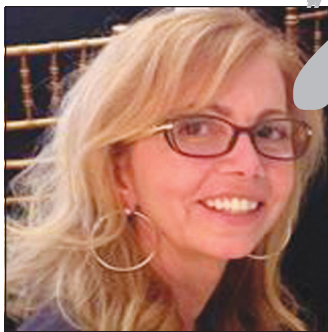


8 MARZO  
2015



OPINIONI & FATTI \ DAL PARLAMENTO

La dieta del Mare Nostrum patrimonio dell'Unesco e il ruolo degli italiani all'estero per la promozione dei prodotti del Bel Paese

# Sapori mediterranei

di Fucsia  
FitzGerald Nissoli (\*)  
fucsiausa1@gmail.com

**L'**11 MARZO, a Roma, a palazzo Ferrajoli, avrà luogo un importante evento per la promozione del prodotto tipico italiano che si iscrive nell'alveo dei prodotti usati nella cosiddetta "dieta mediterranea". L'evento, organizzato da Cecilia Ercolino, Daniela Puglielli e Giusi Malcangi che ringrazio per aver voluto realizzare l'iniziativa a Roma, ha per titolo "Sapori mediterranei sotto le stelle" e richiama alla mia memoria l'emozione che ho provato quando la "dieta mediterranea" fu candidata ad essere riconosciuta come patrimonio culturale immateriale dell'Unesco. Sapori che si possono gustare sotto il cielo stellato di Roma o della Sicilia ma anche lontano da casa facendo rivivere l'atmosfera mediterranea ed il suo cielo stellato anche se visto da un altro angolo del mondo. In tale occasione, ricordo bene che, l'allora ministro dell'agricoltura, De Castro affermò che essa rappresenta un patrimonio "da custodire e da diffondere".

Sappiamo tutti che la dieta mediterranea è un "modus vivendi", identità culturale accompagnata da un cibo che presenta peculiarità salutiste e che rappresenta il volto gastronomico dei Paesi che si affacciano sul Mediterraneo ed in primis l'Italia. I prodotti della dieta mediterranea rappresentano circa il 40% delle produzioni agricole europee ed

hanno un valore nutrizionale universalmente riconosciuto. Essi, opportunamente usati, possono prevenire malattie e contribuire al benessere, come per esempio l'olio di oliva ed il vino: prodotti in cui l'Italia eccelle. Successivamente, il 16 novembre 2010, la "dieta mediterranea" è stata riconosciuta patrimonio dell'umanità dall'Unesco quale distillato di una cultura millenaria che trae le sue radici da quella civiltà che si è sviluppate sulle sponde del Mare Nostrum in cui l'Italia è immersa.

Il ruolo degli italiani all'estero nella promozione del prodotto italiano di qualità è simboleggiato in modo particolare dall'attività che Daniela Puglielli sta svolgendo anche attraverso l'organizzazione della serata dell'11 marzo, in cui, oltre a parlare di dieta mediterranea, ci sarà la possibilità di far incontrare venditori e compratori in modo da essere operativi nella promozione del prodotto agroalimentare italiano, una nostra eccellenza che riscuote consenso nel mondo e che può conquistare ulteriori spazi di mercato. Nel 2013 l'agroindustria ha realizzato ricavi per 132 miliardi di euro, di cui 26 dall'export. Con prospettive positive per il futuro. Infatti, nei primi sei mesi del 2014 le esportazioni italiane di prodotti agroalimentari hanno registrato un incremento dell'1,6%, tra questi hanno avuto un buon andamento le esportazioni di formaggi e latticini, con un incremento vicino al 10%, mentre per l'olio di oliva e i prodotti della biscotteria e panetteria, nello stesso periodo temporale, vi sono stati incrementi rispettivamente del 2,8% e del 2,6%.

Dati che sono possibili anche grazie al ruolo degli italiani all'estero, veri testimoni e promotori dei valori di una cultura alimentare nel mondo legata alle proprie radici.

Oggi, nell'imminenza e sotto la spinta di Expo 2015 dal titolo "Nutrire il pianeta, energia per la vita", siamo chiamati a fare una riflessione ulteriore su come assicurare un'alimentazione sana e di qualità a tutti gli esseri umani. Una riflessione che può partire dal recupero, sulle tavole, di prodotti ad elevata compatibilità ecologica attuando il recupero di saperi gastronomici legati al territorio ed alla tradizione enogastronomica dell'Italia dei mille comuni, per andare a riscoprire e valorizzare tutti quei prodotti che compongono la cosiddetta "dieta mediterranea". Una dieta, allora, che non è solo salustiosa ma che è cultura e stile di vita consapevolmente sostenibile e salubre, in cui il piacere del mangiare, il gusto per la diversità dei sapori si coniuga con la capacità di emozionare con la bellezza, i colori e i sapori dei cibi e delle loro molteplici interpretazioni culinarie, legate alle diverse filiere alimentari locali.

