

DAVIDE BAVIELLO

HISTORY OF THE NUTRITION EDUCATION
IN TWENTIETH CENTURY ITALY

STORIA DELL'EDUCAZIONE ALIMENTARE
IN ITALIA NEL NOVECENTO

In the twentieth century the central position for nutrition education belonged to the family, where children learned the fundamentals of food. The school played an important role, not for consumption education but for keeping the traditional gender difference on nutrition. Furthermore, the class difference in food habits was very deep, at least until the economic boom. To face the lack of food, during the first world war, the propaganda opposed the common convictions about nutrition. Fascism turned to women, giving special importance to home economics, because they had to cook Italian products and to spare.

Italian people were largely educated to be frugal, but from the Sixties the advertising asked Italians to consume more. In the first half of the century food habits were especially influenced by the political propaganda. In the second half of the century, business advertising was predominant and the image of food became more important than the contents of product. The absence of consumption education substituted the lack of food as threat to Italians' health. The early consumer associations undertook to promote nutrition education, while the State action was insufficient and inadequate. Attention for consumption education and its teaching at school increased only after the methanol wine scandal (1986).

Nel Novecento il posto centrale per l'educazione alimentare fu occupato dalla famiglia, in cui i bambini acquisivano le principali indicazioni sul cibo. La scuola svolse un ruolo importante non tanto nell'educazione al consumo quanto nella conservazione delle tradizionali distinzioni di genere riguardo all'alimentazione. Anche le differenze di classe negli stili alimentari furono particolarmente forti, almeno fino al boom economico. Per fronteggiare la scarsità di cibo, nella prima guerra mondiale la propaganda politica contrastò le convinzioni più diffuse sull'alimentazione. Il fascismo si rivolse soprattutto alle donne, attribuendo particolare importanza all'economia domestica, perché dovevano usare in cucina i prodotti italiani e risparmiare il più possibile.

La popolazione era stata educata a essere parsimoniosa, ma a partire dagli anni Sessanta attraverso la pubblicità gli italiani furono invitati a consumare sempre di più. Nella prima metà del secolo le abitudini alimentari erano state influenzate soprattutto dalla propaganda politica. Nella seconda metà del secolo la propaganda commerciale acquisì la posizione centrale e l'immagine dei prodotti alimentari diventò più importante del loro contenuto. L'assenza di educazione al consumo prese il posto della mancanza di cibo come minaccia alla salute degli italiani. Le prime associazioni dei consumatori si impegnarono per promuovere l'educazione alimentare, mentre l'azione dello Stato fu insufficiente e inadeguata. L'attenzione per l'educazione al consumo e il suo insegnamento a scuola aumentò soltanto dopo lo scandalo del vino al metanolo (1986).

Key words: Nutrition education – Home economics – Fascism – Consumerism – Advertising – Childhood.

Parole chiave: Educazione alimentare – Economica domestica – Fascismo – Consumerismo – Pubblicità – Infanzia.

L'educazione alimentare come disciplina scolastica non ha trovato spazio nella scuola italiana del Novecento. Solo nel 2003, con la legge n. 53 (Riforma Moratti), è stata introdotta nei programmi didattici nell'ambito del percorso formativo interdisciplinare di convivenza civile. Negli ultimi anni è aumentata l'attenzione dei governi nel favorire scelte alimentari sane, improntate alla valorizzazione della qualità, al rispetto dell'ambiente e alla scoperta dell'identità collettiva attraverso la cultura alimentare (Squillaci 2017, 48). Nel secondo dopoguerra, più della scuola furono le associazioni dei consumatori a svolgere un'azione importante per educare alla corretta alimentazione. Come nel resto d'Europa l'associazionismo dei consumatori iniziò a fiorire negli anni Cinquanta, con l'avvio della fase di massima espansione economica e dello sviluppo dei consumi di massa.

Nella prima metà del Novecento le scelte alimentari erano orientate prevalentemente dalle abitudini familiari, in parte condizionate dalla volontà politica delle autorità statali e, riguardo ai ceti più abbienti, dalla pubblicità. La comunicazione pubblicitaria riguardava in particolare gli alimenti, che assorbivano una quota molto più ampia della spesa rispetto ai paesi economicamente più avanzati dell'Europa e soprattutto agli Stati Uniti. Nella società americana a partire dal periodo tra le due guerre e nelle società europee dal secondo dopoguerra, grazie alla diffusione del benessere tra la popolazione, la percentuale di consumo alimentare rispetto al totale sarebbe diminuita sempre di più¹.

Dagli anni Sessanta aumentò l'attenzione della storia sociale per l'alimentazione, valutata quantitativamente per spiegare le condizioni di vita delle classi popolari (Biltekoff 2012, 179). Per l'età contemporanea gli storici si concentrarono sui cambiamenti alimentari nel passaggio dalla società rurale a quella industriale. Con la «svolta linguistica» nella storiografia degli anni Ottanta, l'alimentazione diventò un tema importante per spiegare dal punto di vista culturale la realtà storica (Kammaing and Cunningham 1995; Levenstein 2003). Sebbene anche in Italia siano stati compiuti studi storici approfonditi sul tema, resta poco indagata l'educazione alimentare (Capatti, De Bernardi and Varni 1998).

Per ricostruire la storia dell'educazione ai consumi alimentari nel Novecento ho utilizzato diversi tipi di fonti primarie: dati statistici; testi dell'Ufficio di propaganda per la disciplina dei consumi; pubblicazioni delle associazioni patriottiche; manuali di economia domestica; campagne pubblicitarie; inchieste parlamentari; documenti a stampa delle associazioni dei consumatori; riviste specializzate; film; indagini scientifiche; guide sull'educazione alimentare destinate alle scuole.

Ho rivolto una particolare attenzione al modo in cui si trasmettevano all'infanzia le indicazioni su cosa e come mangiare. Tanto per i bambini quanto per gli adulti erano presenti differenze di classe nelle abitudini alimentari. I significati simbolici del cibo consumato dalle famiglie più abbienti si riflettevano nei canoni estetici, che nel corso del secolo cambiarono assieme al mutamento degli stili alimentari.

¹ Anche dopo il boom economico in Italia la percentuale di consumi alimentari sul totale dei consumi privati interni continuò a essere maggiore a quella di molti altri paesi industriali (Istat 1967, 24).

Nei periodi bellici e durante il fascismo la propaganda si rivolse soprattutto alle donne, per il loro ruolo centrale nell'alimentazione delle famiglie. Nel periodo tra le due guerre da un lato la propaganda politica cercava di favorire il consolidamento delle basi del regime fascista, dall'altro la propaganda commerciale si impegnava nella diffusione sul mercato di nuovi prodotti.

Dopo la seconda guerra mondiale e soprattutto in seguito al boom economico, nei consumi alimentari ci furono profondi cambiamenti ma anche significative continuità con il passato. Le conoscenze scientifiche erano ancora insufficienti a garantire una corretta alimentazione. La nascita delle prime associazioni dei consumatori destarono l'opinione pubblica dal torpore che pesava sulla società italiana in tema di educazione al consumo, mentre lo Stato continuò a svolgere un'azione debole nella sicurezza alimentare e inefficace nell'istruzione scolastica. Con lo sviluppo del sistema dei consumi di massa la pubblicità acquisì un potere centrale nell'orientare le scelte d'acquisto.

Differenze di classe e valore simbolico del cibo dei ricchi

Prima che si affermasse il ruolo dominante della comunicazione pubblicitaria nelle abitudini di consumo, in base alle esigenze di un regime di abbondanza e anche di spreco alimentare, i bambini venivano educati a mangiare quello che era possibile, nell'ambito di una società con risorse nutritive limitate per la maggioranza della popolazione. Nell'infanzia si apprendeva attraverso la tradizione orale, l'osservazione e l'esperienza quali fossero i cibi considerati buoni per la salute e quelli irraggiungibili per le famiglie più povere. Filastrocche, ninne nanne e racconti popolari, contenevano riferimenti ai desideri alimentari delle classi più povere. Spesso la storia narrata si concludeva con un banchetto in cui i protagonisti mangiano carne e pasta, fortemente ambite dalla popolazione che nella realtà era costretta ad alimentarsi prevalentemente di pane nero e verdure (Teti 1999, 90-91).

Per gran parte del Novecento, poiché gli studi sulle proprietà nutritive erano ancora insufficienti, si confondevano gli stili alimentari dei ceti abbienti con quelli migliori. Quello che mangiavano i ricchi veniva considerato dalla popolazione ciò che c'era di meglio da mangiare. Anche nella medicina era diffusa l'idea che i contadini mangiassero non per nutrirsi ma per rendere pieno lo stomaco, in modo da ingannare la fame. In questo senso alle classi popolari bastava riempire il piatto e la pancia, determinando una sazietà illusoria, possibile grazie al consumo di cibi vegetali, come polenta e legumi (Sorcinelli 1998, 454).

Le distinzioni di classe nell'alimentazione dall'inizio del Novecento fino al boom economico erano molto nette. La dieta delle classi agiate era naturalmente abbondante e comprendeva generi assenti nei piatti delle classi povere. Pane bianco, carne e pesce fresco distinguevano la cucina dei ricchi. Pane nero, verdure e pesce conservato invece erano consumati dai poveri. Per i ceti popolari il pane bianco, fatto con la farina di grano, era un miraggio. Inoltre i poveri erano considerati sostanzialmente erbivori, in contrapposizione ai ricchi, grandi mangiatori di carne. Tra i ceti popolari

al posto della carne si poteva mangiare pesce conservato, quindi salato o essiccato. Per esempio baccalà, stoccafisso, ma anche sarde o aringhe. Un'altra differenza sociale era data dalla disponibilità di acqua potabile. Ancora all'inizio del Novecento molti capoluoghi di provincia erano privi di fontane pubbliche (Teti 1999, 55-57).

La diversità degli stili alimentari in base all'estrazione sociale si intrecciava alle differenti abitudini relative all'area geografica in cui si viveva. Mentre nell'Europa centro-settentrionale prevaleva l'uso dei grassi di origine animale, i paesi mediterranei erano contraddistinti dall'olio d'oliva, in Italia presente soprattutto al Sud. Nell'Italia settentrionale era più diffuso il burro che però, come l'olio d'oliva, costava molto. Perciò tra le classi meno abbienti si ricorreva largamente allo strutto, un grasso di maiale (Scarpellini 2014, 94-95).

La concezione delle differenze di classe nell'alimentazione si rifletteva anche nei canoni estetici. La magrezza fisica era associata alla miseria, la grassezza al benessere. La popolazione più povera desiderava i cibi dei ricchi non solo per il loro valore nutritivo ma anche per il loro valore simbolico. Anche nei detti popolari si rintraccia l'idea che la magrezza non corrispondeva a un'idea positiva né per l'uomo né per la donna («Uomo di panza, uomo di sostanza»). Analogamente l'ideale filiforme dell'immagine femminile di oggi fu assente fino agli anni Settanta. La pubblicità esaltava la «grassezza» e condannava la «secchezza», che infatti era considerata l'antitesi della bellezza, come si vede nella réclame per un tonico sulla prima pagina di *Scena illustrata. Rivista quindicinale di letteratura, arte e sport* del 1° settembre 1899 (Sorcinelli 1998, 455).

Il ruolo educativo delle donne nelle guerre e nel fascismo

Nelle famiglie l'educazione alimentare era in mano alle donne. Nella casa il lavoro femminile riguardava soprattutto la preparazione del cibo. Saper cucinare era una delle più importanti qualità della donna. Perciò le madri insegnavano alle figlie le regole della cucina. Questo processo di apprendimento coinvolgeva le bambine, le quali iniziavano a comprendere i metodi di preparazione degli alimenti attraverso l'osservazione del lavoro domestico svolto dalla madre (Muzzarelli and Tarozzi 2003, 109).

Il ruolo centrale della donna emergeva con più evidenza nei momenti di crisi, come durante la guerra. Negli anni della prima guerra mondiale si chiese alla popolazione di mangiare meno. Naturalmente per i ceti più abbienti un'alimentazione minore non costituiva un problema, ma per i più poveri significava mangiare pane quasi privo di farina. L'Ufficio di propaganda per la disciplina dei consumi² si rivolse in particolare alle donne, per invitarle a ridurre il più possibile l'alimentazione delle loro famiglie. Questa campagna coinvolse soprattutto politici, funzionari pubblici e insegnanti. Fu pubblicato un decalogo che comprendeva le più importanti indicazioni alimentari alla popolazione (Ufficio di propaganda per la disciplina dei consumi presso il Ministero

² Istituito nel Ministero dell'agricoltura, aveva il compito di gestire la propaganda per limitare i consumi e gli sprechi alimentari durante la guerra.

dell'agricoltura, maggio 1917). Le indicazioni del Governo non esitavano a capovolgere molte idee radicate nel senso comune: il pane bianco era meno nutritivo di quello ordinario, il burro meno nutritivo della margarina, le differenze fra olio d'oliva e olio di semi erano trascurabili. Mangiare il meno possibile fu l'imperativo che emergeva dalla propaganda governativa durante il periodo bellico (Muzzarelli and Tarozzi 2003, 121-122).

Sin dall'inizio del conflitto la propaganda invitò la popolazione a limitare l'alimentazione. Nel disegno in una pubblicazione del Comitato bolognese pro-patria del 1915 (*20 settembre 1915*), un pugnale prende le tagliatelle contenute in un cappello da bersagliere. Sotto compare lo slogan «Tagliatelle grigio-verdi... senza sugo». I colori quindi richiamano quelli delle divise militari, perché la pasta deve essere unita alle verdure ma non condita con il sugo.

La propaganda era portata avanti tanto dalle autorità governative quanto dalle associazioni patriottiche. Si moltiplicarono le pubblicazioni che spiegavano la necessità di consumare il meno possibile e i modi per riuscire a farlo. Questi testi entravano nelle scuole, in cui gli insegnanti dovevano far capire agli alunni il bisogno di accettare i sacrifici subiti per il bene della patria. Sia nelle letture sia nei dettati il messaggio trasmesso ai bambini era sempre lo stesso: mangiare poco e non sprecare niente.

In tutta Europa la guerra aveva spinto le autorità statali a intervenire significativamente nel settore dei consumi alimentari. Dopo la fine del conflitto, i governi si interrogarono sull'opportunità di continuare l'intervento pubblico in questo campo, naturalmente in base a finalità diverse da quelle belliche, dalle quali aveva avuto origine (Helstosky 2000, 1582). I regimi totalitari del periodo tra le due guerre, come il fascismo, riproposero l'azione statale nell'alimentazione a fini propagandistici, per rafforzare le basi del proprio potere nella società. Con l'avvento del regime fascista fu dato uno spazio sempre maggiore all'economia domestica, come disciplina insegnata alle donne nelle scuole post-elementari di avviamento al lavoro, nei corsi ambulanti nelle campagne, nei corsi del dopo-lavoro tenuti alla sera e durante i giorni festivi. Presenti già nei programmi didattici del periodo liberale (Bosna 2011, 125), le lezioni di economia domestica diventarono un canale fondamentale per l'indottrinamento fascista, rivolto in particolare alle donne delle classi popolari. Uno degli argomenti principali trattato in questi corsi era proprio la cucina (Cosseta 2000, 33).

In alcuni casi i corsi di economia domestica erano organizzati dai fasci femminili, in altri casi dalle parrocchie. Nei manuali di questa disciplina in quegli anni era assente la coscienza alimentare attuale, per la quale ogni cibo apporta nutrimenti utili all'organismo umano. Gli alimenti in quel periodo invece erano distinti tra sostanziosi e non sostanziosi. In un libro di economia domestica del 1928, ad esempio, nella sezione intitolata "Utilità e grado di sostanza che portano con sé certi cibi", patate e verdure erano definite poco nutrienti. Venivano invece indicati come alimenti sostanziosi latte e miele. Le uova erano considerate un ottimo cibo per sostituire la carne. Il manuale di economia domestica invitava a rendere di uso comune le uova in tutte le famiglie (Scuola serale Buona Massaia di S. Giovanni 1928, 101-103).

Nello stesso periodo la pubblicità continuava a promuovere prodotti immessi sul

mercato negli anni precedenti per favorire nuovi consumi alimentari: per esempio la pastina glutinata, definita così perché era aggiunta una dose di glutine nella pasta. La pubblicità presentava questo prodotto come particolarmente energetico e consigliato ai bambini. Al centro del manifesto pubblicitario di Federico Seneca per la pastina glutinata Buitoni (1929), c'era la testa paffuta di un bambino (Codeluppi 2013, 58).

Gran parte del fascismo fu contraddistinto da periodi di difficoltà economica che chiedevano alle donne uno sforzo ancora maggiore nell'economia domestica. La crisi economica dei primi anni Trenta, le sanzioni internazionali dopo l'invasione dell'Abissinia e infine la guerra, provocarono la drastica riduzione della disponibilità di alimenti. Allo stesso tempo il regime voleva ridefinire le abitudini alimentari in base ai principi dell'autarchia. I periodici di quegli anni erano pieni di indicazioni alle donne per gestire efficacemente la cucina, spiegando in particolare come preparare buoni piatti con ingredienti sempre più scarsi e differenti da quelli del passato. La donna doveva impegnarsi per riuscire a occultare nella cucina la penuria di generi alimentari.

Anche all'estero l'economia domestica stava acquisendo un ruolo fondamentale nel mobilitare le donne per fronteggiare la crisi successiva al 1929. Il nazismo affidò all'associazione femminile del regime (*Frauenschaft*) il compito di promuovere l'educazione alimentare attraverso un laboratorio istituito a Dresda (den Hartog 2010, 221). In Olanda l'educazione alimentare come responsabilità del governo ebbe inizio nel 1941, durante l'occupazione nazista (den Hartog 2011, 183). Negli Stati Uniti, negli anni Trenta, l'educazione al consumo attraverso l'economia domestica fu uno dei principali strumenti di intervento pubblico del New Deal, per rispondere alle conseguenze sociali della crisi (Babbitt 1997, 151-162).

Il regime fascista in Italia organizzò corsi speciali per diffondere i prodotti autarchici e portare avanti la campagna contro gli sprechi. Il fascismo aveva l'ambizione di contrastare le opinioni comuni sull'alimentazione, cercando di modificare i principi della tradizionale cultura alimentare. L'idea che solo la carne avesse le migliori proprietà nutritive fu accusata di essere un pregiudizio popolare. Gli italiani dovevano capire l'importanza di altri nutrienti, come legumi, uova, frutta e verdura. Il pane divenne l'alimento al centro delle tavole italiane: al mattino nel latte, a mezzogiorno nel sugo, alla sera nel brodo. E non doveva essere sprecato. Risparmiare il più possibile, sia nel consumo di pane sia in quello degli altri alimenti. Quando arrivò la guerra, per garantire questo imperativo fu necessario il tesseramento. La paura nella società italiana aumentò notevolmente nel momento in cui la tessera alimentare fu estesa al pane. Se non era più possibile neppure consumare sufficientemente questo alimento significava che le condizioni dell'Italia avevano toccato il fondo (Muzzarelli and Tarozzi 2003, 123-124).

In un manifesto del 1928 di Osvaldo Cappelli per la campagna a favore del pane, era stata inserita una frase firmata dallo stesso Mussolini, che riprendeva il contenuto di una sua poesia pubblicata sui libri di scuola: «Italiani: onorate il pane! Gloria dei campi, fragranza della terra, festa della vita». Nel manifesto, sovrastato dallo slogan «Non sciupate il pane», si vede una donna che si china a prenderne un pezzo che era stato buttato a terra, prima che un uccello se lo mangi (Falabrino 2001, 104-105). Il

manifesto è dominato dall'arancione e dal giallo, colori che richiamano la luce del sole e l'immagine della natura, in particolare dei campi di grano.

I consigli di economia domestica dati dal regime fascista durante il periodo bellico naturalmente spiegavano come rimediare all'assenza di molti prodotti alimentari. Per esempio si indicava come raccogliere la panna che affiora sul latte bollito e trasformarla in burro. Oppure come sciogliere il grasso animale per preparare un prodotto che sostituisse il burro. Si indicavano inoltre i vari modi per cuocere i cibi senza usare grassi. Testi di questo tipo contenevano anche indicazioni su come limitare il consumo delle uova nelle frittate, visto che servivano a sostituire la carne. L'acqua di cottura della pasta e delle verdure doveva essere riutilizzata per preparare altre pietanze, come minestre e sughi. I testi di economia domestica contenevano ricette per preparare gli alimenti nel modo più economico possibile (Baldassarre 1941, 7-20).

Cambiamenti e continuità con il passato nel secondo dopoguerra

Quello che il regime fascista non avrebbe mai ammesso pubblicamente, fu mostrato dall'inchiesta parlamentare sulla miseria in Italia pochi anni dopo la fine della guerra: gran parte della popolazione italiana era immersa in condizioni di estrema povertà e l'alimentazione delle classi popolari si rivelava insufficiente³. Fu la prima indagine condotta in Italia in base non ai consumi medi di tutta la popolazione ma alle differenti classi di consumo. Perciò furono individuati tre prodotti – carne, zucchero e vino – che consentivano di valutare le differenze di classe nel tenore alimentare (Salsano 2009, 247). Dall'inchiesta emerse che un terzo della popolazione non consumava mai o quasi mai questi prodotti. Dato naturalmente ancora più alto nelle aree più povere del paese, come le regioni del Sud (Oliviero 2014, 236).

La carenza di alcuni principi nutritivi nelle fasce sociali più povere si accompagnava a una cattiva alimentazione nelle fasce sociali più ricche, in cui si mangiava eccessivamente. L'educazione alimentare era scarsa tanto tra i poveri quanto tra i ricchi. Complessivamente la dieta italiana era povera di zucchero e proteine animali, se confrontata con i regimi alimentari degli altri paesi europei (Baviello 2011, 43). Si presentava anche molto diversa da quella americana. Subito dopo la seconda guerra mondiale negli Stati Uniti fu avviato il *National School Lunch*, un programma governativo che prevedeva un pasto caldo per i bambini in età scolare, costituito da carne, burro, vegetali e latte. Con questo provvedimento il Governo americano intendeva da un lato garantire il benessere alimentare dell'infanzia e dall'altro favorire il consumo dei prodotti delle aziende agricole e d'allevamento nazionali (Sealander 2005, 173).

Con il miracolo economico, grazie all'aumento dei redditi, i consumi alimentari iniziarono a spostarsi anche in Italia dai generi semplici e poco costosi, come il pane, a quelli più vari e ricchi, come la carne. Comunque anche dopo il boom la dieta italiana

³ I risultati dell'inchiesta condotta dalla Commissione parlamentare sulla miseria in Italia e sui mezzi per combatterla furono pubblicati in 12 volumi nel 1953.

rispetto agli altri paesi della Comunità europea continuò a essere meno calorica, ricca di cereali, legumi, frutta e verdura. Ma in quegli anni non c'era ancora la consapevolezza che proprio questo modello alimentare fosse il più sano ed equilibrato, come avrebbe spiegato il *Seven Countries Study*. Questo studio, avviato nel 1958 dall'americano Ancel Keys, dimostrò l'importanza della dieta mediterranea comparando sette paesi: Italia, Grecia, Jugoslavia, Paesi Bassi, Finlandia, Stati Uniti e Giappone.

Il cambiamento degli stili di consumo nella società italiana tra gli anni Cinquanta e Sessanta tendeva a essere caratterizzato da un aumento più della quantità che della qualità dell'alimentazione, nell'ambito di un contesto culturale dove le conoscenze scientifiche erano ancora insufficienti per garantire la corretta educazione alimentare delle persone. Come nel resto d'Europa, anche in Italia nel secondo dopoguerra nacque la prima associazione dei consumatori, l'Unione nazionale dei consumatori (Unc), fondata nel 1955 da Vincenzo Dona, che descrisse il consumatore italiano come «gigante addormentato dell'economia», isolato e sprovveduto di fronte al potere del sistema produttivo e della forza persuasiva della pubblicità. L'associazione si proponeva di promuovere l'educazione al consumo, al fine di difendere i consumatori dalle frodi alimentari, che si stavano aggravando proprio con l'affermarsi dei consumi di massa e delle nuove industrie alimentari. La chimica e le nuove tecnologie produttive erano allo stesso tempo alleate e potenziali nemiche dei consumatori. Infatti da un lato consentivano di avere prodotti di rapida preparazione e lunga conservazione, dall'altro potevano minacciare la salute dei cittadini. Era sempre più difficile capire cosa fosse presente nei prodotti consumati. Ecco come un dirigente dell'Unc, Aldo Diani, descrisse la prima colazione:

Caffè e latte per colazione. Ma il latte può essere annacquato, scremato, deacidificato anche grossolanamente, perfino con soda caustica, o trattato con chissà quali conservanti. Aggiungiamoci il caffè con gli idrocarburi, due biscotti con derivati poliossietilenici, un tocchetto di burro con grassi idrogenati, un bel cucchiaino di marmellata di zucche con gli immancabili coloranti ed eccoci a posto. Possiamo affrontare la nuova giornata di lavoro (Diani 1962, 183)⁴.

L'Unc, pochi mesi dopo la sua nascita, consegnò all'Ansa un documentario intitolato *L'educazione alimentare del popolo, problema urgente che può essere risolto*. L'Ansa diramò il documentario ma nessun giornale lo prese in considerazione. Il fatto che tutti i giornali italiani avessero ignorato l'iniziativa dell'associazione dei consumatori dimostrava l'assenza di sensibilità dell'opinione pubblica verso il tema. Il ruolo della stampa sarebbe stato fondamentale nel diffondere la consapevolezza di una sana alimentazione. Poco tempo dopo, proprio grazie all'iniziativa di un nuovo settimanale, «L'Espresso», fondato nel 1955, fu avviata una campagna di stampa sulle frodi e sofisticazioni alimentari in Italia. Di fronte alle difficoltà economiche negli anni Trenta e soprattutto nella seconda guerra mondiale, il fascismo aveva evitato di battersi contro i reati nella produzione e vendita degli alimenti. Le pene per questo tipo di reati

⁴ Aldo Diani era anche consigliere del Bureau européen des Unions de consommateurs, organo che riunisce le principali associazioni dei consumatori in Europa.

furono abbassate dal regime fascista, perché i generi alimentari erano scarsi ed era importante che la gente mangiasse qualcosa, sebbene la qualità dei prodotti non fosse buona. Con lo sviluppo del mercato negli anni Cinquanta, i casi di frodi alimentari si moltiplicarono. «L'Espresso» denunciò che grassi animali, destinati alla produzione del sapone, erano invece utilizzati per produrre oli vegetali, destinati al consumo alimentare. Anche alcuni quotidiani, come «Il Giorno» di Milano, «La Stampa» di Torino e «Il Messaggero» di Roma, contribuirono a rendere nota la grave diffusione di pratiche scorrette nella produzione degli alimenti. Di fronte a questa campagna di stampa, il governo nel 1960 presentò il disegno di legge sulla sicurezza alimentare. Approvata nel 1962, la legge non fu pienamente attuata, perché i regolamenti di attuazione furono emanati dopo ben 18 anni, nel 1980 (Baviello 2011, 40-67).

I primi governi di centro-sinistra, all'inizio degli anni Sessanta, si presentarono con l'ambizione di compiere le riforme necessarie per un paese che nel giro di pochi anni si stava trasformando profondamente. Come la disciplina sulla sicurezza alimentare, anche la realizzazione della scuola media unificata nel 1963 fu parte di questo progetto riformista, presentando però alcuni caratteri anacronistici, in particolare le applicazioni tecniche differenziate in base al sesso degli alunni. In tal modo l'economia domestica, non più presente come disciplina specifica, confluì nelle applicazioni tecniche e continuò a essere riservata alle alunne. Al contrario, gli alunni nelle ore di applicazioni tecniche dovevano svolgere attività manuali diverse da quelle femminili. D'altra parte c'era la necessità di mantenere in servizio le insegnanti di economia domestica e gli insegnanti tecnico-pratici, che avevano lavorato nelle scuole di avviamento professionale e nelle vecchie scuole medie, prima della riforma del 1963 (Santamaita 2000, 154).

Le applicazioni tecniche avrebbero dovuto compensare la soppressione della scuola di avviamento, mantenendo nella scuola media unificata forme di educazione al lavoro pratico, in modo da offrire un tipo di formazione non esclusivamente teorica nel nuovo sistema didattico (D'Amico 2015, 412). La scuola media nata nel 1963 si proponeva quindi di dedicare spazio anche al lavoro inteso come mezzo educativo, sostenuto dai pedagogisti della scuola attiva, in cui la cultura degli alunni non deriva solo dallo studio dei libri ma dipende anche dalle attività pratiche nella classe, vista come laboratorio (Splendore 2013, 92).

La differenziazione in base al sesso delle applicazioni tecniche conservò i tradizionali stereotipi di genere, per i quali i ragazzi dovevano essere preparati al lavoro che avrebbero svolto fuori casa, mentre le ragazze dovevano imparare a gestire le attività domestiche, come la cucina. Questa differenziazione nella scuola media italiana sarebbe stata superata solo nel 1977, sostituendo le applicazioni tecniche con la nuova disciplina dell'educazione tecnica, non più diversificata in base al sesso degli alunni.

Per favorire l'uguaglianza di genere, nei paesi scandinavi tra gli anni Sessanta e Settanta fu prevista l'estensione dell'economia domestica agli studenti di sesso maschile. In Svezia sin dal 1962 questa disciplina era obbligatoria tanto per le ragazze quanto per i ragazzi (Schiff 1973, 111). Anche in Finlandia, negli anni Settanta, l'insegnamento della disciplina fu esteso ai maschi (Mäkelä 2005, 152).

Sicurezza alimentare, potere della pubblicità e ruolo della scuola

Dopo la diffusione del benessere nella società italiana, la maggior parte della popolazione continuava a non seguire una sana alimentazione, non più per ragioni economiche ma perché l'educazione alimentare era ancora assente (De Marzi 1971, 11)⁵. Sulla scia dei movimenti di contestazione giovanile iniziati nel 1968 e di fronte alla crisi energetica degli anni Settanta, nacque una nuova associazione dei consumatori, il Comitato di difesa dei consumatori. Fondato nel 1973, fu uno dei primi movimenti attivi nella diffusione di una visione critica del consumo, testimoniata anche dal titolo della propria rivista, «Altroconsumo». Nel 1976 prese il posto dell'Unc nel Bureau européen des Unions de consommateurs, che riuniva le associazioni indipendenti dei consumatori in Europa (*Altroconsumo* 1977, 1). Oggi, con il nome Altroconsumo, è la maggiore organizzazione dei consumatori italiani⁶.

La rivista «Altroconsumo» negli anni Settanta pose in evidenza i gravi ritardi italiani nella protezione del consumatore, in balia degli interessi dell'industria alimentare e del potere della pubblicità, nella totale assenza di attenzione da parte delle istituzioni. L'avvento delle Regioni e il decentramento anche riguardo alle funzioni di controllo alimentare, furono usati come nuovi pretesti per continuare a rimandare l'emanazione dei regolamenti attuativi della legge sulla sicurezza alimentare, varata nel 1962. Non fu applicata neanche la legge del 1971, che affidava al Ministero dell'Agricoltura il compito di esercitare attività per l'educazione del consumatore. Intanto si erano affermati nuovi stili di consumo, in particolare con la diffusione degli alimenti preconfezionati. Non era verificata neppure la qualità degli alimenti per bambini, come gli omogeneizzati e le merendine confezionate. Né era indicata la data di scadenza su questi prodotti.

Grazie all'iniziativa della Comunità europea fu possibile il miglioramento dell'informazione ai consumatori. La direttiva comunitaria del 1979 stabilì l'indicazione sui prodotti alimentari della data di scadenza e degli ingredienti in ordine decrescente di peso. L'anno dopo furono finalmente emanati i regolamenti attuativi della legge italiana sulla sicurezza alimentare, approvata nel 1962. Queste misure si rivelarono tuttavia insufficienti. In Italia nel 1986 scoppiò lo scandalo del vino al metanolo. 19 persone morirono e 15 persero la vista per aver bevuto vino al quale era stato aggiunto metanolo, per aumentarne la gradazione alcolica. Si comprese che per la sicurezza alimentare non bastavano misure repressive. Per difendersi dalle frodi alimentari era indispensabile l'educazione al consumo, alla quale invece la legge introdotta nel 1962 non aveva rivolto alcun interesse. Dopo lo scandalo del vino al metanolo, il governo approvò un

⁵ Guido De Marzi, presidente dell'Istituto di tecnica e propaganda agraria, intervenne alla tavola rotonda "L'educazione del consumatore nel quadro di una politica alimentare". I risultati del convegno furono riportati in *L'alimentazione italiana. Rivista mensile per l'educazione alimentare*, rivista edita dall'Istituto di tecnica e propaganda agraria, sotto gli auspici della Direzione generale dell'alimentazione del Ministero dell'agricoltura e delle foreste, dell'Istituto nazionale della nutrizione, dell'Unione nazionale consumatori.

⁶ Con sede nazionale a Milano, l'organizzazione di Altroconsumo è articolata in sedi regionali e rappresentanti locali. L'associazione non è legata ai sindacati e conta più di 370.000 soci.

decreto che per la prima volta prevedeva un consistente investimento nell'educazione e nell'informazione alimentare, con il coinvolgimento delle associazioni dei consumatori (DL 18 giugno 1986, n. 282, art.14).

La crescente sensibilità verso la sana alimentazione, nella seconda metà degli anni Ottanta, trovò espressione anche in nuove iniziative della società civile. Lo stesso anno dello scandalo del vino al metanolo nacque Slow Food, associazione fondata dall'enogastronomo Carlo Petrini, con l'obiettivo di recuperare stili di consumo schiacciati dall'omologazione delle abitudini alimentari, basate sempre di più sui prodotti delle multinazionali. Slow Food ha contribuito a mantenere vivi modelli di alimentazioni alternativi a quelli consumistici, difendendo i valori del gusto, della salute, delle differenti identità locali, dell'ambiente, delle condizioni di lavoro per i contadini e i commercianti (De Bernardi 2015, 508). L'associazione promuove anche programmi per l'educazione alimentare e ambientale nelle scuole, con lo scopo d'insegnare ai bambini a mangiare meglio (De Grazia 2005, 472).

Il benessere e le maggiori disponibilità alimentari contribuirono anche nella società italiana alla diffusione di malattie legate a scorretti stili di consumo. Negli anni Ottanta aumentò la consapevolezza che per la prevenzione e cura di questi problemi di salute fosse decisiva l'educazione alimentare. Allo stesso tempo arrivarono sul mercato i dolcificanti per sostituire lo zucchero e nuovi marchi di prodotti dietetici (Chiaricati, 2011).

L'Italia negli anni Novanta continuò a presentare un sistema d'informazione del consumatore molto disorganico, frammentato tra svariate iniziative delle istituzioni pubbliche, delle associazioni private e dei mezzi di comunicazione di massa. Gran parte delle informazioni relative all'educazione alimentare era poco obiettiva, condizionata ancora da differenti interessi economici e politici. