studiati sarebbe la stessa ansia che provano di fronte ai loro cibi. Paradossalmente, i paesi più colpiti sono

Indubbiamente, l'introduzione accelerata di innovazioni tecnologiche in campo alimentare, i cui possibili effetti sulla salute umana non sono stati ancora adeguatamente esplorati, impone maggiore precauzione e una nuova responsabilità sociale anche da parte della scienza e della tecnica. Le stesse scelte politiche ed economiche -su cui si regge l'attuale modello di sviluppo globale- non possono più esimersi dal promuovere un'agricoltura sostenibile, dal difendere la biodiversità e il commercio equo e solidale. Come afferma Latouche, «si tratta non tanto di tornare indietro, ma di *tornare alla ragione*. La correzione degli errori del *produttivismo* produce, certamente, un arretramento della produttività apparente, ma a vantaggio di un'organizzazione più sana e più sostenibile»¹⁵⁶. L'ideale sarebbe l'elaborazione di una *bioetica* dell'alimentazione incentrata sull'individuo.

Il cibo –da qualcosa di profondamente intimo e pubblico, di individuale e sociale al tempo stesso- è posto, oggi più che mai, al centro di un dibattito culturale, trasversale tra diverse discipline in cui si mette in luce la centralità della sua dimensione etica e politica. Esso non solo obbliga ad un rimescolamento delle carte tra i vari tipi di sapere, ma impone, altresì, un confronto tra culture accademiche, culture politiche e culture diffuse, comprendendo tra queste ultime quelle che orientano le percezioni e gli atteggiamenti propri dei differenti consumatori.

Brillat-Savarin¹⁵⁷, oltre due secoli fa, aveva visto bene: «*il destino delle Nazioni dipende dal modo con cui si nutrono*». Alla fine è sempre il consumatore che paga il conto. Di certo il cibo rappresenterà un fertile terreno per lo sviluppo di nuove modalità di produzione del sapere.

quelli che vorrebbero fare il massimo sforzo per informare meglio i cittadini. Chiaramente, i nutrizionisti penano nel concordare il modo corretto di mangiare e dare l'impressione di dire tutto e il suo contrario. I media e le industrie alimentari fanno eco a questa confusione” - Apfeldorfer, G. e Zermati J.P. (2006), *Dictature des régimes: Attention!*, Odile Jacob, Paris, p.13.

¹⁵⁶ Latouche S. (2009), *La scommessa della decrescita*, Feltrinelli, Milano, p.150.

¹⁵⁷ Brillat-Savarin J. A. (1925), *Physiologie du Gout*, Gonet, Paris; trad. it. *Fisiologia del gusto*, Sellerio, Palermo, 1998.

2.3. Il cibo tra cultura e società

L'alimentazione è sì legata strettamente ai bisogni nutritivi dell'uomo, ma va oltre tale necessità: essa è legata ai luoghi, alle condizioni ambientali, alle tradizioni, alle abitudini, alle dinamiche storiche, sociali e culturali, e può ricevere sollecitazioni diverse a seconda delle epoche, delle culture, delle religioni, delle classi o dei gruppi sociali. Non è solo un 'fatto naturale' ma si distingue per essere un 'fatto sociale'.

Come sintetizza Poulain

«un pugno di riso, qualche verdura e un po' di *nuoc mâm* sono per un contadino vietnamita degli anni '80 una razione sufficiente a soddisfare le necessità alimentari. Lo stesso non si può dire di un contadino europeo della stessa epoca. Che cosa sono un pasto accettabile o un'alimentazione adeguata? Sono domande che trovano una risposta solo in un determinato contesto sociale. La variazione del presunto bisogno primario dimostra che essa è una costruzione sociale»¹⁵⁸.

Ciò è dimostrato anche dal fatto che si è sempre mangiato in maniera diversificata sia nel tempo che nello spazio, sia nel quotidiano che nel festivo, sia tra i ricchi che tra i poveri. Mangiare una cosa piuttosto che un'altra non è affatto la stessa cosa, altrimenti l'alimentazione umana potrebbe benissimo essere assimilata a quella animale. Evidentemente la distinzione sta nel fatto che l'alimentazione umana è legata ad una funzione *simbolica e sociale*, caricata di valori e di significati. Il consumo alimentare risulta essere, quindi, «*un insieme di scelte, ma anche di esperienze di consumazione, di pratiche, le cui dimensioni simboliche e sociali sono fondamentali*»¹⁵⁹.

In altre parole, i fattori fisiologici sono modellati dalle abitudini acquisite e dalle condizioni socio-economiche-culturali degli individui. Lo dimostra il fatto che non mangiamo tutto quello che è biologicamente commestibile: gli alimenti vengono scelti in funzione dei sistemi culturali e alimentari nei quali siamo inseriti. Ecco perché in nessuna società si mangia qualunque cosa, con qualsiasi persona o in qualsiasi occasione.

Come afferma Fazzini il cibo «*in sé è insignificante, ciò che significa è il contesto, i valori che veicola*»¹⁶⁰. I comportamenti alimentari degli individui sono dei

¹⁵⁸ Poulain J.P. (2008), *Alimentazione, cultura e società*, Il Mulino, Bologna, pp.139-140.

¹⁵⁹ Sirieix L. (1999), *La consommation alimentaire: problématiques, approches et voies de recherche, Recherche et Applications en Marketing*, Vol. 14, n°3, pp.41-58.

¹⁶⁰ Cfr. Fazzini, P., (a cura di), *Il valore simbolico-letterario del cibo*:

<http://88.42.123.18/didattica/files/materiale%20didattico/italiano/cibo%20e%20letteratura.pdf>, p. 5.

veri “segni rivelatori” con un preciso significato sociale; infatti: «l'uomo è ciò che mangia, certo, ma è anche vero che mangia ciò che è, ossia alimenti totalmente ripieni della sua cultura»¹⁶¹.

Come afferma Lewin: «le abitudini alimentari non sorgono entro uno spazio vuoto, esse sono parte del ritmo quotidiano che pulsa tra l'alternarsi del sonno e della veglia»¹⁶².

In un certo senso, quella che è la risposta alla fame biologica diventa -inserita in uno specifico sistema di consumi- una forma di linguaggio e di comunicazione in uno specifico sistema di comunicazione.

Per Lévi-Strauss, infatti,

«i fenomeni sociali acquisiscono il proprio significato solo a condizione di integrarsi in sistemi sociali, proprio come accade per i fenomeni all'interno dei sistemi linguistici. Ogni ambito del sociale si caratterizza come un sistema di comunicazione governato da delle norme nascoste, e questo vale anche per le pratiche alimentari»¹⁶³.

Riprendendo l'approccio strutturalista, l'antropologo mette in evidenza i numerosi legami esistenti tra la cucina e la complessità sociale, introducendo un riferimento alla linguistica ed al linguaggio. Lévi-Strauss «immagina un campo semantico triangolare i cui vertici corrispondono rispettivamente alle categorie del *crudo*, del *cotto* e del *putrido*»¹⁶⁴, così come la linguistica strutturale contrappone le vocali alle consonanti al fine di costruire triangoli vocalici e consonantici. Attraverso questi tre elementi, evidenziati poco sopra, basati sui “*gustemi*”¹⁶⁵ elaborato/non elaborato e natura/cultura, è possibile spiegare in forma diagrammatica con il famoso “triangolo culinario”(cfr. *Figura 1*) le transizioni tra natura e cultura, associate al cibo.

¹⁶¹ Ibidem.

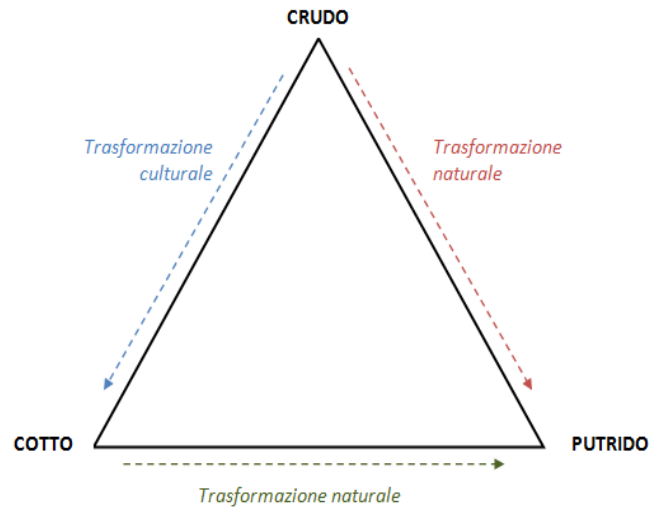
¹⁶² Lewin, K. (2005), *La teoria, la ricerca, l'intervento*, Il Mulino, Bologna, p.35.

¹⁶³ Di Nunzio D., Rugiero S. (2007), *L'alimentazione dai bisogni ai desideri: l'evoluzione degli studi sociali sui consumi alimentari*, in Battaglini, E., *Il gusto riflessivo: verso una sociologia della produzione e del consumo alimentare*, Bonanno, Roma, p.104.

¹⁶⁴ Codeluppi, E. (2009), “Il triangolo culinario di Claude Lévi-Strauss”, *Ticonzero*, n. 101, p.4.

¹⁶⁵ Il termine *gustemi* deriva dal concetto linguistico di *fonemi*. L'argomentazione lévi-straussiana utilizza questa terminologia per riferirsi ad opposizioni binarie che caratterizzano la cucina di un popolo.

Figura 1 - Il triangolo culinario



Fonte: nostro adattamento da Beardsworth, Alan, Keil Teresa, *Sociology on the Menu*, London, Routledge, 1997, pag. 62.

In questa accezione, cucinare significa trasformare la natura, ovvero gli ingredienti crudi, in cultura: ossia, cibi accettabili dagli esseri umani. Si evince, così, come il cibo crudo, posto all'apice del triangolo, diventi, attraverso una trasformazione culturale, cibo cucinato. Ma quest'ultimo può subire un'ulteriore trasformazione e diventare nuovamente naturale e putrido. Questa trasformazione naturale può avvenire anche senza che il crudo subisca necessariamente la metamorfosi culturale. Tra i vertici del triangolo si verificano situazioni intermedie: ad esempio, l'arrosto lasciato in parte crudo all'interno rimane più vicino alla natura, mentre il bollito, eliminando totalmente il crudo, è più vicino alla cultura. In questa prospettiva, il *cibo* fa da mediazione tra il naturale e culturale, deve servire soprattutto a soddisfare un appetito simbolico e *deve essere non solo buono da mangiare ma anche da pensare*. Il "gusto" racchiude gli elementi/alimenti che costituiscono ciascuna cucina, la quale risulta essere un'attività nella quale la società traduce inconsciamente la propria struttura ed è un aspetto universale della cultura.

Questo schema mette in luce l'essenza delle diverse abitudini alimentari nelle differenti culture. Non poche sono state le critiche nei confronti di questa impostazione così semplicistica: infatti, ciò che si deduce da questo schema elementare non può divenire oggetto di generalizzazioni. Anche Elena Codeluppi afferma:

«l'antropologo nota come la cucina italiana abbia un concetto di crudo più ampio rispetto alla cucina francese e che questa differisce enormemente da quella anglo-americana. Ad esempio durante lo sbarco in Normandia gli Alleati distrussero delle fabbriche di formaggio che per il loro gusto odoravano di cadavere»¹⁶⁶.

È evidente che in nessuna cucina un alimento è semplicemente *cotto*, così come ogni cotto ha le sue maniere. Stesso discorso vale per il *crudo* che non esiste allo stato puro per il fatto che gli alimenti crudi subiscono un condizionamento culturale nel momento in cui vengono lavati, tagliati e conditi. Relativamente al putrido, poi, può essere sia spontaneo che provocato dall'uomo.

Tali osservazioni hanno messo in dubbio l'utilità del suddetto schema triangolare. Risulta più importante interessarsi alle pratiche alimentari e al rapporto tra il commestibile e le sue percezioni e perché certi alimenti in alcune culture vengono accettati come commestibili ed in altre come tossici: ad esempio, la volpe è un alimento non consumato in Gran Bretagna ma considerato, invece, una prelibatezza in Russia.

Il rifiuto di una società di mangiare determinati alimenti si basa su un senso di *ordine estetico* e non fisiologico. Come sottolinea la Douglas in "*Structure of Gastronomy*"¹⁶⁷ è la *cultura* che permette agli uomini di classificare, valutare e dare priorità. Questa attività cognitiva fa sì che l'uomo organizzi il proprio ambiente in sistemi e sottosistemi. Il cibo veicola informazioni attinenti a ruoli, status, età, genere, ordine nella gerarchia sociale: una sorta di «sistema di demarcazione sociale capace di ridisegnare gerarchie, confini e *transizioni attraverso i confini*»¹⁶⁸. Come il sesso, l'assunzione del cibo ha una componente soprattutto sociale oltre che biologica. Il cibo permette di creare una visione condivisa della realtà, influenzando, così, la formazione dei sistemi culinari. Le dinamiche sociali e culturali legate alla produzione ed al consumo del cibo sono considerate come un vero e proprio sistema comunicativo. Anche il disgusto non è una questione individuale ma è determinato da regole culturali, dal riflesso classificatorio che la società opera sul culinario.

Ogni pasto è un avvenimento sociale concatenato ad altri identificabili alla propria immagine. La ritualità che accompagna le pratiche alimentari fa da contesto e da campo di strutturazione dei significati che si vogliono esprimere. Il pasto rafforza

¹⁶⁶ Codeluppi, E. *op. cit.*, p.4.

¹⁶⁷ Douglas, M. (1979), *Les structures du culinaire*, *Communications*, 31, Le Seuil. *La nourriture. Pour une anthropologie bioculturelle de l'alimentation*. pp. 145-170. Titolo originale *Structures of Gastronomy*, extrait du Rapport de la Russel Sage Foundation, 1976-1977.

¹⁶⁸ Douglas M. (1985), *Antropologia e simbolismo. Religione, cibo e denaro nella vita sociale*, Il Mulino, Bologna, p.165

legami sociali, crea vincoli e obbligazioni; sancisce, così, in modo profondo l'appartenenza ad una cultura materiale ed a una cultura comunitaria o sociale; al contrario, il rifiuto o il divieto della commensalità sono una potente arma per creare distinzione, marcando, in modo forte, differenze di status e di ruolo. Il che spiega il perché dell'uso di certi cibi, della stessa ritualità nel sedersi a tavola, del tempo sociale, che comprende la durata del pasto, del momento e dei luoghi nei quali il cibo è preparato e consumato ecc.

Rilevante è il ruolo dei modelli di consumo in quanto agiscono sulle regole alimentari restringendo o aumentando la varietà di cibi e producono cambiamenti radicali nella struttura dei menù. È proprio attraverso i modelli alimentari che si può capire perché alcuni prodotti alimentari di base, come il pane e le patate, occupino una quota sempre più bassa nella spesa alimentare degli inglesi.

Per la Douglas, lo studio dei modelli alimentari potrà fornire la possibilità di aprire nuovi settori di ricerca. A suo avviso

«noi saremo, senza dubbio, sempre più consapevoli del carattere artificiale delle regole restrittive della nostra alimentazione. Quando avremo compreso che l'idea che noi abbiamo di ciò che è commestibile è essenzialmente radicata nella cultura e non nella natura, allora possiamo pensare a eventuali rivoluzioni alimentari del futuro»¹⁶⁹.

In ogni società, quindi, esistono delle regole che governano il consumo degli alimenti e il comportamento del mangiatore, in base a classificazioni ben precise, che rendono alcuni cibi più desiderabili, socialmente e culturalmente, rispetto ad altri. Queste regole culinarie vengono interiorizzate dagli individui, in modo, per lo più, inconscio e determinano sia gusti che costumi alimentari.

La cucina diventa l'attività «nella quale la società traduce inconsciamente la propria struttura»¹⁷⁰; non è solo un insieme di ingredienti o di tecniche di preparazione ma un complesso di rappresentazioni, di credenze e di usi ad esse associate e condivise dagli individui di una stessa cultura o gruppo sociale.

Infatti, quando si prende in considerazione l'alimentazione come pratica culturale si può notare che il cibo, così come crea appartenenze, sottolinea le differenze. L'alimentazione dispone, quindi, di una grande forza endogena che permette il

¹⁶⁹ Douglas, M., *Les structures du culinaire*, op. cit., p.165

¹⁷⁰ Sassatelli R. (2004), "Presentazione. L'alimentazione: gusti, pratiche e politiche", *Rassegna Italiana di Sociologia*, a. XLV, n. 4, ottobre-dicembre, p.477.

rafforzamento del legame sociale e dell'identità di gruppo ma, allo stesso tempo, gioca un ruolo importante anche nella definizione della propria identità.

L'affermazione “*dimmi cosa mangi e ti dirò chi sei*” ben racchiude il senso del legame con le identità sociali. Le numerose caratteristiche de “*l'animal cuisinier*”¹⁷¹: economiche, religiose, etniche, culturali sono evidenziate, simbolicamente, dalla scelta degli alimenti. Il consumo degli alimenti e il comportamento del mangiatore sono governate da precise regole culinarie che esistono in ogni società. Queste vengono, così, interiorizzate dagli individui, determinando distinti gusti e consumi alimentari.

A tal proposito, Grignon¹⁷² sostiene che da sempre l'alimentazione può, da un lato, delimitare barriere ideologiche, etniche, politiche, sociali e, dall'altro, conoscere le culture “altre”, mescolare le civiltà e favorire l'interculturalismo, divenendo una modalità per svelare l'identità etnica, culturale e sociale. L'attore sociale, attraverso la scelta degli alimenti, manifesta la sua appartenenza ad un determinato livello della scala gerarchica. In questo senso, dunque, il cibo diviene anche un potente *medium*, un mezzo di comunicazione attraverso il quale l'attore sociale esprime se stesso, comunicando agli altri, il proprio status, il proprio ruolo, la propria identità economica e sociale. Questo perché il consumatore ama ciò che risulta gradito al gruppo sociale al quale appartiene, o desidera appartenere, e disprezza ciò che risulta gradito a coloro da cui intende prendere le distanze; di conseguenza, i gusti obbediscono ad una costruzione sociale determinata dalla classe di appartenenza. Come nota Bourdieu¹⁷³, il consumatore si muove in base a una logica distintiva che ha incorporato nel proprio gusto: non solo distingue per distinguersi, ma anche perché non può farne a meno: egli verrà perciò ad essere incluso o escluso (distinto) in base alle proprie distinzioni di gusto. Vi sarebbe una omologia tra la struttura di classe e quella dei gusti¹⁷⁴. Il campo culturale funziona, dunque, come un sistema di classificazione che divide i *gusti* dai *disgusti*; al tempo stesso, essi funzionano sia come fattori di integrazione, indicanti l'appartenenza di classe ma anche come fattori di esclusione.

¹⁷¹ Termine utilizzato da Claude Lévi-Strauss per indicare l'essere umano in relazione alle sue numerose abilità culinarie, l'unico animale in grado di esercitare una attenta e oculata discriminazione nel mangiare.

¹⁷² Cfr. Grignon, C. (2001), *Commensality and Social Morphology: An Essay of Typology*, in P. Scholliers, ed. *Food, Drink and Identity*, Berg, Oxford, pp.23-33.

¹⁷³ Cfr. Bourdieu P.(2001), *La distinzione: critica sociale del gusto*, Bologna, Il Mulino.

¹⁷⁴ Ibidem p. 56

E poiché le pratiche alimentari riflettono la genesi culturale dei gusti entro lo spazio sociale nel quale hanno origine, i gusti sono strutturati, quindi, sulla base della relativa posizione sociale, tanto che le scelte alimentari risultano espressive di una logica posizionale e gerarchica. Il *buon gusto* verrebbe determinato da coloro che possiedono un grado elevato di risorse economiche e culturali. Un cibo, quindi, oltre alla classe sociale, può rappresentare l'*identità economica* dell'attore sociale. Simbolicamente, va a denotare il dualismo drammatico tra ricchezza e povertà: offrire cibi rari, preziosi o costosi, significa donare all' "altro" parte della propria ricchezza.

Come sarcasticamente rileva Laura Verdi

«la mensa dei poveri contenti, invece, è simile a una vergine, mentre quella dei ricchi è come una meretrice, toccata e abbellita da una moltitudine di mani di cuochi, di confettieri, di trincianti, di siniscalchi, di coppieri, di paggi»¹⁷⁵.

Partendo dalla tavola, dunque, si diffondono evidenti connotazioni di status economico e sociale.

Ovviamente bisogna anche tener conto del mutamento sociale e del processo di globalizzazione. Il dinamismo delle società contemporanee influisce sui diversi campi di potere, a partire da quelli del gusto e delle preferenze alimentari, rendendoli più aperti e instabili e maggiormente interconnessi con altri campi, tra cui quello delle comunicazioni di massa; il che fa sì che le distinzioni culturali siano più mobili e sfumate. Ne deriva una certa difficoltà nello stabilire definitivamente i tratti distintivi del buon gusto in quanto tale, per il fatto che gli attori adottano strategie di consumo alimentare nella mescolanza di forme e prodotti diversi. Si pensi all'alimentazione dei giovani, del tutto variegata, che non sempre riflette l'appartenenza sociale. Il variare potrebbe essere un modo per tenersi al passo con un numero più ampio possibile di gruppi sociali, accrescendo, così, le proprie *chances* di essere riconosciuti come persone esteticamente competenti e di buon gusto.

Inoltre, la cucina serve a denotare le diverse appartenenze nazionali e le *distinzioni etniche*. Per esempio, ricordiamo il *cous cous* per gli arabi, la pasta per gli italiani e la *baguette* per i francesi. Il modo e l'ordine in cui ci si siede a tavola, il numero delle portate di un pasto, la suddivisione dei pasti in specifici orari del giorno, la tipologia di utensili per le manipolazioni del cibo sono caratteristiche di un gruppo

¹⁷⁵ Verdi, L. (1982), *L'uomo e il suo cibo. Quando il cibo diventa cultura*, in Bonanni, L., Ricci G.(a cura di), *Cucina, cultura, società*, Brescia, Shakespeare & Co., p.136.

etnico, con un proprio percorso storico, evolutivo e tradizionale. Inoltre, per quanto concerne le questioni etniche, nei secoli passati, i popoli non europei venivano etichettati come ‘cannibali’ con l’accusa di nutrirsi di cose disgustose rispetto ai civilizzati popoli occidentali, a testimonianza di un’abissale differenza etnico-culinaria, inapprezzabile in un contesto socioculturale diverso. Al contempo, il consumo dei cibi o l’astensione dallo stesso sono un evidente segno di una appartenenza religiosa: ad esempio, i cristiani considerano il pane e il vino come gli alimenti che, per eccellenza, rappresentano l’essenza della Divinità, della purezza e della bontà. Gli ebrei, dal canto loro, sottolineano l’importanza tra cibi consentiti e proibiti, tra quest’ultimi vi rientra la carne, considerata un tabù alimentare. Le pratiche alimentari possono essere anche segno di *differenze di genere*: cibi maschili e femminili. Ciò significa che alcuni cibi sono preferiti dalle donne, altri dagli uomini. Anche Bourdieu ha chiaramente evidenziato come la carne rossa sia, tutt’oggi, un cibo con forti connotazioni maschili perché rimanda al primitivo mito della caccia, alla forza, alla violenza, mentre:

«il pesce tende ad essere considerato un cibo inadatto agli uomini, non solo perché è un cibo leggero, che non «sazia» sufficientemente [...] ma anche perché, come la frutta, è una di quelle cose «fastidiose» da manipolare per le mani di un uomo e che lo fanno sentire un bambino [...] soprattutto perché il pesce deve essere mangiato in un modo che contrasta interamente con quello usato dagli uomini, cioè in maniera controllata e a piccoli bocconi, masticando delicatamente con la parte anteriore della bocca, e con la punta dei denti (a causa delle lisce)»¹⁷⁶.

I cibi femminili sono, invece, poco calorici e salutari. Inoltre, le donne preferiscono il cibo dolce che rispecchia la fragilità femminile nell’arrendersi alle tentazioni. Le donne sono, comunque, sempre collegate al cibo per vari motivi: sia per l’abilità di cucinare quotidianamente per gli altri, sia perché durante la gravidanza e l’allattamento lo producono con il proprio corpo.

Il pensiero classificatorio ed il principio d’incorporazione

Affermare che un cibo sia *biologicamente mangiabile* non significa dire che sia *culturalmente commestibile*. Infatti, esiste una ampia gamma di prodotti che, nonostante siano commestibili, non sono consumati dagli individui perché ritenuti non adatti a loro. Innanzitutto è necessario che l’uomo classifichi ciò che è *commestibile* da ciò che

¹⁷⁶ Lupton, D. (1999), *L’anima nel piatto*, Il Mulino, Bologna, p.170.

non è commestibile. Oltre alla dimensione fisica dell'alimentazione è necessario evidenziare anche quella culturale. Così, dunque, diversi alimenti, considerati nutrizionalmente sani, sono ritenuti disgustosi, in quanto il disgusto dipende da come l'alimento è classificato all'interno di una data cultura.

A riguardo Fischler afferma:

«a tutt'oggi, non esiste nessuna cultura nota che sia completamente sprovvista di un apparato di categorie di regole alimentari che non conosca prescrizioni o divieti relativi a quel che si deve mangiare, quel che non si deve mangiare e a come si deve mangiare»¹⁷⁷. (...) «La variabilità delle scelte alimentari umane, nota giustamente Fischler, procede forse in gran parte dalla variabilità dei sistemi culturali; se non mangiamo quel che è biologicamente commestibile è perché non tutto ciò che si può mangiare è culturalmente commestibile»¹⁷⁸.

Alcune sostanze organiche, quindi, non sono mai considerate commestibili; altre, invece, pur essendolo, sono rigorosamente vietate al punto che «*la scelta di una sostanza che non è generalmente considerata un cibo suscita reazioni emotive che sono sperimentate a livello fisico*»¹⁷⁹. Ciò che in alcune culture viene considerato cibo commestibile, come ad esempio le cavallette, può non esserlo in altre: infatti, le stesse cavallette sono escluse dalle classificazioni culinarie della cultura europea. Addirittura, in questo caso, si evita anche di mangiare i cibi che sono cucinati accanto ad esse. Un'altra distinzione tra ciò che è commestibile e non commestibile è effettuata sulla base dei modi di preparazione e di consumo: ad esempio, per un italiano è impensabile mangiare pastasciutta condita con zucchero come fanno i rumeni anziché con sugo di pomodoro, servita sul pavimento e di mattina. Ancora un'altra classificazione, seppure non molto netta, è quella tra *cibi per esseri umani* e *cibi per animali*. Si pensi, ad esempio, come le noccioline e il formaggio sono classificati come cibo per animale in alcune zone degli Stati Uniti, mentre lo stesso formaggio è riconosciuto come uno degli emblemi della tradizione culinaria europea, così come le noccioline sono un cibo con uso molto frequente per milioni di americani. La vasta gamma di cibi per gli esseri umani si va riducendosi ulteriormente se si considera l'area del "*cibo per noi*", in cui le scelte degli individui possono essere anche influenzate dalla famiglia. Alcuni cibi sono proibiti o permessi a seconda dello stadio di vita, del genere sessuale, del ruolo e classe

¹⁷⁷ Fischler C. (1992), *L'onnivoro: il piacere di mangiare nella storia e nella scienza*, Arnoldo Mondadori, Milano, p.44.

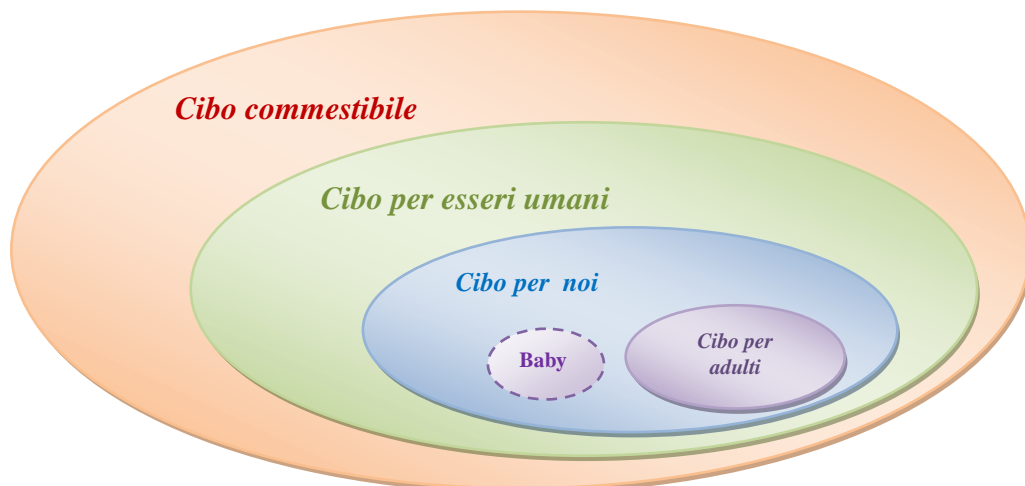
¹⁷⁸ Ibidem p.22.

¹⁷⁹ Lupton D., *op. cit.* p. 52.

sociale dell'individuo¹⁸⁰. Per questo motivo, si potremmo creare nuove categorie: *cibo per adulti e cibo per bambini*.

Nelle scelte alimentari, l'individuo è indotto a mangiare alimenti carichi di significati simbolici e culturali. Ciò che caratterizza il sistema culinario di una data società non è tanto l'istinto alimentare ma l'empirismo. Le scelte alimentari presuppongono, quindi, l'apprendimento. Annie Hubert¹⁸¹ afferma che il cibo è alla base della società umana, della cultura e dell'identità e l'atto alimentare è un *pivot* dell'esperienza umana. Affinché i cibi nuovi e precedentemente classificati come non commestibili possano entrare nelle pratiche alimentari, è necessario che rappresentino valori più positivi che negativi, superando la reazione neofobica viscerale legata alle conseguenze negative della trasgressione. In tal caso, il cibo acquisisce un buon sapore, in quanto simbolicamente buono e non perché la sua natura materiale è cambiata¹⁸².

Figura 1 - Classificazioni cognitive del cibo



Fonte: Elaborazione Sibilio-Falzarano *op.cit.* p.58 da Lewin, Kurt, *La teoria, la ricerca, l'intervento*, Bologna, Il Mulino, 2005.

¹⁸⁰ Cfr. Falk P.(1991), "Homo culinarius: towards an historical anthropology of taste", *Social Science Information*, 30(4), pp.757-790.

¹⁸¹ Cfr. Hubert A. (2000), "Alimentation et santé: la science et l'imaginaire", *Cahiers de Nutrition et de Diététique*, 35, pp.353-356.

¹⁸² Cfr. Falk P., *op. cit.* p.777.

La figura sopra riportata schematizza l'analisi di Lewin riguardo la sua "psicologia del guardiano". L'uomo, con la sua struttura cognitiva, pensa al cibo e lo classifica perché l'incorporazione degli alimenti non lo espone solo a pericoli di ordine salutare, ma mette in gioco il suo posto nella società, nonché la sua identità. Tramite il consumo alimentare, infatti, i valori culturali e simbolici associati al cibo vengono immediatamente trasferiti al sé. L'incorporazione di un "cibo cattivo"¹⁸³ può contaminare il mangiatore, per cui esso viene identificato, riconosciuto e cucinato, piegato cioè a regole convenzionali che lo rendono "buono da pensare", prima che "buono da mangiare"¹⁸⁴.

Così, " il fatto di poter identificare istantaneamente un nuovo oggetto e includerlo in una categoria le cui caratteristiche sono già conosciute ne permette un rapido adattamento"¹⁸⁵. L'ordine del mangiabile diminuisce una parte del rischio alimentare: «l'ordre culinaire vise non seulement à prévenir des risques pour la santé, mais à assurer l'identité du mangeur»¹⁸⁶. La tabella seguente mostra le differenti categorie del commestibile e del non commestibile, elaborate da Corbeau e Poulain.

Tab. F: Le categorie: dal commestibile al non commestibile

LE CATEGORIE DEL COMMESTIBILE			
Categorie		Contenuti	Esempi
Consumabile problematico	ma	Prodotti appartenenti all'ordine del mangiabile ma che presentano un certo numero di rischi a breve termine (indigestione) o che pongono un certo numero di problemi a lungo termine per la salute	Consumazione abusiva di prodotti troppo grassi (colesterolo e malattie cardiovascolari)
Consumabile		Prodotti alimentari considerati come banali e quotidiani	Il pane
Piacevoli quotidiani	/	Prodotti alimentari aventi un valore positivo nel registro quotidiano	La carne
Deliziosi / Festivi		Prodotti alimentari oggetti, in un dato spazio sociale, di una forte valorizzazione gastronomica.	Le foie gras, le ostriche, il caviale, un buon vino

segue

¹⁸³ Cfr. Lupton D., *op.cit.*, p.48.

¹⁸⁴ Nell'ambito della prospettiva struttural-funzionalista il termine è stato coniato da Claude Lévi-Strauss nel suo celebre "*La pensée sauvage*".

¹⁸⁵ Cfr. Chiva M. (1998), *Les risques alimentaires: approches culturelles ou dimensions universelles?*, in Apfelbaum M., *Risques et peurs alimentaires*, O. Jacob, Paris, p. 126.

¹⁸⁶ "l'ordine culinario mira non solo a prevenire dei rischi per la salute, ma a garantire l'identità del mangiatore" – ibidem

LE CATEGORIE DEL NON COMMESTIBILE		
Il tossico	I prodotti appartenenti a questa categoria possono essere oggettivamente pericolosi per l'uomo, gli elementi tossici non sempre possono essere identificati e possono trovarsi negli alimenti in maniera accidentale.	Conservas avariate
Tabù/proibiti	Sono quei prodotti sui quali gravano delle regole culturali che ne interdicono la consumazione, anche se nutrienti e spesso perfettamente mangiabili in altre culture. Essi sono proibiti dalla cultura o dalla religione.	Il maiale per gli ebrei e per i mussulmani. La carne di cane come tabù culturale
Il non mangiabile nella propria cultura	Prodotti che dispongono di un carico nutrizionale non considerato come alimento, ma sui quali non pesano dei tabù o divieti e dunque si accetta che possano essere consumati in un altro spazio sociale.	Le rane o le lumache per gli anglosassoni
Il mangiabile ma non apprezzato	Prodotti appartenenti all'ordine del mangiabile in tutti gli spazi sociali, ma che non sono ricercati da un dato consumatore	Quelli che dipendono dal gusto di ciascuno
Il commestibile oggetto di un disgusto individuale	Prodotti appartenenti all'ordine del mangiabile in tutti gli spazi sociali, ma ritenuti disgustosi da parte di un dato consumatore	Quelli che dipendono dal gusto di ciascuno

Fonte: Corbeau J.P., e Poulain J.P. (2002), *Penser l'alimentation, entre imaginaire et rationalité*, Edition Privat, pp. 149-150 (traduzione e adattamento di Sibilio-Falzarano op.cit. p.60).

Rispetto ad altre categorie di consumo, quello alimentare presenta una peculiarità unica: l'alimento è *incorporato* e attraversa la barriera del corpo per divenire il consumatore stesso.

Come afferma Brunel:

«l'aliment absorbé modifie le mangeur de l'entérieur. La bouche se positionnant alors comme frontière entre dedans et le dehors, autrement dit le soi et l'autre. Pour franchir les limites du self (soi), l'aliment doit satisfaire à un certain nombre de contraintes qui ne sont pas liées à l'aliment lui-même, mais au contexte dans lequel il est incorporé»¹⁸⁷.

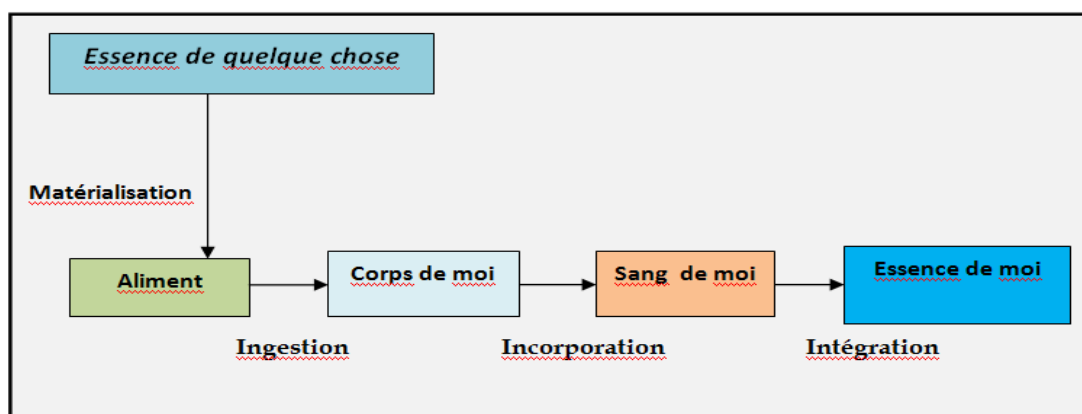
Il consumo alimentare si differenzia dalle altre specie di consumo.

¹⁸⁷ Brunel O. (2000), *La perception du risque alimentaire, pour une vision pluridisciplinaire du mangeur*, in *Les Actes des ateliers de recherche de l'AFM, "Percevoir, identifier et gérer le risque en marketing"*, La Sorbonne, Paris, , p. 191 - "Il cibo assorbito cambia il mangiatore dall'interno. La bocca è quindi posizionata come il confine tra l'interno e l'esterno, cioè tra il sé e l'altro. Per superare i limiti del sé (self), il cibo deve soddisfare una serie di vincoli che non sono legati al cibo stesso, ma al contesto in cui è incorporato".

«Di tutti i comportamenti, l'alimentazione è sicuramente quella che è più intima perché implica l'incorporazione irrevocabile di elementi nel corpo. Una tale interazione può essere intensamente soddisfacente, ma estremamente spaventosa, specificamente quando si tratta dei nuovi alimenti»¹⁸⁸.

Perciò si dice che l'alimento è *incorporato*. Fischler introduce, così, il *principio di incorporazione*, che riflette la credenza secondo cui si è ciò che si mangia, assumendo le caratteristiche dell'oggetto *incorporato*. L'incorporazione comporta che l'alimento, entrando nel corpo del mangiatore, si fonde con esso e partecipa al mantenimento della sua identità sia dal punto di vista fisico che simbolico. Secondo Lahlou¹⁸⁹, affinché questo processo sia attivo è necessario che un alimento contenga l'*essenza di qualcosa* (simbolo, frammento). Il passaggio delle proprietà fisiche, modali e comportamentali dell'alimento al mangiatore emerge chiaramente nella figura successiva.

Figura 3 - Il principio di incorporazione



Fonte: Lahlou S., 1994, pag. 114

Fischler, spiegando tale principio, sottolinea un significato psicologico e uno psicosociologico del comportamento alimentare. Dal primo punto di vista, il mangiare comporta l'apertura della cavità orale, simbolicamente punto di accesso all'interiorità e al sé, e l'incorporazione dell'alimento con le qualità simboliche e culturali che contiene.

Infatti, Poulain afferma:

«ciò è vero dal punto di vista oggettivo – i cibi, in particolare gli amminoacidi, che diventano il corpo stesso di colui che mangia – ma lo è anche dal punto di vista soggettivo, sul piano psicologico e immaginario: il consumatore di alimenti crede o teme, secondo meccanismi

¹⁸⁸ Rozin, E. et Rozin, P. (1981), "Culinary Themes and Variations", *Natural History*, 90, 2, 6-14.

¹⁸⁹ Lahlou S. (1994), *Ce que m'a dit le "Grand Robert"*, in Fischler C., *Manger magique. Aliments sorciers, croyances comestibles*, Ed. Autrement, Séries Mutations/Manger, 149, Paris, pp.109-119.

determinati dal pensiero «magico», di appropriarsi delle qualità simboliche del cibo in base al principio: *Io divento ciò che mangio*¹⁹⁰.

Si può ravvisare un chiaro esempio di incorporazione psicologica nella pratica cristiana dell'ecaurestia, in cui si ha la mistica unione con la divinità, rappresentata da un cibo: il pane fatto ostia.

In un'ottica psicosociologia, invece, come già visto precedentemente, il comportamento alimentare rafforza, in un determinato spazio socioculturale, le identità collettive, evidenziando, al tempo stesso, le distinzioni dall'alterità.

«Che sia visto come un segno, un emblema o un simbolo, l'atto alimentare, con la sua ripetitività quotidiana, inserisce e mantiene il consumatore entro un sistema di significati. È sulle consuetudini alimentari, vitalmente essenziali e quotidiane, che si crea il sentimento di appartenenza o differenza sociale. È tramite la cucina e le buone maniere a tavola che si apprendono i comportamenti sociali basilari e che una società trasmette e permette l'interiorizzazione dei suoi valori»¹⁹¹.

¹⁹⁰ Poulain, *op.cit.*, p.156.

¹⁹¹ *Ibidem*, p.157.

CAPITOLO III: IL RISCHIO ALIMENTARE

§ 3.1. *L'alimentazione tra rischio e sicurezza* - § 3.2. *Il ruolo della comunicazione* - § 3.3. *La preoccupazione del consumatore: il condizionamento culturale.*

3.1. L'alimentazione tra rischio e sicurezza

Numerosi studi rilevano che un numero sempre più elevato di malattie e disturbi viene oggi collegato per lo più alle abitudini alimentari, per cui è facile dedurre la stretta correlazione esistente tra alimentazione e salute: una sana alimentazione ha un risvolto positivo sulla salute e, quindi, anche sul benessere dell'individuo.

Come ricorda Moulin¹⁹², l'uomo durante la sua esistenza mangia dalle 75000 a 100000 volte, inghiottendo, così, più di 5000 quintali di cibo e ne beve molto di più e a questa attività dedica dalle 40.000 alle 60.000 ore, pari a circa tredici diciassette anni. Ciò fa intuire perché l'alimentazione fa tanto discutere. Oggi ciò che desta una grande paura non è la *quantità* di alimenti ma la *qualità*. L'individuo, infatti, si trova a scegliere tra un'enorme varietà di alimenti ma, per quanto riguarda la loro qualità, deve affidarsi ad alcuni indicatori, come la marca e le certificazioni varie.

Con l'encefalopatia spongiforme bovina "mucca pazza" e la forma specifica di malattia di Creutzfeld-Jacob associata all'uomo, ed i recenti episodi di salmonellosi, di listeriosi, di diossina, il rischio alimentare è divenuto uno dei principali pericoli per la vita dell'uomo.

A tal proposito, diviene centrale affrontare il problema della sicurezza alimentare, poiché il cibo sano significa, simbolicamente, corpo sano e questa è una responsabilità esclusiva dell'individuo: controllando ciò che si mangia si controlla ciò che si è.

In effetti, il tema rischio-sicurezza si collega alle più ampie trasformazioni e dinamiche della modernizzazione riflessiva e della società del rischio nella quale quest'ultimo investe qualsiasi attività umana producendo effetti non controllabili nello spazio-tempo¹⁹³. Come sostiene Ulrich Beck¹⁹⁴, viviamo in un'epoca in cui il rischio diviene attributo sociale caratterizzato dalla sua globalità e, al tempo stesso, tutto il

¹⁹² Cfr. Moulin L. (1975), *L'Europe à table, introduction à une psychosociologie des pratiques alimentaires*, Elsevier Séquoia, Bruxelles.

¹⁹³ Sibilio R. (2003), *Analisi Sociologica e Rischi Ambientali*, Giappichelli ed., Torino, p. 18.

¹⁹⁴ Cfr. Beck U. (2000), *La società del rischio*, Carocci Editore.

peso delle scelte è, ormai, a carico del singolo attore sociale, che vive nella dissoluzione di ogni certezza *illusoriamente acquisita nelle epoche precedenti*¹⁹⁵, oltre che nella consapevolezza della continua instabilità della realtà di cui ne è parte imprescindibile. *Razionalità tecnica*, ovvero la quantificazione dei possibili danni causati da un evento, e *razionalità sociale*, ovvero la lettura dell'evento come possibile minaccia personale, pur se ineluttabilmente intrecciate, si distanziano sempre più, generando problemi di *comunicazione* e di *accettazione* del rischio. L'individuo si trova così a dover pagare l'enorme prezzo della sfiducia nel futuro e l'insicurezza.

Infatti, come sostiene Castel:

«le società moderne sono costruite sul terreno dell'insicurezza poiché sono società di individui che non riescono a trovare una garanzia né in se stessi né nell'immediato *entourage*»¹⁹⁶.

Fino al secondo dopoguerra, il rischio dell'alimentazione era quello di carestia e di scarsità, ora, invece, il pericolo non è più quello di rimanere senza cibo ma consiste nel consumare alimenti di dubbia qualità. Il rischio alimentare, perciò, si differenzia dagli altri tipi di rischi, proprio perché è personale e perché l'alimento è il solo bene di consumo che penetra nel corpo e i suoi effetti sono irreversibili (principio di incorporazione).

Tutto ciò ha comportato una maggiore *riflessività individuale*¹⁹⁷, in base alla quale i consumatori affrontano, da soli, tutte le difficoltà e tutti quei rischi che paiono sempre più angoscianti. È facile, così, che:

«di fronte alla messa in discussione della banalità del quotidiano, laddove i consumatori devono rinegoziare la propria fiducia costruendo nuove mappe dello spazio alimentare, è facile lasciarsi andare a diagnosi apocalittiche»¹⁹⁸.

Per quanto strano possa apparire, i rapporti tra i cittadini e le istituzioni sono divenuti sempre più difficili, così che i compiti di queste ultime sono divenute anch'essi niente affatto semplici. Ne consegue una forte diffidenza e sfiducia nella capacità

¹⁹⁵ Cfr. Lyotard J. F. (1981), *La condizione post-moderna*, Feltrinelli, Milano.

¹⁹⁶ Castel R. (2004), *L'Insicurezza sociale, che significa essere protetti?*, Gli Struzzi Einaudi, Trento, p. 5.

¹⁹⁷ In questo senso molti studiosi hanno parlato di *modernità riflessiva* cercando di spiegare che ogni individuo non ha più un'identità "data" ma ognuno diviene più riflessivo, costruendosi la sua personalità. Ogni individuo è portato a decidere chi è, nonché ciò che vuole, tramite un lungo processo riflessivo. Importanti appaiono in questo ambito i contributi di Beck, Giddens e Lash.

¹⁹⁸ Sassatelli, R. (2001), «Frankenstein Food», quando il cibo si fa politica, *Il Mulino Rivista bimestrale di cultura e politica*, n. 6, p. 1096.

istituzionale, poiché ogni azione proveniente dalle istituzioni, soprattutto quelle più lontane, viene accolta con diffidenza e sospetto che possa recare danni ai singoli.

Con la perdita progressiva di potere all'interno della filiera agro-alimentare, l'individuo si sente spaesato, confuso, esposto a qualcosa di incontrollabile singolarmente. Per cui tenterà di aggirare i pericoli possibili, adottando strategie di neutralizzazione-riduzione volte alla ricerca di uno stabile grado di sicurezza alimentare.

Il “modello della sazietà” di Malassis si differenzia dal “modello tradizionale” proprio a causa dell'enorme divario creatosi tra produzione e consumo di alimenti che allontana progressivamente il “mangiatore” dalla terra, dall'orto e dalla produzione. Il consumatore post-moderno avverte una perdita di controllo su ciò che andrà a costituire la propria nutrizione poiché non riesce più a conoscere la provenienza, la trasformazione e, di conseguenza, la qualità, avendo perso il rapporto con il ciclo produttivo del cibo. Mostra, così, una grande difficoltà a stabilire, tra l'immensa varietà di prodotti, quali cibi consumare e come sono fatti. In questo senso, si genera un sentimento di ansietà, di insicurezza, di diffidenza. Il legame che collegava il consumatore al suo cibo è stato così reciso dal processo di industrializzazione. Il risultato è che il rischio alimentare è considerato più come *subito* che come *accettato*, poiché il controllo personale sullo stesso è divenuto sempre più scarso. E poiché tramite l'atto del mangiare ed assorbire il cibo, noi diventiamo ciò che mangiamo; assumendo il cibo, noi assimiliamo il mondo; di conseguenza, l'atto «è sia banale, sia carico di conseguenze potenzialmente irreversibili»¹⁹⁹. L'ansietà aumenta di fronte a ciò che finisce nei nostri piatti, perturbando il pasto stesso.

Parallelamente aumenta anche il bisogno di sicurezza: ossia di «*quello stato derivante dall'esistenza di una serie di condizioni esteriori tali da garantire il riparo da pericoli per la propria incolumità*»²⁰⁰. Nel caso della sicurezza alimentare ci si riferisce non solo ai pericoli derivabili dal *consumo* di cibo, ma a tutti quei pericoli che possono interessare una qualsiasi delle fasi della catena produttiva degli alimenti. Per questa ragione, gli individui sono consapevoli che le eventuali contaminazioni del cibo

¹⁹⁹ Fischler C. (1992), *L'onnivoro. Il piacere di mangiare nella storia e nella scienza*, Mondadori, Milano, p.279

²⁰⁰ Ancora A. (2007), *La sicurezza alimentare. Le buone prassi per la salute*, in Battaglini E., *Il gusto riflessivo: verso una sociologia della produzione e del consumo alimentare*, Bonanno, Roma, p.159.

possono verificarsi non solo nella fase del raccolto, ma anche durante il trasporto, la trasformazione, la preparazione o il consumo finale.

Tra i rischi maggiori vi è quello dell'intossicazione. Tuttavia, le tipologie di rischi manifestabili in campo alimentare, che minano la contrapposta ricerca di sicurezza, sono diverse. Possiamo racchiuderle nelle seguenti²⁰¹:

- a. *contaminazione microbiologica*: virus, batteri, parassiti;
- b. *contaminazione chimica*: derivante dall'azione sconosciuta dell'uomo, dalle sostanze usate per l'agricoltura o per l'allevamento degli animali e dalle sostanze chimiche presenti nell'ambiente;
- c. *contaminazione ambientale*: diossine, metalli pesanti, pesticidi;
- d. *problemi legati alla distribuzione*: interruzione della catena del freddo, cattiva conservazione dei prodotti, presenza di germi indesiderati come la salmonella;
- e. inquietudini legate all'*uso delle nuove tecnologie*: tipico esempio sono gli OGM;
- f. *truffe e frodi*: contraffazione di prodotti agroalimentari, adulterazione, sofisticazione, alterazione.

È evidente che il rischio alimentare è *multiforme* e la sua valutazione presenta dei limiti, che non facilitano l'elaborazione di un approccio efficace della sua gestione. Questo perché:

1. l'alimento è localizzato al termine di una catena alimentare complessa avente molte tappe (produzione, trasformazione, commercializzazione, consumazione) realizzate anche in località geografiche differenti, in cui, tra l'altro, intervengono attori la cui cultura e tecnologia possono essere estremamente differenti;
2. gli agenti biologico-patogeni, a causa della loro variabilità e virulenza, non possono essere eliminati totalmente;
3. numerosi alimenti sono il risultato di un accostamento di ingredienti di cui è difficile assicurarne la tracciabilità ed il controllo al termine di un certo numero di tappe. L'alimento è spesso un prodotto eterogeneo che crea problemi di controllo analitico;
4. la mondializzazione degli scambi fa sì che gli alimenti provengano da Paesi dove i concetti e le regole di gestione dei rischi, così come i controlli messi in opera, sono anche molto differenti;

²⁰¹ Ibidem p. 162 e "All'origine della sfiducia", in: *Altroconsumo*, 2006, n. 190.

5. una parte della gestione del rischio incombe direttamente sul consumatore, il quale acquista da luoghi diversi e trasforma, conserva e successivamente consuma l'alimento.

Del resto, il numero dei rischi alimentari, nella modernità, anziché diminuire è aumentato a causa della produzione dei *new food*, prodotti per rispondere alle nuove esigenze del mercato. La diversità dell'alimentazione, che consiste in un accostamento di alimenti particolari, aumenta sempre di più il ventaglio dei rischi potenziali. È facile dedurre il fatto che i rischi contemporanei sono principalmente «il frutto dell'attività umana e non, come è successo nelle epoche precedenti, causati da eventi naturali imprevedibili»²⁰². Neanche lo sviluppo della tecnologia e della ricerca sono riusciti a ridurre le inquietudini degli individui, ma anzi hanno contribuito ad aumentarle. Infatti, nell'attuale "società del rischio", il semplice atto di mangiare diviene fonte di forti ansie sia al livello individuale che collettivo. Il consumatore non ha più alcun tipo di sicurezza e certezza: come afferma Marino, nella società attuale «l'unica sicurezza sembra quella di essere insicuri»²⁰³. Ciò si evince anche dalla locuzione: *Frankenstein food, cibo in provetta, pasto dell'alieno*²⁰⁴, utilizzata per evidenziare quanto la nostra alimentazione sia continuamente trattata e contaminata dall'azione dell'uomo.

Dunque, ci troviamo di fronte al cosiddetto *paradosso della sicurezza*²⁰⁵, in cui ogni individuo protende alla ricerca di un miglioramento della sicurezza alimentare proprio per minimizzare quei rischi che possono coinvolgere la propria salute, che è divenuta, oggi, una questione di lavoro interiore. Così, cibi, che un tempo erano considerati alimenti di valore (si pensi al grasso animale che all'inizio del secolo veniva spalmato sul pane), oggi sono considerati sostanze nocive all'organismo. In sostanza, i differenti rischi percepiti comportano anche una differente domanda di sicurezza. La

²⁰² Savoja, L. (2005), *La costruzione sociale del turismo*, Giappichelli, Torino, p. 41.

²⁰³ Di Nunzio D., Marino D., *Valori, percezioni, scelte alimentari. Un modello di interpretativo della percezione del rischio*, in: Battaglini, E., *op.cit.*, p.209.

²⁰⁴ Cfr. Sassatelli, R. (2001), "Frankenstein Food, quando il cibo si fa politica", *Il Mulino Rivista bimestrale di cultura e politica*, n. 6, p.1094.

²⁰⁵ Secondo questo paradosso molti rischi percepiti sono, effettivamente, poco reali. Secondo gli esperti, infatti, le società odierne presentano una percentuale di rischi oggettivi molto più bassa delle società passate ma, i "non esperti" li percepiscono come sempre maggiori.

sicurezza, così come la qualità, sono da intendersi in un'ottica di multidimensionalità, ovvero: in base alla «complessità dei codici culturali cui questa si riferisce»²⁰⁶.

Davide Marino analizza il sistema di produzione-consumo alimentare nell'ottica della sicurezza, come si evince dalla seguente tabella riassuntiva:

Tab. G: Il sistema di produzione-consumo in chiave di sicurezza

Sistema di produzione	Tipo di prodotto		Veicolo Informativo	Domanda di Sicurezza	Valori prevalenti
<i>Industry based</i>	<i>Convenience food</i>		Marca, sicurezza d'uso, HACCP (tracciabilità)	<i>Food safety</i> , psicologici funzionale	Economici (<i>time saving</i>)
<i>Nature oriented</i>	<i>Shopping food</i>	<i>Local food</i>	Marchi tipici (DOP, IGP, AS, STG, DOC- DOCG, IGT)	Provenienza, nutrizionale, gusto, <i>food safety</i>	Culturali (identità); ambientali; edonistici (benessere, gusto); sociali
	<i>Speciality Food</i>	<i>Organic food</i>	Marchio Bio, OGM free	Ambiente, <i>food safety</i>	Edonistici (benessere, cura di sé); ambientali
		<i>Ethic food</i>	<i>Equo e solidale</i>	Etica, ambientale	Sociali (etici); ambientali

Fonte: Di Nunzio D., Marino D., *op. cit.* p.182.

Come si può vedere, il sistema di produzione industriale origina i prodotti servizio, chiamati *convenience food*, di fronte ai quali il consumatore, al fine di ottenere qualche garanzia, si affida alla marca e alla tracciabilità della filiera. In contrapposizione a questo sistema, vi è quello soprannominato *nature oriented*, di stampo non industriale, che produce diverse tipologie di prodotti: i *local food* e gli *organic* e *ethic food*. Come precedentemente visto, per i primi, i marchi, le etichette e «le certificazioni sono il tentativo di recuperare l'identità degli alimenti»²⁰⁷. La *safety* ricercata, in questo caso, è rivolta all'assicurarsi di una provenienza corretta degli ingredienti oltre che ad un benessere fisico e mentale.

I prodotti *organic* e *ethic* sono, invece, considerati *speciality foods*, per i quali il consumatore non si lascia condizionare da nulla durante l'acquisto, neppure dal prezzo.

Infatti, come spiega lo stesso autore:

²⁰⁶ Di Nunzio D., Marino D.(2007), *Valori, percezioni, scelte alimentari. Un modello di interpretativo della percezione del rischio*, in: Battaglini, E., *op.cit.*, p.183.

²⁰⁷ *Ibidem* p.183.

«si tratta di beni fiducia, in quanto alcuni attributi della qualità ricercata non sono direttamente percepibili attraverso il prodotto [...]. La ricerca della riduzione del rischio coinvolge aspetti legati al benessere ed alla cura del sé, a valori etici e sociali, a valori ambientali»²⁰⁸.

Se, oramai, l'ansia e le angosce sono una costante nel nostro rapporto con il cibo, tuttavia, le sue forme di espressione e le parallele misure di offensiva cambiano a seconda degli individui e, soprattutto, in base ai diversi sistemi sociali di riferimento²⁰⁹.

Per districarsi nel groviglio di informazioni contraddittorie sugli alimenti da consumare per godere della buona salute e longevità, le persone attingono di frequente alla teoria del *tutto con moderazione* e del *buon senso*.

In più, il rischio alimentare è pensato a partire da una prima categorizzazione che oppone il prodotto *naturale* a quello *non naturale*. La natura non mente, ci si fida di essa. Mentre il prodotto naturale è quello che nasce nel proprio giardino o tutt'al più, nel giardino di qualcuno che si conosce, quello non naturale è il prodotto trattato dall'uomo, al quale sono state aggiunte delle sostanze visibili o non. A tale categorizzazione si aggiunge quella che distingue i prodotti in *sani/malsani*. Uno dei fattori essenziali che permette di effettuare quest'ultima distinzione è la "prossimità" rispetto al prodotto: i prodotti del proprio giardino sono sempre più sani di quelli del giardino del vicino e questi ultimi sono più sani di quelli del negozio. Di conseguenza, più i consumatori si sentono vicini al prodotto, più il prodotto ha la probabilità di essere riconosciuto come sano. Ecco perché si comprende come gli alimenti malsani sono sempre quelli prodotti altrove.

Negli ultimi anni, come conseguenza degli scandali alimentari, si è sviluppata una vasta domanda di nuovi *prodotti* definiti *biologici*, proprio perché coltivati senza l'uso di pesticidi, concimi chimici ecc. Così, l'inquieto consumatore, attraverso questo prodotto genuino, riesce a tranquillizzarsi poiché spera di ristabilire lo stretto legame uomo-natura, che lo ha sempre accompagnato nella scelta e preparazione degli alimenti. Inoltre, il consumatore viene rassicurato attraverso quella particolare *etichettatura*, che si eleva a strumento necessario per colmare le incertezze, le angosce, i timori del consumatore odierno. Ecco come si spiega l'aumento dei *segni di qualità*, come i sistemi label e ISO. Infatti, come efficacemente puntualizza Sassatelli: «*l'etichetta deve poter lasciare un maggior spazio alla «rintracciabilità» del prodotto, facendo*

²⁰⁸ Ibidem

²⁰⁹ Cfr. Poulain J.P. (2008), *Alimentazione, cultura e società*, Il Mulino, Bologna, p. 84.

*referimento a luoghi specifici o tradizioni locali»*²¹⁰. La *rintracciabilità*, appunto, riporta immaginariamente il potenziale mangiatore nel luogo di produzione dell'alimento. La capacità di poter leggere la *biografia* di un cibo, considerandolo come dotato di vita propria, rappresenta un'efficace metafora utile per ridare un'*identità* al prodotto.

Ancora per poter frenare le ansie alimentari i consumatori scelgono per lo più prodotti dotati di una "qualità certificata"; ovvero, si tratta di quei prodotti con le sigle: IGP, DOP, DOC, STG. Queste abbreviazioni diventano sinonimo di "genuinità", "autenticità" e "naturalità". Questi marchi e *supermarchi*²¹¹, inoltre, rispondendo a bisogni identitari, racchiudono in sé una sorta di "eredità", un riferimento culturale. Si cerca di rievocare un'immagine tradizionale, rurale, una rappresentazione sociale del *naturale* a cui si associa una concezione particolare del corpo, della salute e della qualità della vita.

²¹⁰ Sassatelli, R., *op. cit.*, p.1099.

²¹¹ Di marchi e supermarchi ne ha parlato l'avvocato Massimo Sterpi all'interno del convegno internazionale "Cum Sumo – il consumatore e i consumi alimentari nel postmoderno" che si è tenuto a Torino il 5 ottobre 2004 - in Di Nallo E.(2004), *Il consumatore ed i consumi alimentari nel post-moderno*, in: *atti del Convegno internazionale CUM-SUMO*, Torino.

3.2. Il ruolo della comunicazione

Rispetto all'alimentazione, «l'unica difesa di cui il consumatore dispone per essere al riparo [...] è la *conoscenza*»²¹²».

Partendo da questa affermazione, si comprende che, non essendo possibile elaborare un modello di alimentazione che permetta di ridurre i rischi connessi alla pratica alimentare, la sicurezza di un consumatore dipende dalle informazioni che possiede. Nella società odierna ciò costringe, infatti, gli individui ad essere più riflessivi nelle loro scelte ed a responsabilizzarsi in relazione alle successive conseguenze. L'uomo *ipermoderno*, come afferma Ascher²¹³ vive in un contesto di *ipertestualità* in cui si confronta spesso con contesti molto differenti, è costretto ad effettuare delle *iperscelte*, a volte, molto angoscianti. Ed è soprattutto nella sfera dell'alimentazione che la riflessività dell'individuo si ripercuote specie quando si chiede se: è meglio mangiare locale o equo e solidale? È meglio il biologico dal contadino o il tradizionale, ma al supermercato? È meglio mangiar carne o solo vegetali? È meglio preoccuparsi del gusto o della salute?

Attualizzando il pensiero di Feuerbach si potrebbe oggi affermare che, realmente, “*Man ist was Mann isst*”²¹⁴, ma è anche ciò che sceglie sulla base di quello che conosce, percepisce e concepisce.

Ogni soggetto deve, oggi, sforzarsi di mantenere una doverosa razionalità, cercando di non cadere vittima di una comunicazione, che sta diventando sempre più una forma di manipolazione. Per questo motivo Poulain rimprovera ai media «l'irresponsabilità, il gusto per lo scandalo, l'emotività, i titoloni».²¹⁵ L'incertezza e l'impotenza non sono solo la conseguenza di un rischio specifico, ma vengono sistematicamente trasmesse da “soggetti” diversi, divenendo un potenziale strumento di controllo sociale. Il rischio permette di esercitare un'influenza che non è pensabile, o

²¹² Ancora A.(2007), *La sicurezza alimentare. Le buone prassi per la salute*, in: Battaglini E., *op. cit.* p. 168.

²¹³ Cfr. Ascher, F. (2005), *Le mangeur hypermoderne, une figure de l'individu éclectique*, Odile Jacob, Paris,.

²¹⁴ Letteralmente: “Si è ciò che l'uomo mangia”. Feuerbach L., *Das Geheimnis des Opfers oder Der Mensch ist, was er isst*, in: Ders., *Kleinere Schriften IV, Gesammelte Werke, Band 11*, Berlino, Akademie Verlag, (1851-1866).

²¹⁵ Poulain, *op.cit.*, p. 76.

non raggiungibile, attraverso altre forme di interazione²¹⁶. Tutto questo, come si può facilmente immaginare, compromette il rapporto di fiducia e di dialogo fra pubblico, politica e scienza, che invece è indispensabile in determinati momenti di rischio. Bisognerebbe evitare di produrre una realtà alternativa a quella empirica, che Schanne e Meier denominano “realtà mediatica”²¹⁷. Oltre a ciò, non va assolutamente sottovalutata la questione della *percezione selettiva*, o meglio le persone recepiscono, a volte, solo i messaggi che confermano e fortificano le loro idee. Non possiamo, del resto, dimenticare tutte le vicende che a partire dal 1986, anno del primo caso identificato di “mucca pazza”, hanno generato il cosiddetto *food terrorism*²¹⁸: uova e maiali alla diossina, piante geneticamente modificate, influenza aviaria, zootecnica intensiva, e via discorrendo.

È evidente che la comunicazione riguardante il rischio alimentare non riguarda solo il momento in cui si comunica agli interessati la decisione che si prende in merito, ma si basa, fondamentalmente,

«sui presupposti comunicativi precedentemente costruiti, su un pregresso rapporto con la base da cui deriva il consenso politico, nonché sulla struttura della comunicazione interna e con i tecnici che hanno provveduto a stimare il rischio»²¹⁹.

Si tratta di un complesso processo in cui tecnici e gli esperti non sono dispensati dal ricevere pressioni esterne, sia da parte dell’industria che dalla politica. In altri termini, il mondo scientifico subisce l’influenza di elementi soggettivi.

Come afferma Crespi

«i risultati della conoscenza scientifica non sono il rispecchiamento di una realtà in sé, ma il prodotto di un complesso rapporto tra gli strumenti concettuali [ed esperienziali] dell’osservatore e il fenomeno osservato. Il mito della assoluta neutralità della scienza appare quindi definitivamente tramontato»²²⁰.

Comunque sia, gli esperti accertano e valutano i rischi sempre in termini di procedure e linguaggi scientifici, prendendo in considerazione la natura del danno, la probabilità che l’evento dannoso si verifichi, il numero di persone coinvolte e così via. La gente comune, viceversa, è meno interessata al calcolo delle probabilità e ai fattori

²¹⁶ Cfr. Furedi F. (2004), *Il nuovo conformismo*, Feltrinelli Editore, Milano, pp.118-122.

²¹⁷ Schanne e Meier, *Media coverage of risk*, in “Biotechnology in Public: A Review of Recent Research”, Science Museum, London, 1992.

²¹⁸ Cfr. Beardsworth A., Keil T.(1997), *Sociology on the Menu*, Routledge, London, p. 163.

²¹⁹ Pagano, *La comunicazione nelle situazioni di rischio*, in Sibilio, *Analisi sociologica e rischi ambientali*, Giappichelli, Torino, 2003, pp. 99 – 116.

²²⁰ Crespi, *Le vie della sociologia. Problemi, teorie e metodi*, Il Mulino, Bologna, 1985, p.76.

oggettivi del rischio ed è più rivolta ad un'equa distribuzione dei rischi e ai loro attributi qualitativi. Per questo motivo, si viene a creare una frattura tra i due tipi di linguaggio - quello scientifico e quello dei non addetti ai lavori- che pone forti barriere al dialogo e alla comunicazione.

Una delle manifestazioni di scarto, messa in evidenza da Powell e Leiss²²¹, è rappresentata dal cosiddetto *information vacuum*, ovvero di vuoto informativo, che si verifica attraverso un'interruzione della comunicazione, che può essere provvisoria o meno. Un esempio, in questo senso, avviene quando coloro che studiano specifici rischi non comunicano regolarmente i risultati al pubblico. Si può creare, così, una miscela di disinformazione, unendo le fughe di notizie alle paure della gente.

Gli aspetti specifici della tematica da divulgare ai cittadini influiscono sul contenuto da veicolare e sulla *forma* della comunicazione. In generale, per la comunicazione dei rischi, si parla di alcuni *paradossi*²²², che caratterizzano il processo comunicativo in situazioni di rischio:

- il paradosso *assicurazione-eccitazione*, che si genera attraverso il messaggio “in caso di incidente si prega di..”, per cui il messaggio trasparente accresce la consapevolezza ma anche la preoccupazione;
- il paradosso *diffusività-specificità* del target, per cui l'informazione a pioggia è meno dettagliata ma, quella mirata sembra voler dare scarsa risonanza alle notizie;
- il paradosso del *tempo della domanda di informazione*, la quale non è stabile nel tempo ma ha delle impennate in alcuni periodi;
- il paradosso *credibilità-compiacenza*, per cui la credibilità di un'organizzazione può essere tanto elevata da smorzare la percezione del rischio da parte del pubblico.

Chiaramente, il rischio alimentare è diventato campo fertile per i diversi mass-media. Innegabile è il loro ruolo divulgativo ma è evidente che essi partecipano

²²¹ Powell, Leiss, *Mad Cows and Mother's Milk: The perils of Poor Risk Communication*, McGills – Queen's University Press, Montreal, 1997.

²²² Otway H.H. and Wynne B. (1989): *Risk communication: Paradigm and paradox* in: *Risk Analysis* – 9, pp.141–145.

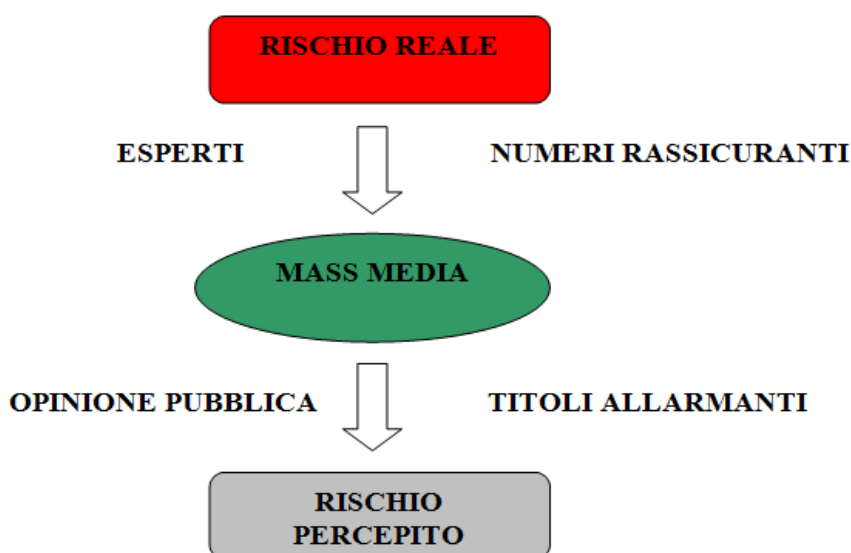
intensamente anche al processo di “negoziazione sociale”²²³ che costituisce la situazione di rischio. Infatti, come sostiene Bucchi:

«su queste basi, è importante riconoscere il ruolo complesso che i media rivestono nella comunicazione del rischio e l'impossibilità di ridurli a semplici *messaggeri del pericolo*. Le stesse routines giornalistiche non possono essere viste semplicemente da un punto di vista meccanico, come regole applicate su una situazione di rischio preesistente»²²⁴.

I media non si limitano ad elencare i rischi alimentari ma svolgono un ruolo altamente persuasivo nei confronti degli individui, influenzando anche il loro livello di percezione degli stessi rischi. Si delinea un forte frattura tra *rischio reale*, di dominio degli esperti, e *rischio percepito*²²⁵, ovvero quello avvertito dalla gente comune.

La figura 4 schematizza il “modello top-down della comunicazione del rischio”.

Figura 4 - Il Modello top down della comunicazione.



Seguendo questo modello si comprende come la comunicazione del rischio attraversa un processo che parte da un'unica fonte attiva, ovvero gli esperti, e poi, mediante l'intermediazione dei mezzi di comunicazione di massa, arriva ad una pluralità di soggetti passivi (la massa e il grande pubblico). I mass media hanno un preciso ruolo: tradurre il flusso informativo proveniente dagli esperti in un linguaggio

²²³ Bucchi, M. (2001), *La salute e il rischio*, in M. Bucchi e F. Neresini (a cura di), *Sociologia della salute*, Carocci, Roma, p. 196.

²²⁴ Ibidem.

²²⁵ Cfr. Falzarano A. (2003), *La percezione del rischio: alcune precisazioni*, in Sibilio R., *Analisi Sociologica e Rischi Ambientali*, Giappichelli ed. Torino, pp. 83-84.

più accessibile per il grande pubblico. Tuttavia, nell'effettuare questa trasposizione essi operano per "amplificazione e distorsione"²²⁶, come se utilizzassero una lente di ingrandimento capace di dilatare le notizie ma degradarne il reale contenuto.

Occorre anche non trascurare la questione dell'accettabilità dei rischi. Infatti come specifica Sturloni, riprendendo alcune argomentazioni della Douglas:

«occorre dunque considerare anche componenti etiche e culturali che all'interno di ogni comunità sono fissate socialmente e concorrono a definire se un rischio possa essere accettato oppure no»²²⁷.

L'accettabilità del rischio alimentare dipende non solo dalla probabilità che esso si verifichi ma anche da altri fattori. Il caso BSE (encefalopatia spongiforme bovina, o "mucca pazza") è uno degli esempi più eclatanti dei rischi inaccettabili, generati dall'azione dell'uomo, in violazione di un ordine naturale.

Ritornando alla copertura mediatica degli eventi a rischio alimentare, Cohen utilizza il termine "*moral panic*"²²⁸ per descrivere la dilagante ondata di preoccupazione pubblica che solitamente accompagna l'uscita di notizie allarmanti per la propria salute, dovute ad un fenomeno alimentare.

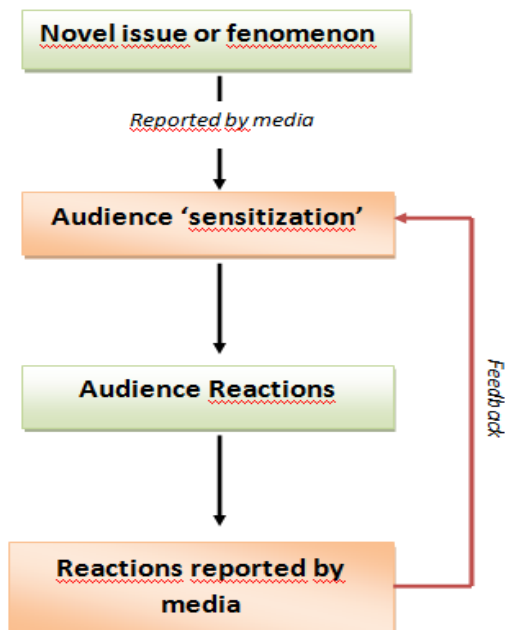
Beardsworth e Keil hanno voluto evidenziare, nella figura che segue (*cfr. fig. 5*), che la percezione del rischio tra i non esperti, oltre ad essere falsata dall'intermediazione dei media è, spesso, dilatata anche dai riferimenti alle reazioni degli altri individui che gli stessi mezzi di comunicazione mettono in evidenza. Si viene a creare, così, una vera e propria spirale comunicativa che si autoalimenta grazie ad un 'effetto *feedback*'.

²²⁶ Sturloni, G., "La paura vien mangiando – Comunicare il rischio alimentare", in *Journal of Science Communication*, <http://jcom.sissa.it>, p. 8.

²²⁷ Ibidem.

²²⁸ Riferimento presente in: Beardsworth, Alan, Keil Teresa, *op.cit.*, p.164.

Figura 5 - Modello semplificato di 'news spiral'



Fonte: Beardsworth, Alan, Keil Teresa, *Sociology on the Menu*, London, Routledge, 1997, pag. 165.

Gli autori, per spiegare tale modello, sostengono che:

«initially a novel issue or phenomenon emerges into the public sphere through reporting in the mass media. Next, the public become sensitized to this issue through their exposure to such coverage. Subsequently, the public are likely to react to the issue to which they have been sensitized. [...] Audiences' reactions are themselves newsworthy, although not all audience members' voices have an equal probability of being heard, with those in authority and those claiming 'experts' status likely to receive greater attention. The reporting of audience reactions itself increases public awareness of the issue and increases the level of sensitization, thereby closing the feedback loop and allowing a spiraling level of anxiety to build up»²²⁹.

Sulla base di questo modello, ciascun individuo oltre ad essere turbato dall'essenza della notizia dei mass media è impaurito ulteriormente anche da quello stato di agitazione diffuso tra altri numerosi soggetti. Sembra paradossale ma accade che più viene diffusa un'informazione come antidoto contro una situazione di forte emergenza, più, invece, aumentano le ansie dei consumatori. Il ragionamento che ne sta

²²⁹ «Inizialmente un nuovo problema o fenomeno emerge, attraverso la cronaca dei mass-media, nella sfera pubblica. Il pubblico, poi, in base alla propria esposizione alla copertura mediatica, comincia ad essere sensibilizzato a questo nuovo problema. Successivamente, il pubblico è probabile che reagisca al problema rispetto al quale è stato sensibilizzato. [...] Le reazioni dell'audience, quindi, diventano loro stesse notizie degne di interesse mediatico, sebbene non tutte le voci dei singoli membri dell'audience hanno una eguale probabilità di essere ascoltate come quelle delle autorità o quelle dei cosiddetti 'esperti' che, probabilmente ricevono maggiori attenzioni. La cronaca delle reazioni della massa aumenta la consapevolezza pubblica dell'esistenza del problema ed, inoltre, incrementa il livello di sensibilizzazione chiudendo, in tal modo, il cerchio del feedback ma permettendo di far crescere molto rapidamente il livello di ansia». Ibidem.

alla base è molto elementare e Poulain lo identifica in questo senso: «se prendono tante precauzioni, vuol dire che c'è pericolo!»²³⁰.

Come precedentemente spiegato, a causa delle angoscianti notizie su pericoli che circondano la sfera del consumo alimentare, gli attori scelgono il cibo sempre più in termini riflessivi, per poter acquisire un migliore grado di sicurezza alimentare. Ad esempio, in Gran Bretagna a seguito della contaminazione delle uova con la salmonella, è stato registrato un calo altissimo nella vendita di uova. Ma non sempre la domanda di prodotti alimentari viene paralizzata a causa di scandali, paure o timori. Beardworth afferma in questo senso che :

«the revelation of benzene contamination in a well-known brand of mineral water necessitated a temporary withdrawal of the product and the resulting media coverage and public concern is likely to have produced a significant decline in that product's previously dominant market share»²³¹.

Per alcuni consumatori la soluzione è nella scelta di prodotti sostitutivi, solo apparentemente più sicuri. Queste pratiche, per quanto utili a raggiungere un momentaneo equilibrio tra paura e sicurezza, non permettono di eliminare l'inossidabile presenza di ciò che viene chiamato rischio. Così, per concludere, l'alimentazione è percepita dagli stessi soggetti come «un terreno in cui l'informazione e le raccomandazioni che vengono dall'alto spesso non fanno che accentuare il divario tra opinioni e comportamenti»²³².

Si richiede apertamente l'esigenza di una creazione della comunicazione del rischio in quanto strumento di democrazia partecipativa e non di manipolazione delle coscienze. L'informazione deve essere, certamente, efficace, ma anche etica e deve rispettare alcune norme. Innanzitutto, deve focalizzare l'attenzione su pochi argomenti specifici e su concetti chiave ed usufruire di incisività, di onestà e di una semplicità espositiva, in modo che tutto sia chiaro ed accessibile a tutti. Bisogna fornire input che consentano il pubblico di orientare i propri comportamenti in maniera inequivocabile. La comunicazione del rischio deve, quindi, facilitare lo sviluppo di una corretta

²³⁰ Poulain, *op.cit.*, p. 80.

²³¹ «La rilevazione di una contaminazione di benzene in una nota marca di acqua minerale necessitava un temporaneo ritiro del prodotto, così, la risultante copertura mediatica ed l'interesse pubblico hanno prodotto un significativo declino della quota di mercato del prodotto, che prima era dominante.» Beardsworth, Alan, Keil Teresa, *op.cit.*, p. 166.

²³² Bucchi M., *op.cit.*, p. 192.

informazione dei cittadini nel rispetto dei loro stati d'animo e senza ignorare che la loro percezione derivi da culture, tradizioni ed esperienze diverse.

3.3. La preoccupazione de consumatore: il condizionamento culturale.

Secondo la sociologia dell'alimentazione il rischio alimentare è collegato al fatto che gli alimenti vengono incorporati nel corpo di ognuno, attraversando la barriera esistente tra il mondo "esterno" e quello "interno". La possibilità di introdurre nell'organismo sostanze nocive ha una valenza non solo fisiologica ma anche simbolica. Gli antropologi hanno chiamato "pensiero magico"²³³ quel principio secondo cui i consumatori si persuadono all'idea che si possa verificare un passaggio di alcune proprietà simboliche dall'alimento al mangiatore nel momento in cui viene incorporato nel corpo. Come afferma Poulain:

«tutti gli interventi tecnologici, dalle manipolazioni e trasformazioni culinarie alle operazioni di commercializzazione, ma anche tutte le persone coinvolte, hanno conseguenze simboliche sull'identità degli alimenti, che è quindi opportuno studiare per cercare di controllare»²³⁴.

La certezza del rischio aumenta i timori a proposito del cibo che si ingerisce e, «con effetto di risonanza, le incertezze sul futuro degli stessi consumatori»²³⁵.

Mangiare, così come il rapporto dell'individuo con il cibo stesso, è un'attività ambivalente. Quando un consumatore si imbatte in qualcosa di nuovo o potenzialmente commestibile si trova ad affrontare due sentimenti contrastanti: la *neofobia*, cioè la paura di mangiare una sostanza sconosciuta, e la *neofilia*, ovvero il desiderio di aprirsi a nuovi sapori. Come spiega Montanari²³⁶, il cibo si comporta, spesso, come il "Cavallo di Troia" in quanto si mostra come un oggetto necessario, particolarmente attraente, gustoso, che può tramutarsi in un infido portatore di pericoli, paure e timori. La *neofilia* e la *neofobia* determinano un aumento della confusione e dell'ansia alimentare soprattutto quando il consumatore ha di fronte un cibo sconosciuto, non socialmente identificato e valorizzato. Certamente, un forte nesso di causalità può essere rintracciato nel crescente individualismo, conseguenza della perdita di «costrizioni sociali che gravano sul consumatore alimentare»²³⁷.

²³³ Cfr. Poulain, *op.cit.*, p. 84.

²³⁴ *Ibidem*, p. 85.

²³⁵ *Ibidem*.

²³⁶ Cfr. Fazzini, P., (a cura di), *Il valore simbolico-letterario del cibo*:

<http://88.42.123.18/didattica/files/materiale%20didattico/italiano/cibo%20e%20letteratura.pdf>

²³⁷ Poulain, *op.cit.*, p. 86.

Fischler sostiene che: «*se non sappiamo che cosa mangiamo, non diventa forse difficile sapere non solo cosa diverremo, ma anche che cosa siamo?*»²³⁸. Quindi, secondo l'autore, la causa dell'intensificarsi delle ansie alimentari è dovuto alla mancanza di una regolamentazione che determini ciò che è mangiabile.

Anche Beardsworth e Keil approfondirono questo argomento, sostenendo che le dimensioni dell'esperienza alimentare possono essere classificate sulla base di tre differenti dicotomie che generano altrettante forme di ansia.

Il primo paradosso, in cui emerge una dicotomia tra una caratteristica del cibo positiva e un'altra negativa, è rappresentato dal *piacere/dispiacere*. Secondo questa ambivalenza il cibo può produrre molteplici sensazioni: una gratificazione gustativa, un piacere organolettico ed un gradevole senso di sazietà e soddisfazione, ma anche sgradevolezza o disgusto, malesseri e disturbi ben più incresciosi. Le preoccupazioni aumentano soprattutto quando l'individuo incontra una nuova tipologia di cibo; proprio queste paure rappresentano un'importante componente di quella che è stata chiamata *neofobia*. La gestione di quest'ansia è delegata alla cultura culinaria. Infatti, utilizzare un «modo di preparazione o di condimento conosciuto ha effetti rassicuranti perché inserisce l'alimento nuovo in un apparato normativo alimentare»²³⁹, significa ridurre la tensione associata all'ingestione.

Il secondo paradosso (quello *salute/malattia*) si basa sulla credenza secondo la quale il cibo è fonte di vitalità e salute, ma, al tempo stesso, anche un potenziale portatore di disturbi collegati all'introduzione di determinate sostanze o organismi all'interno del corpo. Per poter evitare o comunque limitare i rischi connessi all'incorporazione di alimenti che provocano effetti negativi (ad esempio: carenza per un lungo periodo di particolari elementi nutrizionali, sovraccarico di certi cibi, nuovi agenti contaminatori, ecc, oppure conseguenze di altro genere quali le intossicazioni, le infezioni alimentari), è necessaria una buona conoscenza che consente al consumatore di selezionare e valutare i diversi prodotti con le conseguenti combinazioni di elementi che li contraddistinguono. In questo caso, l'ansia è in qualche modo ridotta.

La terza ambivalenza, il paradosso *vita/morte*, spiega come il consumo di alimenti è assolutamente essenziale per il mantenimento in vita dell'onnivoro umano, mentre

²³⁸ Ibidem.

²³⁹ Ibidem, p. 87.

comporta la morte o la dissoluzione di altri organismi. In tal caso, si genera un conflitto interiore tra il bisogno di mangiare e la necessità di dover sottrarre la vita a degli organismi viventi. Questo diviene, poi, la causa principale dell'ansia che scaturisce da tale processo morale. Queste tre forme di dicotomie, basate su una opposizione interna tra una caratteristica del cibo considerata positiva e un'altra negativa, e che generano altrettante forme d'ansia, sono ben schematizzate nella seguente tabella (*cf. tab. H*).

Tab. H: La natura paradossale del cibo

Ambivalenze	Dimensione positiva	Dimensione negativa	Tipo di ansia
Piacere / dispiacere	Il cibo procura <i>piacere</i> organolettico, gusto, sazietà, ecc.	Il cibo può produrre un <i>dispiacere</i> gustativo, nausea, vomito, dispepsia.	Ansia a componente sensoriale ed edonistica
Salute / malattia	Il cibo è il requisito per la robustezza, energia e <i>salute</i> .	Il cibo può provocare <i>malattie</i> o disturbi.	Ansia di tipo sanitario
Vita / morte	Il cibo è necessario per il mantenimento in <i>vita</i> .	Il cibo implica la <i>morte</i> degli organismi consumati.	Ansia legata al conflitto morale tra il bisogno di mangiare della carne e togliere la vita

Fonte: Beardsworth, A., Keil T. (1997), *Sociology on the Menu*, London, Routledge, p.152.

Inoltre, attraverso un'analisi delle secrezioni animali, emerge che molte possono essere consumate senza nessuna uccisione; come ad esempio, il latte e il miele. Tipicamente, nessun tipo di preoccupazione morale si genera dal consumo delle piante poiché si tratta di organismi non coscienti e non dotati di senso. Diversamente, come sostiene Beardsworth, è riscontrabile nelle nostre società una sorta di “*hierarchy of sympathy*”²⁴⁰, letteralmente “gerarchia della compassione”, in virtù della quale il rammarico per l'uccisione si differenzerebbe a seconda dell'animale ucciso, dal momento che non tutti generano forti risentimenti etici e morali. Questa piramide è suddivisibile in più parti: nella parte più alta, sarebbe molto facile trovare animali a sangue caldo, probabilmente mammiferi con caratteristiche comuni alla specie umana; ai gradini più bassi si ritroverebbero, invece, gli invertebrati accanto ai vertebrati a sangue freddo.

²⁴⁰ Beardsworth A., Keil T. (1997), *Sociology on the Menu*, Routledge, London, p. 153.

La neutralizzazione di queste ansie è, sicuramente, più difficile rispetto alle precedenti. Diverse culture hanno tentato una sorta di legittimazione proponendo specifici rituali. Come chiarisce Poulain:

«lo scopo di questi rituali è quello di rassicurare chi mangia, rendendo la morte degli animali moralmente accettabile. Nell'universo cristiano, il sacrificio del figlio di Dio fatto uomo rende inutili le altre forme di sacrificio e restituisce al mondo profano l'uccisione alimentare»²⁴¹.

Questi rituali possono consistere in preghiere di scuse rivolte all'anima dell'animale, alla richiesta di un'autorizzazione divina al macello, all'attribuzione di un "marchio di purezza" in presenza di un autorevole personaggio preposto (rabbino, imam, ecc).

Le ansie associate ai tre paradossi precedenti vengono, in qualche modo, gestite grazie a sicuri strumenti sia culturali che tradizionali. Tuttavia, potrebbe essere proprio l'erosione delle modalità di gestione dell'ansia a generare le odierne crisi alimentari. In realtà, i fattori connessi a questa corrosione sono collegati al più generale processo di evoluzione del moderno sistema alimentare. Il processo di globalizzazione dei mercati ha avuto delle importanti ricadute anche in campo alimentare: ove, si assiste ad una omogeneizzazione dei gusti e, quindi, ad un minor divario tra i segni distintivi delle diverse culture. Ciò non toglie che sono ancora evidenti alcune diversità. A riguardo, Fischler spiega in cosa consiste il meccanismo di *creolizzazione*: «la cultura alimentare di massa sarebbe attraversata da tendenze centripete e centrifughe che producono una sorta di mosaico sincretico universale»²⁴². Secondo l'autore, la cultura alimentare di massa "disintegra" ed "integra" al tempo stesso: disintegra in quanto genera un calo dell'influenza dei modelli alimentari e dei particolarismi che li accompagnano; integra, invece, perché si viene a creare uno spazio sociale condiviso. La creolizzazione determina, così, un "rimescolamento" di aspetti e forme di vita provenienti da culture diverse. Corbeau, invece, distingue vari forme che può assumere l'ibridazione: essa può essere imposta, desiderata oppure un'ibridazione del tutto impensata.

Non va sottovalutato, anche, che tale meccanismo può anche essere considerato come un processo di *reinvenzione* che promuove la nascita di nuovi segmenti, propaggini e tendenze culturali. Infatti, come ci ricorda Poulain:

²⁴¹ Poulain, *op.cit.*, p. 89.

²⁴² Sassatelli R. (2004), "Presentazione. L'alimentazione: gusti, pratiche e politiche", *Rassegna Italiana di Sociologia*, a. XLV, n. 4, ottobre-dicembre, p. 487.

«la globalizzazione, se annulla alcune differenze, è però anche il motore di processo di diversificazione-integrazione, che implica nuove differenziazioni, risultanti da forme originali di appropriazione di prodotti o di tecniche, e lo sviluppo di spazi comuni che servono da ponte di comunicazione fra i modelli. Da questo punto di vista, i ristoranti di hamburger o le pizzerie sono una sorta di spazi intermedi comuni, di prodotti transculturali»²⁴³.

²⁴³ Poulain, *op.cit.*, p. 30.

CAPITOLO IV: TURISMO E PERCEZIONE DEL RISCHIO ALIMENTARE

§ 4.1. Tendenze turistiche e rischio alimentare - § 4.2. La ricerca di campo: le ipotesi-base - § 4.3. Aspetti metodologici - 4.3.1. Lo strumento di ricerca: la costruzione del questionario - 4.3.2. La scelta degli indicatori.

4.1. Tendenze turistiche e rischio alimentare

Partendo dall'affermazione secondo cui il turismo è «una proiezione della società di partenza, proiezione che si regge su una serie di rappresentazioni diverse, da cui dipende l'immagine turistica di un luogo e, di conseguenza, l'intera esperienza»²⁴⁴, è facile dedurre che la vita sociale e l'esperienza turistica sono strettamente correlate tra loro, si potrebbe dire che sono l'uno lo specchio dell'altra.

Del resto, nell'odierna società il turismo, grazie alla sua rilevante diffusione, ha assunto una importante valenza, per cui è stato inserito nel paniere dei cosiddetti *beni di cittadinanza*²⁴⁵; ovvero, nei beni necessari che influenzano l'identità di un individuo e sono indispensabili per il generale bisogno di appartenenza alla società in cui si vive. Come sostiene Chombart de Lauwe²⁴⁶, il turismo si è trasformato da bisogno-aspirazione a bisogno-obbligo, proprio per soddisfare le nuove necessità di sopravvivenza sociale dell'individuo.

D'altra parte, esistono molteplici modalità per poter vivere un'esperienza turistica, nonostante la *complessità* e la *turbolenza*²⁴⁷ della società post-moderna. Si usa, oggi, l'espressione di *esperienza turistica*²⁴⁸, per sottolineare che, ormai, la

²⁴⁴ Minca, C. (1996), *Spazi effimeri. Geografia e turismo tra moderno e postmoderno*, Cedam, Padova.

²⁴⁵ Cfr. Alberoni F. (1964), *Consumi e società*, Il Mulino, Bologna.

²⁴⁶ Cfr. Chombart de Lauwe P. H. (1973), *Per una sociologia delle aspirazioni*, Guaraldi, Firenze.

²⁴⁷ Per *complessità* si intende la fitta interconnessione e interdipendenza dei fenomeni sociali; per *turbolenza*, invece, possiamo intendere un'accentuata imprevedibilità evolutiva dei fenomeni (tipici della "società del rischio"). Queste due dimensioni rendono, chiaramente, i fenomeni della società post-moderna meno intuitibili e, quindi, difficilmente gestibili. - Cfr. Fabris, G., *Il nuovo consumatore: verso il postmoderno*, Milano, Franco Angeli, 2003, p. 29.

²⁴⁸ Il concetto di esperienza turistica parte dalle prime osservazioni di Pine e Gilmore riguardo i "prodotti-esperienza". Il concetto si è esteso, successivamente, anche al settore turistico ed è stato utilizzato prima nell'ottica dell'offerta in una serie di studi di matrice aziendale e, poi, nell'ottica della domanda, considerando la prospettiva del consumatore.

pratica turistica è divenuta una vera e propria ‘ricerca di esperienze’, un’imperdibile opportunità per arricchire il proprio bagaglio culturale. Quindi, l’individuo-turista non appare più come un soggetto passivo, ma, al contrario, si attiva, prende in mano la sua vita e costruisce la propria esperienza. In questo senso, lo scopo del turismo consiste nel mettere in gioco il “sé”, con l’intero suo contesto di appartenenze, identificazioni e sistemi di riferimento.

Anche se il turista odierno preferisce gli “*short break e short haul*”²⁴⁹ ad un’unica vacanza lunga, ciò non intacca minimamente l’ottica esperienziale; anzi cerca di ottimizzare le esperienze anche nei cosiddetti microviaggi, dedicandovi molta attenzione ed un preciso significato. L’esperienza turistica è una pratica a cui difficilmente si può rinunciare. L’individuo contemporaneo è spinto da una voglia inarrestabile di vivere nuove esperienze: l’*homo ludens* (detto anche *homo aestheticus*), che si appropria della post-modernità, è alla continua ricerca di divertimento, di emozioni, di stimolazioni, di consumi estetizzanti necessari, oramai, «per stabilizzare il proprio io»²⁵⁰.

La suddetta ricerca condotta da questa nuova tipologia di *homo* ben riflette alcuni dei caratteri tipici della società contemporanea: l’edonismo e la ricerca del bello, la sensorialità, l’interesse per l’evasione e la richiesta di *entertainment*. Come spiegano Pine e Gilmore:

«le vacanze come tutte le esperienze sono personali, hanno luogo all’interno dell’individuo che viene coinvolto a livello emotivo, fisico, intellettuale o anche spirituale. Il risultato? Due persone non possono avere la stessa esperienza, punto e basta»²⁵¹.

Si profila una nuova concezione del viaggio, in cui non ha più importanza il *dove* ma il *come*: non riveste alcuna rilevanza scegliere un posto di mare o di montagna, di città o di campagna, ma è necessario, invece, che la qualità di un viaggio dipenda da una effettiva partecipazione del proprio “Io” con il territorio e con gli altri attori.

Come afferma Billi, rilevante nel processo esperienziale è l’*uso*: ovvero il momento in cui vengono applicati i sensi e sollecitate le emozioni. Per cui, il processo

²⁴⁹ Il tradizionale consumo turistico si è modificato nel tempo e nello spazio. Infatti non vi è più un’unica vacanza lunga, ma più brevi “fughe” durante l’anno, gli *short break*, appunto. In più, a livello spaziale, si preferiscono destinazioni più vicine a massimo due ore d’aereo o non più di otto/dieci ore di auto (*short haul*).

²⁵⁰ Cfr. Fabris G. (2003), *Il nuovo consumatore: verso il postmoderno*, Franco Angeli, Milano.

²⁵¹ Pine II B. J., Gilmore J. H. (1999), *The Experience Economy. Work is Theatre & Every Business a Stage*, Harvard Business School Press, Boston,; Trad. It. *L’economia delle esperienze*, Etas, Milano, 2000, p.14.

di consumo turistico potrebbe essere affiancato al consumo esperienziale di cui parla l'autore, vedendo l'uso (o la fruizione turistica, nel nostro caso) caratterizzato dalle attività di *sensing*, *sharing* e *performing*.²⁵²

Per *sensing* si intende la predisposizione dei *set* informativi. Attraverso la sollecitazione della memoria e dell'immaginario, l'individuo predispone tutte le informazioni necessarie per godere dell'esperienza turistica, incentrate, principalmente, sul senso di scoperta di un luogo e sulle possibili attività eseguibili. Durante questa fase, avviene «la ricerca di rassicurazioni su quelli che possono essere i punti di 'crisi', i rischi collegati a determinate e specifiche esperienze»²⁵³. Le principali fonti di informazione a riguardo sono, sicuramente, la stampa, la televisione e la radio, ma possono essere anche le guide turistiche o le agenzie preposte; però, si considerano come i migliori informatori con un maggiore potere persuasivo: gli esperti, i parenti e i conoscenti.

Lo *sharing* consiste nell'interazione con i contesti di consumo. Il turista entra in contatto con realtà fisiche e sociali differenti dalle sue; deve decifrare il contesto fatto di artefatti, segnali, regole e rapporti differenti dai propri, per poi adattarsi e godersi l'esperienza nelle varie attività svolte.

È solo nel momento di *performing* (ovvero l'insieme delle attività operative) che il turista «vive le sue sensazioni, compie le azioni e valuta i risultati»²⁵⁴.

Il vero prodotto turistico di una vacanza è, quindi, rappresentato dalle sensazioni e dalle emozioni che l'individuo riesce a vivere durante le attività cosiddette turistiche.

Naturalmente, le caratteristiche del turismo esperienziale vanno perfettamente ad intrecciarsi con le tendenze del turismo enogastronomico (o *culinary tourism*). Il termine 'turismo enogastronomico' esprime l'idea che per conoscere approfonditamente altri popoli, con differenti statuti sociali e culturali, è indispensabile una totale immersione nella cultura e nella società locale attraverso esperienze autentiche ed attraenti da vivere con le persone, con la cucina e con altre attività culturali.

Infatti, come sostiene Morin,

²⁵² Cfr. Billi, S. (2006), *L'ottica del beneficio. Territorio e prodotto turistico nell'economia dell'esperienza*, in Dall'Ara G., Morandi F., *I sistemi turistici locali*, Halley Editore, Matelica (Mc), p. 134.

²⁵³ Ibidem, p. 135.

²⁵⁴ Ibidem, p.137.

«le repas transforme *le touriste* de spectateur en acteur, il lui permet une rencontre intime avec une autre culture dans ce qu'elle a de plus concret et de plus savoureux, retrouvant la confusion étymologique de la saveur et du savoir»²⁵⁵.

Il cibo costituisce uno straordinario veicolo di scambio culturale: è il primo modo per entrare in contatto con altre culture, poiché mangiare il cibo di altri è più facile che decodificarne la lingua; si presta a mediare culture diverse aprendo i sistemi di cucina a ogni sorta di invenzioni, incroci, contaminazioni. In altre parole, la ricerca e la degustazione di cibi e bevande permette di costruire un ponte, culturalmente visibile, tra sé e gli altri.

Come sintetizza Bessis,

«dis-moi ce que tu manges, et je saurai quel Dieu tu adores, sous quelle latitude tu vis, de quelle culture tu es l'enfant, de quel groupe social tu te réclames. La lecture de la cuisine est un fabuleux voyage dans la conscience que les sociétés ont d'elles-mêmes, dans la vision qu'elles ont de leur identité»²⁵⁶.

Il consumo di cibo come esplorazione riflette il bisogno dell'individuo di conoscere, percorrere, indagare il mondo che lo circonda²⁵⁷. Il *gusto* diventa un senso fondamentale attraverso cui esperire e apprendere, così come la preparazione e il consumo dei cibi diventano i momenti chiave mediante i quali individui e culture riversano la propria natura, i propri valori e tradizioni, sotto forma di sapori, accostamenti e modalità di consumo²⁵⁸.

Come argomenta Mason,

«il *culinary tourism* sta, infatti, sempre più emergendo come una forma particolare di offerta di 'viaggio nella realtà'. Introduce infatti i turisti in esperienze che li portano ad avvicinarsi, assaporare, degustare cibi, profumi, sapori di nuove culture, scoprendone anche le opportunità»²⁵⁹.

Per conoscere approfonditamente un territorio, il settore turistico propone sempre nuove esperienze in particolare in campo alimentare. Ciò delinea, tra l'altro, il passaggio da una società tipicamente fordista, nella quale il turismo era di massa e

²⁵⁵ «Il pasto trasforma il turista da spettatore in attore, gli permette un incontro intimo con un'altra cultura in ciò che ha di più concreto e di più saporito, ritrovando la confusione etimologica del sapore e del sapere» - Morin E. (1962), *L'esprit du temps*, éd. Grasset, Paris, pp. 82-83.

²⁵⁶ «Dimmi cosa mangi, e saprò quale Dio adori, a quale latitudine vivi, di quale cultura sei figlio, in quale gruppo sociale ti identifichi. La lettura della cucina è un viaggio meraviglioso nella coscienza che le società hanno di esse stesse, nella visione che hanno della loro identità» - Bessis S. (1995), «Autrement», *Série Mutations/mangeurs*, 154, mars: *Mille et une bouches, cuisines et identités culturelles*, p. 10.

²⁵⁷ Funk D. C. e Bruun T. J. (2007), «The role of socio-psychological and culture-education motives in marketing international sport tourism: a cross-cultural perspective», *Tourism Management*, Vol. 28, Num. 3, 806-819.

²⁵⁸ Cfr. Ford B. J. (2002), *Nel piatto. Salute sicurezza e futuro del cibo*. Edizioni Ambiente, Milano.

²⁵⁹ Mason M., Paggiaro A. (2009), «L'importanza del festivalscape: il caso degli eventi enogastronomici», in *Atti del VIII International Conference Marketing Trends*, Parigi, p. 3.

diretto verso mete “istituzionalizzate”²⁶⁰, alla società post-moderna, dove si raggiunge una certa differenziazione dalla massa, una certa individualizzazione e dissoluzione dal gruppo, una ricerca individualmente edonistica in cui il ‘piacere’ è visto come unico obiettivo da raggiungere. La tendenza in atto consiste nel privilegiare il recupero della tradizione, il ricordo e la memoria tramite un’esperienza unica ed irripetibile.

Come sostiene Paolini: mentre il turista ‘trova’, solo il *gastronauta* ‘scopre’²⁶¹: questa filosofia si origina dalla consapevolezza che solamente con un’esperienza olistica e sensoriale si può raggiungere l’autenticità²⁶².

I cosiddetti “giacimenti enogastronomici”²⁶³, insieme al patrimonio artistico e culturale, sono considerati gli elementi fondamentali per costruire un’esperienza.

Non a caso si dice che essi sono:

«dei moduli polisensoriali di esperienza attraverso la “messa in scena” di diversi elementi e la sinergia tra i diversi operatori coinvolti. L’output finale degli eventi diviene così qualcosa strettamente connesso tanto alla valenza personale della fruizione dell’esperienza che al coinvolgimento del turista, come pure al contatto diretto con la realtà visitata. Gli eventi enogastronomici, infatti, a differenza di altre tipologie di servizi che presentano una natura utilitaristica o function-oriented, hanno una natura edonistica ovvero prevalentemente incentrata sulle emozioni»²⁶⁴.

Per cui, se un tempo la gastronomia ed il suo apprezzamento conferivano semplicemente un valore aggiunto alla scoperta di un territorio,

«ora la ricerca dell’alimento si impone come primaria o come risorsa unica o indipendente: il sapore diventa il vettore di una stratificazione storica, culturale, sapienziale, artistica, etnologica»²⁶⁵.

Nasce, perciò, la tendenza new-age volta a ricercare le cucine locali, regionali e nazionali di altri Paesi con l’obiettivo di discriminare gusti e qualità di prodotti, di

²⁶⁰ Ibidem.

²⁶¹ Paolini, D. (2003), *Turisti e Gastronauti*, in Bonadei, R., Volli, U., (a cura di), *Lo sguardo del turista e il racconto dei luoghi*, Franco Angeli, Milano.

²⁶² Ci si riferisce all’autenticità esistenziale di cui parla Wang: essa “agisce come antidoto alla perdita del sé vero, che avviene nei ruoli pubblici e nelle sfere pubbliche all’interno della moderna società occidentale”. Si tratta di recuperare la propria identità andata persa a causa del “dominio” della società sull’individuo. Wang N. (1999), “Rethinking authenticity in tourism experience”, *Annals of Tourism Research*, n° 26, volume 2.

²⁶³ Cfr. Galvani A. (2004), *Gli itinerari del gusto*, in Savelli, A., *Turismo, Territorio, Identità*, Franco Angeli, Milano, p. 122.

²⁶⁴ Mason M., *op.cit.*, p.4.

²⁶⁵ Ronchetti G. (2001), *Le strade dei vini e dei sapori dell’Emilia Romagna*, Regione E.R., Ass. Turismo-Commercio, p. 5.

documentarsi su storia e tradizioni radicate nel territorio: una vera e propria riscoperta delle radici e della tradizione.

Al tempo stesso, cresce l'espansione e la reinvenzione dei prodotti tipici (*disembedding*) e la loro contemporanea ri-territorializzazione (*ri-embedding*). Gli attori che connettono il locale con il globale sono gli inventori di un nuovo *continuum urbano-rurale*, in cui i turisti metropolitani sono alla ricerca di tutto quello che è "naturale", "tradizionale" e "rurale". Le cucine locali, i prodotti del *terroir* vengono considerati di migliore qualità, più naturali, più autentici²⁶⁶, in altre parole, come un *universo tradizionale* immutabile in opposizione all'artificiale degli ambienti urbanizzati più esposti ai cicli delle mode dell'economia di mercato, in cui il costruito prende il sopravvento sul naturale²⁶⁷.

«Man mano che aumenta il livello di interconnessione delle relazioni sociali a livello globale, cresce il bisogno di analizzare i legami tra realtà sociale globale e multiple realtà locali, tra reti e territori»²⁶⁸. Questa nuova tipologia di turismo porta ad un ribaltamento formale della gerarchia del territorio: il territorio passa dallo statuto di *spazio interno ad un'unità geopolitica* più ampia a quello di *nucleo spaziale di un'identità autonoma*²⁶⁹. Ogni area territoriale si riappropria di un'identità da usare nel confronto con altre, proponendosi come *nuovo centro* dotato di un proprio codice culturale e consapevole dei propri interessi materiali. Le diverse aree si offrono come punto di riferimento per i processi di identificazione dei soggetti, continuamente alla ricerca di conferme del loro *esserci* in un ordine sociale complessivo.

La simbiotica associazione tra cibo e territorio provoca, quindi, un vivissimo desiderio di viaggiare motivato dalla possibilità di arrivare alla conoscenza dell'alterità tramite un canale polisensoriale.

«[De plus], [à] toute sensation gustative est associée, de façon absolument automatique, une émotion, une réaction affective de plaisir ou de déplaisir qui lui confère une coloration particulière. Ensuite, toute sensation olfacto-gustative nous évoque, là encore sans que nous n'y puissions rien, d'autres mets que nous avons goûtés en d'autres lieux, en d'autres temps»²⁷⁰.

²⁶⁶ Cfr. Aurier Ph., Fort F., Sirieix L., *les produits du terroir du point de vue du consommateur : sources perçues et associations au terroir, Actes du XXe Congrès de l'Association Française du Marketing*, St Malo, 2004.

²⁶⁷ Cfr. Warnier J.P. (1994), *Le paradoxe de la marchandise authentique, imaginaire et consommation de masse*, L'Harmattan, Paris.

²⁶⁸ Martinelli A. (2010), *La modernizzazione*, Laterza, Bari, p. 141.

²⁶⁹ Magnier A. Russo P. (2002), *Sociologia dei sistemi urbani*, Il Mulino, Bologna, p. 130.

²⁷⁰ «[Inoltre], [a] ogni sensazione gustativa è associata, in modo assolutamente automatico, un'emozione, una reazione emotiva di piacere o di dispiacere che gli conferisce un particolare colore. Poi, ogni

Questo sistema motivazionale permette di compensare il fenomeno della globalizzazione dei mercati alimentari attraverso il rifiuto, più o meno netto a seconda del livello sociale e culturale, da parte dei turisti di alimenti standardizzati, «sapori interscambiabili, piatti stereotipati»²⁷¹, ovvero, di cibi troppo *mcdonaldizzati*.

Del resto, le caratteristiche dei consumi cambiano: si passa dalla ricerca dell'abbondanza o della marca, caratteristiche tipiche degli anni Ottanta, alla scelta di prodotti che nascondono un gusto ricercato e raffinato all'interno della massa indeterminata degli alimenti commercializzati.

In questa complessa attività, è possibile rinvenire quella che viene definita, in senso positivo, come *sindrome di Hesse*: ossia, una nuova maturità turistica che cerca di passare dal visto al vissuto, dall'esserci al partecipare, dalla quantità alla qualità.

Nella tarda modernità, il consumo alimentare si coniuga con l'identità, con l'identificazione, mette in condizione il soggetto stesso di sviluppare una propria dinamica identitaria. Per Corbeau²⁷², l'incorporazione dell'alimento, e quindi delle sue proprietà, è un atto di *metissage* che permette l'incontro e la coabitazione simbolica del sé e dell'altro. Ecco perché si parla anche di consumo turistico orientato all'*egobuilding*²⁷³ o autocostruzione dell'io come sistema di interscambio con l'ambiente globale che combina tutte le dimensioni del corpo e dell'ambiente, fisico ed artificiale.

Corbeau sottolinea che:

«on recherche à travers l'incorporation alimentaire à se reconstruire une identité, à renouer avec un paysage plus ou moins mythifié, à affirmer une appartenance géographique et culturelle plus ou moins diluée par l'urbanisation»²⁷⁴.

sensazione olfatto-gustativa ci evoca, senza che possiamo farci nulla, altri piatti che abbiamo assaggiato in altri luoghi, in altri momenti" - Apfeldorfer, G. (1993), *Je mange donc je suis: Surpoids et troubles du comportement alimentaire*, Éditions Payot et Rivages, Paris, p. 24.

²⁷¹ Moulin, 1975, riportato in: Poulain, J. P., *Alimentazione, cultura e società*, Bologna, Il Mulino, 2008, p. 143.

²⁷² Cfr. Corbeau J.P., Poulain, J.P. (2002), *Penser l'alimentation : Entre imaginaire et Rationalité*, Editions Privat, Paris, pp.106-108.

²⁷³ Cfr. Lipovetsky G. (1992), *Le crépuscule du devoir*, Gallimard, Paris.

²⁷⁴ "si cerca attraverso l'incorporazione alimentare di ricostruirsi un'identità, di riconnettersi con un paesaggio più o meno mistificato, di rivendicare un'appartenenza geografica e culturale, più o meno diluita dall'urbanizzazione" - Corbeau J.-P. et Poulain J.-P. (2002), *Penser l'alimentation, entre imaginaire et rationalité*, Editions Privat, Paris.

In un certo senso, si realizza l'*Heimkehr* di Heidegger, ossia un ritorno a casa, «come ritorno alla natura, alle culture locali, riscoprendo i pregi dell'ambiente e del paesaggio, acquistando soprattutto i prodotti che risultano coerenti con questo nuovo modello qualitativo di consumi»²⁷⁵. Ne emerge anche una sensibilità ecologica, in senso lato, che tiene conto della *carrying capacity* delle località visitate e della possibilità di queste ultime di poter ridursi a mero folclore ad uso turistico con una banalizzazione dei luoghi e della loro complessità storica, divenendo dei divertimentifici, dei *nonluoghi* senza radici e senza centro²⁷⁶.

In altri termini, quando si coniuga il turismo con l'alimentazione si intravedono tutti i segnali di un *turista riflessivo*, in cui la riflessione, come spiegano Cunliffe e Jun, è legata ad

«un processo interno attraverso cui esaminiamo noi stessi, includendo anche i nostri valori... un processo che dipende dall'idea di un sé in trasformazione, che emerge e cambia continuamente in quanto interagiamo con gli altri, con l'ambiente e con la sfera pubblica»²⁷⁷.

Per il turista la riflessione rappresenta un'occasione di apprendimento, è un processo di costruzione di conoscenze che ha origine nell'esperienza concreta. Il turista riflette su ciò che fa e, a volte, persino mentre lo fa. La conoscenza è dentro l'azione implicita nei modelli della propria azione e nella sensibilità con la quale affronta l'esperienza turistica.

Tuttavia, non sempre è così sentita e spontanea l'esigenza di avvicinarsi ai cibi locali ed esotici. Questo accade prevalentemente quando i turisti affrontano viaggi in territori lontani non solo geograficamente ma, soprattutto, culturalmente. Dopotutto, la prova può essere rappresentata dalla costante presenza, nei grandi alberghi e nei ristoranti più gettonati, della cucina internazionale.

Infatti, se, da un lato, un turismo esperienziale di stampo enogastronomico permette di differenziarsi dalla massa a favore di una ricerca individuale ed edonistica del *piacere*, dall'altro si inserisce a pieno in una società post-moderna in cui il piacere è contrapposto al *dispiacere*, il gusto al disgusto, la salute alla malattia. Questa serie di dicotomie prefigura l'essenza di un rischio, insito in qualsiasi pratica dell'agire sociale.

²⁷⁵ Dell'Aquila P. (1997), *Verso un'ecologia del consumo*, Franco Angeli, Milano, p. 241.

²⁷⁶ Cfr. Augé M. (1993,) *Nonluoghi. Introduzione a una antropologia della surmodernità*, Eleuthera, Milano.

²⁷⁷ Cunliffe A. L. (2002), *Reflexive Dialogical Practice in Management Learning*, in: *Management Learning*, 33(1).

Infatti, una caratteristica rilevante dell'attuale "società del rischio" è il forte stato di preoccupazioni, turbolenze, ansie che accompagna gli individui anche durante le loro esperienze di viaggio, poiché abbandonano il loro abituale schema di riferimento e si trovano, invece, immersi in un contesto sociale completamente nuovo.

All'estero svaniscono le proprie certezze ed il turista è singolarmente più esposto a qualsiasi genere di danno; così anche una pratica quotidiana, quale quella alimentare, sembra essere percepita come rischiosa.

Il diffondersi delle crisi alimentari -dalla mucca pazza al vino al metanolo, al pollo, ai mangimi alla diossina passando per la listeriosi alle mozzarelle blu- ha amplificato il timore del turista e non sempre l'informazione è in grado di rassicurarlo. Così, alla voglia di innovazione, di esplorazione, di cambiamento subentra la diffidenza, il conservatorismo alimentare: ogni nuovo alimento viene concepito come un potenziale pericolo; infatti, incorporare un alimento significa farlo diventare parte di "noi stessi". Il timore è dovuto oltre al possibile avvelenamento fisiologico, anche a questioni ontologiche legate alla soggettività, all'autoidentificazione sociale. Il che porta a ritenere che cibi non noti o di provenienza incerta possano essere nocivi.

Ecco perché quello alimentare è l'unico consumo per il quale il turista, in contesti culturali non familiari, difficilmente vuole *evadere* dalla propria quotidianità. Il turista porta con sé i propri modelli alimentari, le proprie pratiche, ritmi, avversioni e divieti. Lo sforzo del turista sarà sempre orientato nel muoversi, all'interno della sua differenziazione del naturale²⁷⁸/artificiale, sano/malsano, piacere/dispiacere, alla ricerca di quei prodotti, che maggiormente soddisfino la sua classificazione. In questo modo si spiega la ricerca e il consumo di alcuni *prodotti tipici*, ritenuti più naturali, più sani e anche in grado di generare maggior piacere. Un eventuale nuovo alimento deve essere, quindi, prima inserito nel sistema alimentare del turista, fatto proprio attraverso un processo di autenticazione che lo renda autoctono, locale e genuino. Quando ciò avviene si pongono le basi per realizzare una sorta di *creolizzazione*, intesa come spazio sociale alimentare multiculturale caratterizzato da logiche di integrazione, di fusione e di differenziazione.

Il fatto è che, inserito nella propria cultura, il turista prende pochissime decisioni: è il sistema culinario della sua società di appartenenza a dettarle. Mangiare in

²⁷⁸ Genuino, legato al passato o comunque collegato a qualche tradizione.

viaggio vuol dire servirsi di un altro *canale* di approvvigionamento, per utilizzare la terminologia di Lewin, il cui filtro non è più la “massaia” ma uno nuovo *garante di fiducia*. Anche se il turista decide in maniera individuale quali piatti consumare, tuttavia, la loro struttura e varietà sono definiti da *altri*.

Come giustamente rileva Kapferer,

«le consommateur doit faire totalement confiance à la filière (alimentaire) dont il n'accède qu'au stade terminal, distributif (...). Il doit nécessairement faire confiance»²⁷⁹.

Questo significa che il turista non è in grado autonomamente di giudicare né il livello di qualità-sicurezza del prodotto né la veridicità delle informazioni sulle sue caratteristiche. Tali caratteristiche, contrariamente ad altri beni di consumo sono, essenzialmente, di tipo *experience* (valutate solamente dopo il consumo, come la tenerezza della carne, ad esempio) e, ancor più, di tipo *credence* (in cui non è possibile valutare la qualità della caratteristica neppure dopo il consumo²⁸⁰ anche se ripetuto, ad esempio il contenuto di sostanze estranee).

L'individuo perde, così, il controllo di quanto avviene intorno a sé e rimane totalmente esposto ad un rischio, che non riesce a gestire perché non conosce la provenienza, la trasformazione e, di conseguenza, la qualità su ciò che andrà a costituire la propria nutrizione.

Criticamente Lambert afferma che anche «*on connaît bien le contenu des paniers et des caddies, on ne sait pas vraiment ce qu'il y a dans les assiettes*»²⁸¹. Poi aggiunge «*Ils (i consumatori) n'en perçoivent donc plus que la partie finale de la chaîne dans les lieux de distribution, le reste devenant une boîte noire*»²⁸².

Per questo motivo, mentre l'attore, all'interno del proprio sistema sociale, agisce più o meno spontaneamente di fronte al *cosa, dove, quando e come* usufruire dell'alimento, il turista pensa, valuta, considera, scansiona tutta la serie di effetti

²⁷⁹“il consumatore deve avere piena fiducia nella filiera (alimentare) di cui egli ne accede solo allo stadio terminale, distributivo ... deve necessariamente averne fiducia” - Kapferer J.-N., *Les marques, base de la confiance ?*, in: Apfelbaum M. (1998), *Risques et peurs alimentaires*, O. Jacob, Paris, pp. 203-210.

²⁸⁰ Nelson P. (1970), “Information and Consumer Behaviour”, *Journal of Political Economy*, n.78. Si veda anche Andersen E. S. (1994), “The evolution of credence goods: a transaction approach to product specification quality”, *MAPP working papers*, 21.

²⁸¹ “Se si conosce bene il contenuto delle sporte e dei carrelli, non si sa veramente quello che c'è nei piatti” - Lambert J. L. (1992), *A table! La cuisine du staticien*, in AA.VV. *La cité des chiffres*, Autrement, Paris.

²⁸² “È solo nella parte finale, nei luoghi di distribuzione, che essi possono averne una percezione, il resto diventa una scatola nera” - Lambert J.L. (2001), “Crise alimentaire: quelle place pour les citoyens-mangeurs ?”, *revue Parlons-en*, DGER, Ministère de l'Agriculture, mars.

conseguibili da una scelta alimentare sbagliata. Distante dal luogo in cui egli si muove e sceglie, con sicurezza, tutti gli alimenti che meglio rispecchiano la sua visione del commestibile, metterà in atto delle tecniche di ‘*riduzione del rischio*’ (come, ad esempio, consumare prodotti certificati e garantiti oppure evitare completamente di mangiare cibi a rischio), consapevole del fatto che una peculiare scelta di consumo, in ambito alimentare, può fare la differenza. Il rischio alimentare è percepito, infatti, più come *subito* che *accettato*.

L’obiettivo di questo lungo procedimento psico-cognitivo è tentare di ridurre l’incertezza legata al consumo di alimenti “altri” e mangiare, in viaggio, consapevolmente. Ecco perché non è raro vedere il turista (consumatore) cercare, come rilevano Gurviez et Kreziak,

«un lien direct ou perçu comme tel, qui les rassureraient sur les qualités du produit qu’ils vont ingérer, que ce soit un lien consommateur/consommateur, qui permettrait une sensibilisation et un partage d’information grâce au bouche à oreille, ou un lien direct entre producteur et consommateur»²⁸³.

Quindi, il turista potrebbe essere sempre tentato a consumare soltanto i prodotti da lui conosciuti e classificati come *non rischiosi*; oppure preferire il *made in Italy* per non allontanarsi troppo dalle proprie abitudini alimentari ed affidarsi ad una provenienza percepita più sicura degli ingredienti. Il più delle volte il turista si affida completamente alla struttura turistica ospitante ove è immerso in una sorta di bolla ambientale, grazie alla quale si sente più protetto e meno esposto a rischi.

La scelta su cosa consumare, perciò, risulta essere estremamente rilevante ma anche causa di forti incertezze ed ansie, in particolare quando bisogna coniugare abbondanza di prodotti, discorsi contraddittori e de-localizzazione della produzione. Non è un caso che, rispetto all’alimentazione, Ascher²⁸⁴ parli di *iperscelte*, di dilemmi da porsi ed a cui trovare la giusta risposta, specie quando ci si trova in situazioni e circostanze sempre più differenziate e mutevoli (il viaggio) che esigono razionalità diverse da esercitare in modi e in contesti diversi; e quello del turista è un caso significativo.

²⁸³ "Cercano un legame diretto o percepito come tale, che li rassicuri sulle qualità del prodotto che ingeriranno, sia che si tratti o di un legame consumatore/consumatore, che consentirebbe una sensibilizzazione e una condivisione d’informazioni grazie al passaparola, sia di un collegamento diretto tra produttore e consumatore " - Gurviez P., Kreziak D., *Risque et éthique dans l’alimentaire : Une étude exploratoire du discours des consommateurs, Actes du XXe Congrès de l’Association Française du Marketing*, Saint-Malo, 2004.

²⁸⁴ Ascher, F. (2005), *Le mangeur hypermoderne, une figure de l’individu éclectique*, Odile Jacob, Paris, p.14

Di fronte a un possibile allarme alimentare, la reazione più immediata da parte del turista è proprio quella, utilizzando un'espressione di Festinger²⁸⁵, di *evitare* o *revocare* la scelta: di non incorporare determinati cibi ma, addirittura, quando è possibile, di evitare alcune destinazioni o di riconsiderare l'intera meta turistica.

Cibo e turismo sono strettamente correlati perché necessitano di continue decisioni, che impongono anche l'assunzione di rischi oggettivi e simbolici. Mangiare è un'assunzione di rischio obbligatorio: il cibo costringe le persone ad una più accentuata *riflessività* che induce ad informarsi e a scegliere razionalmente cosa mangiare, ad assumersi le relative responsabilità rispetto alla propria salute ed al proprio corpo, anche se non manca un continuo gioco di riflessi, di *effetti di amplificazione*²⁸⁶ e di deformazione da parte dei media. Questa situazione emerge dagli studi di Mattelart:

«l'idée de communication et de transparence a accompagné la croyance [...] le progrès social et l'émancipation des individus. Aujourd'hui, cette idée est suspecte : la communication est victime d'un trop de communication. Ce trop de communication a produit l'implosion du sens, la perte du réel, le règne des simulacres»²⁸⁷.

È, forse, proprio l'inevitabile insicurezza riguardo ciò che si incorpora come alimento a generare, a seconda degli individui, diverse strategie di risposta delineando, al contempo, diverse tipologie di consumatori: fatalisti, allarmisti, e via di seguito. Si delinea, perciò, la riflessività tipica della post-modernità, ovvero un'epoca di incertezze globali che ha indotto il consumatore-turista a diventare sempre più competente, esigente e selettivo.

Di certo, è indispensabile attuare una nuova strategia in grado di attenuare il più possibile i rischi connessi alle pratiche alimentari, delineando un più adeguato processo di *qualificazione*²⁸⁸: ovvero, tracciare un prodotto e, al tempo stesso, associarvi tutto ciò che ne assicura la sicurezza alimentare e la sua qualità. I produttori dovrebbero non solo

²⁸⁵ Cfr. Festinger L. (1997), *Teoria della dissonanza cognitiva*, Franco Angeli, Milano.

²⁸⁶ Kasperon R.E. et al. (1988), "The Social Amplification of Risk: A Conceptual Framework", *Risk Analysis*, n.8.

²⁸⁷ "L'idea di comunicazione e di trasparenza ha accompagnato la credenza, il progresso sociale e l'emancipazione degli individui. Oggi, questa idea è sospetta: la comunicazione è vittima di un eccesso di comunicazione. Questo eccesso ha prodotto l'implosione del senso, la perdita del reale, il regno dei simulacri". - Mattelart A. et M. (1997), *Histoire des théories de la communication*, La Découverte, Paris, p.106.

²⁸⁸ Cfr. Sylvander B. (1995), *Conventions de qualité, marchés et institutions: le cas des Produits de Qualité Spécifique*, in Nicolas F., Valceschini E. (Eds.), *Agro-alimentaire: une économie de la qualité*, INRAEconomica, Paris.

essere in grado di identificare i propri prodotti, ma anche di renderli conformi alle prescrizioni sanitarie.

Oggi, è posta in primo piano la necessità di una *governance globale*, ovvero «la definizione di un complesso di norme e assetti istituzionali che regolino i rapporti sociali nel mondo considerato come un sistema unico»²⁸⁹. Nonostante l'Unione Europea abbia istituito un'apposita autorità incaricata della sicurezza alimentare (l'EFSA²⁹⁰) vi è bisogno di una notevole integrazione tra *politiche di comando* e quelle di *controllo* sia a livello nazionale sia a livello europeo ed internazionale. È necessario anche definire un linguaggio comune che leghi le definizioni normalizzate già adottate a livello internazionale in materia di sicurezza alimentare. Si usano, infatti, indifferentemente termini che non sono affatto equivalenti: ad esempio, qualità degli alimenti per sicurezza degli alimenti e sistema qualità o ISO 9000 per sistema HACCP²⁹¹. In effetti, manca un riferimento comune per i Paesi e non esiste una struttura internazionale per il riconoscimento dei sistemi HACCP. Sarebbe necessario far certificare i sistemi di tracciabilità con l'HACCP e porre in essere una politica che garantisca: la valutazione del rischio, la precauzione, l'integrazione, l'imparzialità e la trasparenza.

L'obiettivo che si intende raggiungere è quello di ridurre i *gap informativi* tra Paesi diversi, attenuando, a sua volta, il divario tra rischio alimentare percepito nella quotidianità e quello percepito in viaggio. Solo in questo senso l'individuo può ritrovare un giusto equilibrio tra il prodotto alimentare che consuma e il proprio stato interiore, garantendo, così, una maggiore rassicurazione individuale.

²⁸⁹ Martinelli A., *op. cit.* p. 143.

²⁹⁰ *European Food Safety Authority* (Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare), è una agenzia dell'Unione Europea istituita nel gennaio del 2002, con sede a Parma, con lo scopo di fornire consulenza scientifica e una comunicazione efficace in materia di rischi associati alla catena alimentare.

²⁹¹ *Hazard Analysis and Critical Control Points*: è un sistema che identifica specifici rischi e le misure specifiche per il loro controllo; fornisce una procedura d'analisi preventiva dei rischi che un alimento incontra nel corso della sua preparazione. Ciascun settore alimentare deve nell'ambito delle proprie lavorazioni, identificare i possibili punti critici di controllo e creare un sistema per la loro sorveglianza.

4.2. La ricerca di campo: le ipotesi-base

Obiettivo generale del nostro lavoro è quello di indagare gli atteggiamenti e i comportamenti dei turisti di fronte al manifestarsi di un rischio alimentare, partendo dall'assunto che nessun rischio è interamente oggettivabile: una situazione rischiosa può apparire più o meno grave a seconda della percezione individuale.

Da un punto di vista strettamente operativo abbiamo selezionato due macro obiettivi generali, necessari alla successiva esplicitazione delle ipotesi con le quali attivare il percorso metodologico-strumentale.

In sintesi, gli obiettivi possono essere così descritti:

1. rilevare il livello di conoscenza dei turisti dei rischi alimentari, e quali i possibili comportamenti adottati al manifestarsi di determinati rischi. Il che aiuterebbe i diversi attori del settore turistico a porre in essere eventuali azioni correttive;
2. individuare i canali informativi maggiormente affidabili, in modo da capire se i turisti si lasciano influenzare in maggior misura da fonti 'informali' –quali possono essere amici e parenti– oppure da fonti 'formali' (es. mass-media che danno voce a esperti). Il che aiuterebbe a strutturare un equilibrato ed efficiente processo di comunicazione del rischio.

Per quanto riguarda il *primo* di questi obiettivi, l'analisi non potrà non tener conto della *classe di età*, del *sesso* e del *titolo di studio* dei vari soggetti. Rispetto al *secondo* obiettivo, una particolare attenzione dovrà essere data a canali comunicativi. Questi ultimi, infatti, costituiscono la principale e più diffusa fonte di informazione nelle situazioni di emergenza. Tuttavia, in non poche situazioni, però, vi sono state delle smentite, dei ridimensionamenti o delle rettifiche di notizie annunciate e diffuse dai media. La frequenza di notizie allarmanti, ma non veritiere, riportate da fonti formali, ma anche di informazioni nient'affatto attendibili e poco controllate, riferite da canali informali, possono generare tra gli individui un eccessivo allarmismo o, addirittura, una tendenza al fatalismo.

Risulterebbe interessante esplorare il fenomeno *fatalismo*; questo, infatti, indurrebbe ad una sorta di diffidenza nel sistema informativo, dove la comunicazione è divenuta sempre più manipolazione e comporterebbe una generale rassegnazione basata

sulla convinzione che nessun intervento umano può cambiare i fatti e nel ritenere che *quando una cosa deve accadere, succede e basta*. Infatti, come notato da Umberto Fracassini, il fatalismo è «la credenza nel fato, che determina una condotta ad essa conforme nella vita. Il fatalismo ha perciò in comune con la religione il sentimento di dipendenza assoluta da una forza suprema che domina l'universo, e con la morale la rassegnazione a tutto ciò che per necessità nell'universo avviene»²⁹².

Alla luce di quanto detto, un ulteriore obiettivo da noi perseguibile è proprio la valutazione della fiducia dei turisti nelle varie fonti di informazione sul rischio alimentare e, parallelamente, le reazioni fatalistiche degli individui, assecondate dalle numerose notizie falsamente allarmanti riguardo i rischi alimentari.

A fronte della scarsa letteratura (soprattutto italiana) riguardo l'oggetto del nostro studio, nonché degli obiettivi da noi delineati, è sembrato opportuno effettuare una ricognizione empirica, ricorrendo ad una ricerca di campo.

Adottando un approccio tipicamente weberiano è possibile e necessario isolare alcune variabili, non escludendo che altre possano avere influenza nella determinazione del fenomeno. La natura del tema prescelto consente di formulare più *ipotesi-base* da assumere come riferimento e da verificare nel corso dell'indagine. Tra le numerose ipotesi formulabili si ritiene che le seguenti possano essere meritevoli di una maggiore considerazione, se non altro, per le implicazioni che ad esse potrebbero essere attribuite.

In via del tutto prioritaria si ipotizza che quando si assume il *ruolo* di turista, la percezione del rischio alimentare aumenti rispetto alla quotidianità, ove ciascun individuo si affida, a livello cognitivo, a sperimentati canali di garanzia. I turisti - allontanandosi dal proprio ambiente familiare per immergersi in un Paese con caratteristiche socioculturali sicuramente diverse dalle loro- non possono più contare sugli abituali "riduttori di rischio", non hanno il tipico controllo di quanto avviene intorno a loro quotidianamente e si sentono maggiormente esposti ad un rischio che appare loro sempre meno gestibile.

Per questa ragione potrebbero essere tentati a consumare soltanto i prodotti da loro conosciuti e classificati come *non rischiosi*; oppure preferire il *made in Italy* per non allontanarsi troppo dalle proprie abitudini alimentari ed affidarsi ad una

²⁹² Cfr. Fracassini, Umberto, voce *Fatalismo* in *Enciclopedia Italiana*, vol. XIV, p. 893.

provenienza più sicura degli ingredienti. Eventuali scelte di alimenti locali vengono effettuate solo se ritenute più salutari o di maggiore qualità, in coerenza con quanto abbiamo ampiamente argomentato sull'edonismo e la ricerca del piacere, generante un maggiore soggettivismo.

E questa potrebbe essere una *seconda ipotesi*, ossia che ogni turista anche in vacanza mantiene la propria visione del commestibile: lontano dal luogo in cui sceglie, con sicurezza, tutti gli alimenti, metterà in atto delle tecniche di *riduzione del rischio* (come, ad esempio, consumare prodotti certificati e garantiti oppure evitare completamente di mangiare cibi a rischio). La ricerca di nuovi garanti di fiducia è fondamentale per le scelte alimentari. I turisti più psicocentrici, tenderanno a demandare il tutto agli organizzatori del viaggio o, ancor più, agli operatori presenti nelle strutture ricettive. Le paure alimentari vengono attenuate con l'affidarsi totalmente alle strutture ricettive. In tal modo, si tende a delegare la responsabilità psicologica di eventuali problemi agli altri, oltre che a sperare in una minore possibilità di verificarsi del rischio alimentare, contando sulla professionalità, sulla fiducia e sull'esperienza degli operatori. Un venditore professionista, infatti, preselezionando l'assortimento, è in grado di rassicurare il cliente-turista sulla qualità del viaggio in generale come pure sulla sicurezza e sulla cura nella preparazione degli alimenti.

Collegandoci con quanto già affermato potremmo elaborare la nostra *terza ipotesi* operativa. A nostro parere, quindi, la frequente diffusione di allarmi più o meno reali su presunte situazioni a rischio alimentare potrebbe far radicare negli individui, ed in particolare nei turisti, una sorta di abitudine al falso e una certa sfiducia negli strumenti informativi. Ciò si legherebbe al sorgere, allo stesso tempo, di un atteggiamento tipicamente fatalistico fomentato dall'incapacità dell'individuo di scindere precisamente ciò che è vero da ciò che è falso, il possibile dall'impossibile, l'evitabile dall'inevitabile.

4.3. Aspetti metodologici

Il percorso di ricerca articolato in diverse fasi propedeutiche all'analisi empirica è così delineato: una prima fase ha riguardato lo studio della letteratura specialistica nazionale ed internazionale in tema di 'rischio', esplorando le principali correnti di pensiero. Successivamente, sono stati analizzati i consumi agro-alimentari in un'ottica storico-evolutiva ma anche dal punto di vista psico-sociale. L'esame delle fonti bibliografiche si è concluso dopo aver definito il rischio alimentare ed affrontato il problema della sua percezione, anche in ambito turistico.

Sulla base delle informazioni raccolte, dello studio bibliografico e di precedenti esperienze di ricerca si è, prima, meglio definito l'oggetto della ricerca, individuandone in dettaglio le finalità; si è dunque ritenuto dover procedere a sviluppare il tema attraverso una inchiesta campionaria che facesse uso di strumenti di rilevazione strutturati, somministrati faccia a faccia.

In coerenza con la finalità fondante la nostra ricerca (atteggiamenti e comportamenti dei turisti rispetto al rischio alimentare, incremento della percezione del rischio quando la località turistica non rispecchia la "cultura" di origine ecc.), la scelta è ricaduta su turisti che danno corso ad un turismo internazionale, caratterizzato da viaggi di medio e lungo raggio, ove l'esperienza turistica è vissuta in contesti socio-culturali del tutto differenti rispetto al proprio.

L'indagine, infatti, si è svolta presso il *Terminal 1* dell'aeroporto internazionale di Napoli, cercando di individuare turisti in partenza per mete internazionali. Dati gli obiettivi non avrebbe avuto alcuna importanza una ricerca su turisti che si spostano in contesti socio-culturali del tutto simili ai loro. I turisti domestici, infatti, per quanto avrebbero potuto aumentare la numerosità e la variabilità del nostro campione, non riflettevano a pieno la sostanza del nostro studio. Il rischio alimentare, di fatto, si manifesta più compiutamente quando gli individui si trovano a contatto con cibi e bevande apparentemente diversi, nonché quando il territorio che li ospita presenta caratteristiche culturalmente distanti dalle proprie.

Tuttavia, nel corso del lavoro è stata riscontrata una difficoltà riguardante il problema della definizione del campione, data l'impossibilità di reperire, contestualmente, l'universo di riferimento. La domanda turistica, infatti, non è

facilmente determinabile a causa di problemi metodologici che divengono peculiari per le statistiche sul turismo. Quest'ultime, infatti, vengono elaborate solo dopo un certo periodo di tempo; di conseguenza, l'universo di riferimento è conosciuto quando il fenomeno non è più in atto e il campione diventa particolarmente difficile da costruire.

In più, uno dei problemi è collegato anche all'inesistenza di una definizione univoca di turismo e di turisti (le definizioni rimandano, spesso, a parametri quali la mobilità, il motivo, la durata, ecc.). Il problema principale è collegato al fatto che i turisti sono, per loro natura, sempre in movimento. Quindi, anche quando si riesce a dare una definizione precisa di turismo, non è possibile stabilire con certezza il numero di turisti in giro per il mondo.

Nel nostro caso, comunque, sono stati considerati turisti quelli in procinto di intraprendere un viaggio in mete abbastanza diverse dall'ambiente usuale: i turisti internazionali, appunto.

La dimensione dell'universo campionario è stimata attraverso il dato dei passeggeri in partenza per scali internazionali dall'aeroporto di Napoli Capodichino nei mesi di luglio e Agosto dell'anno precedente (2010). Tale dato ammonta a 719155 passeggeri e può essere considerato una buona "proxy" della dimensione dell'universo campionario di riferimento. In tale contesto, quindi, risulta superflua la distinzione tra i concetti di popolazione finita e infinita. Infatti, essendo il numero N di turisti (in partenza per mete internazionali) nell'ordine di diverse centinaia di migliaia, la frazione di campionamento (n/N) assumerà valori prossimi a zero rendendo inutile la correzione della variabilità per campionamenti senza ripetizione. La dimensione campionaria prescelta è pari a 342 turisti. Tale numero ci assicura un errore campionario non superiore al 5% con un livello di confidenza pari al 95%. Tale stima è fortemente prudentiale (e, quindi, il tasso sarà sicuramente minore) in quanto è calcolato ipotizzando una situazione di massima variabilità e una dimensione infinita dell'universo di unità statistiche.

Gli intervistati sono stati contattati al *Terminal 1* dell'aeroporto di Napoli, nella zona attrezzata per le partenze internazionali, e fermati se con un'età variabile dai 15 a più di 65 anni. A coloro che si sono dimostrati disponibili è stato somministrato il questionario da noi redatto, compilato in un tempo medio di 10-15 minuti.

4.3.1. Lo strumento della ricerca: la costruzione del questionario

Per quanto riguarda la ricerca, essa è stata affrontata con i mezzi tecnici disponibili, attraverso il metodo dell'inchiesta campionaria partecipata realizzata con un questionario standardizzato, allegato in appendice. Tale strumento ha consentito di ottenere informazioni di natura sia prettamente quantitativa sia qualitativa.

Per la costruzione del questionario ci si è basati sulla tradizionale ricerca empirica esistente in tema di rischio. Il questionario è strutturato in 45 domande tese ad esplorare il fenomeno del rischio alimentare durante le pratiche turistiche, correlandosi, ovviamente, alle ipotesi iniziali. Nella stesura dello strumento si è tenuto ben presente il passaggio dai concetti agli indicatori.

La somministrazione si è svolta nel mese di luglio-agosto 2011, in orari in cui il flusso di turisti in partenza dall'aeroporto di Napoli è presumibilmente maggiore. La fase di somministrazione del questionario ha comportato un dispendio notevole di energie, dal momento che i soggetti sono stati raggiunti, quotidianamente, per diversi giorni, all'Aeroporto di Capodichino. Durante la somministrazione dell'intervista, si è prestata attenzione ad annotare considerazioni spontanee, lamentele, sfoghi del rispondente che potessero, in qualche modo, essere significativi ai fini del fenomeno oggetto di studio; con alcuni, dopo la somministrazione del questionario, si sono intrattenute conversazioni utili ad un maggiore approfondimento del fenomeno studiato.

A ciascun intervistato sono state spiegate, con una breve presentazione, le finalità dell'indagine, sottolineando che partecipandovi non avrebbe dovuto esporsi su temi privati e che i dati forniti sarebbero stati utilizzati esclusivamente ai fini del nostro lavoro rimanendo, su richiesta, anonimi. Il nome ed il cognome sono stati richiesti, ma facoltativi, solo per redigere una lista degli intervistati e per verificare l'avvenuta intervista.

Un *pre-test* ha consentito di stimare, approssimativamente, i tempi di somministrazione, nonché di evidenziare i punti critici, modificando il questionario di conseguenza. Infatti:

- sono state semplificate le domande al fine di renderle più comprensibili;
- si sono preferite domande a risposta multipla, piuttosto che aperte, al fine di facilitare lo svolgimento dell'intervista e l'elaborazione dei successivi dati;

- si è tenuto conto dei tempi di somministrazione in modo da non superare la soglia di sopportabilità degli intervistati.

- si è cercato di garantire agli intervistati una certa varietà di risposte, al fine di non limitare l'intervistato alla scelta tra due sole opzioni.

Così, dopo il pre-test si è arrivati all'attuale composizione del questionario.

Alcune domande sono state modulate richiedendo un giudizio qualitativo sulle affermazioni proposte, per cui, il compilatore ha dovuto rispondere secondo una modalità ordinale (ad esempio: per niente d'accordo, poco d'accordo, abbastanza d'accordo, pienamente d'accordo). Lo stesso metro di giudizio è proposto all'intervistato per parlare delle proprie paure o della propria fiducia.

Il questionario, che è rigorosamente anonimo, si compone di 45 domande. Le aree indagate sono le seguenti:

1. *La Composizione del campione intervistato.* Nella prima parte, sono state poste delle domande volte a reperire informazioni di natura socio-demografica.
2. *Le Tendenze nei consumi alimentari.* La seconda parte del questionario si è focalizzata sulla conoscenza degli stili di consumo alimentare degli intervistati, prestando particolare attenzione alle opinioni sulla sicurezza e sulla qualità alimentare.
3. *La Conoscenza del rischio alimentare.* Questa parte centrale del questionario è dedicata alla valutazione della percezione del rischio alimentare. Si è deciso di aprire il gruppo di domande chiedendo agli intervistati una loro definizione di rischio alimentare. Le altre domande sono tese ad individuare il livello di rischio percepito dall'intervistato nella quotidianità, il grado di preoccupazione e, di contro, l'idea di cosa viene ritenuto sicuro in campo alimentare.
4. *Le Fonti di informazione.* Questa parte del questionario è stata dedicata alla rilevazione dei bisogni di informazione sui rischi alimentari. Con una serie di domande si è cercato di comprendere i fattori che influenzano la volontà di acquistare beni alimentari secondo l'informazione posseduta o ricavabile dalle varie fonti informative. È stato chiesto di indicare il livello di informazione personale e generale riguardo il rischio alimentare, nonché l'attendibilità e la fiducia riposta nelle diverse fonti di informazione. Si è cercato di indagare anche il comportamento del turista-consumatore di fronte al ripetersi di falsi allarmi

alimentari, infine, il grado di condizionamento esercitato dalle fonti di informazione sull'alimentazione.

5. *La Percezione del rischio alimentare durante la pratica turistica.* L'ultima parte del questionario si apre con alcune domande generali sulle consuetudini turistiche, volte a capire la tendenza a "fare turismo" degli intervistati. Ci si concentra, successivamente, sulle abitudini alimentari che gli intervistati assumono durante i loro viaggi. È stato chiesto, ad esempio, dove consumano prevalentemente i pasti; se si lasciano influenzare dai consigli dei professionisti o se scelgono le vacanze calibrando per bene la variabile "cibo". Si chiede, infatti, ai turisti quanto si sentano esposti al fattore rischio alimentare durante i loro viaggi; se la percezione del rischio, in viaggio, è maggiore rispetto alla quotidianità e che genere di comportamento assumerebbero (ipoteticamente) in caso di incidente.

Nella conduzione della somministrazione ci si è attenuti alle regole considerate fondamentali²⁹³ (oggettività, chiarezza e cortesia) nell'approccio dell'intervistatore con l'intervistato. I dati raccolti sono stati codificati, immessi in una matrice dati e successivamente elaborati con Excel e Access.

In seno a tale scheda di rilevazione, ovviamente, è stato precisato, ai sensi della legge 675/96, che i dati forniti dai singoli intervistati sarebbero stati raccolti all'interno di una banca dati e trattati esclusivamente in forma aggregata per l'elaborazione di statistiche anonime.

²⁹³ Babbie Earl (2010), *Ricerca sociale*, Apogeo, Milano.

4.3.2. La scelta degli indicatori

Date le ipotesi interpretative precedentemente formulate, ad esse sono state collegate diverse categorie di *indicatori* che richiamano una serie di dimensioni generali e specifiche. Gli indicatori sono riportati nelle tabelle seguenti.

Tab. I: Gli indicatori utilizzati

1.1. <u>Indicatori generali: socio-demografici, socio-economici, culturali</u>
➤ Sesso
➤ Età
➤ Titolo di studio
➤ Occupazione
1.2. <u>Indicatori di tendenze alimentari</u>
➤ Aspetti considerati nella scelta dei cibi
➤ Attenzione alla qualità e sicurezza alimentare
➤ Definizione di qualità agroalimentare
➤ Luogo di fruizione dei pasti
1.3. <u>Indicatori di conoscenza del fenomeno</u>
➤ Livello di informazione sul rischio alimentare
➤ Conoscenza del rischio alimentare
1.4. <u>Indicatori di percezione del rischio alimentare</u>
➤ Valutazione generale del grado di percezione del rischio alimentare
➤ Valutazione personale del grado di esposizione al rischio
➤ Preoccupazioni rispetto a situazioni di rischio alimentare
➤ Alimenti ritenuti a rischio
➤ Elementi che generano allarme
➤ Definizione di una situazione alimentare “sana” e non rischiosa

1.5. **Indicatori di conoscenza delle informazioni sul rischio alimentare**

- Livello di informazione generale e personale
- Valutazione della fiducia nelle fonti di informazione
- Grado di reazione di fronte a falsi allarmi alimentari
- Grado di reazione rispetto all'allarmismo

1.6. **Indicatori dei comportamenti turistici**

- Quantificazione dei viaggi effettuati durante l'anno
- Modalità di organizzazione dei viaggi
- Grado di importanza attribuito alla voce cibo nella scelta delle *destination*

Gli indicatori rispetto alla prima, alla seconda e alla terza ipotesi sono i seguenti.

1.7. **Indicatori specifici per la prima ipotesi**

- Livello di attribuzione del rischio alla pratica turistica
- Livello e modalità di reazione all'allarme
- Grado di integrazione con la comunità locale attraverso l'alimentazione
- Determinazione dell'oggetto delle paure alimentari in viaggio

1.8. **Indicatori specifici per la seconda ipotesi**

- Luogo di fruizione dei beni alimentari in vacanza
- Valutazione del comportamento nei confronti di un'emergenza
- Tendenza all'acquisto di alimenti locali solo se certificati e garantiti

1.9. **Indicatori specifici per la terza ipotesi**

- Reazione di fronte al ripetersi di falsi allarmi
 - Reazione di fronte all'allarmismo provocato dalle fonti
 - Valutazione degli elementi più importanti rispetto al rischio alimentare
 - Preoccupazione all'acquisto di alimenti con diffuse notizie allarmanti
-

CAPITOLO V: I RISULTATI DELL'INDAGINE

§ 5.1. La struttura socio-demografica del campione - § 5.2. I comportamenti di acquisto e di consumo alimentare - § 5.3. La percezione dei rischi alimentari.

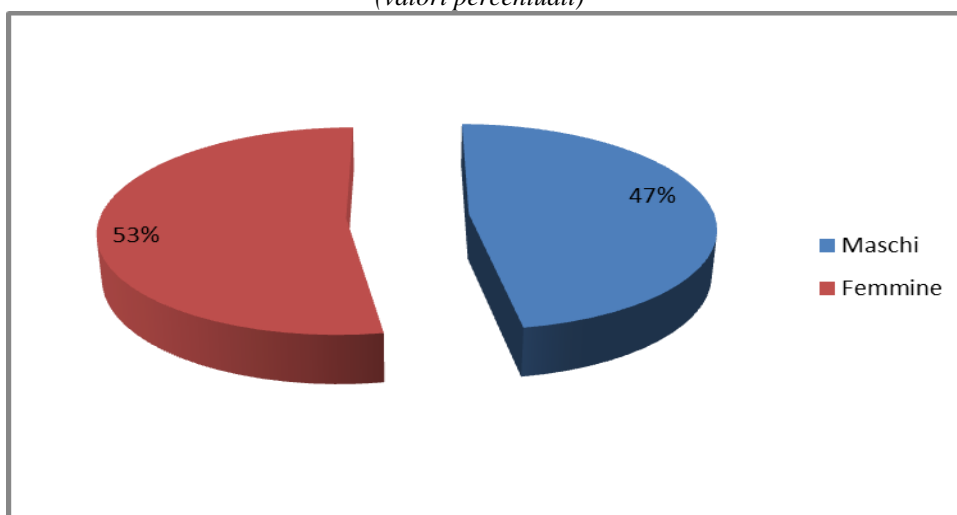
5.1. La struttura socio-demografica del campione

La fase iniziale della rilevazione ha consentito lo *start-up* per un'efficace combinazione e lettura dei successivi risultati, in funzione dell'importanza attribuita a taluni fattori (sesso, età, occupazione, titolo di studio, etc.).

La variabile "genere" è stata utilizzata come carattere determinante per la lettura dei comportamenti legati al rischio alimentare e turismo.

Il campione sul quale sono state compiute le elaborazioni statistiche è composto da 342 intervistati, di cui 180 femmine e 162 maschi, rispettivamente, pari al 53,% e al 47% (*cf. graf. 1*).

Graf. 1: Distribuzione del campione per genere
(valori percentuali)



La variabile *età* divide il campione in modo tale da avere il 59,6% tra i 15 e i 34 anni e il 41,4% tra i 35 e i 65 anni e più (*cf. tab. 1*). L'età media è di 32,7 anni, mentre la mediana si attesta sui 31. Suddividendo il campione in sei fasce (da 15 a 24, da 25 a 34, da 35 a 44, da 45 a 54, da 55 a 64 e da 65 anni in poi) si evidenzia in modo più

immediato la distribuzione d'età: le percentuali più alte si registrano per la fascia di età dai 25 ai 34 anni, con il 41,5%, segue la fascia dai 15 ai 24 con il 18,1% e quella dai 35 ai 44 con il 15,8%. Le percentuali diminuiscono progressivamente per la fascia di età dai 45 ai 54 con il 14,0% e, infine, per quella dai 55 ai 65 anni in poi. La forte incidenza di una classe (25–34 anni) con maggiori viaggiatori, sicuramente può essere collegata alla più ampia flessibilità –sia lavorativa che organizzativa– dei giovani, per lo più studenti.

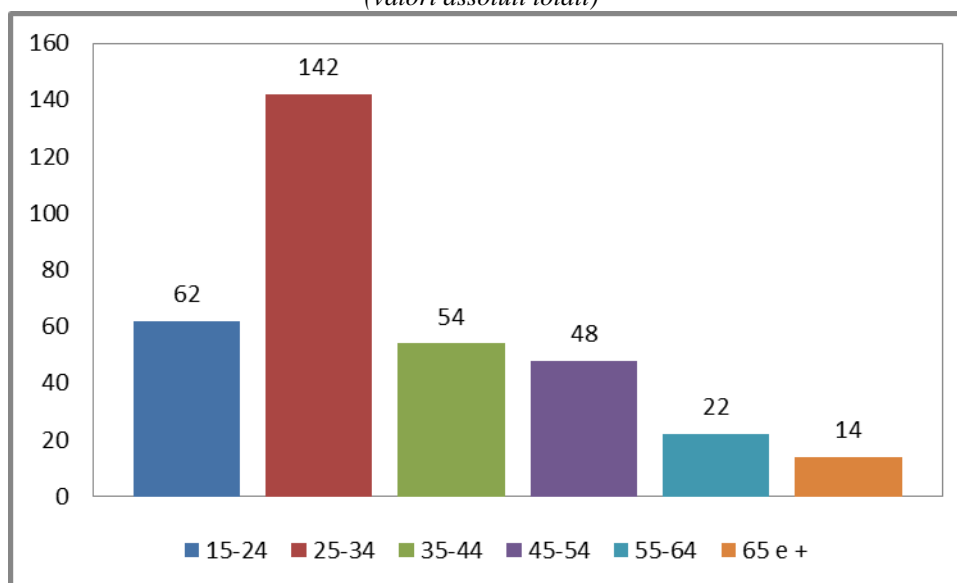
Di seguito si riportano, prima, la distribuzione generale degli intervistati per classi di età e, poi, la stessa suddivisa per genere (*cfr. graff. 2, 3 e 4*).

Tab.1.: Distribuzione degli intervistati per classi di età e per sesso
(valori assoluti e percentuali)

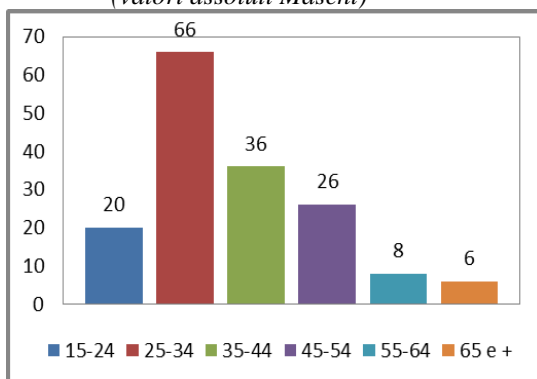
Classi di Età	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
15 - 24	20	12,3	42	23,3	62	18,1
25 - 34	66	40,7	76	42,2	142	41,5
35 - 44	36	22,2	18	10,0	54	15,8
45 - 54	26	16,0	22	12,2	48	14,0
55 - 64	8	4,9	14	7,8	22	6,4
65 e +	6	3,7	8	4,4	14	4,1
Totale	162	100,0	180	100,0	342	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

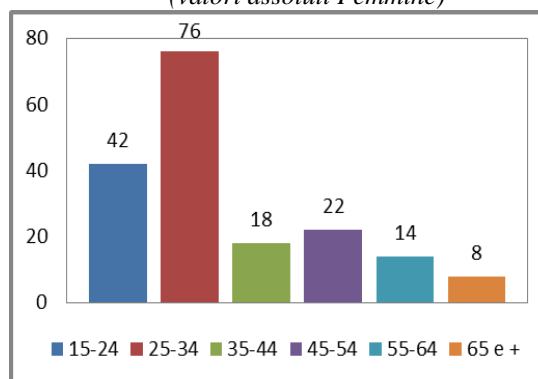
Graf.2.: Distribuzione degli intervistati per classi di età
(valori assoluti totali)



Graf. 3.: Distribuzione per classi di età.
(valori assoluti Maschi)



Graf.4.: Distribuzione per classi di età.
(valori assoluti Femmine)



Il livello di istruzione è principalmente medio-alto. Infatti, ben il 47,1% degli intervistati ha conseguito una laurea, e un altro 45,3% ha almeno il diploma di scuola superiore (45,3%). Per contro, solamente il 7,6% di tutti gli intervistati ha un'istruzione che non supera la licenza media, per lo più individuabile nelle fasce di età più alte.

D'altro canto, questi numeri non fanno altro che confermare il quadro generazionale sopra delineato: gli intervistati sono, soprattutto, giovani studenti e ex studenti universitari che da poco hanno conseguito una laurea (*cf. tab. 2*).

Tab.2.: Titolo di studio degli intervistati per sesso
(valori assoluti e percentuali)

Titolo di studio	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	Va.	%	Va.	%
Licenza Elementare	4	2,5	2	1,1	6	1,8
Licenza Media	8	4,9	12	6,7	20	5,8
Diploma Scuola Superiore	79	48,8	76	42,2	155	45,3
Laurea	71	43,8	90	50,0	161	47,1
Totale	162	100,0	180	100,0	342	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Per quanto concerne la condizione professionale, ben il 52,6% degli intervistati ha un'occupazione. Tra questi vi è un'incidenza maggiore di maschi (67%) rispetto alle femmine (38%). A questi occupati si aggiunge un altro 8,8% di lavoratori saltuari o part-time. Il 23% circa, invece, risulta composto da studenti. I pensionati sono

chiaramente pochi (5,26%), vista la scarsa presenza di intervistati *over* 65. Tra le femmine, poi, si evidenzia un 5,56% di casalinghe, che richiama indubbiamente i cambiamenti strutturali avutisi nella tarda modernità: crescente terziarizzazione e coinvolgimento della manodopera femminile (*cfr.tab.3*).

Tab.3.: La condizione professionale degli intervistati per sesso
(valori assoluti e percentuali)

Condizione professionale	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
Occupato	110	67,9	70	38,9	180	52,6
Occupazione saltuaria	10	6,2	20	11,1	30	8,8
Prima occupazione	4	2,5	12	6,7	16	4,7
Disoccupato	4	2,5	4	2,2	8	2,3
Pensionato	8	4,9	10	5,6	18	5,3
Casalinga	-	-	10	5,6	10	2,9
Studente	26	16,0	54	30,0	80	23,4
Totale	162	100,0	180	100,0	342	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Dall'analisi del campione è risultata anche una *propensione media* al viaggio, con intervistati che per un buon 45,6% effettuano non più di due viaggi all'anno, anche solamente in concomitanza delle principali ferie lavorative; altrettanti intervistati (pari al 40,4%) invece, tendono a muoversi più di due volte l'anno ma, generalmente, meno di 5; si tratterebbe in questo caso di *short break* e *short haul*. Infine, coloro che si spostano per più di cinque viaggi durante un anno sono una quota abbastanza limitata ma non trascurabile: 14,0%. Tra questi ultimi la maggioranza è rappresentata dai maschi (19,8%) mentre le femmine sono circa la metà (8,9%). Il che fa pensare che, probabilmente, i suddetti intervistati si muovano più per *business* che per *leisure* (*cfr. tab. 4*).

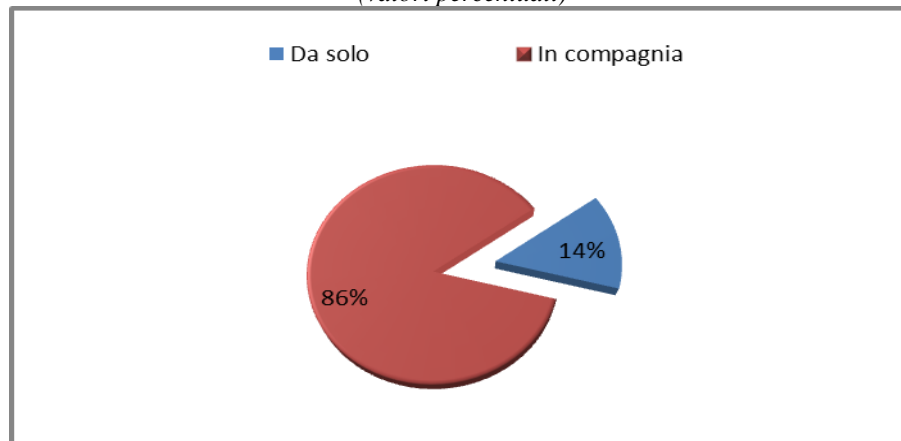
Tab.4.: Viaggi (in media) effettuati in un anno

Numero di viaggi	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
Meno di 2	68	42,0	88	48,9	156	45,6
Da 2 a 5	62	38,3	76	42,2	138	40,4
Più di 5	32	19,8	16	8,9	48	14,0
Totale	162	100,0	180	100,0	342	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Tuttavia, come mostra il grafico successivo, gran parte degli intervistati preferisce viaggiare, generalmente, in compagnia, per cui è deducibile che la maggioranza di essi intraprenda, per lo più, viaggi di piacere e non tanto di lavoro.

Graf. 5.: Generalmente con chi effettua i suoi viaggi
(valori percentuali)



5.2. I comportamenti d'acquisto e di consumo alimentare

Entrando nel merito della ricerca, lo studio ha avuto inizio indagando i comportamenti di acquisto e di consumo dei consumatori rispetto a prodotti agro-alimentari. Intenzionalmente si è voluto cominciare chiedendo agli intervistati di quali aspetti tenessero, principalmente, conto nella scelta dei loro cibi. Inoltre, è stato chiesto loro di elencare i vari aspetti in ordine decrescente di importanza in modo da rilevarne una sorta di graduatoria ottenuta attraverso i valori medi.

I dati emersi sono stati piuttosto uniformi tra maschi e femmine. Infatti, per entrambe le categorie agli ultimi tre posti sono relegati, rispettivamente, gli aspetti culturali e religiosi (10° posto), la conservabilità degli alimenti (9° posto) nonché la praticità di alcuni alimenti servizio (8° posto). Parità di posizioni si riscontrano anche rispetto alla marca (6° posto) e ai prodotti biologici (7° posto). I primi cinque aspetti di cui i rispondenti tengono conto, invece, fanno rilevare alcune differenze di genere (*cfr. tab. 5*).

Tab.5.: Gli aspetti presi in considerazione dagli intervistati nella scelta dei loro cibi
(valori medi e graduatoria)

Caratteristiche prodotti alimentari	MASCHI		FEMMINE	
	Media	Grad.	Media	Grad.
Il sapore	8,63	1°	8,53	2°
La data di scadenza	8,00	2°	8,62	1°
I benefici alla salute	7,53	3°	7,11	3°
Il prezzo	6,04	4°	5,82	5°
L'aspetto esteriore	5,56	5°	6,38	4°
Se è un prodotto biologico	4,60	7°	4,64	7°
La marca	4,91	6°	5,40	6°
Se è in accordo con i principi della mia cultura/religione	2,56	10°	2,10	10°
Deve essere a lunga conservazione	3,07	9°	2,72	9°
Deve essere pratico e pronto da	4,09	8°	3,72	8°

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

I maschi, ad esempio, valutano principalmente il sapore di un alimento e solo secondariamente la data di scadenza. Le femmine, invece, in quanto istituzionalmente massaie, badano con precisione alla scadenza di un alimento, tanto da vincolarne il successivo acquisto o consumo. Per queste ultime, infatti, l'aspetto gustativo, ovvero il sapore, diviene rilevante soltanto in un secondo momento. Dopo questi aspetti, ritenuti fondamentali, le femmine passano a considerare anche i possibili benefici alla salute (3° posto), l'aspetto esteriore (4° posto) e, quindi, il prezzo (5° posto). Per il sesso opposto, d'altro canto, appare più importante il prezzo rispetto all'aspetto esteriore registrando uno scarto di 0.48 punti sui valori medi.

In tema di aspettative legate alla tavola non vi è dubbio che il sapore, la data di scadenza e i benefici alla salute costituiscano gli elementi imprescindibili al momento del consumo di un qualche alimento (*cf. tab.6*). Nel complesso, quindi, gli intervistati, nella scelta dei cibi, sembrano ancora legati ad aspetti tradizionali anche se le scelte vengono effettuate in funzione della salute e del benessere. La data di scadenza, infatti, è riconducibile alla freschezza, alle componenti igienico-sanitarie. Così come il sapore, come attributo soggettivo, è legato alla cultura culinaria. Anche l'aspetto esteriore è ritenuto sinonimo di freschezza, di pulizia, di non alterato. I colori, la sensorialità, per quanto manipolabili, rimangono un valido punto di riferimento.

Le altre caratteristiche dei prodotti alimentari, espressione più di una certa modernità alimentare, vengono indicate in misura inferiore. Il "pronto a cuocere" e la "lunga conservazione" ricevono un'attenzione trascurabile. Al tempo stesso, anche il biologico non fa rilevare un'incidenza particolare: sembra non ancora essere entrato nella cultura degli intervistati, che, tra l'altro, si mostrano orientati più verso la marca.

All'acquisto di prodotti alimentari, visti gli innumerevoli rischi provenienti da ogni fase della filiera agro-alimentare, che risulta sempre più de-localizzata, si accompagna una certa ricerca di sicurezza tramite il controllo del Paese di provenienza. Agli intervistati è stato chiesto se al momento dell'acquisto controllano la provenienza del prodotto. Difatti, come mostra il grafico seguente circa il 43% degli intervistati effettua un controllo della provenienza degli alimenti acquistati, mentre, un altro 39% (circa) lo fa soltanto a volte (*cf. graf.6*).

Tab.6. : Al momento dell'acquisto Lei controlla il paese di provenienza?

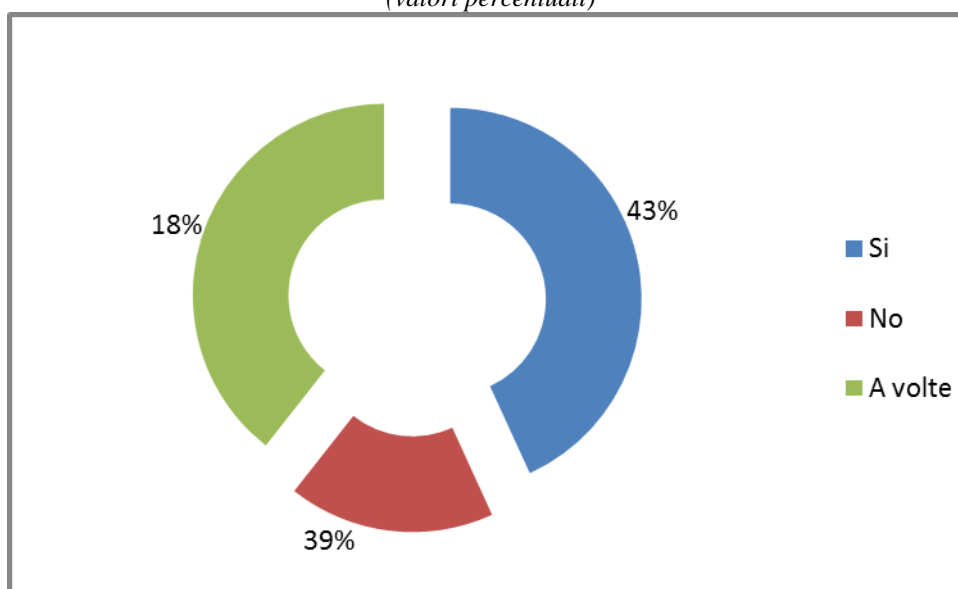
(valori assoluti e percentuali)

Risposte	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
Si	72	44,4	76	42,2	148	43,3
No	30	18,5	30	16,7	60	17,5
A volte	60	37,0	74	41,1	134	39,2
Totale	162	100,0	180	100,0	342	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Graf. 6.: Al momento dell'acquisto di un alimento, Lei controlla le indicazioni sul Paese di provenienza

(valori percentuali)



Dunque, solo una netta minoranza, il 18%, non effettua un controllo della provenienza dei suoi acquisti alimentari.

È stato, quindi, importante chiedere “quando effettua un acquisto di un prodotto alimentare, come fa ad essere sicuro della qualità e dell’igiene?” (cfr. tab. 7).

La provenienza di un alimento da sola, di certo, non può rappresentare una garanzia di qualità e sicurezza, anche se per alcuni lo è; altri potrebbero aver bisogno di ricorrere ad ulteriori indicatori di garanzia di qualità. Tuttavia, solo il 14,6% degli intervistati fa affidamento nella marca; mentre, per il 18,7% del campione è l’intuito individuale, esercitato toccando, vedendo ed odorando gli alimenti, ad eliminare ogni

ombra di dubbio. Il dato più significativo (36,3%), invece, si ricollega alla fiducia che i consumatori riversano su prodotti già provati o acquistati da negozianti conosciuti.

Certamente, nell'incerta società in cui siamo immersi, l'aver già etichettato un prodotto come qualitativamente buono e sicuro, e dunque la familiarità con un certo prodotto, può, almeno percettivamente, abbassare la soglia di rischio derivante dal consumo di quell'alimento; allo stesso modo, l'intermediazione di una figura "professionale" può rassicurare il consumatore riguardo igiene e qualità. È interessante, poi, constatare che ben il 29,8% degli intervistati ritiene impossibile essere veramente sicuri. Per quanto si voglia scegliere con oculatezza o affidarsi ai migliori canali di vendita, è veramente difficile essere certi dell'innocuità del prodotto acquistato. La complessità della filiera agroalimentare aumenta l'insicurezza alimentare.

Questo dato si inquadra perfettamente all'interno del nuovo scenario sociale in cui ci troviamo a vivere la nostra "post-modernità", dove non esistono più certezze, ma dove l'unica sicurezza sembra quella di essere insicuri. Infine, soltanto una esigua minoranza maschile (0,6%) dichiara che "non gli importa" di controllare qualità e igiene.

Tab.7.: Quando effettua un acquisto di un prodotto alimentare, come fa ad essere sicuro della qualità e dell'igiene?

(valori assoluti e percentuali)

Risposte	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
Mi fido della marca	26	16,0	24	13,3	50	14,6
Mi fido del mio intuito (aspetto, colore, tatto)	28	17,3	36	20,0	64	18,7
Compro solo prodotti che conosco e da negozianti che conosco	54	33,3	70	38,9	124	36,3
Non mi importa	2	1,2	-	-	2	0,6
Non si è mai veramente sicuri	52	32,1	50	27,8	102	29,8
Altro	-	-	-	-	-	-
Totale	162	100,0	180	100,0	342	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Agli intervistati, successivamente è stato chiesto "cosa intendono per qualità agroalimentare" dei prodotti.

Dalle risposte, evidenziabili nella tabella e nel grafico successivo, emerge che gli intervistati identificano il prodotto agroalimentare di qualità come quel prodotto che presenta principalmente requisiti di *genuinità* (30,09%) e di *sicurezza* (26,32%). È evidente che le recenti crisi, non ultimo i casi di contaminazione dal batterio *Escherichia coli* registrati in Germania, hanno fatto aumentare la richiesta di maggiore genuinità e sicurezza. La perdita della possibilità di controllo sulla provenienza delle materie prime e della composizione dei prodotti fanno associare la qualità ad un cibo *meno artefatto* oltre che sicuro. Genuinità e sicurezza vengono privilegiate a scapito, addirittura, del gusto, che come indicatore di qualità fa rilevare una percentuale decisamente più bassa.

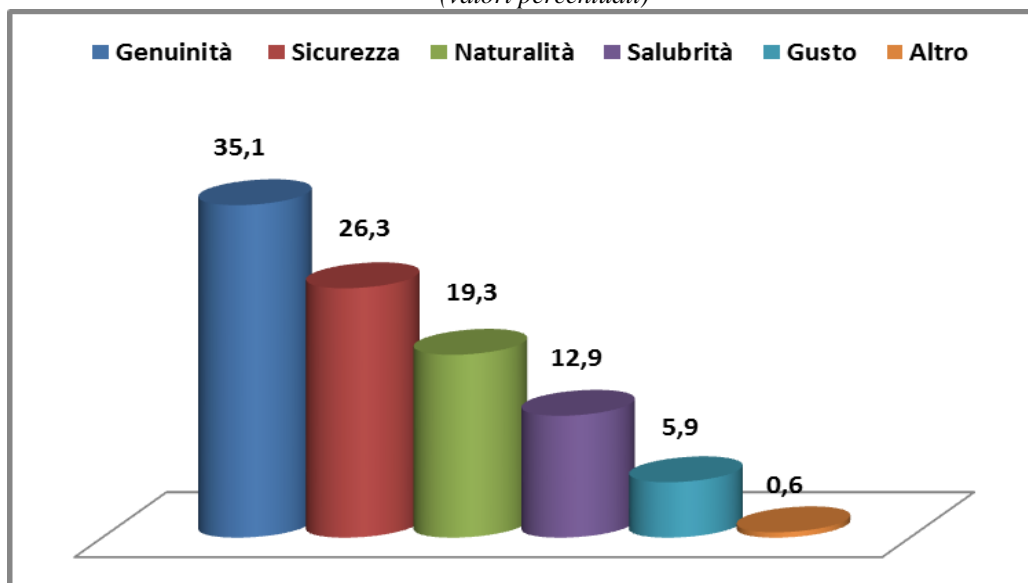
Non esistono, in questo caso, notevoli differenze di genere se non per il fatto che i maschi alla qualità agroalimentare associano prima la naturalità e solo in seguito la sicurezza. Quarto posto indiscusso spetta alla salubrità, non strettamente identificata con la qualità degli alimenti; mentre il gusto, per quanto possa essere il caratterizzante di un alimento cucinato e preparato in maniera sopraffina, non viene ricollegato alla qualità intesa, come abbiamo visto, più come qualcosa capace di ristabilire il legame uomo-natura (*cfr. tab.8 e graf.7*).

Tab.8. : Cosa significa per Lei, qualità del prodotto agroalimentare?
(valori assoluti e percentuali)

Risposte	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
Genuinità	66	40,7	54	30,0	120	35,1
Sicurezza	28	17,3	62	34,4	90	26,3
Naturalità	32	19,8	34	18,9	66	19,3
Salubrità	22	13,6	22	12,2	44	12,9
Gusto	14	8,6	6	3,3	20	5,8
Altro	-	-	2	1,1	2	0,6
Totale	162	100,0	180	100,0	342	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Graf.7.: Cosa significa per Lei, qualità del prodotto agroalimentare?
(valori percentuali)



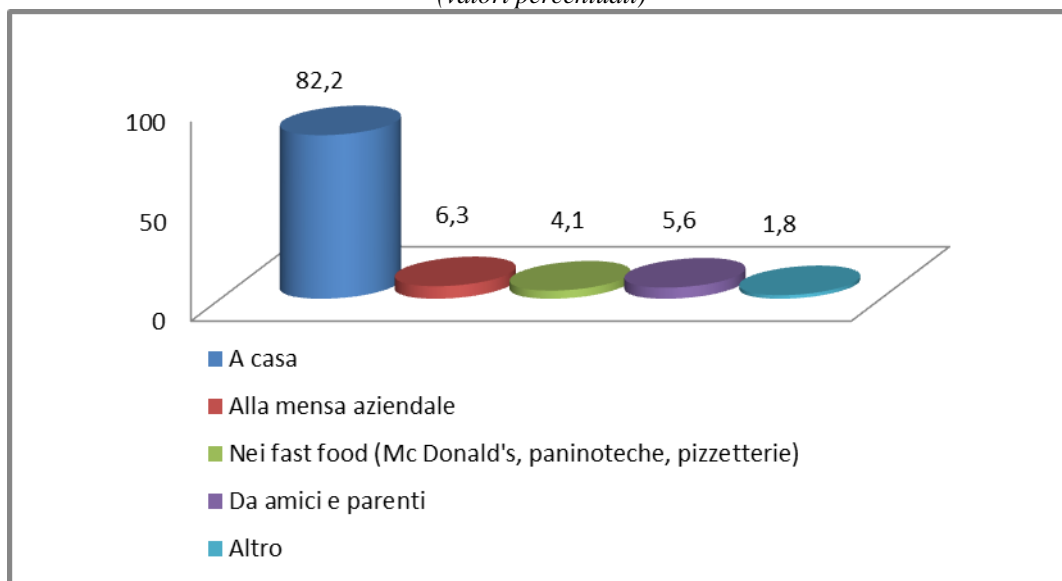
Infine, per avere un inquadramento generico degli stili di consumo alimentare relativamente al nostro campione è stato chiesto: “*dove mangia effettivamente?*”. Dalle risposte ottenute si è evinta una forte tendenza al tradizionalismo, tipico delle regioni meridionali dell’Italia. Le abitudini di consumo di gran parte degli italiani, infatti, si connotano per almeno due aspetti: lo stare a tavola ed il consumare a tavola. D’altronde, come ci ricorda Stefano Nobile:

“la tentazione della tavola di casa è più forte delle sirene della società dromologica, che ci impongono consumi veloci in luoghi anfibi, nei quali ci si offrono qualità e fretta messe al servizio degli impieghi con il lavoro o la scuola”²⁹⁴.

I dati, difatti, parlano chiaro: l’ 82,2% del campione mangia effettivamente a casa propria contro il 6,4% che consuma i pasti presso la mensa aziendale. È intuitivo, a questo punto, mettendo da parte insignificanti percentuali che richiamano i fast food ed amici e parenti, il fatto che i pasti effettuati fuori casa rappresentano un’esigenza alla quale, spesso, si è obbligati dalla frenetica vita metropolitana, che costringe impiegati ed operai a mangiare nelle mense aziendali a causa dell’eccessiva distanza tra casa e luogo di lavoro (cfr. graf. 8).

²⁹⁴ Marino D., Nobile S. (2007), *Tra il dire e il fare: atteggiamenti e comportamenti alimentari degli italiani attraverso l’indagine empirica*, in Battaglini, E., (a cura di) *Il gusto riflessivo: verso una sociologia della produzione e del consumo alimentare*, Bonanno, Roma, p. 226.

Graf. 8.: Dove mangia effettivamente
(valori percentuali)



È interessante, poi, osservare come i pasti effettuati alla mensa aziendale siano per lo più una prerogativa maschile. Infatti, tra i maschi, quelli costretti a mangiare in mensa sono il 12,3%, mentre delle femmine è soltanto l'1%. Queste ultime, però, tendono più dei maschi a mangiare a casa di parenti o amici (*cfr. tab. 9*).

Tab. 9.: Il luogo dove tendenzialmente, Lei consuma i pasti
(valori assoluti e percentuali)

Risposte	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
A casa	124	76,5	157	87,2	281	82,2
Alla mensa aziendale	20	12,3	2	1,1	22	6,4
Nei fast food (Mc Donald's, paninoteche, pizzerie)	6	3,7	8	4,4	14	4,1
Da amici e parenti	7	4,3	12	6,7	19	5,6
Altro	5	3,1	1	0,6	6	1,8
Totale	162	100,0	180	100,0	342	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

5.3. La percezione dei rischi alimentari

Questa sezione della ricerca è orientata alla rilevazione della percezione dei *rischi alimentari* da parte del turista-consumatore. Quest'ultimo, oramai, sentendosi sempre più soggetto attivo nel perseguire e mantenere il proprio benessere fisico e psicologico, attraverso l'adozione responsabile di abitudini salubri e un'attenzione costante alla prevenzione, tenta di ridurre gli eventuali rischi.

Lo studio sul rischio ha avuto inizio ponendo agli intervistati una domanda generica volta ad inquadrare il significato di rischio alimentare.

Come si evince dalla tabella 10 e dal grafico 9, gli intervistati identificano gli alimenti ad alto rischio alimentare con i *prodotti contaminati dall'azione inquinante dell'uomo*. Non si rilevano differenze significative tra i due sessi.

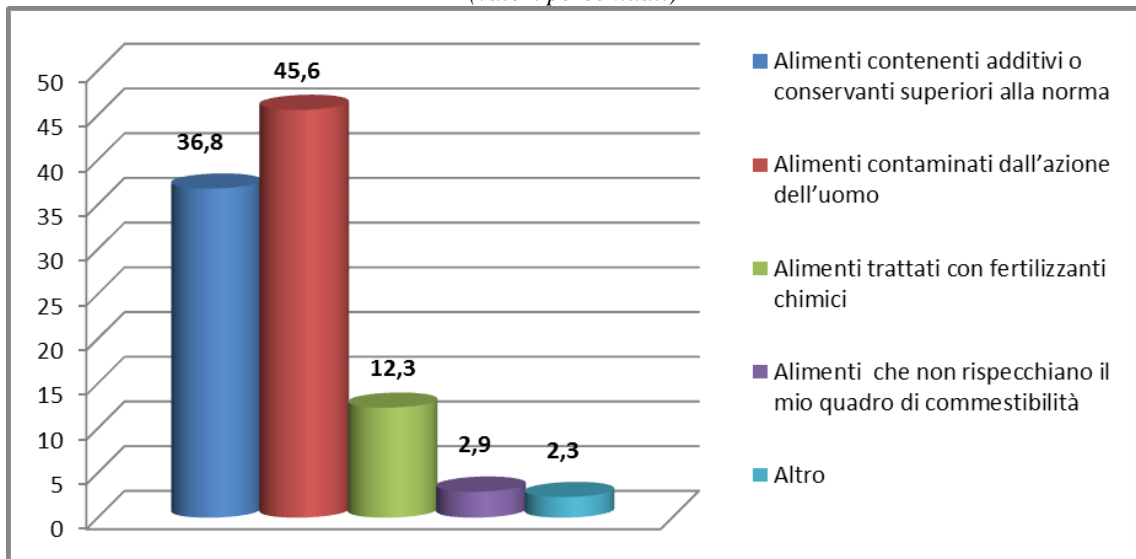
Tab.10. : Cosa intende per rischio alimentare?

(valori assoluti e percentuali)

Risposte	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
Alimenti contenenti additivi o conservanti superiori alla norma	60	37,0	66	36,7	126	36,8
Alimenti contaminati dall'azione dell'uomo	74	45,7	82	45,6	156	45,6
Alimenti trattati con fertilizzanti chimici	22	13,6	20	11,1	42	12,3
Alimenti che non rispecchiano il mio quadro di commestibilità	4	2,5	6	3,3	10	2,9
Altro	2	1,2	6	3,3	8	2,3
Totale	162	100,0	180	100,0	342	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

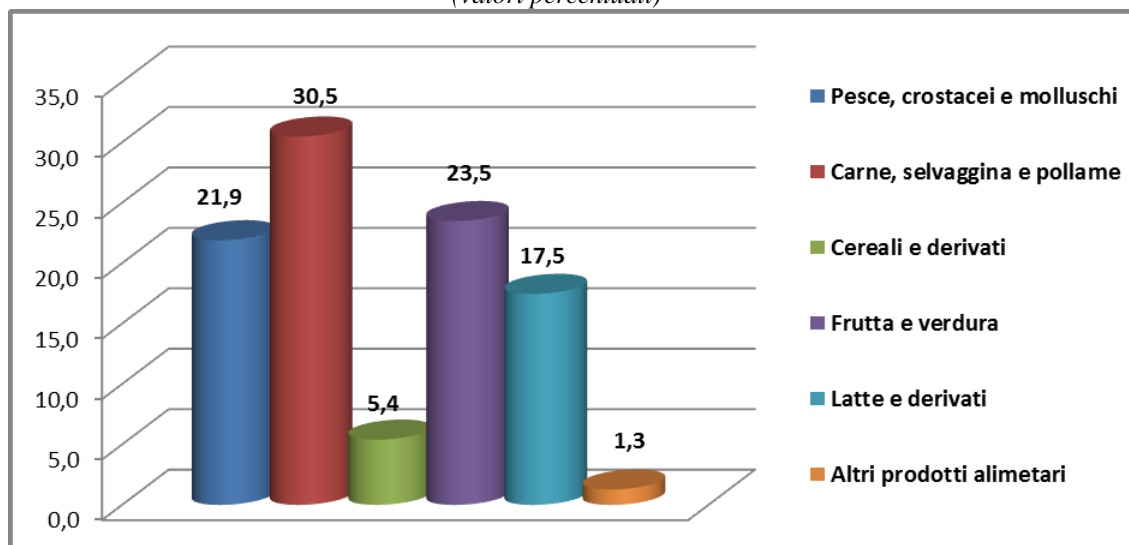
Graf.9.: Cosa intende per rischio alimentare?
(valori percentuali)



Al secondo posto si registrano gli *alimenti contenenti additivi*: crescente, infatti, è la percezione della rischiosità, per la propria salute, derivante dalla presenza di additivi magari non autorizzati o presenti in misura maggiore rispetto alla soglia tollerata dal corpo umano. Infine, risulta di gran lunga minore la preoccupazione che gli alimenti siano *contaminati da fertilizzanti chimici*. Percentuali bassissime (2,92%) di rischiosità sono riservate agli *alimenti che non rispecchiano il quadro culturale di commestibilità* degli intervistati. Infatti, per quanto possa essere angosciante consumare alimenti al di fuori dei canoni sociali e culturali di commestibilità, il rischio in se stesso è collegato ad una causa esterna rispetto all'alimento stesso.

Vi è da dire, poi, che quasi tutti i prodotti sono percepiti come alimenti a rischio (carne e pesce, ma anche frutta ed ortaggi e latticini), mentre è molto bassa (5,40%) la percezione sulla rischiosità dei cereali e dei loro derivati (*cf. graf. 10*).

Graf. 10.: Quali sono, secondo lei, i prodotti maggiormente soggetti a rischio alimentare?
(valori percentuali)



Probabilmente, le risposte si sono concentrate con una leggera incidenza in più su prodotti quali carni, pollame e selvaggina a causa della lunga lista di crisi di questi ultimi anni riguardo la mucca pazza, l'influenza aviaria, l'influenza suina, le uova alla salmonella ecc. Questi allarmanti casi hanno, in un certo senso, sensibilizzato le grandi masse facendo considerare proprio tale categoria di alimenti come quella maggiormente esposta a rischio.

Particolarmente interessanti, per le problematiche che pongono, sono le risposte inerenti la domanda sulla percezione riscontrata nei riguardi del rischio alimentare, relativamente all'ambiente in cui l'intervistato vive e lavora.

Le risposte sono preoccupanti, visto anche il fatto che il campione è composto per lo più da turisti campani in *outgoing*. Infatti, il 37,7%, sostiene che vi è un *interesse assai generico e discontinuo*, che aumenta, di volta in volta, in circostanze di allarmi da parte degli organi di comunicazione. Se, poi, a questa percentuale viene aggiunta quella relativa agli intervistati che dichiarano che nel proprio ambiente il rischio "è *trascurato, può interessare solo marginalmente*" (28,7%) e quelle relativa a chi risponde che "viene *totalmente ignorato*" (4,7%), non si può non constatare che il 70% circa del campione ritiene che nell'ambiente in cui vive vi è una percezione medio-bassa del rischio alimentare. Tuttavia, come mostra la tabella 13, per il 24,9% degli intervistati vi è una

buona sensibilizzazione e consapevolezza di tale problema, mentre soltanto il 4% ha ritenuto che ci fosse una attenta e lucida focalizzazione sull'argomento.

Tab.11.: Nell'ambiente in cui lei vive, quanto viene percepito il rischio alimentare?

(valori assoluti e percentuali)

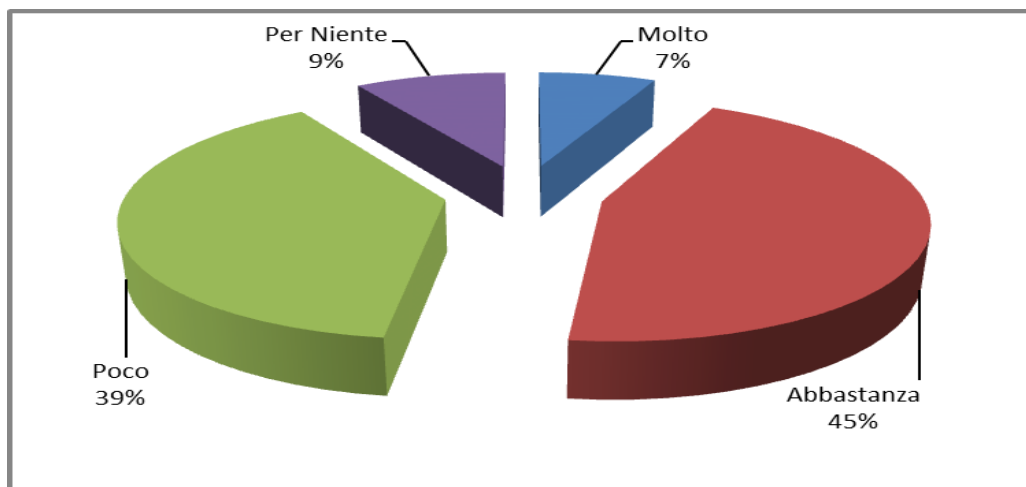
Risposte	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
Viene totalmente ignorato	12	7,4	4	2,2	16	4,7
E' trascurato, può interessare solo marginalmente	34	21,0	64	35,6	98	28,7
C'è interesse assai generico e	68	42,0	61	33,9	129	37,7
Buona sensibilizzazione e consapevolezza di tale realtà	42	25,9	43	23,9	85	24,9
Attenta e lucida focalizzazione, conoscenza ed interesse specifico	6	3,7	8	4,4	14	4,1
Totale	162	100,0	180	100,0	342	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Nella valutazione del grado di esposizione individuale al rischio alimentare, le cose cambiano di molto. Invero, quando è stato chiesto agli intervistati se nella quotidianità alimentare essi si sentono a rischio, le frequenze più numerose sono state quelle relative alla risposta “abbastanza” (45% del totale), mentre il 6% ha dichiarato di sentirsi “molto” a rischio. In ogni caso, vi è un abbondante 33% che si sente “poco” esposto al rischio alimentare, nella propria quotidianità e un altro 9% che risponde “per niente”(cfr. graf. 11).

Dal confronto dei dati della tabelle 10 e del grafico 11 si rileva che l'intervistato tende a valutare il rischio alimentare più come un rischio *personale* e *subito* che come *collettivo* e *condiviso*. I dati evincono, altresì, che il rischio alimentare comincia ad entrare nella percezione degli individui. Ovviamente tale percezione si amplifica di molto nei casi di allarme alimentare.

Graf.11.: Lei personalmente, nella sua quotidianità alimentare, si sente a rischio?
(valori percentuali)



Dopo aver soffermato la nostra attenzione sulla percezione dei rischi, si è proposto agli intervistati di calarsi in una situazione ipotetica ma reale che permettesse, quindi, di valutare la risposta al rischio. È stato chiesto, infatti, di pensare alla possibile reazione che si avrebbe considerando la possibilità di trovarsi in una situazione di rischio. Di fronte ad una tale evenienza, le preoccupazioni dei vari intervistati sono per lo più medio/alte; il 24% del campione totale ha dichiarato che di fronte ad una situazione di rischio alimentare reagirebbe con “media preoccupazione” ma, un buon 30% risponderebbe con “molta preoccupazione”, mentre il 14% circa con una “preoccupazione discreta” (*cfr. tab. 12*). La quota percentuale più bassa (9,6%), poi, appartiene a coloro che non si lascerebbero trasportare da uno “stato di preoccupazione elevato” ma, anzi, a soggetti più tranquilli la cui quota di preoccupazione si attesterebbe su livelli minimi.

Tab. 12.: - Reazione rispetto alla possibilità di trovarsi in una situazione di rischio alimentare

(valori assoluti e percentuali)

Grado di reazione al probabile verificarsi dell'evento	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
In nessun modo se deve accadere, capita e basta	13	8,0	17	9,4	30	8,8
Con preoccupazione minima	11	6,8	22	12,2	33	9,6
Con media preoccupazione	54	33,3	28	15,6	82	24,0
Con discreta preoccupazione	16	9,9	32	17,8	48	14,0
Con molta preoccupazione	42	25,9	62	34,4	104	30,4
Reagirò a seconda dello stato d'animo del momento	26	16,0	19	10,6	45	13,2
Totale	162	100,0	180	100,0	342	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Una parte degli intervistati (13,2%) non riesce, invece, ad immaginare la propria reazione di fronte al manifestarsi di un rischio alimentare, sostenendo di reagire in base allo stato d'animo del momento. Li definiremmo, per questo, il gruppo degli "indecisi". Interessante appare, anche, la consistenza dei presunti "fatalisti": circa 8,8% ha, infatti, risposto che la possibilità di trovarsi in una situazione di rischio non rappresenta per loro una causa di ansie e di preoccupazioni dal momento che "se una cosa deve accadere, capita e basta".

Tenendo anche conto della variabile sesso, si può osservare che gran parte dei maschi dà segnali di una media preoccupazione; al tempo stesso, i maschi più delle femmine rispondono di non riuscire a prevedere la propria possibile reazione e di reagire in base allo stato d'animo del momento. Al contrario, sono soprattutto le femmine a presentare livelli di preoccupazione più elevati.

Agli intervistati che hanno espresso un certo livello di preoccupazione è stato chiesto di precisare meglio per *chi* o per *cosa* sarebbero preoccupati alla probabilità del verificarsi del rischio, con riferimento sia ad una situazione *immediata* che *futura*. Al tempo stesso, è stato chiesto loro di ordinare le risposte in ordine decrescente di importanza, in modo da rilevarne le medie e stilare una graduatoria. Dalle priorità registrate, dalle dichiarazioni degli intervistati, è opportuno rilevare che le preoccupazioni per la propria incolumità e per quella dei propri familiari e amici hanno una precedenza assoluta rispetto a tutto il resto. Per le femmine, i valori medi registrati, si sono avvicinati moltissimo ai due punti su tre (*cfr. tab. 13*).

Tab.13.: Per chi o cosa è preoccupato?*((In ordine decrescente di importanza, valori medi da 1 a 3))*

Preoccupazioni rispetto a.	Nell'Immediato (a)		In Futuro (b)		Variazioni (a - b)	
	Maschi	Femmine	Maschi	Femmine	Maschi	Femmine
Incolunità propria	1.86	1.94	1.75	1.83	- 0.11	- 0.11
Incolunità dei familiari e amici	1.52	1.50	1.49	1.43	- 0.03	- 0.07
Di tutta la comunità	1.06	1.22	1.20	1.33	+ 0.14	+ 0.11

Appare evidente, dunque, come il rischio alimentare sia percepito come qualcosa di strettamente *individuale*, nel senso che, prima di causare un danno alla collettività viene subito dal singolo, dall'individuo. È forse proprio in questo ambito che si può constatare come il rischio alimentare sia fortemente collegato al processo dell'incorporazione che accompagna il consumo. Proprio l'incorporazione, infatti, permette di collegare la parte più intima del sé con il mondo esterno, utilizzando, appunto, il cibo quale vettore. Dunque sembra scontato che da un procedimento così duale fuoriesca una maggiore preoccupazione per se stessi rispetto a quella per gli altri e per la comunità. Non si tratta di un atteggiamento egoistico, ma di un comportamento dettato dalla risonanza che le incertezze e i timori sul cibo hanno sulle incertezze presenti e future degli stessi consumatori.

Per quanto riguarda le differenze per *l'immediato* e per il *futuro* la graduatoria rimane immutata. Tuttavia, si rilevano delle variazioni nei valori medi in aumento verso la preoccupazione nei confronti di *tutta la comunità*. Nella percezione degli intervistati, quindi, il rischio alimentare, nel tempo, diventerà non più solo una questione personale ma investirà l'intera collettività.

Dopo aver individuato in che modo gli intervistati percepiscono il rischio alimentare si è pensato di rilevare, per contro, che cosa essi stessi intendessero per *sana alimentazione*.

Tab. 14.: Cosa significa per lei l'espressione "una sana alimentazione"?*(valori percentuali su valori assoluti totali = 342)*

Risposte	Grado di accordo				
	Pienam	Abbas	Poco	Nulla	Totale
	V.a.	v.a.	V.a.	v.a.	V.a.
Mangiare frutta e legumi	65,50	28,07	4,68	1,75	100,00
Mangiare nei fast-food	1,75	1,75	16,96	79,53	100,00
Mangiare prodotti dolci	20,47	30,41	28,65	20,47	100,00
Consumare prodotti leggeri	30,99	49,71	14,62	4,68	100,00
Non mangiare troppo	36,26	51,46	9,94	2,34	100,00
Mangiare sandwiches	25,73	23,39	20,47	30,41	100,00
Mangiare variato	61,40	32,75	2,92	2,92	100,00
Fare tre pasti al giorno	34,50	42,69	18,13	4,68	100,00

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Tab.15 .: Cosa significa per Lei l'espressione "una sana alimentazione"?*(valori percentuali Maschi)*

Risposte	Grado di accordo				
	Pienam	Abbas	Poco	Nulla	Totale
	V.a.	v.a.	V.a.	v.a.	V.a.
Mangiare frutta e legumi	55,56	34,57	6,17	3,70	100,00
Mangiare nei fast-food	1,23	2,47	14,81	81,48	100,00
Mangiare prodotti dolci	-	6,17	50,62	43,21	100,00
Consumare prodotti leggeri	24,69	49,38	20,99	4,94	100,00
Non mangiare troppo	29,63	54,32	12,35	3,70	100,00
Mangiare sandwiches	54,32	38,27	6,17	1,23	100,00
Mangiare variato	51,85	37,04	6,17	4,94	100,00
Fare tre pasti al giorno	29,63	41,98	19,75	8,64	100,00

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Tab.16 .: Cosa significa per Lei l'espressione "una sana alimentazione"?*(valori percentuali Femmine)*

Risposte	Grado di accordo				
	Pienam	Abbas	Poco	Nulla	Totale
	V.a.	v.a.	V.a.	v.a.	V.a.
Mangiare frutta e legumi	74,44	22,22	3,33	-	100,00
Mangiare nei fast-food	2,22	1,11	18,89	77,78	100,00
Mangiare prodotti dolci	38,89	52,22	8,89	-	100,00
Consumare prodotti leggeri	36,67	50,00	8,89	4,44	100,00
Non mangiare troppo	42,22	48,89	7,78	1,11	100,00
Mangiare sandwiches	-	10,00	33,33	56,67	100,00
Mangiare variato	70,00	28,89	-	1,11	100,00
Fare tre pasti al giorno	38,89	43,33	16,67	1,11	100,00

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

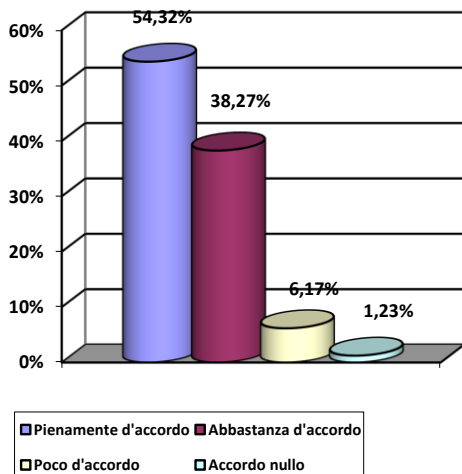
Empiricamente (*cfr. tabb. 14, 15 e 16*) è emerso che, senza ombra di dubbio, i principi di una sana e corretta alimentazione possono cominciare ad elencarsi partendo da: “mangiare frutta e verdura” (65,50%) come pure “mangiare variato” (61,40%). Abbastanza importante sembra anche consumare prodotti leggeri, non mangiare troppo e fare tre pasti al giorno. Quest’ultima affermazione si ricollega al tradizionalismo di cui abbiamo fatto un accenno, tipico di una realtà fortemente ancorata alle abitudini e alle tradizioni, come quella sud-italiana.

Al contrario, nessun dubbio nel collocare i fast-food come esercizi ristoratori che vendono cibi, per antonomasia non sani (79,53%). Dunque, sebbene cibarsi sporadicamente al fast-food non rappresenti un rischio per la salute, un'alimentazione composta così come previsto dai menu di questi ristoranti è di norma notevolmente squilibrata.

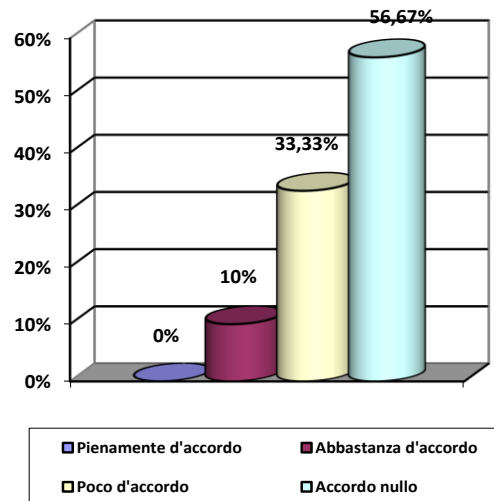
Considerando la distribuzione dei valori percentuali totali si potrebbe rilevare una certa indecisione degli intervistati rispetto alla pratica di “mangiare sandwiches” e a quella di “mangiare prodotti dolci”. Infatti, rispetto a queste affermazioni non emerge nessuna percentuale di rilievo. Tuttavia, se si va a leggere nel dettaglio, considerando separatamente i maschi dalle femmine, ci si accorge che la sostanza cambia considerevolmente. Riguardo i sandwiches, le femmine appaiono molto convinte, che questi appartengono ad una tipologia di alimentazione non proprio salutare (56,67). Il 54,32% dei maschi, invece, è pienamente d’accordo nel considerare il sandwich come un pasto sano. Di certo, se preparato con prodotti adeguati, il sandwich può rappresentare, per questi maschi, la variante di un pasto qualsiasi che permetta, allo stesso tempo, di risparmiare, non tanto qualitativamente sulla salubrità del piatto, ma in termini di tempo sulla preparazione. Il panino, insomma, rappresenta per la categoria maschile l’incarnazione dell’alimento-servizio preparato, però, senza l’intermediazione dell’industria ma piuttosto con le proprie mani (*cfr. graff. 12 e 13*).

Graff. 12 e 13.: Mangiare sandwiches è sano?

(Maschi, valori percentuali)



(femmine, valori percentuali)

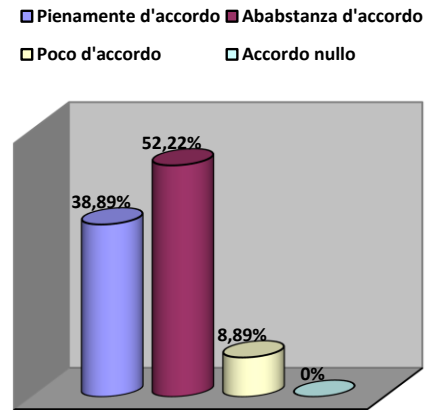
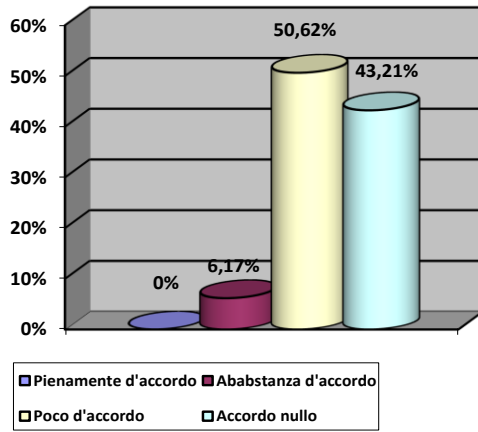


Nei riguardi dei prodotti dolci, viceversa, sono i maschi ad avere una scarsa considerazione di questi alimenti quali prodotti salutari: nessun uomo ha manifestato una piena aderenza nel considerare i dolci come connessi ad una sana alimentazione mentre, ben il 43,21% di essi ha palesato un totale disaccordo. Tra le femmine, invece, poche hanno espresso un grado di accordo basso ma la stragrande maggioranza di esse (91% circa cumulando accordo pieno e abbastanza) sembra non considerare i prodotti dolci come non sani per l'alimentazione. Probabilmente, questo dato è fortemente viziato da una preferenza intrinseca nelle femmine per i cibi dolci. Il dolce, invero, richiama l'identità femminile che storicamente si accompagna all'arrendersi alle tentazioni; d'altronde, poi, le cose dolci e piene di zucchero, le torte piene di decori e ornamenti carini non sono altro che il dominio della femminilità (*cfr. graff. 14 e 15*).

Graff. 14 e 15.: Mangiare prodotti dolci è sano?

(Maschi, valori percentuali)

(Femmine, valori percentuali)



CAPITOLO VI: L'ESPERIENZA TURISTICA E IL RAPPORTO CON IL RISCHIO ALIMETARE

§ 6.1. Il comportamento turistico - § 6.2. Il comportamento nelle situazioni a rischio alimentare - § 6.3. Il bisogno di informazione e il ruolo della comunicazione.

6.1. Il comportamento turistico

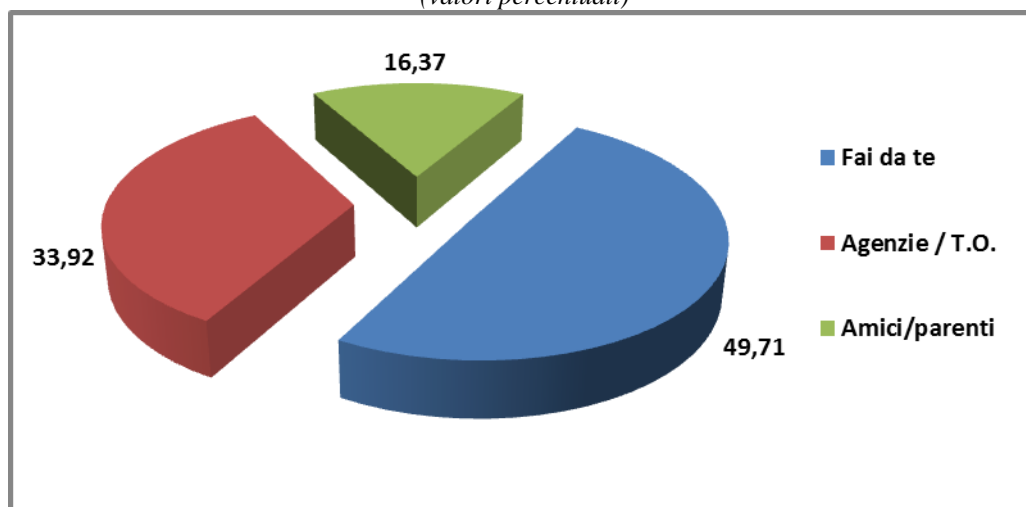
Si è visto, precedentemente, che il campione in analisi è composto da individui che mediamente non effettuano più di 5 viaggi all'anno e che preferiscono, in genere, viaggiare in compagnia piuttosto che da soli, salvo i casi di necessità lavorative. Per capire la tendenza a "fare turismo" degli intervistati e le loro abitudini alimentari, si è voluto indagare maggiormente sulle loro consuetudini turistiche.

Dall'indagine è emerso che circa il 50% del campione è formato da turisti *fai da te* con una piccola incidenza in più dei maschi rispetto alle femmine. Si tratta, perciò, di individui autonomi, con un certo grado di dimestichezza con i viaggi e di confidenza con i sistemi di prenotazione *on line*, che preferiscono auto-organizzarsi, spesso, inseguendo la logica del last minute. Si riscontra, poi, un 16,37% del campione che dichiara di far organizzare i propri viaggi ad amici e parenti. Con ogni probabilità, una significativa quota di questi apparterrà ad una bassa fascia di età, per la quale, sono per lo più i genitori a scegliere le loro vacanze.

Tuttavia, a questi soggetti, si affiancano un'altra parte di intervistati che, invece, si affida a professionisti: agenzie di viaggio e tour operator. Si tratta, in questo caso, di turisti meno esperti nell'organizzarsi autonomamente il viaggio, che avvertono maggiormente il bisogno di essere assicurati ed assistiti e supportati nelle loro scelte da un operatore professionale. Il grafico seguente visualizza meglio il quadro della situazione.

Graf.16.: Chi organizza i suoi viaggi in genere?

(valori percentuali)



La maggioranza delle persone (67,2%) che si rivolge ad agenzie e tour operator (totale=116 intervistati) ritiene che l'intermediario sia, effettivamente, un professionista competente e specializzato, capace di consigliare i propri clienti anche sui prodotti alimentari da consumare durante il viaggio (*cfr. tab. 17*).

Tab.17.: Per chi ha risposto "Agenzia di viaggi/tour operator" alla domanda precedente, ritiene che il professionista a cui si rivolge possa consigliarla anche sui prodotti alimentari che andrà a consumare?

(Totale intervistati = 116)

Risposte	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
Si	28	53,8	50	78,1	78	67,2
No	20	38,5	14	21,9	34	29,3
Non so	4	7,7	-	-	4	3,4
Totale	52	100,0	64	100,0	116	100,0

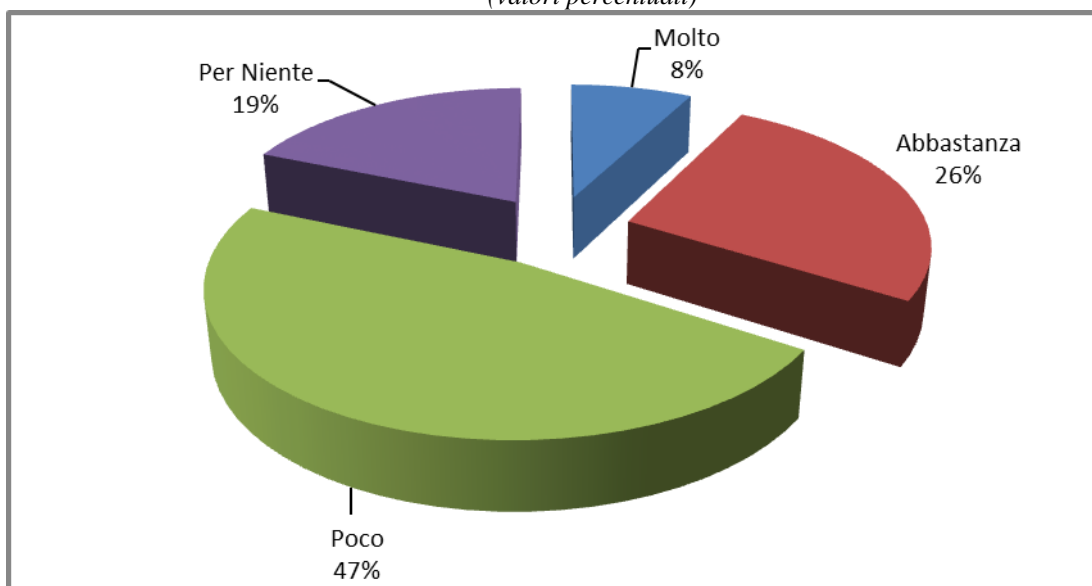
Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Chiaramente, il totale affidamento ad un terzo soggetto permette ai vari turisti non solo di assicurarsi, ma anche di deresponsabilizzarsi. Questo può essere interpretato, anche alla luce della nostra seconda ipotesi operativa, come un forte segnale di ricerca di alcuni "riduttori di rischio". Dopotutto, per un buon 34% del campione la variabile alimentazione è "abbastanza" o "molto" influente nella scelta della vacanza (*cfr. graf. 17*). È logico, dunque, che questi soggetti tendano a ricercare

più sicurezze sul fronte alimentare, informandosi anche dai propri rivenditori. Al contrario, la restante parte del campione dichiara che l'alimentazione non è una variabile determinante nella scelta della vacanza o, lo è minimamente, essendo lo spostamento turistico solo di pochi giorni.

Graf. 17.: Quanto incide la variabile “alimentazione” nella scelta della sua vacanza?

(valori percentuali)



Per valutare il grado di *neofilia* degli intervistati, in relazione all'alimentazione all'estero, è stato loro “cosa mangiano quando si trovano in vacanza all'estero”.

Tab. 18.:Quando è in vacanza all'estero, cosa mangia?

(valori assoluti e percentuali)

Risposte	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
Quello che <i>mangiano gli autoctoni</i> , mi piace integrarmi con la cultura del posto, anche se si tratta di assaggiare prodotti distanti dalla mia cultura (cani, rospi, cavallette ecc.)	19	11,7	17	9,4	36	10,5
<i>Assaggio i principali piatti tipici</i> , ma solo se vicini alla mia cultura.	58	35,8	83	46,1	141	41,2
Cerco un <i>ristorante italiano</i> , mi piace sentirmi a casa.	46	28,4	26	14,4	72	21,1
Quello che <i>mi propongono nel pacchetto</i> , voglio essere senza pensieri.	16	9,9	35	19,4	51	14,9
<i>Quello che capita</i> , non dedico molto tempo al cibo.	23	14,2	19	10,6	42	12,3
Totale	162	100,0	180	100,0	342	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

La disamina delle risposte ha permesso di suddividere il campione in vari gruppi, tenendo conto dei vari profili alimentari dei turisti appartenenti al nostro campione.

Dal raggruppamento si otterrebbero 5 gruppi che abbiamo definito nel modo che segue:

I *Temerari*: in vacanza si immergono totalmente nella vita e nella cultura del posto; sono avventurosi, desiderosi di conoscere nuove pietanze, di testare qualcosa di diverso, sono più inclini ai processi di creolizzazione, di metissage. Sono propensi al rischio e all'avventura, cercano un'esperienza turistica lontana dal quotidiano e in campo alimentare assumono come riferimento temporaneo il modello alimentare degli autoctoni.

I *Ponderati*: sono persone a cui non piace la monotonia; amano mangiare di tutto, entrare in contatto con la cultura del posto e provare i principali piatti tipici, ma in modo ragionato. Non rompono i legami con la propria tradizione, e consumano i piatti del posto solo se vicini alla propria cultura. Ricercano, nella loro pratica turistica, l'esperienza enogastronomica per avvicinarsi alla vita e alle tradizioni del posto senza, però, perdere di vista la propria cultura di provenienza.

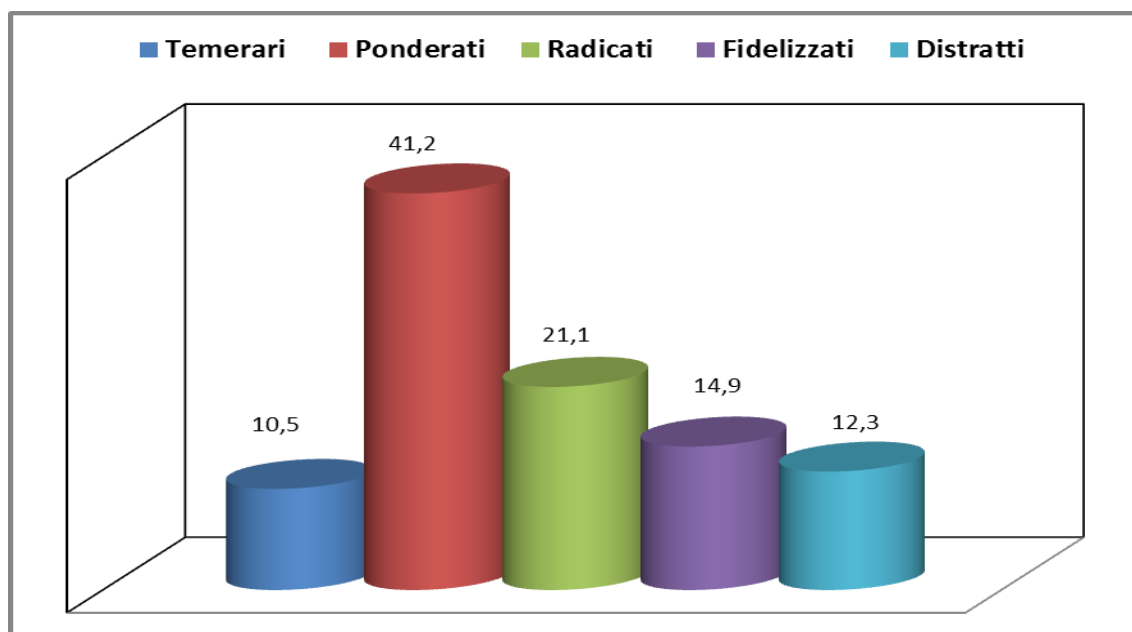
I *Radicati*: abitudinari, conservatori e poco tesi alle novità, privilegiano esperienze turistiche che riproducano situazioni simili a quelle quotidiane; non rinuncerebbero mai a mangiare italiano, affidandosi totalmente alla qualità degli alimenti tipici della tavola italiana.

I *Fidelizzati*: per loro la vacanza è assoluto relax, ricercano tranquillità ma anche sicurezza; si affidano alla capacità dell'organizzatore del viaggio di selezione dell'assortimento per poter fruire del loro tempo di vacanza ed essere "senza pensieri".

I *Distratti*: decidono tutto all'ultimo momento in base alle circostanze e allo stato d'animo del momento; per loro la vacanza va vissuta attimo dopo attimo come pure l'alimentazione. In ogni caso il cibo non rappresenta il pensiero principale.

Osservando il grafico 18 si può facilmente notare come la categoria più frequente tra gli intervistati sia quella dei *ponderati*.

Graf. 18.: Distribuzione percentuale delle scelte alimentari all'estero
(valori percentuali)



Il dato permette di dedurre che, probabilmente, per quanto i turisti si spingano ad assaggiare i principali piatti tipici del posto per realizzare un'esperienza turistica di stampo olistico, essi non si spingono mai verso il vero disgusto, mai verso qualcosa che non sia "commestibile per noi". Il "diverso" rappresenta, quindi, un vero e proprio deterrente per numerosi individui, il limite superato il quale sorgono ansie e preoccupazioni. Allora, rimanere in un ambito di classificazione già conosciuto, quale quello della propria cultura di riferimento, rappresenta per molti soggetti un efficace riduttore di rischio.

La presenza, invece, di una buona quota di *temerari* potremmo in parte collegarla alla presenza, nel nostro nucleo campionario, di un certo numero di fatalisti. Se, infatti, per questi soggetti risulta importante il semplice verificarsi degli eventi, essi si lasceranno trasportare dalla curiosità e mangeranno come se fossero personaggi del posto, senza timori e senza insicurezze, persuadendosi del fatto che se qualcosa è stato prescritto dal destino, accadrà e basta.

I *radicati*, i *fidelizzati* ed i *distratti* sono rappresentati dal campione attraverso percentuali praticamente paritarie. Essi sembrano, nel complesso, incarnare il generico turista psicocentrico delineato da Plog non desiderando interagire con gli abitanti del posto anche per quanto riguarda l'alimentazione.

Alla domanda posta ai nostri intervistati “dove mangia prevalentemente?” il campione appare diviso in due metà: quella che consuma principalmente i pasti della giornata all’interno della struttura di riferimento (53,22%) e coloro che, di contro, li consumano fuori (46,78%).

Tab.19 .:In vacanza dove consuma i pasti della giornata?

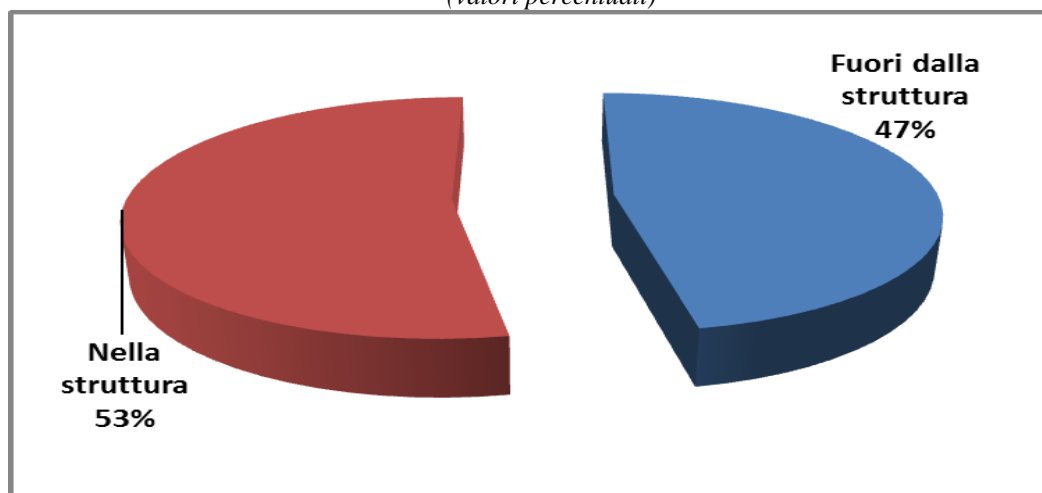
(valori assoluti e percentuali)

Risposte	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
a. Prevalentemente nella struttura di riferimento	84	51,85	98	54,44	182	53,22
b. Prevalentemente fuori dalla struttura di riferimento	78	48,15	82	45,56	160	46,78
Totale	162	100,00	180	100,00	342	100,00

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Graf. 19.: In vacanza, dove consuma i pasti della giornata?

(valori percentuali)



La maggioranza di coloro che mangia all’interno delle strutture turistiche di riferimento lo fa, da un lato, per comodità ma, poi, perché si sente più a sicuro. Nelle strutture turistiche, infatti, si viene a creare una sorta di *bolla ambientale*, grazie alla quale il turista si sente più protetto e meno esposto ai problemi. L’essere poi, in una struttura competente, accreditata da autorità specifiche, magari suggerita dal proprio venditore o da un amico, comporta sicuramente una maggiore sicurezza, quanto meno psicologica, che copre anche la sfera dell’alimentazione. Sarebbe, dunque, la

situazione ideale per i *fidelizzati* ed i *distratti* di cui abbiamo parlato (cfr. tab. 20 e graf. 20)

Tab.20. : Se consuma prevalentemente nella struttura di riferimento, perché?

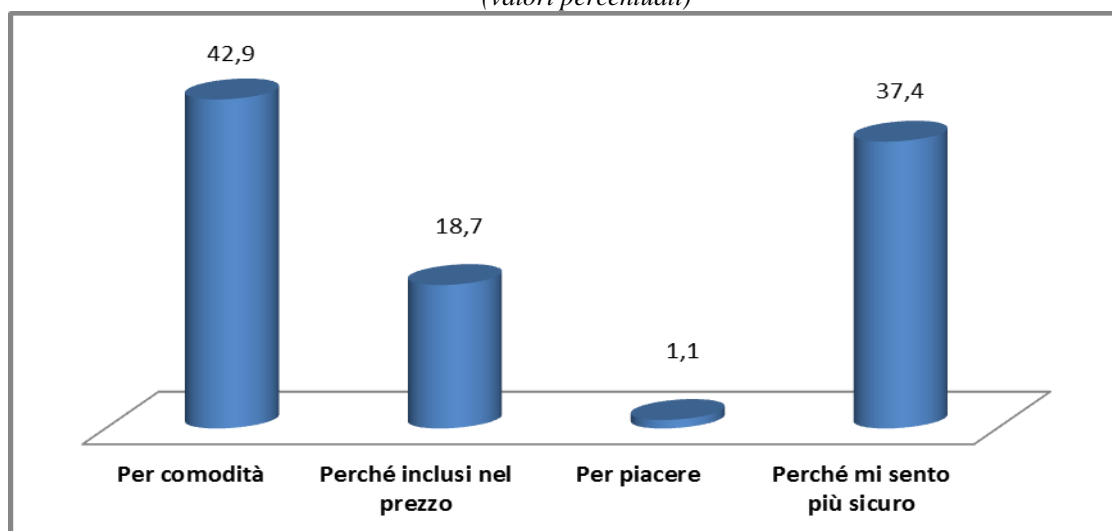
(valori assoluti e percentuali)

Risposte	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
Per comodità	46	54,76	32	32,65	78	42,86
Perché inclusi nel prezzo	8	9,52	26	26,53	34	18,68
Per piacere	2	2,38	-	-	2	1,10
Perché mi sento più sicuro	28	33,33	40	40,82	68	37,36
Altro	-	-	-	-	-	-
Totale	84	100,0	98	100,0	182	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Graf.20.: Motivazioni al consumo alimentare presso la struttura di riferimento

(valori percentuali)



Nell’ottica di coloro che, invece, non utilizzano la struttura turistica di riferimento per consumare i principali pasti della giornata, la motivazione di tale scelta appare molto semplice: “provare i ristoranti locali”. Chiaramente, mangiando fuori la struttura, si stabilisce un rapporto con la popolazione del posto autentico, non mediato da una bolla ambientale. Il turista riscopre, soltanto fuori dai luoghi creati appositamente per lui, l’autenticità del confronto con gli altri, del conoscere nuove culture e soddisfa il proprio bisogno di curiosità, di varietà e di socializzazione, in un luogo non artificiale. Tale situazione, difatti, sarebbe palesemente preferita dai *temerari*,

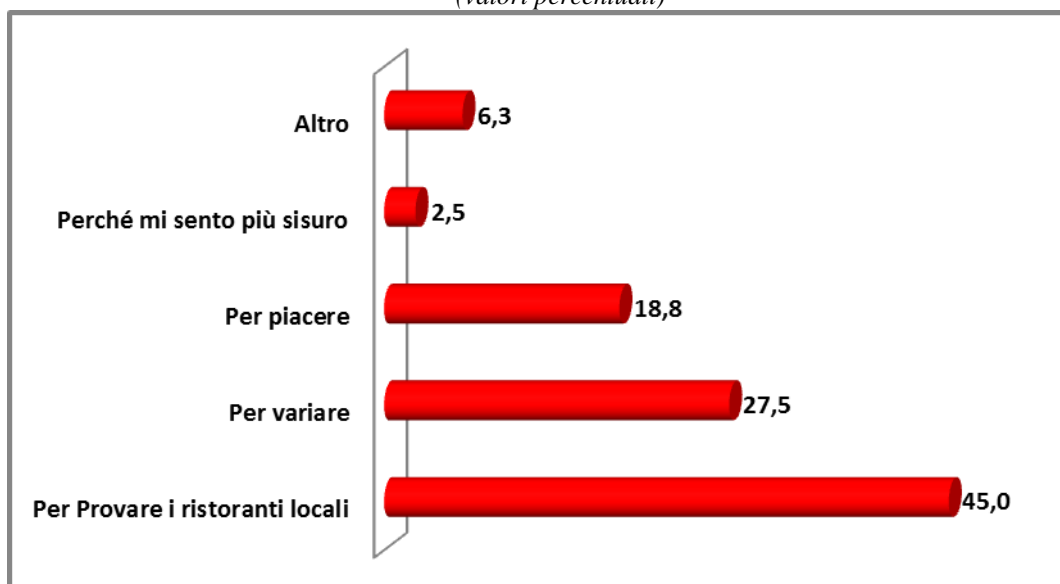
ma anche dai *ponderati*. Chiaramente, mangiando fuori, in un luogo diverso da quello quotidiano, il rischio alimentare potrebbe essere avvertito come più incombente. Di fatti, soltanto il 2,5% del nostro campione si sente effettivamente più sicuro mangiando fuori dalla struttura turistica piuttosto che dentro (*cfr.tab. 21 e graf. 21*).

Tab.21. : Se consuma prevalentemente fuori dalla struttura di riferimento, perché?
(valori assoluti e percentuali)

Risposte	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
Per provare i ristoranti locali	42	53,85	30	36,59	72	45,00
Per variare	14	17,95	30	36,59	44	27,50
Per piacere	16	20,51	14	17,07	30	18,75
Perché mi sento più sicuro	2	2,56	2	2,44	4	2,50
Altro	4	5,13	6	7,32	10	6,25
Totale	78	100,0	82	100,0	160	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Graf. 21.: Motivazioni al consumo alimentare fuori dalla struttura di riferimento
(valori percentuali)



6.2. Il comportamento nelle situazioni a rischio alimentare

In ogni caso, per ciascuno dei gruppi prima delineati, i rischi alimentari possono manifestarsi in differenti forme. Nelle pagine precedenti sono state rilevate le possibili reazioni rispetto alla eventualità di trovarsi di fronte ad una generica situazione a rischio alimentare. Si è visto che le femmine, in modo particolare, sono quelle con segnali di preoccupazione più evidenti rispetto ai maschi.

In questa sezione vengono rilevati i possibili comportamenti in previsione di un pericolo alimentare.

Di certo, per il nostro campione, il comportamento più appropriato da intraprendere in previsione di un pericolo alimentare è evitare di mangiare possibili cibi a rischio (*cfr. tab. 22*). Il *precauzionismo* sembra, d'altronde, la soluzione immediata più efficace contro i rischi alimentari: evitando l'incorporazione gli eventuali danni rimarranno circoscritti (38,0%).

Tab. 22.: Come pensa di comportarsi in previsione di un pericolo alimentare?

(valori assoluti e percentuali)

Risposte	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
Sperare che non accada	44	27,2	36	20,0	80	23,4
Informarsi meglio	36	22,2	52	28,9	88	25,7
Come si comportano i miei familiari e amici	6	3,7	6	3,3	12	3,5
Come si comportano le persone più competenti	8	4,9	14	7,8	22	6,4
Programmo subito un rientro a casa	4	2,5	4	2,2	8	2,3
Evito di mangiare cibi a possibile rischio	62	38,3	68	37,8	130	38,0
Altro	2	1,2	-	-	2	0,6
Totale	162	100,0	180	100,0	342	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Una buona parte degli intervistati è consapevole dell'importanza di scindere effettivamente i *falsi allarmi* da notizie veritiere. Infatti, il 25,73% del totale sostiene che, in previsione di un pericolo alimentare, è opportuno informarsi meglio per poi agire di conseguenza. Inoltre, per alcuni intervistati è doveroso seguire i consigli delle persone competenti, in quanto più preparate ed organizzate sul da farsi; mentre, un'altra

piccola percentuale si comporterebbe come amici e parenti, senza una logica precisa ed azioni mirate responsabili da intraprendere, non avendo le opportune e preventive conoscenze di come comportarsi in situazioni di emergenza.

Una netta minoranza, invece, più timorosa, programmerebbe immediatamente un rientro a casa, luogo in cui, gli intervistati, ovviamente, si sentono più protetti. Non trascurabile è, infine, la percentuale di coloro che semplicemente *sperano non accada* alcuna situazione di pericolo alimentare. Sembra incidere, in questo caso, la presenza di alcuni fatalisti che non temono l'avvenire.

L'analisi dei comportamenti attesi da parte degli intervistati è andata sempre più in profondità, chiedendo loro cosa "farebbero concretamente" qualora si determinasse realmente un'emergenza (*cfr. tab 23*).

In linea di massima le risposte confermano i dati precedenti.

Molti, infatti, continuano ad avere un orientamento scaramantico, non farebbero nulla di concreto in una situazione di reale emergenza e spererebbero di non subire gravi conseguenze. Dalla tabella che segue si può, difatti, notare che la percentuale di intervistati rispondenti "spero di non subire conseguenze gravi", il 23,4% del totale, sia praticamente la stessa di coloro che alla domanda precedente hanno risposto "*spero che non accada*".

Tab. 23.: Cosa pensa farebbe concretamente qualora si determinasse un'emergenza?
(valori assoluti e percentuali)

Risposte	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
Spero di non subire conseguenze gravi	33	20,4	47	26,1	80	23,4
Chiamo il mio medico di fiducia	35	21,6	49	27,2	84	24,6
Mi reco immediatamente all'ospedale più vicino	41	25,3	34	18,9	75	21,9
Seguo i consigli della struttura di riferimento	49	30,2	46	25,6	95	27,8
Altro	4	2,5	4	2,2	8	2,3
Totale	162	100,0	180	100,0	342	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Le altre risposte mostrano, invece, una situazione molto eterogenea, testimonianza di come i “riduttori di rischio” cambiano a seconda dei diversi soggetti. Tralasciando la risposta “altro” che ha raccolto un numero esiguo di risposte, i dati mostrano come il 24,6% degli intervistati, in una situazione di emergenza alimentare, chiamerebbe immediatamente il proprio medico di fiducia per avere il parere di una persona fidata.

Altri (il 21,9%), invece, più insicuri, si recherebbero immediatamente all’ospedale più vicino. Infine, una leggera maggioranza sarebbe propensa a seguire i consigli della struttura di riferimento ritenendo, magari, i soggetti del posto più informati e preparati per l’emergenza.

Dopotutto, il rischio alimentare rappresenta una componente che spaventa non poco gli intervistati, ed in misura leggermente maggiore le femmine (*cfr. tabb. 24, 25 e 26*). È stato chiesto *di cosa hanno maggiormente paura in viaggio*, sottoponendo loro una serie di rischi, tra cui quello alimentare, da elencare in ordine decrescente di importanza in modo da rilevarne una graduatoria relativa ai rischi più temuti.

Dalla tabella di seguito riportata emerge con chiarezza che la preoccupazione principale riguarda le “malattie proprie e quelle dei propri familiari” per le femmine, mentre la paura degli “attentati” per i maschi. Il primo e secondo posto per queste prime due tipologie di rischio risultano invertiti per maschi e per le femmine.

Al terzo posto si registrano le “calamità naturali”. È evidente che gli episodi degli ultimi anni di tsunami sono ancora presenti nell’immaginario collettivo specie per chi viaggia proprio nelle destinazioni colpite. All’ultimo posto troviamo i “conflitti psicologici” o “difficoltà nei rapporti interpersonali” sia per i maschi che per le femmine. Al nono l’inquinamento atmosferico, acustico e ambientale.

Il rischio alimentare viene rilevato al quarto posto per le femmine e al sesto per i maschi.

È possibile notare come i rischi per le persone care e quelli catastrofici generino più timore rispetto agli altri.

Tab.24.: Quando si trova in viaggio, di cosa ha maggiormente paura?
(valori medi)

Tipologie di rischio	Media Maschi	Grad maschi	Media femmine	Grad femmine
Malattie proprie, dei familiari	6,91	2°	7,70	1°
Situazioni di disagio economico	4,59	8°	4,46	8°
Conflitti psicologici o difficoltà nei rapporti interpersonali	2,78	10°	2,72	10°
Inquinamento atmosferico, acustico, elettromagnetico	3,59	9°	3,06	9°
Calamità naturali	6,51	3°	7,44	3°
Attentati	7,19	1°	7,68	2°
Microcriminalità	6,26	4°	5,92	5°
Rischio alimentare (intossicazione da cibo, mucca pazza ecc)	5,84	6°	5,96	4°
Criminalità organizzata	5,93	5°	5,07	7°
Eventi bellici	5,47	7°	5,13	6°

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Tab.25.: Le tipologie di rischio di cui si ha più paura in viaggio (maschi)

TIPOLOGIE DI RISCHIO: graduatoria	
1	Attentati
2	Malattie proprie e dei familiari
3	Calamità naturali
4	Microcriminalità
5	Criminalità organizzata
6	<i>Rischio alimentare</i>
7	Eventi bellici
8	Situazioni di disagio economico
9	Inquinamento atmosferico , acustico, elettromagnetico
10	Conflitti psicologici o difficoltà nei rapporti interpersonali

Tab.26.: Le tipologie di rischio di cui si ha più paura in viaggio (femmine)

TIPOLOGIE DI RISCHIO: graduatoria	
1	Malattie proprie e dei familiari
2	Attentati
3	Calamità naturali
4	<i>Rischio alimentare</i>
5	Microcriminalità
6	Eventi bellici
7	Criminalità organizzata
8	Situazioni di disagio economico
9	Inquinamento atmosferico , acustico, elettromagnetico
10	Conflitti psicologici o difficoltà nei rapporti interpersonali

Rispetto ai pericoli legati all'alimentazione all'estero, il nostro campione mostra un'ansia piuttosto generalizzata, con picchi riferiti alla contraffazione di prodotti agro-alimentari, alla bassa qualità degli alimenti, all'utilizzo di prodotti chimici e di pesticidi all'interno della filiera di produzione dei cibi. All'atto dell'alimentarsi sorgono anche i fantasmi degli OGM, di cui quasi i tre quarti del campione ha abbastanza o molta paura. Gli unici elementi che destano meno preoccupazioni per gli intervistati/turisti sono rappresentati dal sistema di trasporto e dall'assenza di marca, per quanto quest'ultima possa, comunque, rappresentare una garanzia di qualità. Dalla tabella seguente si può delineare un quadro più completo.

**Tab.27.: In relazione all'alimentazione all'estero,
di che cosa ha maggiormente paura?**

(valori percentuali)

Fonti di preoccupazione	Grado di paura				
	Molta	Abbastanza	Poca	Nulla	Totale
	%	%	%	%	%
L'uso di prodotti chimici	30,41	41,52	18,13	9,94	100,00
Presenza di OGM	26,90	40,35	26,32	6,43	100,00
Produzione in paesi extra-UE	15,20	38,01	36,84	9,94	100,00
Pesticidi	40,35	33,33	18,13	8,19	100,00
L'assenza di marca	17,54	29,82	35,67	16,96	100,00
Contraffazione di prodotti agro-alimentari	42,11	33,92	19,88	4,09	100,00
Bassa qualità degli ingredienti	40,94	43,27	10,53	5,26	100,00
Sistema di trasporto	17,54	36,26	29,82	16,37	100,00

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Per quanto riguarda, poi, la percezione dei pericoli legati alla presenza di OGM, prodotti chimici, conservanti e pesticidi, bassa qualità degli ingredienti, interruzione della catena del freddo, e tutto quello che è stato sintetizzato nella tabella ma relazionati al genere degli intervistati, è emerso che mentre le femmine sono fortemente ansiose ed inquiete i maschi tendono in minor modo a rispondere “ho molta paura” (cfr. tabb. 28, 29 e 29 bis). I maschi, tuttavia, sembrano temere maggiormente i pesticidi e la contraffazione alimentare; di meno, invece, gli alimenti prodotti in Paesi Extra-UE.

**Tab.28.: In relazione all'alimentazione all'estero,
di che cosa ha maggiormente paura?**

(valori percentuali *maschi*)

Fonti di preoccupazione	Grado di paura				
	Molta %	Abbastanza %	Poca %	Nulla %	Totale %
L'uso di prodotti chimici	23,46	39,51	22,22	14,81	100,00
Presenza di OGM	16,05	39,51	33,33	11,11	100,00
Produzione in paesi extra-UE	8,64	39,51	40,74	11,11	100,00
Pesticidi	37,04	29,63	20,99	12,35	100,00
L'assenza di marca	22,22	23,46	39,51	14,81	100,00
Contraffazione di prodotti agro-alimentari	30,86	37,04	24,69	7,41	100,00
Bassa qualità degli ingredienti	25,93	51,85	14,81	7,41	100,00
Sistema di trasporto	18,52	29,63	38,27	13,58	100,00

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Le femmine sono più preoccupate per la bassa qualità degli ingredienti, per la contraffazione e l'uso dei pesticidi; lo sono di meno per l'assenza di una marca specifica.

**Tab.29.: In relazione all'alimentazione all'estero,
di che cosa ha maggiormente paura?**

(valori percentuali *femmine*)

Fonti di preoccupazione	Grado di paura				
	Molta %	Abbastanza %	Poca %	Nulla %	Totale %
L'uso di prodotti chimici	36,67	43,33	14,44	5,56	100,00
Presenza di OGM	36,67	41,11	20,00	2,22	100,00
Produzione in paesi extra-UE	21,11	36,67	33,33	8,89	100,00
Pesticidi	43,33	36,67	15,56	4,44	100,00
L'assenza di marca	13,33	35,56	32,22	18,89	100,00
Contraffazione di prodotti agro-alimentari	52,22	31,11	15,56	1,11	100,00
Bassa qualità degli ingredienti	54,44	35,56	6,67	3,33	100,00
Sistema di trasporto	16,67	42,22	22,22	18,89	100,00

La tabella successiva sintetizza meglio le differenze e i gradi di timore tra maschi e femmine rispetto all'alimentazione all'estero. In tale tabella sono state sommate le voci relative al grado *molto* e *abbastanza* da un lato, e quelle inerenti il

poco e nulla dall'altro. Sia per i maschi che per le femmine gli *alimenti di produzione extra-UE* generano meno timori; mentre la *bassa qualità degli ingredienti* e la *contraffazione dei prodotti* spaventano entrambi i sessi: le percentuali registrate, infatti, sono decisamente più elevate.

Tab.29 bis.: In relazione all'alimentazione all'estero, di che cosa ha maggiormente paura?

(somma maschi e femmine valori percentuali molto + abbastanza e poco + nulla)

Fonti di preoccupazione	Grado di paura			
	Mschi		Femmine	
	Molto + abbastanza	Poco + Nulla	Molto + abbastanza	Poco + Nulla
L'uso di prodotti chimici	63,0	37,0	80,0	20,0
Presenza di OGM	55,6	44,4	77,8	22,2
Produzione in paesi extra-UE	48,2	51,9	57,8	42,2
Pesticidi	66,7	33,3	80,0	20,0
L'assenza di marca	45,7	54,3	48,9	51,1
Contraffazione di prodotti agro-alimentari	67,9	32,1	83,3	16,7
Bassa qualità degli ingredienti	77,8	22,2	90,0	10,0
Sistema di trasporto	48,2	51,9	58,9	41,1

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

La generale preoccupazione rispetto all'alimentazione all'estero viene in qualche maniera ribadita nelle risposte che gli intervistati hanno fornito alla domanda seguente: "ritiene che il consumo di prodotti alimentari all'estero possa essere rischioso per la propria salute?". Sommando chi ha risposto "molto" con quelli che hanno risposto "abbastanza" si rileva che ben il 61,7% ha dichiarato di ritenere rischioso per la salute alimentarsi all'estero, mentre solamente per l'8,8% non vi è alcun rischio. Tuttavia, un certo numero di risposte (29,5%) si concentra nella voce "poco" (*cfr. tab. 30*). Questo è spiegabile per il fatto che molti intervistati fanno più viaggi in un anno, acquisendo, così, anche una certa familiarità con la cucina estera.

Tab.30.: Ritiene che il consumo di alimenti all'estero possa essere rischioso per la propria salute?

(valori assoluti e percentuali)

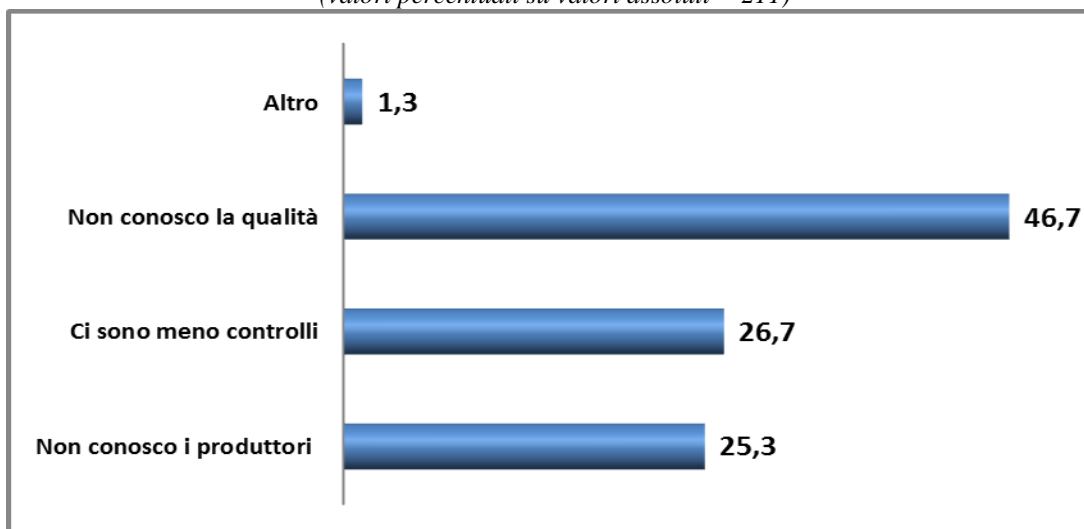
Risposte	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
Molto	26	16,0	30	16,7	56	16,4
Abbastanza	64	39,5	91	50,6	155	45,3
Poco	57	35,2	46	25,6	103	30,1
Per niente	15	9,3	13	7,2	28	8,2
Totale	162	100,0	180	100,0	342	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Tuttavia, il timore più grande riguarda proprio la qualità dei prodotti consumati. Nell'ambiente abituale di residenza ogni individuo tende a consumare prodotti alimentari solamente dove è certo che forniscono cibi di qualità o, per lo meno, dove esiste una maggiore qualità percepita. All'estero questo semplice procedimento risulta molto più complesso: il turista è spaesato, confuso e molto spesso ingannato. Egli sceglie i cibi, e i locali dove consumarli, sulla base del proprio istinto e del proprio intuito ma, l'incertezza resta. Anche la circostanza di non conoscere i produttori e, quindi, la provenienza degli alimenti, può destare timori per numerosi soggetti. Allo stesso modo, non conoscendo la legislazione del posto, molte persone potrebbero avere l'impressione che ci siano meno controlli lungo la filiera alimentare incrementando fortemente la sensazione di rischio sottostante la pratica alimentare (*cfr. graf. 22*).

Graf. 22.: Se ritiene che il consumo di prodotti alimentari all'estero possa essere abbastanza o molto rischioso per la propria salute, perché?

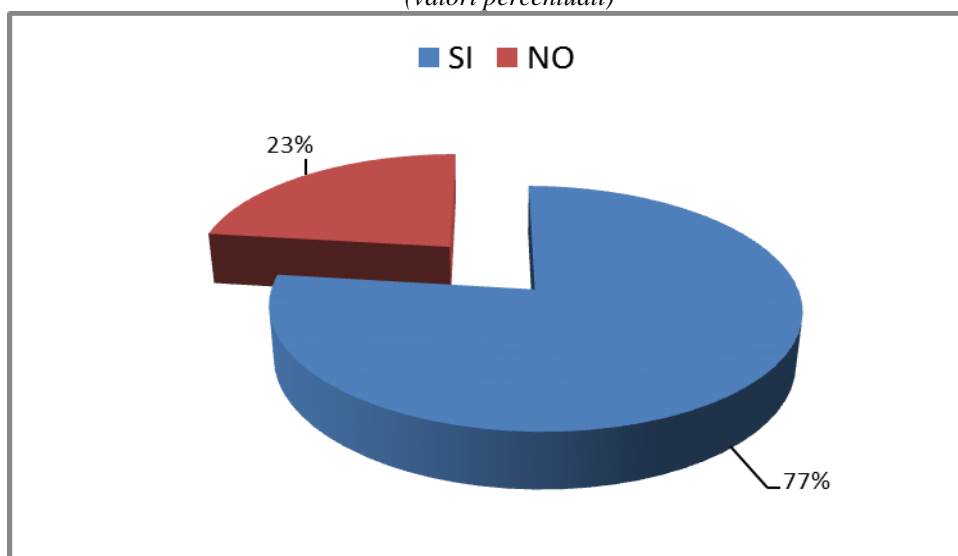
(valori percentuali su valori assoluti = 211)



Come si era ipotizzato, numerosi intervistati si sono mostrati estremamente propensi ad acquistare, all'estero, prodotti agroalimentari solo se certificati e garantiti. Difatti, la scelta di alimenti con una qualità certificata e garantita rappresenta per molti consumatori una efficace strategia di reazione ai pericoli e alle insidie della modernità alimentare (*cfr. graf. 23*).

Graf. 23.: All'estero acquisterebbe prodotti agroalimentari solo se certificati e garantiti?

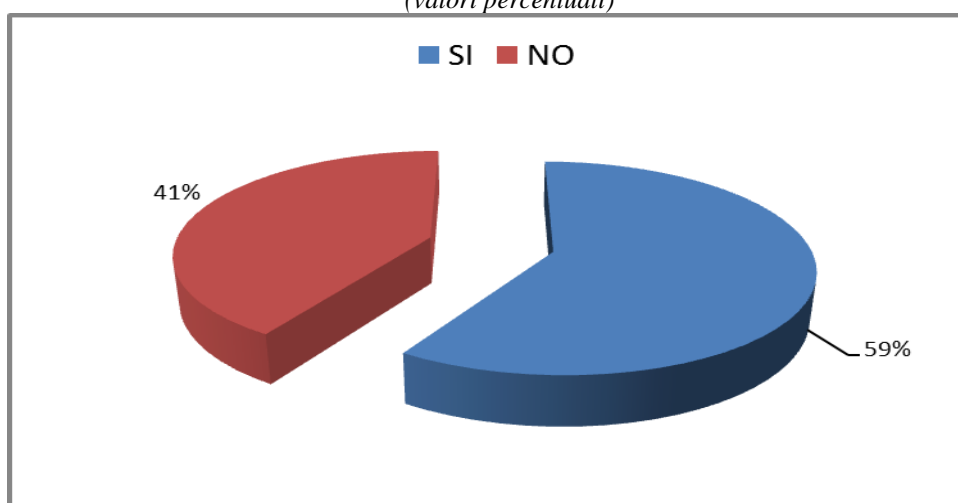
(valori percentuali)



In altri termini, un prodotto garantito e certificato vuol dire di provenienza certa. Questo attributo, a sua volta, è il veicolo per garantire la qualità, ossia benessere, freschezza, gusto, salubrità e nutrizione nonché uno strumento per attenuare la percezione dei rischi, in particolare quando si è all'estero.

Dopotutto, infatti, il 59% degli intervistati dichiara di percepire all'estero un rischio maggiore rispetto alla quotidianità (cfr. graf. 24).

Graf. 24.: All'estero in relazione all'alimentazione percepisce un rischio maggiore rispetto alla quotidianità?
(valori percentuali)



Questo, dunque, conferma la nostra ipotesi iniziale secondo la quale i turisti, allontanandosi dal proprio ambiente socioculturale di riferimento, perdono tutte le protezioni e le certezze rispetto a quello che mangiano ed avvertono un rischio alimentare più grande all'estero che nella quotidianità (cfr. tab. 31).

Tab.31.: All'estero in relazione all'alimentazione percepisce un rischio maggiore rispetto alla quotidianità
(valori assoluti e percentuali)

Risposte	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
Si	47	58,02	54	60,00	101	59,06
No	34	41,98	36	40,00	70	40,94
Totale	81	100,00	90	100,00	171	100,00

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

6.3. Il bisogno di informazione ed il ruolo della comunicazione

L'esistenza di un consistente grado di rischio alimentare -che minaccia costantemente la quotidianità delle nostre pratiche alimentari- ha obbligato gli individui ad una maggiore riflessività e a ponderare meglio le scelte dei propri cibi, dal momento che – ricordando la già citata distinzione tra rischio e pericolo – sebbene il pericolo esista realmente come qualcosa di legato a caratteri di ineluttabilità, il rischio risulta sempre collegato ad una decisione dell'individuo: assumere o meno un determinato cibo. Per fare ciò si ha bisogno di acquisire un gran numero di informazioni.

Proprio per tale motivo si è deciso di indagare, in questa sezione, sia l'effettivo grado di informazione sul rischio alimentare posseduto dal campione e sia la fiducia riposta nelle diverse fonti informative.

In primo luogo, possiamo affermare, alla luce dei risultati, che gli intervistati ritengono vi sia un'informazione trasmessa piuttosto adeguata rispetto al rischio legato al consumo degli alimenti. Infatti, il 38,6% del campione ha risposto "abbastanza", e il 19,9% ha risposto "molto" (*cfr. tab. 32*). Tuttavia, da non trascurare il dato relativo a chi ha risposto "poco" (21,6%) e chi "per niente" (19,9%). Questi due dati, sommati, sono espressione di più del 40% degli intervistati.

Tab.32.: Rispetto al rischio legato al consumo degli alimenti, quanto ritiene adeguata l'informazione che viene trasmessa?
(valori assoluti e percentuali)

Risposte	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
Molto	26	16,0	42	23,3	68	19,9
Abbastanza	68	42,0	64	35,6	132	38,6
Poco	42	25,9	32	17,8	74	21,6
Per niente	26	16,0	42	23,3	68	19,9
Totale	162	100,0	180	100,0	342	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Tuttavia, sul piano di conoscenza personale crescono le insicurezze. Difatti, alla successiva domanda rispetto al livello individuale di informazione sul rischio alimentare, il 56,73% degli stessi intervistati ha risposto di essere *poco informato*.

L'unica spiegazione plausibile, per chiarire due dati tanto discordanti, sembra essere collegata all'impossibilità per ciascun individuo di venire in possesso di una quantità di informazioni tale da far annullare qualsiasi ombra di insicurezza. Anche perché molte delle informazioni in circolazione sono spesso contraddittorie e dissonanti, ognuna pensa di indicare la via giusta. La mole di informazione in circolazione non solo è vista come un modo per ammettere che qualcosa non funziona nei sistemi di controllo, ma anche come un modo per aumentare la confusione nel consumatore-turista, che viene a trovarsi al centro di una cacofonia di informazioni e trova una certa difficoltà a districare quelle attendibili dalle altre, e quindi, a decidere correttamente le proprie scelte alimentari.

Il rischio zero, dopo tutto, non esiste. Ed è, forse, proprio questa inevitabile presenza che rende le informazioni fornite (e, a detta degli intervistati, abbastanza adeguate) insufficienti per una appropriata informazione personale (*cf. tab. 33*).

Tab.33.: Quanto si ritiene personalmente informato sul rischio legato al consumo degli alimenti?

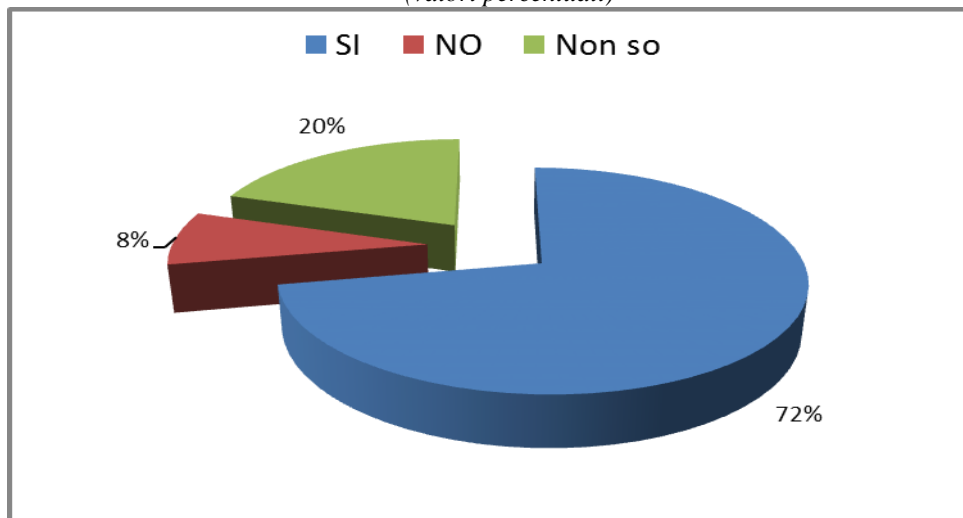
(valori assoluti e percentuali)

Risposte	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
Molto	12	7,4	12	6,7	24	7,0
Abbastanza	38	23,5	54	30,0	92	26,9
Poco	96	59,3	98	54,4	194	56,7
Per niente	16	9,9	16	8,9	32	9,4
Totale	162	100,0	180	100,0	342	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Difatti, ben il 71,35% dell'intero campione sarebbe interessato a ricevere maggiori informazioni sul rischio alimentare da parte, quantomeno, di fonti di informazione "legittimate" (*cf. graf. 25*).

Graf. 25.: Vorrebbe ricevere maggiori informazioni sul rischio alimentare?
(valori percentuali)



È risultato interessante, tra l'altro, capire anche come l'intervistato si orienta nel marasma informativo; in altre parole, quale sono le fonti maggiormente legittimate, che godono di un maggior grado di fiducia.

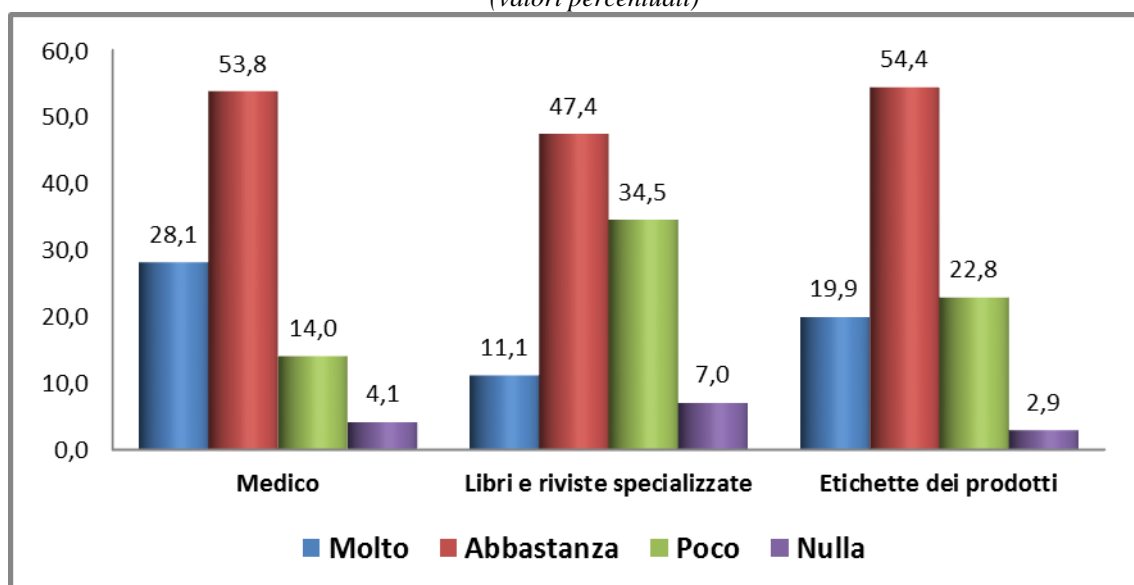
In base all'analisi effettuata, una delle fonti ritenute più affidabili è il proprio "medico" di fiducia. L'80% circa degli intervistati ha espresso per questa fonte di informazione un giudizio più che positivo, dichiarando di consultare il medico in merito alle questioni alimentari. Un altro 74% circa (cumulando le risposte di molto ed abbastanza) esprime la piena fiducia per libri e riviste specializzati. In un certo senso, quindi, potremmo rinvenire un orientamento volto alla ricerca di una sicurezza "istituzionalizzata" e mediata attraverso figure ritenute competenti: medici e specialisti (cfr. tab. 34 e graf. 26).

Tab.34 .: Relativamente ai prodotti alimentari, quale grado di fiducia lei attribuisce alle seguenti fonti di informazione
(valori percentuali Totali)

Fonti	Grado di fiducia				Totale V.a.
	Molto	abbas	Poco	Nullo	
	V.a.	v.a.	V.a.	v.a.	
Le etichette dei prodotti	11,11	47,37	34,50	7,02	100,00
Il medico	28,07	53,80	14,04	4,09	100,00
Libri, riviste e siti specializzati	19,88	54,39	22,81	2,92	100,00
La TV	1,17	16,37	49,71	32,75	100,00
La pubblicità	-	4,09	32,16	63,74	100,00
Gli amici	7,60	45,61	38,01	8,77	100,00
I consigli nei punti vendita	1,75	17,54	54,97	25,73	100,00
Internet	7,02	32,16	39,77	21,05	100,00

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Graf. 26.: - Quale quota di fiducia attribuisce alle seguenti fonti di informazione sui prodotti alimentari?
(valori percentuali)

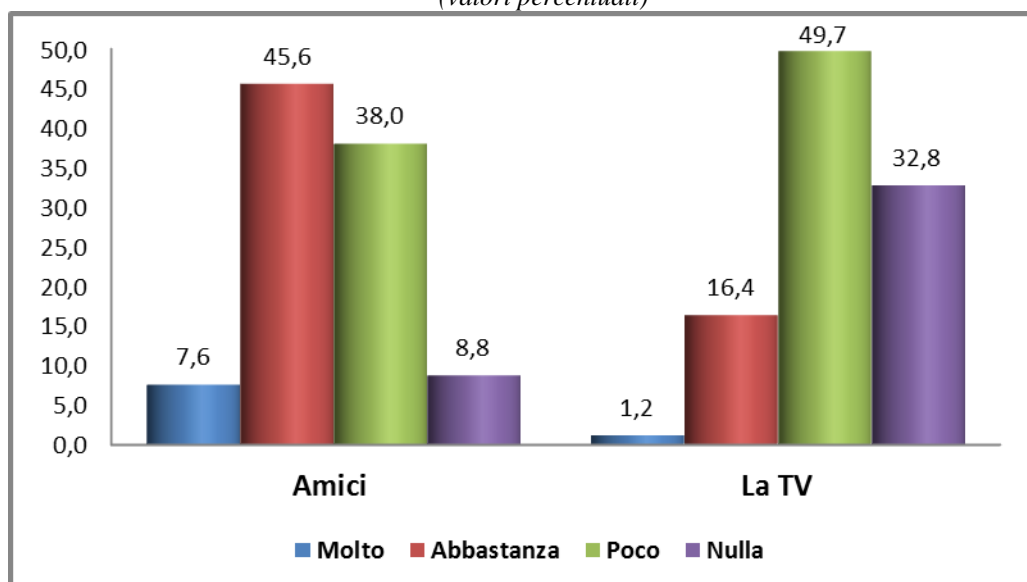


Dal grafico si evince una significativa quota di fiducia anche per le etichette dei prodotti. Di recente, infatti, alcune normative dell'Unione Europea hanno imposto una certa uniformità in questo ambito, ritenendo necessaria un'omogeneizzazione della tracciabilità di ogni prodotto. Controllare l'iter complessivo di provenienza del prodotto alimentare può assicurare il consumatore rispetto a ciò che mangia e, quindi, rappresentare un importante garante dell'informazione alimentare. In ogni caso, anche

se con circa 12 punti percentuali di scarto, risulta altrettanto significativa l'incidenza di coloro che si fidano "poco" delle etichette. Il distacco con il precedente gruppo può essere causato dall'eccessiva diffidenza di alcuni i quali, ignorando la capacità istituzionale di 'controllo', rimangono sempre circondati da numerosi sospetti.

Alle tre citate fonti di informazione seguono, con un giudizio positivo, soltanto "gli amici" ai quali è attribuito un grado di fiducia, valido per il 45,61% di intervistati, abbastanza positivo. Si conferma, dunque, la propensione a fidarsi di soggetti terzi che rassicurano il consumatore e anche se non sulla base di una mera professionalità quanto meno sulla base di una certa familiarità (*cf. graf. 27*)

Graf. 27.: - Grado di fiducia rispetto alle seguenti fonti di informazione
(valori percentuali)

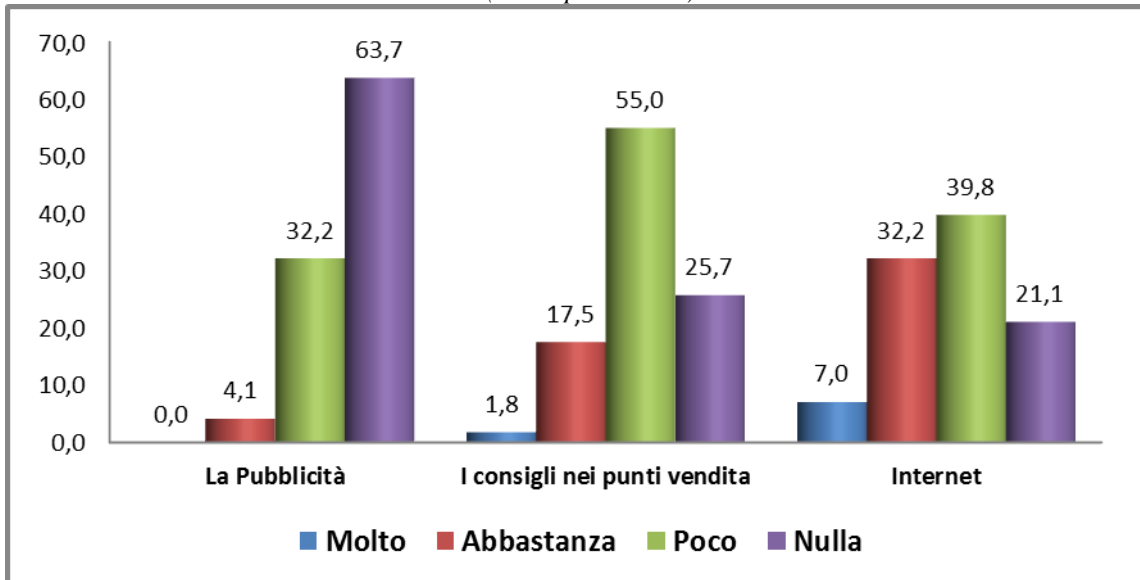


Chiaramente, giudizi opposti sono stati ottenuti dalla pubblicità e dai consigli nei punti vendita per i quali non è importante fornire un'informazione corretta quanto, piuttosto, fornirne una volta ad una vendita imminente. Gli intervistati, sensibili da questo punto di vista, hanno ritenuto di considerare pubblicità e consigli presso i punti vendita come fonti di informazione poco attendibili, etichettandole con un giudizio basso (*cf. graf. 28*).

Internet, in quanto fonte non istituzionale, riceve un basso grado di fiducia. La televisione, infine, per quanto rappresenti il principale mezzo di comunicazione di massa viene considerato poco affidabile dagli intervistati. Probabilmente, non poco

hanno influito i numerosi allarmi alimentari e le frequenti emergenze, dichiarate dalla Tv, e rivelatesi sensazionali “notizie infondate”.

Graf. 28.: Grado di fiducia relativo alle seguenti fonti di informazione
(valori percentuali)



In ogni caso, tra gli intervistati è emersa una comune preoccupazione di fronte ai singoli episodi di allarme alimentare. Infatti, quando è stato chiesto loro “quando acquista alimenti su cui ha sentito notizie allarmanti, quanto si preoccupa?” ben 208 intervistati su 342 hanno risposto “abbastanza”. Il 61% circa dell’intero campione, quindi, cerca di evitare l’acquisto di prodotti a rischio, utilizzando un principio di precauzione volto a dirottare questo genere di problematiche. D’altro canto, quando la scienza non è in grado di fornire risposte certe su rischi inaccettabili per la collettività, quali quelli alimentari, possono essere adottate misure preventive di gestione del rischio come, ad esempio, limitare gli acquisti di prodotti “in allarme”. Le preoccupazioni inerenti gli alimenti sui quali ci sono state notizie preoccupanti presentano una intensità graduata verso l’alto. Infatti, un altro 17% del campione ha dichiarato di credere nei sistemi informativi e di preoccuparsi molto quando questi allertano gli acquisti di specifiche categorie di alimenti (*cfr. tab. 35*).

Tab.35.: - Quando acquista alimenti su cui ha sentito notizie allarmanti, quanto si preoccupa?

(valori assoluti e percentuali)

Grado di preoccupazione	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
Molto, credo nei sistemi d'informazione	36	22,2	22	12,2	58	17,0
Abbastanza, cerco di evitare l'acquisto	90	55,6	118	65,6	208	60,8
Poco, sono scettico nella diffusione di informazioni	34	21,0	26	14,4	60	17,5
Per niente, se deve capitare qualcosa, capita e basta.	2	1,2	14	7,8	16	4,7
Totale	162	100,0	180	100,0	342	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Sedici persone si sono mostrate fataliste, disinteressate e per niente preoccupate, convinte del fatto che se qualcosa deve capitare, capita e basta. La restante parte del campione (17,5%) ha dichiarato di preoccuparsi “poco”, consapevole che le informazioni riportate dai mass-media sono molto spesso distorte e amplificate, per poter rispondere a criteri giornalistici.

Oltre che al grado di fiducia riposto in alcune fonti di informazione, si è voluto, rispetto al rischio alimentare, anche rilevare il *grado di allarme* derivante dalle fonti.

Tra le varie fonti di informazione si conferma la televisione quella che fornisce gli allarmi più considerevoli in ambito alimentare: il 38,0% del campione, infatti, considera il grado di allarme proposto dalla televisione nazionale molto elevato. Il primato, tuttavia, spetta agli esperti che, con il loro linguaggio scientifico ed articolato, allarmano ben il 54,4% del campione, senza significative differenze tra maschi e femmine. Dalla stampa nazionale, così come dalle agenzie preposte, deriva un grado di allarme medio/alto; infatti, la maggior parte dei giudizi degli intervistati si concentra nelle risposte “allarme alto” e “allarme medio”. Per la stampa nazionale, con ogni probabilità, vale lo stesso discorso della televisione nazionale: incaricata di tradurre il flusso informativo proveniente dagli esperti in un linguaggio più accessibile per la massa finisce, spesso, per confondere e allarmare in maniera eccessiva. I familiari, gli amici ed i colleghi di lavoro, considerati comunque fonti attendibili, diffondono a ciascun

individuo allarmi medi. La stampa e la Tv locale, invece, come dimostrano i dati in tabella 20, generano un grado di allarme medio/basso, così come pure la radio (sia nazionale che locale).

Tuttavia, sulla radio, una buona percentuale degli intervistati (15,20% e 16,37%) non ha saputo come rispondere alla domanda. Questo dato testimonia non di certo uno scarso interesse da parte delle emittenti radiofoniche sulle problematiche di stampo alimentare quanto, piuttosto, l'abbandono della radio intesa quale strumento di informazione (tipico della prima metà del secolo scorso) a favore di strumenti di informazione alternativi. Ad ogni modo, sulla tecnologia più moderna, internet, il campione mostra giudizi del tutto eterogenei. Nessuna risposta spicca particolarmente: infatti, mentre per una parte del campione (il 18,13%) da internet deriva un allarme alto, per il 12,28% esiste un allarme nullo. Questi dati dipendono, chiaramente dalla frequenza d'uso del mezzo telematico.

Tab.36.: Rispetto al rischio alimentare, potrebbe indicarci il grado di allarme derivante da ciascuna delle seguenti fonti?

(valori percentuali totali)

Fonti	Grado di Allarme					
	Molto	Medio	Basso	Nulla	Non so	Totale
	%	%	%	%	%	%
Stampa locale	11,7	35,7	34,5	14,0	4,1	100,0
Stampa Nazionale	33,9	35,1	22,8	2,9	5,3	100,0
Tv locale	19,3	23,4	33,9	19,3	4,1	100,0
Tv nazionale	38,0	30,4	21,6	5,3	4,7	100,0
Radio locale	5,3	26,3	32,2	21,1	15,2	100,0
Radio Nazionale	17,5	30,4	27,5	8,2	16,4	100,0
Colleghi di	10,5	41,5	31,0	10,5	6,4	100,0
Familiari	29,8	38,6	18,1	2,9	10,5	100,0
Amici	23,4	39,8	21,6	6,4	8,8	100,0
Esperti	54,4	22,2	5,3	1,8	16,4	100,0
Altre agenzie	33,3	37,4	11,7	4,1	13,5	100,0
Internet	18,1	26,3	29,2	12,3	14,0	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Come affermato nei capitoli precedenti, i mezzi di comunicazione hanno riportato, in non pochi casi, allarmi alimentari successivamente smentiti, ridimensionati o dichiarati "inesatti". Questa spirale di falsi allarmi ha generato nell'*audience* un

sentimento di sfiducia generalizzata rivolto ai mass-media quali strumenti efficaci di informazione (*cfr. tab. 37*).

Tab. 37.: Mentre è in vacanza, come reagisce di fronte al ripetersi di falsi allarmi alimentari da parte:

(valori assoluti e percentuali totali)

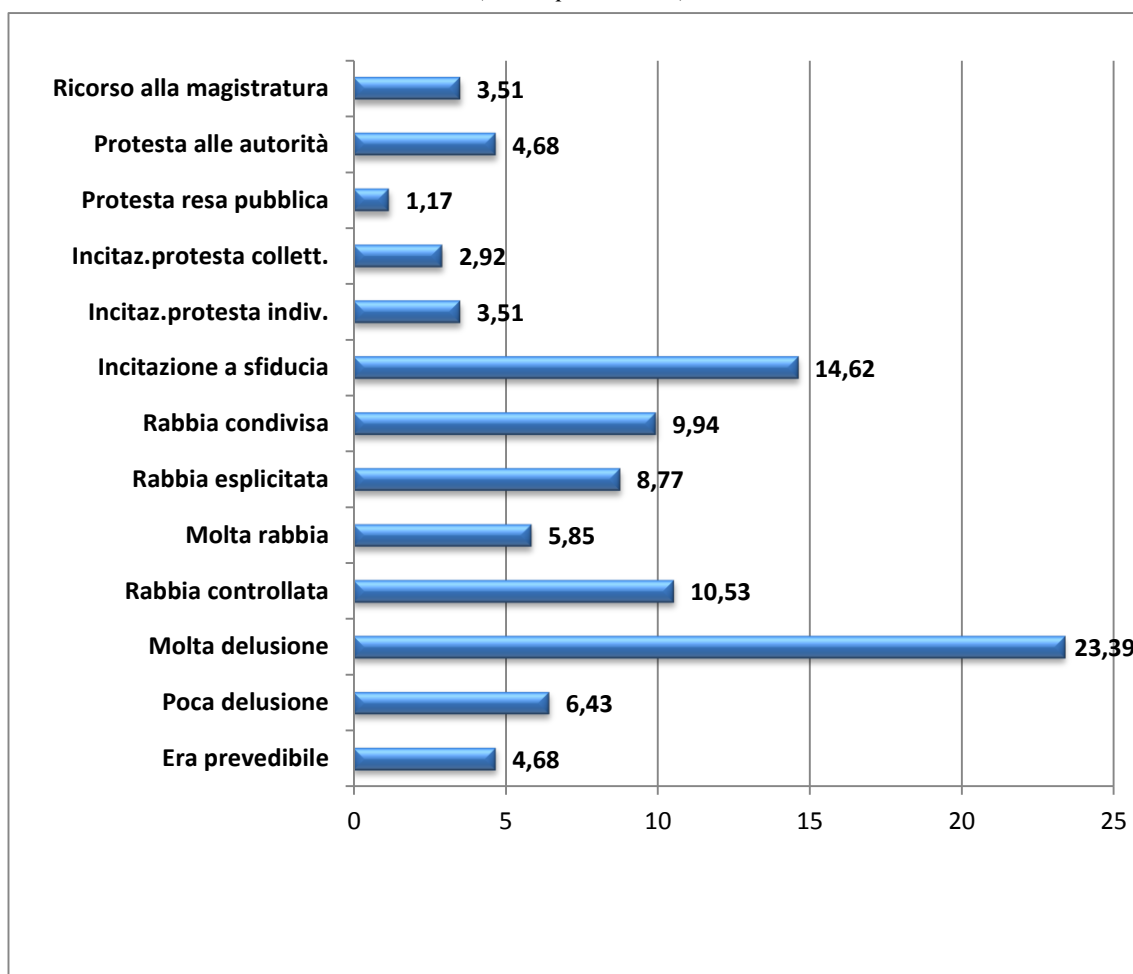
Fonti	Tipologia di reazione							
	Era previsto		Con sfiducia		Con rabbia		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
Stampa locale	74	21,6	210	61,4	58	17,0	342	100,0
Stampa nazionale	44	12,9	180	52,6	118	34,5	342	100,0
Tv locale	114	33,3	160	46,8	68	19,9	342	100,0
Tv nazionale	76	22,2	154	45,0	112	32,7	342	100,0
Radio locale	108	31,6	188	55,0	46	13,5	342	100,0
Radio nazionale	68	19,9	188	55,0	86	25,1	342	100,0
Agenzie preposte	32	9,4	150	43,9	160	46,8	342	100,0
Informatori	34	9,9	134	39,2	174	50,9	342	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

A imporre una riflessione, inoltre, sono le risposte registrate nei confronti di due fonti in particolare: agenzie preposte ed informatori privilegiati. La reazione di fronte ai falsi allarmi di questi ultimi non è soltanto di sfiducia, ma sconfinata in una più consistente rabbia. Dopotutto, le agenzie preposte proprio quelle incaricate –in virtù della loro professionalità- a fornire tutte le informazioni necessarie su una situazione di rischio reale o meno. La rabbia, per cui, è sentitamente giustificata. Analoga situazione per gli informatori privilegiati; il privilegio di questi ultimi consisterebbe proprio nella fiducia riposta nei loro giudizi e nei loro suggerimenti. Per cui, se lesa, comporta rabbia.

Non a caso, quando si chiede agli intervistati che tipo di reazione avrebbero, durante una vacanza, di fronte all'allarmismo di alcune fonti, la reazione maggiore, sia tra i maschi che tra le femmine, riguardo la fonte "agenzie", si è mostrata essere la delusione prima ed, immediatamente dopo, la sfiducia nei loro confronti. Certo, la sfiducia per questo genere di fonti può considerarsi conseguenza della grande rabbia di cui abbiamo parlato sopra: se le agenzie trasmettono allarmi falsi la gente, arrabbiata, reagirà di fronte a nuovi allarmismi con una grande delusione, incitando anche la sfiducia nell'attendibilità di queste fonti (*cfr. graf. 29*).

**Graf. 29.: La reazione di fronte all'allarmismo
provocato dalle agenzie sull'alimentazione:
(valori percentuali)**



Di fronte all'allarmismo della radio, invece, la reazione che accomuna più intervistati (il 38,01% del totale) è una lieve delusione. Quasi la totalità delle risposte valide per questa fonte, infatti, racchiude reazioni all'allarmismo che non superano quasi mai la delusione. Ciò potrebbe essere dovuto a quello che avevamo intuito in precedenza: ovvero, alla scarsa considerazione della radio come un effettivo mezzo di comunicazione. Nei riguardi della stampa, considerata come il mezzo di comunicazione di massa più autorevole, le reazioni sono abbastanza eterogenee. Tuttavia, si delinea principalmente un quadro di delusione che, però, in molti casi va a sfociare in rabbia, in proteste se non, addirittura, in ricorsi alla legge.

Per quanto riguarda la televisione, molto meno accreditata della stampa, le reazioni degli intervistati si soffermano su una scettica prevedibilità. Più del 35% del

campione ritiene, infatti, prevedibile l'allarmismo televisivo, probabilmente abituati ai numerosi casi di falso già verificatisi. D'altronde, come sostenuto nella nostra terza ipotesi, la diffusione di allarmi più o meno reali su situazioni a rischio alimentare potrebbe generare negli individui, ed in particolare nei turisti, una sorta di abitudine al falso, una certa sfiducia negli strumenti informativi ed un'indotta tendenza al fatalismo. L'individuo, quindi, non più tutelato rispetto ad un corretto "diritto all'informazione" si rassegna a qualsiasi ingiustificato allarmismo sostenendo che, dopotutto, *era prevedibile*.

La tabella che segue racchiude e sintetizza tutti i giudizi degli intervistati ed esprime, in percentuale, le reazioni che i vari soggetti avrebbero in vacanza a fronte dell'allarmismo provocato dalle varie fonti di informazione sull'alimentazione (*cfr. tabb.38, 39 e 40*).

Tab.38: Mentre è in vacanza, come reagisce di fronte all'allarmismo provocato dalle varie fonti sull'alimentazione:
(Femmine: valori percentuali su totale 180)

TIPO DI REAZIONE														
Rispetto a	Era prevedibile	Poca delusione	Molta delusione	Rabbia controllata	Molta rabbia ma non esplicitata	Rabbia esplicitata	Rabbia condivisa con altri	Incitazione e sfiducia nei loro confronti	Incitazione alla protesta individuale	Incitazione alla protesta collettiva	Protesta resa pubblica mediante i <small>mass-media</small>	Protesta alle autorità	Ricorso alla magistratura	Totale
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Stampa	15,56	14,44	26,67	13,33	8,89	3,33	4,44	8,89	1,11	1,11	-	1,11	1,11	100,00
TV	37,78	14,44	14,44	6,67	4,44	5,56	8,89	6,67	-	-	1,11	-	-	100,00
Radio	12,22	38,89	30,00	5,56	3,33	2,22	2,22	4,44	-	1,11	-	-	-	100,00
Agenzie	4,44	4,44	21,11	10,00	5,56	11,11	12,22	15,56	2,22	4,44	1,11	4,44	3,33	100,00

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Tab.39: Mentre è in vacanza, come reagisce di fronte all'allarmismo provocato dalle varie fonti sull'alimentazione:
(Maschi: valori percentuali su totale 162)

TIPO DI REAZIONE														
Rispetto a :	Era prevedibile	Poca delusione	Molta delusione	Rabbia controllata	Molta rabbia ma non esplicitata	Rabbia esplicitata	Rabbia condivisa con altri	Incitazione e sfiducia nei loro confronti	Incitazione alla protesta individuale	Incitazione alla protesta collettiva	Protesta resa pubblica mediante i mass-media	Protesta alle autorità	Ricorso alla magistratura	Totale
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Stampa	18,52	9,88	30,86	14,81	4,94	6,17	4,94	3,70	1,23	-	3,70	-	1,23	100,00
TV	33,33	18,52	14,81	8,64	8,64	4,94	6,17	3,70	-	1,23	-	-	-	100,00
Radio	18,52	37,04	19,75	7,41	4,94	3,70	2,47	3,70	1,23	-	1,23	-	-	100,00
Agenzie	4,94	8,64	25,93	11,11	6,17	6,17	7,41	13,58	4,94	1,23	1,23	4,94	3,70	100,00

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Tab.40.: Mentre è in vacanza come reagisce di fronte all'allarmismo provocato dalle varie fonti sull'informazione?
(valori percentuali sul campione totale)

TIPOLOGIA DI REAZIONE														
Rispetto a:	Era prevedibile	Poca delusione	Molta delusione	Rabbia controllata	Molta rabbia ma non esplicitata	Rabbia esplicitata	Rabbia condivisa con altri	Incitazione e sfiducia nei loro confronti	Incitazione alla protesta individuale	Incitazione alla protesta collettiva	Protesta resa pubblica mediante i mass-media	Protesta alle autorità	Ricorso alla magistratura	Totale
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Stampa	17,0	12,3	28,7	14,0	7,0	4,7	4,7	6,4	1,2	0,6	1,8	0,6	1,2	100,0
TV	35,7	16,4	14,6	7,6	6,4	5,3	7,6	5,3	-	0,6	0,6	-	-	100,0
Radio	15,2	38,0	25,2	6,4	4,1	2,9	2,3	4,1	0,6	0,6	0,6	-	-	100,0
Agenzie	4,7	6,4	23,4	10,5	5,9	8,8	9,9	14,6	3,5	2,9	1,2	4,7	3,5	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Cercando di verificare o meno la tendenza al fatalismo è stato chiesto quanta importanza essi dessero ad alcune variabili. I dati evidenziano un atteggiamento dei consumatori non troppo vario. Per quasi tutte le variabili analizzate, vi è una metà del campione che vi attribuisce un'importanza medio/alta e un'altra metà che ne attribuisce un'importanza tendente al basso (*cf. tab. 41*).

Tab.41.: Sulla base di queste ultime risposte, rispetto al rischio alimentare, lei ritiene di dare più importanza a:

(valori assoluti)

Risposte	Molto	Mediam	Poco	No	Totale
	V.a.	V.a.	V.a.	V.a.	V.a.
Al semplice verificarsi degli eventi	54	120	58	50	342
Alle competenze specifiche delle autorità	54	156	122	10	342
Alla professionalità dei mass-media	18	98	78	70	342
All'indipendenza dei mass-media	30	78	168	66	342
Al destino, se deve capitare qualcosa capita e basta	66	112	102	62	342

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Tab.42.: Sulla base di queste ultime risposte, rispetto al rischio alimentare, lei ritiene di dare più importanza a:

(valori percentuali)

Importanza rispetto a:	Molta	Media	Poca	Nessuna	Totale
	%	%	%	%	%
Al semplice verificarsi degli eventi	15,8	35,1	34,5	14,6	100,0
Alle competenze specifiche delle autorità	15,8	45,6	35,7	2,9	100,0
Alla professionalità dei mass-media	5,3	28,7	45,6	20,5	100,0
All'indipendenza dei mass-media	8,8	22,8	49,1	19,3	100,0
Al destino, se deve capitare qualcosa capita e basta	19,3	32,8	29,8	18,1	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

Ad esempio, per il 45% circa degli intervistati sono alquanto importanti le competenze specifiche delle autorità, mentre per un consistente 35,67% del campione la competenza delle autorità risulta avere poca importanza. Il campione sembra perfettamente diviso pure riguardo al "semplice verificarsi degli eventi": il 51% circa vi attribuisce un grado di importanza medio/alto ed il 49% circa un livello medio/basso.

Anche il fattore “destino” divide a metà il campione: circa il 52% degli intervistati sembra lasciarsi prendere dal fatalismo, accordandosi col fatto che *se qualcosa deve capitare, capita e basta*, ma un altro 48% ritiene, invece, di dare poca o nessuna importanza al destino. Quando si parla di mass-media, invece, i dati cominciano ad essere più omogenei: in accordo con quanto detto sopra, i mass-media sia rispetto alla professionalità, sia rispetto alla loro indipendenza non vengono considerati importanti dal campione.

Gli intervistati sembrano essere suddivisi in una metà tendente al fatalismo ed in un'altra metà secondo cui le situazioni rischiose non sono solamente stabilite dal destino.

Analizzando, infatti, il grado di accordo degli intervistati rispetto ad alcune affermazioni è risultato (cfr. tab. 43) che per il 36,8% del totale, i rischi alimentari sono “poco” imprevedibili e per un altro 25% “per nulla” imprevedibili, ma dipendono, quindi, anche dalle persone. Dopotutto l'uomo, con la sua capacità manipolatoria ha dato vita a nuove forme di rischio, un rischio quindi costruito. Dal canto opposto, il 10% è “molto d'accordo” nel ritenere i rischi alimentari imprevedibili, a questo dato di aggiunge un altro 27% che è “abbastanza d'accordo”. Per costoro le persone non possono far nulla rispetto ad un rischio imprevedibile.

Tab. 43.: Può dirti quanto è d'accordo con la frase “I rischi alimentari sono imprevedibili e le persone non possono farci niente”.

(valore assoluto e percentuale)

Risposte	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
Molto d'accordo	16	9,9	20	11,1	36	10,5
Abbastanza d'accordo	34	21,0	60	33,3	94	27,5
Poco d'accordo	72	44,4	54	30,0	126	36,8
Per niente d'accordo	40	24,7	46	25,6	86	25,1
Totale	162	100,0	180	100,0	342	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

La successiva domanda, poi, accerta che: il 56,14% del campione è abbastanza o molto d'accordo sul fatto che “nella vita quando una cosa deve accadere non vi è nulla

da fare”. Questo testimonia, ancora una volta, che una buona metà del campione presenta una certa tendenza al fatalismo (*cfr. tab. 44*).

Tab. 44.: Può dirti quanto è d'accordo con la frase “Nella vita quando una cosa deve accadere, accade e basta: non c'è niente da fare”.

(valori assoluti e percentuali)

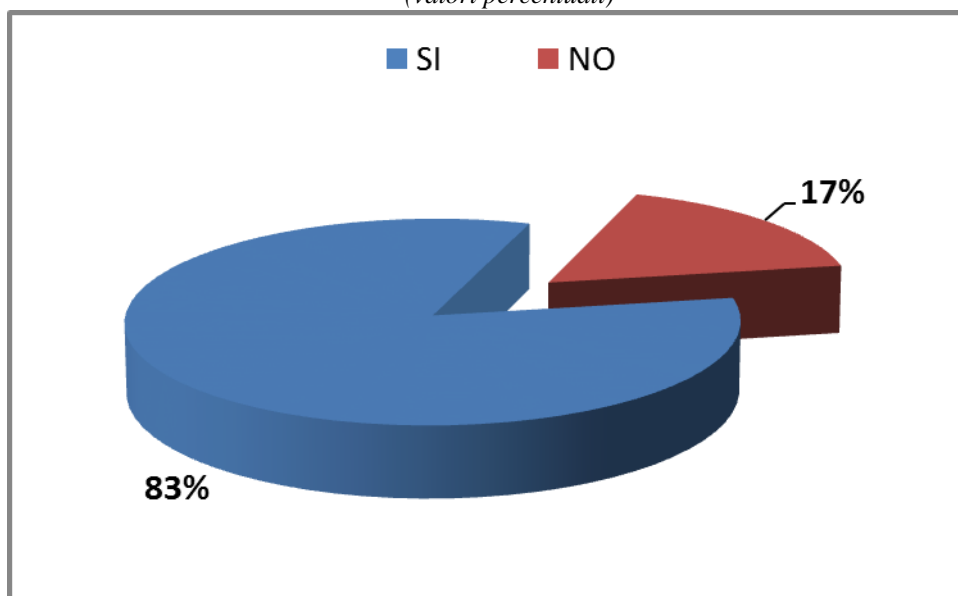
Risposte	Maschi		Femmine		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
Molto d'accordo	48	29,6	46	25,6	47	27,5
Abbastanza d'accordo	38	23,5	60	33,3	49	28,7
Poco d'accordo	64	39,5	54	30,0	59	34,5
Per niente d'accordo	12	7,4	20	11,1	16	9,4
Totale	162	100,0	180	100,0	342	100,0

Fonte: Indagine diretta, Luglio-Agosto 2011 (base: 342 casi).

In ogni caso, comunque, più dell'80% degli intervistati dichiara di voler evitare una vacanza in un Paese ritenuto a rischio alimentare. Forse, allora, i fatalisti più convinti sono soltanto una minoranza di quelli che si dichiarano tali. Probabilmente, dunque, sebbene il destino abbia già deciso tutto, costoro nascondono qualche piccola paura riguardo l'ignoto che li aspetta (*cfr. graf. 30*).

Graf. 30.: Eviterebbe una vacanza in un Paese ritenuto dalle autorità a rischio alimentare?

(valori percentuali)



CONCLUSIONI

I risultati della ricerca esposti e le considerazioni compiute nel disegno dell'indagine possono essere inquadrati in una cornice teorica più generale, riconducibile al più ampio processo di mutamento e dinamiche della “modernizzazione riflessiva” e della “società del rischio”.

L'epoca in cui viviamo è fatta di incertezze e di rischi: “la società mondiale del rischio”. La globalizzazione ha comportato un aumento sia delle merci scambiate sia della velocità con la quale avvengono questi scambi, ma anche un aumento del numero degli attori che partecipano al mercato mondiale. I mutamenti in atto creano disagio, spavento, insicurezza e incapacità nel comprendere il significato di questo profondo e complesso processo, poiché ogni aspetto della vita quotidiana assume sempre di più i caratteri della insicurezza e dell'incertezza. La sopravvivenza in questa società impone all'uomo una certa riflessività in quanto i rischi manifestabili non sono più semplicemente una conseguenza di imprevedibili eventi naturali (*external risks*) ma dipendono dall'uomo stesso e dalla sua attività. Il rischio contemporaneo, quindi, è un rischio costruito (*manufactured risk*) dall'uomo stesso, coinvolge tutti nella sfera globale e con il quale ci si deve confrontare e dal quale non è più possibile essere immune. L'incertezza non è più considerata una sensazione temporanea ma è il “solo modo di vivere la vita che abbiamo”.

In ambito alimentare, la situazione non cambia. Nessun altro aspetto meglio della cucina mostra l'intrecciarsi della dinamica globalizzazione-rischio. Quello alimentare, infatti, viene sempre più ad essere considerato tra i rischi maggiori nella società contemporanea. Ad incrementare la sua incidenza ha influito, sicuramente, l'intermediazione dell'industria alimentare, che ha reciso totalmente il legame tra uomo e natura ed allontanato, progressivamente, il consumatore dalla produzione. Al tempo stesso, il mondo agricolo è diventato l'anello debole di una filiera che presenta un troppo elevato numero di intermediari, con il risultato che gli alimenti non poche volte sono di origine incerta, soggetti a continue falsificazioni ed imitazioni agroalimentari, con costi elevati e una formazione del prezzo non sempre trasparente.

Dal canto suo, il consumatore -non avendo più un rapporto diretto con il ciclo produttivo del cibo né modalità di controllo su ciò che andrà a costituire la propria nutrizione, data la difficoltà a conoscere la provenienza, la trasformazione e, di conseguenza, la qualità di ciò che mangia- è sempre titubante nelle scelte. La paura di possibili effetti sulla salute aumentano le sensazioni di ansietà, di inquietudine legate non solo alla pratica alimentare ma a tutto il percorso biografico che il cibo è tenuto a percorrere prima di arrivare nel piatto.

Anche il distinguere i prodotti di origine artigianale da quelli industriali risulta difficile attraverso il solo sapore: spesso, è proprio un problema di comunicazione a fare la differenza. Sicuramente i cibi artigianali mantengono un fascino maggiore rispetto a quelli di produzione industriale. Purtroppo, viviamo in un'epoca dove vi è poca autenticità perché tutto ciò che risulta innovativo è anche tecnologico. Ed è proprio qui, tra l'altro, che subentra il problema della cattiva comunicazione. Perché tutto ciò che è di produzione industriale, quindi più tecnologico rispetto al passato, dovrebbe essere comunicato con chiarezza al consumatore. Altrimenti aumentano confusione e ansia. Basti pensare al linguaggio utilizzato in tv dagli esperti del settore, che si perde nell'ambito di una terminologia tutt'altro che semplice. Per questo, soprattutto nei prodotti industriali, il packaging risulta un elemento di forza nonostante il consumatore badi quasi sempre solo alla scadenza, tralasciando il resto. Ed è fin troppo ovvio che non può assolutamente essere solo questa la sua preoccupazione.

La predisposizione di un'indagine di tipo conoscitivo sul comportamento del turista di fronte al rischio alimentare ha permesso di comprendere alcune sfaccettature su un fenomeno ancora poco conosciuto, che permettono di inserire il rischio in una dimensione comunicativa e di individuare alcuni ambiti di azione specifici. Come si è rilevato, nell'esposizione dei dati e nel loro commento, le ipotesi di partenza hanno trovato una loro conferma. I risultati ottenuti permettono di compiere delle valutazioni più precise. Ovviamente, va chiarito che non si è preteso affatto con tale ricerca di aver esaurito la conoscenza di un fenomeno così complesso e articolato. Lo scopo che ci ha animato è stato la *comprensione* e non il riduzionismo.

I risultati sono stati sorprendenti e il quadro che emerge è di una certa problematicità.

Innanzitutto si deve registrare un *gap* tra l'informazione in circolazione e quella effettivamente posseduta dal consumatore. Il consumatore riconosce l'eccesso di

informazione ma personalmente si sente poco informato non riuscendo più, del resto, a districarsi tra gli innumerevoli discorsi alimentari, ognuno dei quali si fa promotore della giusta via. La confusione accentua la percezione del rischio, amplificata, tra l'altro, ancor più dalle continue crisi alimentari che si sono susseguite negli ultimi tempi. Un'inidonea informazione, con falsi allarmi, o con allarmismi, potrebbe generare o rinforzare, addirittura, la tendenza a cedere al fatalismo, anche nelle persone con un più elevato livello di istruzione

Essendo l'alimento incorporato, il rischio viene vissuto più come subito e individuale che come collettivo e condiviso e, di conseguenza, è meno accettato. Il consumatore essendo l'ultimo anello di una filiera alimentare fortemente de-localizzata e industrializzata ha difficoltà a scegliere l'alimento con consapevolezza, oltre al fatto, che rispetto al rischio si sente poco tutelato essendo la fonte sempre identificabile ed essendo il danno subito e vissuto singolarmente.

La paura di un cibo artefatto incide sul concetto di qualità che viene ad essere inteso più come innocuità dell'alimento da un punto di vista igienico-sanitario che come sapore. Il rischio alimentare, dai nostri intervistati, è associato agli alimenti contaminati dall'azione dell'uomo, tanto è vero, che gli stessi per sana alimentazione intendono soprattutto il mangiare frutta e verdura. Nella percezione degli intervistati questo è un modo per avvicinarsi maggiormente alla natura, al genuino, e, quindi, sentirsi più al sicuro.

A conferma di ciò, ci sono i dati della nostra indagine: il 46,67% degli intervistati collega il rischio alimentare a cibi ed alimenti contaminati dall'azione dell'uomo. Se si pensa, infatti, alla contaminazione chimica, agli OGM, all'interruzione della catena del freddo o, ancora, alle numerosissime truffe e frodi alimentari, risulta sicuramente difficile scindere tali problematiche dalla considerazione che esse siano state effettivamente *costruite* e *manufatte* dall'azione dell'uomo.

La scelta su cosa consumare, perciò, risulta essere estremamente rilevante ma anche causa di forti incertezze ed ansie. Il problema riguarda principalmente la percezione della paura e del rischio, due elementi che la società contemporanea amplifica a dismisura. La preoccupazione del consumatore non è mai a lungo termine. Il contesto generale di *gastro-anomia* dovrebbe comportare una maggiore responsabilizzazione, una più accentuata *riflessività* anche nell'informarsi meglio e a scegliere razionalmente cosa mangiare: ad esempio, consumando cibo controllato a

scadenza giornaliera. Bisognerebbe prestare attenzione proprio al quotidiano in modo da essere più sicuri. Ma non semplice risulta tale compito: sullo sfondo di notizie ed informazioni rese pubbliche vi è un continuo gioco di riflessi, di effetti di amplificazione e di deformazione da parte dei media.

È, forse, proprio l'innegabile insicurezza riguardo ciò che si incorpora come alimento a generare, a seconda degli individui, diverse strategie di risposta delineando, al contempo, diverse tipologie di consumatori: fatalisti, allarmisti, e via di seguito.

Se una pratica banale e quotidiana riesce a generare un più o meno elevato grado di ansia e preoccupazione, come ha mostrato anche l'indagine empirica, la stessa pratica applicata in contesti socioculturali "diversi" potenzia le reazioni e le sensazioni a riguardo, e il turismo ne è un esempio. Quando andiamo all'estero, in vacanza, entriamo in contatto non solo con una cucina differente dalla nostra, ma anche con valori e usi cui non siamo abituati a convivere.

La percezione del rischio alimentare tra i turisti aumenta, in via del tutto naturale, al venir meno delle strutture socioculturali di riferimento. Inserito nella propria cultura, il turista prende pochissime decisioni in merito alla propria alimentazione: è il sistema culinario di appartenenza a dettarle. Quando si è in viaggio occorre, per utilizzare la terminologia di Lewin, servirsi di un altro *canale* di approvvigionamento il cui filtro deve essere individuato in un nuovo *garante di fiducia*.

I dati dell'indagine hanno confermato quanto da noi ipotizzato: 6 intervistati su 10 dichiarano di percepire in viaggio un rischio maggiore rispetto alla quotidianità. All'estero, infatti, svaniscono le proprie certezze ed il consumatore è singolarmente più esposto a qualsiasi genere di danno; così anche una semplice pratica, quale quella alimentare, sembra essere percepita come rischiosa. Non a caso, tra tutte le fonti di paura – che potrebbero angosciare il turista durante i propri viaggi – il rischio alimentare risulta avere un'importanza minore soltanto rispetto agli attentati, alle catastrofi naturali, alle malattie o alla criminalità. E così, ogni turista adotterà comportamenti e intraprenderà scelte volte a ridurre il fattore di rischio, consapevole del fatto che una peculiare scelta di consumo, in ambito alimentare, può fare la differenza.

In viaggio, ove le situazioni e le circostanze sono più differenziate e mutevoli, il turista trova più difficoltà a giudicare autonomamente il livello di qualità-sicurezza del prodotto ma anche la veridicità delle informazioni sulle sue caratteristiche. Queste ultime contrariamente ad altri beni di consumo sono, essenzialmente, di tipo *experience*

(valutate solamente dopo il consumo, come la tenerezza della carne, ad esempio) e, ancor più, di tipo *credence* (in cui non è possibile valutare la qualità della caratteristica neppure dopo il consumo anche se ripetuto, ad esempio il contenuto di sostanze estranee).

Ecco perché il più delle volte il turista si affida completamente alla struttura turistica ospitante ove è immerso in una sorta di bolla ambientale, grazie alla quale si sente più protetto e meno esposto ai problemi. Per questa ragione preferisce consumare soltanto i prodotti da lui conosciuti e classificati come *non rischiosi*; oppure preferire il *made in Italy* per non allontanarsi troppo dalle proprie abitudini alimentari ed affidarsi ad una provenienza percepita più sicura degli ingredienti. Ovviamente, il discorso cambia da persona a persona, è pur vero, però, che qualcuno può farsi anche contaminare dall'esperienza vissuta fuori dai propri confini traducendola in qualcosa di positivo per se stesso, come, ad esempio, assaggiare una pietanza all'estero e imparare a riprodurla sulla propria tavola, dando luogo, in tal modo, a specifici *processi di creolizzazione*.

La scelta su cosa consumare, perciò, risulta essere estremamente rilevante ma anche causa di forti incertezze ed ansie, in particolare quando bisogna coniugare abbondanza di prodotti, discorsi contraddittori e de-localizzazione della produzione.

Durante i viaggi, di fronte a un possibile allarme alimentare, è difficile figurarsi un preciso scenario di comportamenti. Alcuni attenderanno fino all'ultimo momento prima di prendere decisioni concrete, altri delegheranno nei parenti ed amici la scelta dei comportamenti più idonei da seguire pedissequamente. In ogni modo, la reazione più immediata da parte del turista è proprio quella, utilizzando un'espressione di Festinger, di *evitare* o *revocare* la scelta: di non incorporare determinati cibi ma, addirittura, quando è possibile, di evitare alcune destinazioni o di riconsiderare l'intera meta turistica. Di fronte ad un imprevisto alimentare, il 38% circa dell'intero campione eviterebbe di mangiare cibi a possibile rischio. Gli individui, in questo modo, hanno dimostrato come, pur essendo abbastanza preoccupati, sia possibile arginare il danno eventuale compiendo inevitabilmente scelte diverse (ma ugualmente equilibrate) e reagendo senza un panico eccessivo. Precauzioni differenti, invece, verrebbero adottate da quella fetta di consumatori (25,73%) che preferirebbe diventare una parte attiva nella prevenzione del rischio, tutelandosi attraverso una maggiore informazione. All'interno

del complesso quadro di reazioni da attendersi, non pochi sono stati i segnali di una tendenza al fatalismo.

Questo perché quello alimentare, rispetto ad altre tipologie di rischio, richiede meno istruzioni e regole di comportamento da adottare. Il soggetto non ha bisogno di attendere istruzioni sul da farsi: si astiene dal mangiare un determinato cibo e basta. Può non sapere il reale contenuto di ciò che incorpora, ma ha, invece, la percezione di poter controllare la dose di rischio a cui si espone, scegliendo il cibo da incorporare, senza ricorrere ad interventi esterni, e spesso, sopravvalutando le proprie capacità di cavarsela in situazioni a rischio. Questo, però, fa del rischio alimentare un *medium* di alta influenza nel condizionare le opinioni individuali e collettive e in quanto tale -reale o meno- può contribuire a orientare scelte, determinare situazioni di incertezza, ma anche di opposte reazioni al fenomeno.

Cibo e turismo è, dunque, un'associazione che necessita di continue decisioni e che impone anche l'assunzione di rischi oggettivi e simbolici. Mangiare è un'assunzione di rischio obbligatorio sul piano biologico poiché rappresenta un atto intimo tra l'alimento e il corpo. Il cibo costringe le persone a riflettere di più sulle proprie scelte alimentari e ad assumersi le relative responsabilità rispetto alla propria salute ed al proprio corpo.

I comportamenti dei consumatori sono connessi alle modalità con cui essi percepiscono il rischio e, quindi, vengono influenzati da variabili soggettive e strutturali quali: norme, valori, stima nelle istituzioni, fiducia nelle fonti di informazione.

In ogni caso, se si escludono i consumatori che, durante una crisi alimentare preferiscono informarsi preventivamente e precauzionalmente sull'origine e sulla provenienza degli alimenti, tutti gli altri comportamenti esprimono una comune *sfiducia* soprattutto verso le fonti ufficiali di informazione e le autorità di controllo, le quali, evidentemente, si sono presentate, in questi anni, all'opinione pubblica con messaggi poco chiari, contraddittori o incompleti. Certo è che l'eccesso di comunicazione e la distorsione comunicativa che ne è derivata hanno alimentato aspettative negative nei confronti del futuro. In caso di crisi, bisogna fare i conti con i pregiudizi e con le diffidenze ormai radicatisi nei singoli, per cui, le varie indicazioni provenienti dalle istituzioni, ai vari livelli, vengono accolte con una notevole dose di diffidenza, se non addirittura, di esplicito sospetto che mascherino inganni o, comunque, che non possano

non recare danno ai singoli, con l'aggravante che, spesso, ci si affida più al *fato* anche per far fronte a problemi più elementari.

Dal momento che non si tratta, quindi, solo di *informazione* che viene veicolata, bensì di condivisione di informazioni, di opinioni, di timori, ecc., in una *leale* interazione, centrale diviene il tema del *riconoscimento* e della fiducia tra i diversi attori coinvolti nei processi di comunicazione. Ciò riguarda, in primo luogo, le istituzioni, che hanno bisogno urgente di confermare e accrescere la loro credibilità, ma anche i media, dalla carta stampata alla televisione, dal livello locale a quello nazionale. I media assumono un ruolo di crescente rilievo, in virtù delle loro capacità di determinare l'*agenda* dell'attenzione collettiva e di rappresentare immagini della realtà con grandi potenzialità diffusive.

Di estrema importanza, infatti, risulta non soltanto l'elaborazione di una politica di sicurezza alimentare, capace di ridurre l'incidenza dei rischi e di portare a livelli di accettabilità quelli inevitabili ma, soprattutto, la creazione di un'efficace rete di comunicazione, che permetta a ciascun individuo di organizzare la propria reazione sulla base di informazioni certe e disponibili. Invero, il consumatore italiano, come dimostra il nostro studio, ha un'alta propensione all'informazione (il 72% circa vorrebbe ricevere maggiori informazioni sul rischio alimentare); ma tale propensione e disponibilità ad apprendere è frustrata, spesso, da un'industria mass-mediatica che produce un'infinità di dati ma scarso sapere.

Dall'indagine emerge una *forte* domanda per un'informazione completa. Riguardo al ruolo delle autorità risulta che l'esperienza del rischio accresce l'attenzione verso la competenza, la chiarezza, la credibilità in chi fornisce le informazioni, nonché verso la completezza dei messaggi, in modo tale che l'informazione sul rischio sia valutata e ritenuta degna di attenzione. La fonte cui viene attribuita maggiore credibilità è il medico proprio per il forte legame fiduciario tra la fonte ed il destinatario.

Occorrerebbero, quindi, ulteriori informazioni per i consumatori ma anche un aumento degli interventi in questo campo in modo da coinvolgere diversi attori socio-economici. Per quanto, infatti, l'Unione Europea abbia istituito un'apposita autorità incaricata della sicurezza alimentare (l'EFSA) non ancora si è raggiunto un'integrazione tra *politiche di comando* e quelle di *controllo* sia a livello nazionale sia a livello europeo ed internazionale. La sfida è quella di ridurre il divario tra rischio alimentare percepito nella quotidianità e rischio alimentare percepito in viaggio, proponendo una struttura

politica e normativa omogenea, che non permetta la formulazione di *gap* informativi tra un Paese e l'altro. La completa tracciabilità degli alimenti sulla qualità e territorialità delle produzioni agroalimentari potrebbe essere una strada su cui insistere.

In conclusione, soltanto attraverso una buona informazione e conoscenza del fenomeno l'individuo ha la possibilità di disporre di una corretta visuale per poter analizzare tutte le componenti in gioco e ripristinare il giusto equilibrio tra prodotto alimentare e rassicurazione individuale.

Il lavoro di ricerca svolto circa il turismo, alimentazione e rischio, contribuisce a far luce su come sceglie il turista tenendo conto anche del fattore alimentazione (tipologia e modalità di consumi, fruizione de soggiorno, comportamenti ed atteggiamenti alimentari, reazioni in caso di rischio alimentare, legittimità delle fonti). Al tempo stesso, si spera di aver contribuito al dibattito, sempre più intenso, che si sta sviluppando sulle tematiche legate all'alimentazione e ai rischi associati. Da un punto di vista operativo, il lavoro potrà fornire input di interesse quale strumento per quanti vogliono adoperarsi *fattivamente* al fine di predisporre al meglio l'offerta turistica.

ALLEGATO 1: INDICE DELLE TABELLE, DEI GRAFICI E DELLE FIGURE

	<i>Pag.</i>
Tab. A	Razionalità tecnica versus quella culturale nella visione del rischio 33
Tab. B	Fattori coinvolti nella percezione del rischio 35
Tab. C	Le condizioni del rischio 39
Tab. D	Alimentazione tradizionale vs quella contemporanea 48
Tab. E	Le caratteristiche dei principali modelli alimentari 53
Tab. F	Le categorie: dal commestibile al non commestibile 81
Tab. G	Il sistema di produzione-consumo in chiave di sicurezza 90
Tab. H	La natura paradossale del cibo 103
Tab. I	Gli indicatori utilizzati 127
Tab. 1	Distribuzione degli intervistati per classi di età e per sesso (<i>valori assoluti e percentuali</i>) 130
Tab. 2	Titolo di studio degli intervistati per sesso (<i>valori assoluti e percentuali</i>) 131
Tab. 3	Condizione professionale degli intervistati per sesso (<i>valori assoluti e percentuali</i>) 132
Tab. 4	Viaggi (in media) effettuati in un anno per sesso (<i>valori assoluti e percentuali</i>) 132
Tab. 5	Gli aspetti presi in considerazione dagli intervistati nella scelta dei loro cibi (<i>in ordine decrescente di importanza</i>) 134
Tab. 6	Al momento dell'acquisto Lei controlla il paese di provenienza? (<i>valori assoluti e percentuali</i>) 136
Tab. 7	Quando effettua un acquisto di un prodotto alimentare, come fa ad essere sicuro della qualità e dell'igiene? (<i>valori assoluti e percentuali</i>) 137
Tab. 8	Cosa significa per Lei, qualità del prodotto agroalimentare? (<i>valori assoluti e percentuali</i>) 138
Tab. 9	Il luogo dove tendenzialmente, Lei consuma i pasti (<i>valori assoluti</i>) 140

e percentuali)

Tab. 10	Cosa intende per rischio alimentare? (<i>valori assoluti e percentuali</i>)	141
Tab. 11	Nell'ambiente in cui lei vive, quanto viene percepito il rischio alimentare? (<i>valori assoluti e percentuali</i>)	144
Tab. 12	Reazione rispetto alla possibilità di trovarsi in una situazione di rischio alimentare (<i>valori assoluti e percentuali</i>)	146
Tab. 13	Per chi o cosa è preoccupato? (<i>In ordine decrescente di importanza, valori medi da 1 a 3</i>)	147
Tab. 14	Cosa significa per Lei l'espressione "una sana alimentazione"? (<i>valori percentuali Maschi</i>)	148
Tab. 15	Cosa significa per Lei l'espressione "una sana alimentazione"? (<i>valori percentuali Femmine</i>)	148
Tab. 16	Cosa significa per lei l'espressione "una sana alimentazione"? (<i>valori percentuali su valori assoluti totali = 342</i>)	148
Tab. 17	Per chi ha risposto "Agenzia di viaggi/tour operator" alla domanda precedente, ritiene che il professionista a cui si rivolge possa consigliarla anche sui prodotti alimentari che andrà a consumare? (<i>Totale intervistati = 116</i>)	153
Tab. 18	Quando è in vacanza all'estero, cosa mangia? (<i>valori assoluti e percentuali</i>)	154
Tab. 19	In vacanza dove consuma i pasti della giornata? (<i>valori assoluti e percentuali</i>)	157
Tab. 20	Se consuma prevalentemente nella struttura di riferimento, perché? (<i>valori assoluti e percentuali</i>)	158
Tab. 21	Se consuma prevalentemente fuori dalla struttura di riferimento, perché? (<i>valori assoluti e percentuali</i>)	159
Tab. 22	Come <u>pensa</u> di comportarsi in previsione di un pericolo alimentare? (<i>valori assoluti e percentuali</i>)	160
Tab. 23	Cosa pensa <u>farebbe concretamente</u> qualora si determinasse un'emergenza? (<i>valori assoluti e percentuali</i>)	161
Tab. 24	Quando si trova in viaggio, di cosa ha maggiormente paura? (<i>valori medi</i>)	163
Tab. 25	Le tipologie di rischio di cui si ha più paura in viaggio (<i>maschi</i>)	163

Tab. 26	Le tipologie di rischio di cui si ha più paura in viaggio (<i>femmine</i>)	164
Tab. 27	In relazione all'alimentazione all'estero, di che cosa ha maggiormente paura? (<i>valori percentuali</i>)	165
Tab. 28	In relazione all'alimentazione all'estero, di che cosa ha maggiormente paura? (<i>maschi</i>)	166
Tab. 29	In relazione all'alimentazione all'estero, di che cosa ha maggiormente paura? (<i>femmine</i>)	166
Tab. 29 bis	In relazione all'alimentazione all'estero, di che cosa ha maggiormente paura? (<i>somma maschi e femmine valori percentuali molto + abbastanza e poco + nulla</i>)	167
Tab. 30	Ritiene che il consumo di alimenti all'estero possa essere rischioso per la propria salute? (<i>valori assoluti e percentuali</i>)	168
Tab. 31	All'estero in relazione all'alimentazione percepisce un rischio maggiore rispetto alla quotidianità (<i>valori assoluti e percentuali</i>)	170
Tab. 32	Rispetto al rischio legato al consumo degli alimenti, quanto ritiene adeguata l'informazione che viene trasmessa? (<i>valori assoluti e percentuali</i>)	171
Tab. 33	Quanto si ritiene personalmente informato sul rischio legato al consumo degli alimenti? (<i>valori assoluti e percentuali</i>)	172
Tab. 34	Relativamente ai prodotti alimentari, quale grado di fiducia lei attribuisce alle seguenti fonti di informazione (<i>valori percentuali Totali</i>)	174
Tab. 35	Quando acquista alimenti su cui ha sentito notizie allarmanti, quanto si preoccupa? (<i>valori assoluti e percentuali</i>)	177
Tab. 36	Rispetto al rischio alimentare, potrebbe indicarci il grado di allarme derivante da ciascuna delle seguenti fonti? (<i>valori percentuali totali</i>)	178
Tab. 37	Mentre è in vacanza, come reagisce di fronte al ripetersi di falsi allarmi alimentari da parte: (<i>valori assoluti e percentuali totali</i>)	179
Tab. 38	Mentre è in vacanza, come reagisce di fronte all'allarmismo provocato dalle varie fonti sull'alimentazione: (<i>Femmine: valori percentuali su totale 180</i>)	182
Tab. 39	Mentre è in vacanza, come reagisce di fronte all'allarmismo provocato dalle varie fonti sull'alimentazione: (<i>Maschi: valori</i>	183

percentuali su totale 162)

Tab. 40	Mentre è in vacanza come reagisce di fronte all'allarmismo provocato dalle varie fonti sull'informazione? (<i>valori percentuali sul campione totale</i>)	184
Tab. 41	Sulla base di queste ultime risposte, rispetto al rischio alimentare, lei ritiene di dare più importanza a: (<i>valori assoluti</i>)	185
Tab. 42	Sulla base di queste ultime risposte, rispetto al rischio alimentare, lei ritiene di dare più importanza a: (<i>valori percentuali</i>)	185
Tab. 43	Può dirmi quanto è d'accordo con la frase "I rischi alimentari sono imprevedibili e le persone non possono farci niente". (<i>valore assoluto e percentuale</i>)	186
Tab. 44	Può dirmi quanto è d'accordo con la frase "Nella vita quando una cosa deve accadere, accade e basta: non c'è niente da fare". (<i>valori assoluti e percentuali</i>)	187
Graf. A	I mutamenti qualitativi nell'alimentazione	63
Graf. 1	Distribuzione del campione per genere (<i>valori percentuali</i>)	129
Graf. 2	Distribuzione degli intervistati per classi di età (<i>valori assoluti totali</i>)	130
Graf. 3	Distribuzione degli intervistati per classi di età (<i>valori assoluti maschi</i>)	131
Graf. 4	Distribuzione degli intervistati per classi di età (<i>valori assoluti femmine</i>)	131
Graf. 5	Generalmente con chi effettua i suoi viaggi (<i>valori percentuali</i>)	133
Graf. 6	Al momento dell'acquisto di un alimento, Lei controlla le indicazioni sul Paese di provenienza (<i>valori percentuali</i>)	136
Graf. 7	Cosa significa per Lei, qualità del prodotto agroalimentare? (<i>valori percentuali</i>)	139
Graf. 8	Dove mangia effettivamente (<i>valori percentuali</i>)	140
Graf. 9	Cosa intende per rischio alimentare? (<i>valori percentuali</i>)	142
Graf. 10	Quali sono, secondo lei, i prodotti maggiormente soggetti a rischio alimentare? (<i>valori percentuali</i>)	143

Graf. 11	Lei personalmente, nella sua quotidianità alimentare, si sente a rischio? <i>(valori percentuali)</i>	145
Graf. 12	Mangiare sandwich è sano? <i>(valori percentuali maschi)</i>	150
Graf. 13	Mangiare sandwich è sano? <i>(valori percentuali femmine)</i>	150
Graf. 14	Mangiare prodotti dolci è sano? <i>(valori percentuali maschi)</i>	151
Graf.15	Mangiare prodotti dolci è sano? <i>(valori percentuali femmine)</i>	151
Graf.16	Chi organizza i suoi viaggi in genere? <i>(valori percentuali)</i>	153
Graf. 17	Quanto incide la variabile “alimentazione” nella scelta della sua vacanza? <i>(valori percentuali)</i>	154
Graf. 18	Distribuzione percentuale delle scelte alimentari all'estero <i>(valori percentuali)</i>	156
Graf. 19	In vacanza, dove consuma i pasti della giornata? <i>(valori percentuali)</i>	157
Graf. 20	Motivazioni al consumo alimentare presso la struttura di riferimento <i>(valori percentuali)</i>	158
Graf. 21	Motivazioni al consumo alimentare fuori dalla struttura di riferimento <i>(valori percentuali)</i>	159
Graf. 22	Le motivazioni per cui il consumo di alimenti all'estero sembra più rischioso <i>(valori percentuali)</i>	169
Graf. 23	All'estero acquisterebbe prodotti agroalimentari solo se certificati e garantiti? <i>(valori percentuali)</i>	169
Graf. 24	All'estero in relazione all'alimentazione percepisce un rischio maggiore rispetto alla quotidianità? <i>(valori percentuali)</i>	170
Graf. 25	Vorrebbe ricevere maggiori informazioni sul rischio alimentare? <i>(valori percentuali)</i>	173
Graf. 26	Quale quota di fiducia attribuisce alle seguenti fonti di informazione sui prodotti alimentari? <i>(valori percentuali)</i>	174
Graf. 27	Grado di fiducia rispetto alle seguenti fonti di informazione <i>(valori percentuali)</i>	175
Graf 28	Grado di fiducia relativo alle seguenti fonti di informazione <i>(valori percentuali)</i>	176

Graf. 29	La reazione di fronte all' <i>allarmismo</i> provocato dalle agenzie sull'alimentazione: (<i>valori percentuali</i>)	180
Graf. 30	Eviterebbe una vacanza in un Paese ritenuto dalle autorità a rischio alimentare? (<i>valori percentuali</i>)	187
Figura 1	Il triangolo culinario	73
Figura 2	Classificazioni cognitive del cibo	80
Figura 3	Il principio di incorporazione	83
Figura 4	Il modello Top-down della comunicazione	96
Figura 5	Modello semplificato di <i>new spiral</i>	98

ALLEGATO II: IL QUESTIONARIO

A. PARTE GENERALE – dati di struttura

Nome

.....

Cognome

.....

Destinazione.....(facoltativo)

1. Sesso:

<input type="checkbox"/> Uomo	<input type="checkbox"/> Donna
-------------------------------	--------------------------------

2. Età:

<input type="checkbox"/> 15 ÷ 24	<input type="checkbox"/> 25 ÷ 34
<input type="checkbox"/> 35 ÷ 44	<input type="checkbox"/> 45 ÷ 54
<input type="checkbox"/> 55 ÷ 64	<input type="checkbox"/> 65 e +

3. Titolo di studio:

a.	Nessuno/ licenza elementare	<input type="checkbox"/>
b.	Licenza media	<input type="checkbox"/>
c.	Diploma scuola superiore	<input type="checkbox"/>
d.	Laurea	<input type="checkbox"/>

4. Occupazione:

a.	Occupato	<input type="checkbox"/>
b.	Occupazione saltuaria/ part-time	<input type="checkbox"/>
c.	In attesa di prima occupazione	<input type="checkbox"/>
d.	Disoccupato	<input type="checkbox"/>
e.	Pensionato	<input type="checkbox"/>
f.	Casalinga	<input type="checkbox"/>

g.	Studente	<input type="checkbox"/>
----	----------	--------------------------

B. ALIMENTAZIONE – consumi

5. Quali sono gli aspetti dei quali tiene conto nella scelta dei cibi? (da 1 a 10 in ordine decrescente di importanza. Es 10 per quello più importante, poi 9, fino a 1 per quello meno importante)

Da 1 a 10

a.	Il sapore	()
b.	La data di scadenza	()
c.	I benefici alla salute	()
d.	Il prezzo	()
e.	L'aspetto esteriore	()
f.	Se è un prodotto biologico	()
g.	La marca	()
h.	Se è in accordo con i principi della mia cultura/ religione	()
i.	Deve essere a lunga conservazione	()
l.	Deve essere pratico e pronto da utilizzare	()

6. Al momento dell'acquisto lei controlla le indicazioni sul Paese di provenienza?

- Sì
 No
 A volte

7. Quando effettua un acquisto di un prodotto alimentare, come fa ad essere sicuro della qualità e dell'igiene?

- Mi fido della marca
 Mi fido del mio intuito (aspetto, colore, tatto)

- Compro solo prodotti che conosco/
compro prodotti da negozianti che conosco
- Non mi importa
- Non si è mai veramente sicuri
- Altro

8. Cosa significa per lei la qualità del prodotto agroalimentare?

- Genuinità
- Sicurezza
- Naturalità
- Salubrità
- Gusto
- Altro

9. Dove mangia effettivamente?

- A casa
- Alla mensa aziendale
- Nei *fast food*
(*Mc Donald's, paninoteche, pizzerie*)
- Da amici e parenti
- Altro

C. ALIMENTAZIONE - rischi

10. Cosa intende per rischio alimentare?

- Alimenti contenenti additivi o conservanti superiori alla norma
- Alimenti contaminati dall'azione dell'uomo
- Alimenti trattati con fertilizzanti chimici
- Alimenti che non rispecchiano il mio quadro di 'comestibilità' (es. serpenti, cavallette, ecc.)
- Altro
(specificare).....

11. Nell'ambiente in cui lei vive, quanto viene percepito il rischio alimentare?

- Viene totalmente ignorato
- È trascurato, può interessare solo marginalmente
- V'è un interesse assai generico e discontinuo
- Buona sensibilizzazione e consapevolezza di tale realtà problematica
- Attenta e lucida focalizzazione, conoscenza ed interesse specifico

12. Lei personalmente, nella sua quotidianità alimentare, si sente a rischio?

- Per niente
- Poco
- Abbastanza
- Molto

13. Rispetto alla possibilità di trovarsi in una situazione di rischio alimentare, lei si preoccupa?

(mettere una X nella casella che rispecchia meglio la sua opinione)

a.	In nessun modo, se deve accedere, capita e basta	<input type="checkbox"/>
b.	Con preoccupazione <i>minima</i>	<input type="checkbox"/>
c.	Con <i>media</i> preoccupazione	<input type="checkbox"/>
d.	Con <i>discreta</i> preoccupazione	<input type="checkbox"/>
e.	Con <i>molta</i> preoccupazione	<input type="checkbox"/>
f.	Non so. Reagirò a seconda dello stato d'animo del momento	<input type="checkbox"/>

N.B. Se ha risposto b, c, d, e, alla domanda precedente, proseguire con domanda 14. Altrimenti, passare alla domanda 15.

14. Le sue preoccupazioni sono rivolte, prevalentemente, a che cosa?

(In ordine decrescente di importanza: 3 per quello più importante, poi 2, scalando fino ad 1 per quello meno importante)

		Immediato	Futuro
a.	Incolunità propria	()	()
b.	Parenti e amici	()	()
c.	Tutta la comunità	()	()

15. Quali sono, secondo lei, i prodotti maggiormente soggetti a rischio alimentare?

- pesce, crostacei e molluschi
- carne, selvaggina e pollame
- cereali e derivati
- frutta e verdura
- latte e derivati
- altri* prodotti alimentari

16. Cosa significa per lei l'espressione "una sana alimentazione"?

(mettere una X nella casella che rispecchia meglio la sua opinione)

- 1 = per niente d'accordo
- 2 = poco d'accordo
- 3 = abbastanza d'accordo
- 4 = pienamente d'accordo

	1	2	3	4
Mangiare frutta e legumi				
Mangiare nei fast-food				
Mangiare prodotti dolci				
Consumare prodotti leggeri				
Non mangiare troppo				
Mangiare sandwiches				
Mangiare variato				
Fare tre pasti al giorno				

D. LE FONTI DI INFORMAZIONE
-sull'alimentazione

17. Rispetto al rischio legato al consumo degli alimenti, quanto ritiene adeguata l'informazione che viene trasmessa?

Molto	Abbastanza	Poco	Per niente
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

18. Quanto si ritiene personalmente informato sul rischio legato al consumo degli alimenti?

Molto	Abbastanza	Poco	Per niente
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19. Quale quota di fiducia attribuisce alle seguenti fonti di informazione sui prodotti alimentari?

(mettere una X nella casella che rispecchia meglio la sua opinione)

- 1 = nessuna fiducia
- 2 = poca fiducia
- 3 = abbastanza fiducia
- 4 = molta fiducia

	1	2	3	4
Le etichette dei prodotti				
Il medico				
Libri, riviste e siti specializzati				
La TV				
La pubblicità				
Gli amici				
I consigli nei punti vendita				
Internet				
Nessuna fonte/ non mi informo	<input type="checkbox"/>			

20. Sarebbe interessato a ricevere maggiori informazioni sul rischio alimentare?

- Sì
- No
- Non so

21. Quando acquista alimenti su cui ha sentito notizie allarmanti, quanto si preoccupa?

- Molto, credo nei sistemi d'informazione
- Abbastanza, cerco di evitarne l'acquisto
- Poco, sono scettico nella diffusione delle informazioni
- Per nulla, se deve capitare qualcosa, capita e basta

22. Rispetto al rischio alimentare, potrebbe indicarci il grado di allarme derivante da ciascuna delle seguenti fonti?

(leggere una riga per volta e barrare con una X la risposta scelta)

- 1 = Allarme nullo
- 2 = Allarme basso
- 3 = Allarme medio
- 4 = Allarme alto
- 5 = Non so

FONTI		Grado di allarme				
		1	2	3	4	5
a.	Stampa locale					
b.	Stampa nazionale					
c.	Tv locale					
d.	Tv nazionale					
e.	Radio locale					
f.	Radio nazionale					
g.	Collegli di lavoro					
h.	Familiari					
i.	Amici					
l.	Esperti					
m.	Agenzie preposte					
n.	Internet					

23. Mentre è in vacanza, come reagisce di fronte al ripetersi di falsi allarmi alimentari (es. falsi casi di mucca pazza, aviaria, contagi vari, ecc.) **da parte:**

(leggere una riga per volta e barrare con una X la risposta scelta)

- 1= Era previsto
- 2= Con sfiducia
- 3= Con rabbia

Falsi allarmi da parte di		Reazione		
		1	2	3
a.	Stampa locale			

b.	Stampa nazionale			
c.	Tv locale			
d.	Tv nazionale			
e.	Radio locale			
f.	Radio nazionale			
g.	Agenzie preposte			
h.	Informatori privilegiati			

24. Mentre è in vacanza, come reagisce di fronte all'allarmismo provocato dalle varie fonti sull'alimentazione?

(segnare con una X una sola reazione per ogni fonte)

Tipo di reazione	Rispetto all'allarmismo di			
	Stampa	Tv	Radio	Agenzie
Era prevedibile	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Poca delusione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Molta delusione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rabbia controllata	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Molta rabbia ma non	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rabbia esplicitata	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rabbia condivisa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Incitazione a sfiducia nei loro confronti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Incitazione alla protesta individuale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Incitazione alla protesta collettiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Protesta resa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Protesta alle autorità	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ricorso alla Magistratur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

25. Eviterebbe una vacanza in un Paese ritenuto dalle autorità a rischio alimentare? (es. SARS, aviaria, mucca pazza)

- Sì
 No

26. Sulla base di queste ultime risposte, rispetto al rischio alimentare, lei ritiene di dare **più importanza**:

(leggere una riga per volta e barrare con una X la risposta scelta)

- 1 = nessuna
2 = poca
3 = media
4 = molta

Dare più importanza		1	2	3	4
a.	Al semplice verificarsi degli				
b.	Alle competenze specifiche delle				
c.	Alla professionalità dei mass-media				
d.	All'indipendenza dei mass-media				
e.	Al destino, se deve capitare qualcosa,				

27. Può dirmi quanto è d'accordo con le seguenti frasi?

- I rischi alimentari sono imprevedibili e le persone non possono farci niente. (segnare una sola risposta)

Molto d'accordo	Abbastanza d'accordo	Poco d'accordo	Per niente d'accordo
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Nella vita quando una cosa deve accadere, accade e basta: non c'è niente da fare. (segnare una sola risposta)

Molto d'accordo	Abbastanza d'accordo	Poco d'accordo	Per niente d'accordo
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

E. ALIMENTAZIONE – turismo

28. Quanti viaggi effettua in media durante l'anno?

- Meno di 2
 Da 2 a 5
 Più di 5

29. Generalmente, effettua i suoi viaggi:

- Da solo
 In compagnia

30. Chi organizza i suoi viaggi in genere?

a.	Agenzia di viaggi/tour operator	<input type="checkbox"/>
b.	Amici / parenti	<input type="checkbox"/>
c.	Fai da te	<input type="checkbox"/>

31. Se ha risposto a. alla domanda precedente, ritiene che il professionista a cui si rivolge possa consigliarla anche sui prodotti alimentari che andrà a consumare?

- Sì
 No
 Non so

32. Quanto incide la variabile "alimentazione" nella scelta della sua vacanza?

Molto	Abbastanza	Poco	Per niente
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

33. Quando è in vacanza all'estero cosa mangia?

a.	Quello che mangiano gli autoctoni, mi piace integrarmi con la cultura del posto, anche se si tratta di assaggiare prodotti distanti dalla mia cultura (cani rossi, cavallette ecc.)	<input type="checkbox"/>
b.	Assaggio i principali piatti tipici, ma solo se vicini alla mia cultura.	<input type="checkbox"/>

c.	Cerco un <i>ristorante italiano</i> , mi piace sentirmi a casa.	<input type="checkbox"/>
d.	Quello che <i>mi propongono nel pacchetto</i> , voglio essere senza pensieri	<input type="checkbox"/>
e.	<i>Quello che capita</i> , non dedico molto tempo al cibo.	<input type="checkbox"/>

34. Se ha risposto *b*, perché?

.....

35. Come pensa di comportarsi in previsione di un pericolo alimentare?

- Spero che non accada
- Informarsi meglio
- Come si comportano gli altri (amici e parenti)
- Come si comportano le persone più competenti
- Programmo subito un rientro a casa
- Evito di mangiare cibi a possibile rischio
- Altro

36. Cosa pensa farebbe concretamente qualora si determinasse un'emergenza?

- Spero di non subire gravi conseguenze
- Chiamo il mio medico di fiducia
- Mi reco immediatamente all'ospedale più vicino
- Seguo i consigli della struttura di riferimento
- Altro

37. In vacanza, dove consuma i pasti della giornata?

a.	Prevalentemente <i>nella</i> struttura di riferimento	<input type="checkbox"/>
b.	Prevalentemente <i>fuori</i> dalla struttura di riferimento	<input type="checkbox"/>

38. Se alla domanda precedente ha risposto *a.*, perché?

- Per comodità
- Perché inclusi nel prezzo
- Per piacere
- Perché mi sento più sicuro
- Altro

39. Se alla domanda 37 ha risposto *b.*, perché?

- Per provare i ristoranti locali
- Per variare
- Per piacere
- Perché mi sento più sicuro
- Altro

40. Quando si trova in viaggio, di cosa potrebbe avere maggiormente paura? (in ordine decrescente di importanza: 10 per quello più importante, poi 9, scalando fino ad 1 per quello meno importante)

1	Malattie proprie, dei familiari	()
2	Situazioni di disagio economico	()
3	Conflitti psicologici o difficoltà nei rapporti interpersonali	()
4	Inquinamento atmosferico, acustico, elettromagnetico	()
5	Calamità naturali	()
6	Attentati	()
7	Microcriminalità	()
8	Rischio alimentare (intossicazioni da cibo, mucca pazza ecc.)	()
9	Criminalità organizzata	()
10	Eventi bellici	()

41. In relazione all'alimentazione all'estero, di che cosa ha maggiormente paura?

(mettere una X nella casella che rispecchia meglio la sua opinione)

- 1 = nessuna paura
- 2 = poca paura
- 3 = abbastanza paura
- 4 = molta paura

	1	2	3	4
L'uso di prodotti chimici				
Presenza di OGM				
Produzione in paesi extra-UE				
Pesticidi				
L'assenza di marca				
Contraffazione di prodotti agro-alimentari				
Bassa qualità degli ingredienti				
Sistema di trasporto				

42. Ritiene che il consumo di prodotti alimentari all'estero possa essere rischioso per la propria salute?

a.	Per niente	<input type="checkbox"/>
b.	Poco	<input type="checkbox"/>
c.	Abbastanza	<input type="checkbox"/>
d.	Molto	<input type="checkbox"/>

43. Se ha risposto c. e d., perché?

- Perché non conosco i produttori
- Perché penso ci siano meno controlli
- Perché non conosco la qualità
- Altro

.....

44. All'estero, acquisterebbe prodotti agroalimentari solo se certificati e garantiti?

- Sì
- No

45. All'estero, in relazione all'alimentazione, percepisce un rischio maggiore rispetto alla quotidianità?

- Sì
- No

La ringraziamo per la collaborazione; ai nostri fini sarà preziosa

BIBLIOGRAFIA DI RIFERIMENTO

“All’origine della sfiducia”, in: *Altroconsumo*, 2006, n. 190.

AA.VV.(2005), *The Validity of Food Miles as an Indicator of Sustainable Development*, Final Report produced for DEFRA, AEA Technology, (3).

AA.VV., (2003), *Manifesto sul futuro del cibo*, Commissione internazionale per il futuro dell’alimentazione e dell’agricoltura, Firenze, art. 13.

Adams J. (1995): *Risk*, Ucl Press, London.

Alberoni F. (1964), *Consumi e società*, Il Mulino, Bologna.

Alexander, J. (1996): *Critical reflections on reflexive modernization* in: *Theory, Culture and Society*, 13. Si veda anche Lash, S. (1993): *Reflexive modernization. The aesthetic dimension*, in *Theory, Culture and Society*, 10.

Ancora A. (2007), *La sicurezza alimentare. Le buone prassi per la salute*, in Battaglini E., *Il gusto riflessivo: verso una sociologia della produzione e del consumo alimentare*, Bonanno, Roma, pp.157-172.

Andersen E. S. (1994), “The evolution of credence goods: a transaction approach to product specification quality”, *MAPP working papers*, 21.

Andrews G. (2010), *Slow Food. Una storia tra politica e piacere*, Il Mulino, Bologna.

Apfeldorfer, G. (1993), *Je mange donc je suis: Surpoids et troubles du comportement alimentaire*, Éditions Payot et Rivages, Paris, p. 24.

Apfeldorfer, G. e Zermati J.P. (2006), *Dictature des régimes: Attention!*, Odile Jacob, Paris.

Ascher, F. (2005), *Le mangeur hypermoderne, une figure de l’individu éclectique*, Odile Jacob, Paris.

Atti del XVIII convegno internazionale sulla civiltà della tavola, 50 anni di cucina italiana, Milano, 13 - 15 Giugno 2003.

Augé M. (1993,) *Nonluoghi. Introduzione a una antropologia della surmodernità*, Eleuthera, Milano.

Aurier Ph., Fort F., Sirieix L., *les produits du terroir du point de vue du consommateur : sources perçues et associations au terroir, Actes du XXe Congrès de l’Association Française du Marketing*, St Malo, 2004.

- Babbie Earl (2010), *Ricerca sociale*, Apogeo, Milano.
- Bailey K.D. (1995), *Metodi della ricerca sociale*, Il Mulino, Bologna.
- Bagnasco A. (2001), “Discussione su ‘La società del rischio’ di Ulrich Beck”, *Stato e Mercato*, n. 3.
- Baudrillard J. (1970), *La société de consommation*, Denoël, Paris.
- Bauman Z. (2006), *Vita Liquida*, Editori Laterza, Bari.
- Beardsworth A., Keil T. (1997), *Sociology on the Menu*, Routledge, London.
- Beato F. (1999): *Le teorie sociologiche del rischio* in: De Nardis P. (a cura di): *Le nuove frontiere della Sociologia* – Carocci, Roma.
- Beck U. (1992), “From industrial society to the risk society. Questions of survival, social structure and ecological environment” in: *Theory, Culture and Society*, 9.
- Beck U. (2000a), *Europa felix*, Carocci, Roma.
- Beck U. (2000b), *La società del rischio*, Carocci, Roma.
- Beck U., Giddens A., Lash S.(1999), *Modernizzazione riflessiva*, Asterios, Trieste.
- Belletti G., Marescotti A.(1996), *Le nuove tendenze dei consumi alimentari*, in Berni P., Begalli D. (a cura di), *I prodotti agroalimentari di qualità: organizzazione del sistema delle imprese*, SIDEA, Il Mulino, Bologna, pp.133-152.
- Benelli, E., Bassoli R.(1998), *Gli stili alimentari oggi*, in Capatti A., De Bernardi A., Varni A. (a cura di), *L'alimentazione*, Einaudi, Torino.
- Benton, T. (2002), “Social Theory and ecological politics: reflexive modernization or green socialism?”, in *Sociological Theory and The environmental*, ed. R. E. Dunlap et Al, Lanham: Rowman & Littlefield, pp.252-273.
- Bérard L., Marchenay P. (1995), “Lieux, temps et preuves. La construction sociale des produits de terroir”, *Terrain*, 24, pp. 153-164.
- Bessis S. (1995), “Autrement”, Série Mutations/mangeurs, 154, mars: *Mille et une bouches, cuisines et identités culturelles*.
- Billi, S. (2006), *L'ottica del beneficio. Territorio e prodotto turistico nell'economia dell'esperienza*, in Dall'Ara G., Morandi F., *I sistemi turistici locali*, Halley Editore, Matelica (Mc).
- Boncinelli E. (2007), *Il male. Storia naturale e sociale della sofferenza*, Mondadori, Milano.

- Bourdieu P.(2001), *La distinzione: critica sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna.
- Bové, F. Dufour (2000), *Il mondo non è in vendita, agricoltori contro la globalizzazione alimentare*, Feltrinelli, Milano.
- Brillat-Savarin J. A. (1925), *Physiologie du Gout*, Gonet, Paris; trad. it. *Fisiologia del gusto*, Sellerio, Palermo, 1998.
- Brunel O. (2000), La perception du risque alimentaire, pour une vision pluridisciplinaire du mangeur, in *Les Actes des ateliers de recherche de l'AFM, "Percevoir, identifier et gérer le risque en marketing"*, La Sorbone, Paris.
- Bucchi, M. (2001), *La salute e il rischio* in M. Bucchi e F. Neresini (a cura di), *Sociologia della salute*, Carocci, Roma.
- Capatti A., De Bernardi A., Varni A.(1998), (a cura di), *L'alimentazione*, Einaudi, Torino.
- Castel R. (2004), *L'Insicurezza sociale, che significa essere protetti?*, Gli Struzzi Einaudi, Trento.
- Caswell, J.A. e Mojduszka E. M. (1996), "Using Informational Labeling to influence the market for quality in food products", *American Journal of Agricultural Economics*, 78.
- Cerroni A. (2003), *Homo transgenicus. Sociologia e comunicazione delle biotecnologie*, FrancoAngeli, Milano.
- Chicchi F. (2001), "Il rischio come concetto interpretativo dell'attuale crisi del legame sociale", in *Derive sociali. Precarizzazione del lavoro, crisi del legame sociale ed egemonia culturale del rischio*, Franco Angeli, Milano.
- Chiva M. (1998), *Les risques alimentaires: approches culturelles ou dimensions universelles?*, in Apfelbaum M., *Risques et peurs alimentaires*, O. Jacob, Paris.
- Chombart de Lauwe P. H. (1973), *Per una sociologia delle aspirazioni*, Guaraldi, Firenze.
- Ciappei C.(2006), *La valorizzazione economica delle tipicità locali tra localismo e globalizzazione*. Firenze University Press, Firenze.
- Cole G. e Withey S.B. (1981), "Perspectives on Risk Perceptions", in: *Risk Analysis*, vol. 1(2), pp. 143-163.
- Corbeau J.-P. et Poulain J.-P. (2002), *Penser l'alimentation, entre imaginaire et rationalité*, Editions Privat, Paris.
- Covello, V. T. e Mumpower, J. (1985), "Risk analysis and risk management: a historical perspective", in *Risk Analysis* 5 (2), pp.103-120.

- Covello, V. T. (1985), "Social and Behavioral Research on Risk: Uses in Risk Management Decisionmaking", in *Environmental impact assessment, technology assessment and risk analysis: contributions from the psychological and decision sciences*, Springer, Berlino.
- Crespi F. (1985), *Le vie della sociologia. Problemi, teorie e metodi*, Il Mulino, Bologna.
- Crook S., Pakulski J., e Watwrs M. (1992): *Postmodernizazion. Change in Advances Societies* - Sage, London.
- Csergo J.(2003), *L'emblème du terroir* in AA.VV. *Le Mangeur du 21e siècle: les aliments, le goût, la cuisine et la table*, Educagri édition, Dijon, pp.147-158.
- Cunliffe A. L. (2002), *Reflexive Dialogical Practice in Management Learning*, in: *Management Learning*, 33(1).
- Cutter, Susan. (1993): *Living with Risk: Geography of Technological Hazards*. New York: Edward Arnold.
- Dake K. (1991), "Orienting dispositions in the perception of risk: an analysis of contemporary worldviews and cultural biases", in *Journal of Cross-Cultural Psychology*; 22:61-82.
- Davison C, Davey Smith G, Frankel S.(1991), "Lay epidemiology and the prevention paradox" in *Sociology of Health and Illness*; 13:1-19.
- De Marchi B., Pellizoni L., Ungano D. (2001): *Il rischio Ambientale*, Il Mulino, Bologna.
- Dell'Aquila P.(1997), *Verso un'ecologia del consumo*, Franco Angeli, Milano.
- Dervin, B., & Frenette, M. (2001). *Sense-Making Methodology: Communicating communicatively with campaign audiences*. In R. E. Rice & C. A. Atkin (Eds.), *Public communication campaigns* (3rd ed., pp. 69-87). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Di Nallo E.(2004), *Il consumatore ed i consumi alimentari nel post-moderno*, in: *atti del Convegno internazionale CUM-SUMO*, Torino.
- Di Napoli L.(2007), *La società dopo-moderna. Dal rischio all'emergenza*, Morlacchi Editore, Perugia.
- Di Nunzio D., Marino D.(2007), *Valori, percezioni, scelte alimentari. Un modello di interpretativo della percezione del rischio*, in Battaglini, E., *Il gusto riflessivo: verso una sociologia della produzione e del consumo alimentare*, Bonanno, Roma, pp.173-217.
- Di Nunzio D., Rugiero S. (2007), *L'alimentazione dai bisogni ai desideri: l'evoluzione*

- degli studi sociali sui consumi alimentari*, in Battaglini, E., *Il gusto riflessivo: verso una sociologia della produzione e del consumo alimentare*, Bonanno, Roma, pp.91-125.
- Dietz, T. et R. Rycroft (1988), *The Risk Professionals*. New York, Russel Sage Foundation.
- Douglas, M. (1966): *Purity and danger: concepts of Pollution of Taboo*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Douglas, M. (1979), Les structures du culinaire, *Communications*, 31, Le Seuil. *La nourriture. Pour une antropologie bioculturelle de l'alimentation*. pp. 145-170. Titolo originale *Structures of Gastronomy*, extrait du Rapport de la Russel Sage Foundation, 1976-1977.
- Douglas M. (1985), *Antropologia e simbolismo. Religione, cibo e denaro nella vita sociale*, Il Mulino, Bologna.
- Douglas M. (1992), *Risk and blame: essays in cultural theory*. Londres et New York : Routledge.
- Douglas, M.(1996), “*Rischio e Pericolo*”, in *Rischio e Colpa*, Il Mulino, Bologna.
- Douglas M., Wildavsky D. (1982), *Risk and Culture: An essay on the Selection of Technological and Environmental dangers*, University of California Press, Berkely.
- Economist, *Voting with your trolley*, print edition, December 9th 2006.
- Elias N.(1990), *La società degli individui*, Il Mulino, Bologna.
- Ewald F. (1986): *L'Etat providence*, Grasset, Paris.
- Ewald, F. (1991) *Insurance and Risk*, in G. Burchell , C. Gordon and P. Miller (eds) *The Foucault Effect: Studies in Governmentality*, Hempstead, Harvester Wheatsheaf.
- Ewald F. (1993): *Two infinities of risk* in: Massumi B. (a cura di): *The Politics of Everyday Fear* - Minneapolis, Minn, University of Minnesota Press.
- Fabris, G.(2003), *Il nuovo consumatore: verso il postmoderno*, Franco Angeli, Milano.
- Falk P.(1991), “Homo culinarius: towards an historical anthropology of taste”, *Social Science Information*, 30(4), pp.757-790.
- Falzarano A. (2003), *La percezione del rischio: alcune precisazioni*, in Sibilio R., *Analisi Sociologica e Rischi Ambientali*, Giappichelli ed. Torino, pp. 83-97.
- Fazzini, P., (a cura di), *Il valore simbolico-letterario del cibo*: <http://88.42.123.18/didattica/files/materiale%20didattico/italiano/cibo%20e%20letteratura.pdf>

- Ferrières, M. (2002), *L 'histoire des peurs alimentaires: Du Moyen Âge à l'aube du XX^e siècle*, Seuil, Paris.
- Festinger L. (1997), *Teoria della dissonanza cognitiva*, Franco Angeli, Milano.
- Feuerbach L., *Das Geheimnis des Opfers oder Der Mensch ist, was er isst*, in: Ders., *Kleinere Schriften IV, Gesammelte Werke, Band 11*, Berlino, Akademie Verlag, (1851-1866).
- Fine, G. (1996) *Kitchens* University of California Press.
- Fischhoff B, Lichtenstein S, Slovic P, Derby SL, Keeney RL. (1981), *Acceptable risk*. New York : Cambridge University Press.
- Fischhoff B. (1995), "Risk perception and communication unplugged: 20 years of experience" in *Risk Analysis*; 15:137-145.
- Fischler C. (1992), *L'onnivoro. Il piacere di mangiare nella storia e nella scienza*, Mondadori, Milano.
- Fischler C.(1990), *L'Homnivore : le goût, la cuisine et le corps*, Odile Jacob, Paris, trad. It. *L'onnivoro. Il piacere di mangiare nella storia e nella scienza*, Mondadori, Milano, 1992.
- Ford B. J. (2002), *Nel piatto. Salute sicurezza e futuro del cibo*. Edizioni Ambiente, Milano.
- Foucault M.(1984), *Histoire de la sexualité: Le souci de soi*, Galimard, Paris, vol.3.
- Fracassini, Umberto, voce *Fatalismo* in *Enciclopedia Italiana*, vol. XIV, pag. 893.
- Funk D. C. e Bruun T. J. (2007), "The role of socio-psychological and culture-education motives in marketing international sport tourism: a cross-cultural perspective", *Tourism Management*, Vol. 28, Num. 3, 806-819.
- Funtowicz S., Ravetz J.R. (1993), "Science for the Post-Normal Age", *Future*, 25, 7, pp.739-755.
- Furedi F. (2004), *Il nuovo conformismo*, Feltrinelli Editore, Milano.
- Galvani A. (2004), *Gli itinerari del gusto*, in Savelli, A., *Turismo, Territorio, Identità*, Franco Angeli, Milano.
- Giddens A. (1994): *Le conseguenze della modernità*, Il Mulino, Bologna.
- Giddens A. (2000): *Il mondo che cambia. Come la globalizzazione ridisegna la nostra vita* - Il Mulino, Bologna.

- Gifford (1986) *The meaning of lumps: a case of study of the ambiguities of risk*, in Stall, Janes, Gifford, *Anthropology and epidemiology. Interdisciplinary approaches to the study of health and disease*, Reidel Publishing, Dordrecht, pp. 213 – 246.
- Grignon, C. (2001), *Commensality and Social Morphology: An Essay of Typology*, in P. Scholliers, ed. *Food, Drink and Identity*, Berg, Oxford, pp.23-33.
- Gurviez P., Kreziak D., *Risque et éthique dans l'alimentaire : Une étude exploratoire du discours des consommateurs*, Actes du XXe Congrès de l'Association Française du Marketing, Saint-Malo, 2004.
- Harvey D. (2010), *La crisi della modernità*, il Saggiatore, Milano.
- Herpin N.(1988), Le repas comme institution, *Revue Francaise de Sociologie*, 29 (3), pp.503-521.
<http://88.42.123.18/didattica/files/materiale%20didattico/italiano/cibo%20e%20letteratura.pdf>
- Hubert A. (2000), “Alimentation et santé: la science et l’imaginaire”, *Cahiers de Nutrition et de Diététique*, 35.
- Intervista di Bosetti Giancarlo ad Ulrich Beck “*Pericolo ecologico, disgregazione familiare, lavoro flessibile. Il rischio globale della seconda modernità*”, Corriere della Sera, 5 Maggio 2001.
- Kahneman D, Slovic P, Tversky A. (1982), *Judgement under uncertainty: heuristics and biases*. New York : Cambridge University Press.
- Kapferer J.-N., *Les marques, base de la confiance ?*, in: Apfelbaum M. (1998), *Risques et peurs alimentaires*, O. Jacob, Paris, pp. 203-210.
- Kasperon R.E. et al. (1988), “The Social Amplification of Risk: A Conceptual Framework”, *Risk Analysis*, n.8.
- Knight. F. (1921): *Risk, uncertainty and profit*. New York: Kelley.
- Lahlou S. (1994), *Ce que m’a dit le “Grand Robert”*, in Fischler C., *Manger magique. Aliments sorcières, croyances comestibles*, Ed. Autrement, Séries Mutations/Manger, 149, Paris, pp.109-119.
- Lambert J. L. (1992), *A table! La cuisine du staticien*, in AA.VV. *La cité des chiffres*, Autrement, Paris.
- Lambert J.L. (2001), “Crise alimentaire: quelle place pour les citoyens-mangeurs ?”, *revue Parlons-en*, DGER, Ministère de l’Agriculture, mars.
- Lambert J. L. (2004), *Modes de vie et comportements alimentaires dans notre société actuelle*, in *Actes du colloque des aliments et des hommes : entre science et idéologie, définir ses propres repères*, IFN, 8 et 9 décembre.

- Lang T.(2006), “Locale / global (food miles)”, *Slow Food* (Bra, Cuneo Italy), 19 May, pp.94-97.
- Latouche S. (2009), *La scommessa della decrescita*, Feltrinelli, Milano.
- Le Bon G., *Sur les danger de l'empli du borax pour la conservation de la viande*, Rapport à l'Académie des sciences, séance du 9 décembre 1878, C.R.
- Lewin, K. (2005), *La teoria, la ricerca, l'intervento*, Il Mulino, Bologna.
- Lichtenstein S, Slovic P, Fischhoff B, Layman M, Combs B. (1978), “Judged frequency of lethal events”, in *Journal of Experimental Psychology: Human Learning and Memory*; 4:551-578.
- Lipovetsky G. (1992), *Le crépuscule du devoir*, Gallimard, Paris.
- Luhmann N. (1996): *Sociologia del Rischio*, Mondadori, Milano.
- Lupton, D. (1999), *L'anima nel piatto*, Il Mulino, Bologna.
- Lupton D. (2003): *Il rischio*, Il Mulino, Bologna.
- Lyotard J. F. (1981), *La condizione post-moderna*, Feltrinelli, Milano.
- Magnier A. Russo P.(2002), *Sociologia dei sistemi urbani*, Il Mulino, Bologna, p. 130.
- Malassis, L. e Padilla, M. (1986), *Economie agro-alimentaire*. Vol. III. L'economie mondiale, Cujas, Paris.
- Marinelli A. (1993), *La costruzione del rischio. Modelli e paradigmi interpretativi nelle scienze sociali*, Franco Angeli, Milano.
- Marino D., Nobile S. (2007), *Tra il dire e il fare: atteggiamenti e comportamenti alimentari degli italiani attraverso l'indagine empirica*, in Battaglini, E., (a cura di) *Il gusto riflessivo: verso una sociologia della produzione e del consumo alimentare*, Bonanno, Roma.
- Markowitz, J. (1990): *Kommunikation über Risiken – Eine Theorie- Skizze*. Schweizerische Zeitschrift für Soziologie 3, pp. 385-420.
- Martell L.(2011), *Sociologia della globalizzazione*, Einaudi, Torino.
- Marris C. e al. (1997), “Exploring the Psychometric paradigm”: Comparisons between aggregate and individual analyses, in *Risk Analysis* 17, pp-303-312.
- Martinelli A. (2010), *La modernizzazione*, Laterza, Bari.

- Mason M., Paggiaro A. (2009), “L’importanza del festivalscape: il caso degli eventi enogastronomici”, in *Atti del VIII International Conference Marketing Trends*, Parigi.
- Mattelart A. et M. (1997), *Histoire des théories de la communication*, La Découverte, Paris.
- Mazur, A. (1981), *The Dynamics of Technical Controversy*, Communication Press, Washington (D.C.).
- Mazur, A. (1984), “The Journalist and Technology: Reporting About Love Canal and Three Mile Island”, in *Minerva*, vol. 22, pp. 45-66.
- Memoli R., Saporiti A. (1995), *Disegno della ricerca e analisi dei dati*, EUroma, Roma.
- Miele, M., Murdoch, J.(2002), “The Practical Aesthetics of Traditional Cuisines: Slow Food in Tuscany”, *Sociologia Ruralis*, October, vol. 42, n. 4, p.312.
- Minca, C. (1996), *Spazi effimeri. Geografia e turismo tra moderno e postmoderno*, Cedam, Padova.
- Morin E. (1962), *L’esprit du temps*, éd. Grasset, Paris.
- Moulin L. (1975), *L’Europe à table, introduction à une psychosociologie des pratiques alimentaires*, Elsevier Séquoia, Bruxelles.
- Nelkin D. (1989), “Communicating technological risk: the social construction of risk perception”, in *Annual Review of Public Health*; 10:95-113.
- Nelson P. (1970), “Information and Consumer Behaviour”, *Journal of Political Economy*, n.78.
- Nicolosi G.(2007), *Lost food. Comunicazione e cibo nella società ortoressica*, Ed.IT, Catania.
- Ogden J.(1995), “Psychosocial theory and the creation of the risky self”, in *Social Science and Medicine*; 40:409- 415.
- Otway H.H. and Wynne B. (1989): *Risk communication: Paradigm and paradox in: Risk Analysis* – 9
- Pagano U. (2003), *La comunicazione nelle situazioni di rischio*, in Sibilio, *Analisi sociologica e rischi ambientali*, Giappichelli, Torino, pp. 99 – 116.
- Paolini, D. (2003), *Turisti e Gastronauti*, in Bonadei, R., Volli, U., (a cura di), *Lo sguardo del turista e il racconto dei luoghi*, Franco Angeli, Milano.

- Papa C. (2002), *Il prodotto tipico come ossimoro: il caso dell'olio extravergine di oliva umbro*, in Siniscalchi V., *Frammenti di economie. Ricerca di antropologia economica in Italia*, Pellegrini Ed. Cosenza.
- Pelt J.M. (2000), *L'orto di Frankenstein*, Feltrinelli, Milano.
- Perullo, N.(2006), "Per un'estetica del cibo", *Aesthetica Preprint*, n. 78.
- Petrini C. (2006), "Sovranità alimentare", *Slow Food*, n. 54.
- Pidgeon N.(1992), *Risk perception. In: Royal Society. Risk analysis, perception and management*. Londres: Royal Society, p. 89-134.
- Pine II B. J., Gilmore J. H. (1999), *The Experience Economy. Work is Theatre & Every Business a Stage*, Harvard Business School Press, Boston,; Trad. It. *L'economia delle esperienze*, Etas, Milano, 2000.
- Poulain J.P. (2008), *Alimentazione, cultura e società*, Il Mulino, Bologna.
- Powell, D., Leiss, W. (1997). *Mad Cows and Mother's Milk: The Perils of Poor Risk Communication*. Montreal: McGill-Queen's University Press.
- Renn O. (1992): *Concepts of Risks: A Classification*. In: Sheldon Krimsky and Dominic Golding (eds.): *Social Theories of Risk*. Westport/Conn.
- Reynaud J.-D.(1995), *Les règles du jeu, l'action collective et la régulation sociale*, Colin, Paris.
- Rifkin J. (1998), *Il secolo biotech. Il commercio genetico e l'inizio di una nuova era*, Baldini & Castoldi, Milano.
- Ritzer, G.(1997), *Il mondo alla McDonald's*, Il Mulino, Bologna.
- Ronchetti G. (2001), *Le strade dei vini e dei sapori dell'Emilia Romagna*, Regione E.R., Ass. Turismo-Commercio.
- Rozin, E. et Rozin, P. (1981), "Culinary Themes and Variations", *Natural History*, 90, 2, 6-14.
- Sassatelli R. (2004), "Presentazione. L'alimentazione: gusti, pratiche e politiche", *Rassegna Italiana di Sociologia*, a. XLV, n. 4, ottobre-dicembre.
- Sassatelli, R. (2001), "Frankenstein Food, quando il cibo si fa politica", *Il Mulino Rivista bimestrale di cultura e politica*, , n. 6.
- Savoja, L. (2005), *La costruzione sociale del turismo*, Giappichelli, Torino.
- Schane e Meier (1992), *Media coverage of risk*, in "Biotechnology in Public: A Review of Recent Research", Science Museum, London.

- Scherzberg, A. (1993): *Risiko als Rechtsproblem*. Verwaltungs-Archiv 84, pp. 484-513.
- Sibilio R. (2003), *Analisi Sociologica e Rischi Ambientali*, Giappichelli ed., Torino.
- Sibilio R., Falzarano A. (2011), *Il rischio nel piatto. La preoccupazione del consumatore contemporaneo*, Franco Angeli, Milano.
- Sirieix L. (1999), La consommation alimentaire: problématiques, approches et voies de recherche, *Recherche et Applications en Marketing*, Vol. 14, n°3, pp.41-58.
- Slovic P, Fischhoff B, Lichtenstein S. (1980), *Facts and fears: understanding perceived risk*, in Schwing RC, Albers WA. *Societal risk assessment: how safe is safe enough?* New York : Plenum; pp. 181-214.
- Slovic P. (1986), “Informing and Educating the Public About Risk” in *Risk Analysis*, vol. 6(4), pp. 403-415.
- Slovic P. (2001), *Understanding perceived risk*. Genève : Organisation mondiale de la Santé. Document de référence pour *le Rapport sur la santé dans le monde 2002*.
- Sofsky W. (2005), *Das Prinzip Sicherheit*, trad. it. *Rischio e sicurezza*, Giulio Einaudi, Torino, p.16.
- Stanziani A.(2005), *Histoire de la qualité alimentaire, XIXe-XXe siècle*, Seuil, Paris.
- Starr C. (1969), “Social benefit versus technological risk”, in *Science*; 165:1232-1238.
- Sturloni G.(2006), “La percezione del rischio”, in *Le mele di Chernobyl sono buone: mezzo secolo di rischio tecnologico*, Sironi Editore, Milano.
- Sturloni, G., “La paura vien mangiando – Comunicare il rischio alimentare”, in *Journal of Science Communication*, <http://jcom.sissa.it>, p. 8.
- Sylvander B. (1995), *Conventions de qualité, marchés et institutions: le cas des Produits de Qualité Spécifique*, in Nicolas F., Valceschini E. (Eds.), *Agro-alimentaire: une économie de la qualité*, INRAEconomica, Paris.
- Thompson C. J. and Troester M. (2002) “Consumer Value Systems in the Age of Postmodern Fragmentation: The Case of the Natural Health Microculture”, *Journal of Consumer Research*, 28 (March), pp. 550-571.
- Vercelloni L.(1998), *La modernità alimentare*, in Capatti A., De Bernardi A., Varni A. (a cura di), *L'alimentazione*, Einaudi, Torino.
- Verdi, L. (1982), *L'uomo e il suo cibo. Quando il cibo diventa cultura*, in Bonanni, L., Ricci G.(a cura di), *Cucina, cultura, società*, , Shakespeare & Co. Brescia.

- Vlek C. e Stallen, P.J. (1981), *Judging Risks and Benefits in the Small and in the Large, Organizational Behaviour and Human Performance*, vol. 28, pp. 235-271.
- Wang N. (1999), "Rethinking authenticity in tourism experience", *Annals of Tourism Research*, n° 26, volume 2.
- Warde A.(1998), *La normalità del mangiare fuori*, in Capatti A., De Bernardi A., Varni A. (a cura di), *L'alimentazione*, Einaudi, Torino.
- Warnier J.P. (1994), *Le paradoxe de la marchandise authentique, imaginaire et consommation de masse*, L'Harmattan, Paris.
- Welsch W.(1996), "Aestheticisation Processes: Phenomena, Distinctions and Prospects", *Theory, Culture & Society* 13.1.
- Welsh I and McKechnie R., (2002): *When the Global meets the Local: Critical Reflections on Reflexive Modernisation*, in: *Sociological Theory and the Environment*; ed. R. E. Dunlap et Al, Lanham: Rowman & Littlefield, pp. 286-310.
- Whyte, A.: *Studies of Risk Perception in Canada*, Conferenza di Ottawa (Canada), 29 e 30 marzo 1989.