L'Italia, in quest'ottica, possiede una fortuna alimentare unica al mondo, frutto di una storia plurimillenaria che ha visto svilupparsi il rapporto uomo-cibo sulla via del continuo confronto interculturale. Un patrimonio che dobbiamo promuovere adeguatamente in un nuovo scenario mondiale che è divenuto favorevole, dopo molti secoli, alla valorizzazione delle risorse delle aree a sviluppo storico a lungo

trascurate, coniugando il recupero della qualità a quella dei beni immateriali ivi presenti. Il patrimonio alimentare italiano ha origine lontane nel tempo e nello spazio comprendendo, oltre che le materie prime locali, anche alimenti importati che i cuochi italiani hanno saputo sapientemente elaborare migliorandone la qualità ed il gusto. Una maestria che ha interessato anche il mondo scientifico, come il biologo americano Ancel Keys, che, approfondendo il tutto, è riuscito a cogliere nella sua interezza il senso della "dieta mediterranea".

Oggi, tutto questo può essere occasione di marketing territoriale per il turismo internazionale ma anche una occasione per riflettere sulle origini della civiltà occidentale, valorizzando anche la nostra cultura tipica di cui è espressione l'enogastronomia, che, con una rinnovata immagine, può essere la punta di diamante del prodotto italiano di qualità nel mondo. Eventi come questi, pertanto, sono strumenti preziosi per quel nuovo marketing culturale di cui abbiamo bisogno. Essi vanno incentivati in un quadro complessivo di promozione del nostro Sistema-Paese nel mondo in cui vi sia una interazione sinergica e funzionale tra pubblico e privato, nella prospettiva di uno sviluppo sostenibile e duraturo.

(\*) *Deputata al Parlamento eletta in Nord e Centro America [sito: angelaufucsianissoli.us]*



PUNTO DI VISTA

di Toni  
De Santoli  
toni.desantoli@gmail.com

**L'**ULTIMA indecenza in Italia è il culto del Cuoco. Il culto non solo gastronomico, ma anche mondano, di artisti della cucina. Assi della culinaria i quali fanno smuovere montagne di quattrini. Fenomeni della "haute cuisine" ormai noti quanto calciatori di grido. E' insomma in pieno svolgimento la "glamourization" del Cuoco: una moda, una grossa moda lanciata all'incirca due o tre anni fa nel quadro, appunto,

d'una strategia finanziaria che adesso paga robusti dividendi.

Pensate che ora è stata addirittura istituita una gara gastronomica, chiamata "Masterchef": a vincerla, e a dare sfoggio di pacchiano trionfalismo, è stato un tal Stefano Callegaro il quale - secondo quanto riferito dal quotidiano "la Repubblica" - ha battuto il gran favorito, Niccolò, mentre la cuoca in concorso, indicata semplicemente col nome di battesimo, Amelia, è stata sopraffatta da una crisi di nervi seguita, a quanto pare, da un attacco isterico accompagnato da pianto copiosissimo: la "poveretta" non si dava pace, non riusciva a darsi pace, come se il mondo le fosse crollato addosso, come se all'improvviso avesse perduto una persona a lei assai cara.

Ma stiamo dando i numeri? Eccome se in questo sventurato Paese, un tempo grande

## L'insostenibile banalità del... Cuoco

Paese, si danno i numeri. Si procede alla banalizzazione di tutto quello che non andrebbe per nulla banalizzato; s'inventano mode superflue, sciocche, ridicole; ci si veste sempre peggio, ci si diverte in maniera assolutamente stupida, grottesca. In modo del tutto infantile, si ricorre sempre più spesso a termini della lingua inglese: pensate che la gara vinta dal Callegaro si chiamava "Cooking show"... Non andavano bene parole della nostra lingua tipo "Il tempio dei sapori" o, ancor più semplicemente, "Grande cucina"? Se poi effettuate una piccola inchiesta privata su cuochi, dirigenti d'azienda, uomini politici, tutti personaggi che sgranano sostantivi e aggettivi inglesi, noterete che nessuno di questi tromboni conosce l'Inglese... Nessuno di questi "fenomeni" è in grado di scrivere un documento, un articolo, un saggio in Inglese.

L'esaltazione del Cuoco avviene in un

momento triste per l'Italia. Da un paio di giorni ci sentiamo ripetere che la crisi rallenta, il declino s'è fermato. Balle, care lettrici e cari lettori, nient'altro che balle: propaganda governativa, secondo noi. Nuovo esempio di propaganda governativa. Il culto, stupido, del Cuoco avviene in un Paese in cui milioni di famiglie non arrivano alla fine del mese; è già tanto se arrivano al 20 o 21. Moralismo, il nostro? Chiamatelo come meglio desiderate, resta il fatto che la società italiana d'oggi, e questo secondo un indirizzo ventennale, se non trentennale; è dominata dalla volgarità, quindi dal pessimo gusto, dall'egocentrismo, dalla spettacolarizzazione (la matrice è televisiva) della banalità. In quanto a noi siamo felici ogni volta che ci vengono servite due salsicce alla griglia con spinaci saltati in padella o una scodella colma di pasta e fagioli.

RELIGIONE



di Vincenzo  
La Gamba  
vjim19@aol.com

**È** UNO DEI POCHI brani evangelici in cui si legge di Gesù che perde la pazienza. Qui, Gesù è veramente vinto dalla collera e da uno stato di nervosismo inusuale, dimostrando il suo lato umano come noi tutti suoi figli in terra.

Certamente avrà perso la virtù della pazienza e avrà avuto mille ed una ragione. Immaginate: il Tempio di Gerusalemme, luogo di preghiera era diventato luogo di commercio, invaso da venditori di animali per il sacrificio di buoi,

pecore e colombe. A questi si aggiungono i cambia-monete che fornivano il denaro legale per pagare l'imposta del Tempio.

Gesù, di fronte a tanta irriverenza e scempiaggine, fece una sferza di cordicelle e cominciò a scacciare i primi mercanti, rovesciando i tavoli ove operavano i cambia-valute.

Ma come? Può un luogo sacro alla preghiera essere un luogo di degrado? Ecco. Immaginate la Cattedrale di San Patrizio a New York. Essa è un luogo visitato da milioni di persone all'anno (non necessariamente credenti cristiani). Immaginate, per un momento, che lungo i corridoi della Cattedrale si svolgano operazioni di mercato finanziario da parte dei brokers di Wall Street. Sarebbe assurdo se in un Tempio della fede cristiana, a livello mondiale, ciò fosse consentito e che fosse tollerato da qualche scellerato della Arcidiocesi di New York.

Ebbene, i giudici di allora chiesero a Gesù ragione della Sua condotta di ira e di collera. Gesù rispose loro con questo enigma: "Distruggete questo Tempio e in

tre giorni lo farò risorgere".

Anche questa volta Gesù ha voluto dare ai giudici una risposta enigmatica, che enigmatica a noi non è, sapendo che Gesù quando parlava del Tempio si riferiva al Suo corpo e riferendosi al terzo giorno dopo la Sua morte, voleva significare il giorno della Sua Risurrezione.

Come avrebbero dovuto sapere i giudici di tutto questo, se Gesù, da loro, non era considerato il Messia? Ed anche se lo avessero accettato come Messia, non era per loro concepibile che un Messia, potesse morire sulla Croce.

Il messaggio di questa domenica è questo: tutte le religioni hanno avuto, hanno ed avranno sempre un luogo sacro in cui congregarsi. Tutte le religioni hanno quindi una chiesa, un tempio, un santuario, una sinagoga od una moschea. In questi luoghi sacri si adempiono delle funzioni di carattere religioso, luoghi, quindi, che sono segni della presenza divina; luoghi della convocazione del popolo, dove si entra in comunione con il mistero, costituito dal mondo del sacro.

Noi cattolici credenti, battezzati nello Spirito di Gesù, siamo noi stessi il Tempio di Dio. Ed è molto importante rimanere nella grazia del Signore, perché è uscendo dal Tempio che tocchiamo con mano la verità o la menzogna del nostro culto o della nostra religione.

Non è, dunque, entrando in Chiesa, che ci rende cristiani credenti, ma è importante esercitare il nostro spirito di cristianità non solo dentro, ma fuori dal Tempio. Dentro, pregando. Fuori, operando per la preghiera, imitando Cristo nel Vangelo e i Suoi insegnamenti.

Solo così non saremo mai mercanti di religione, ma sentinelle del messaggio del Signore, perché c'è bisogno di trasfondere il culto nella vita e la vita nel culto, assumendoci la dimensione religiosa di tutta la nostra esistenza.

A cura dell'Apostolato Italiano della Diocesi di Brooklyn & Queens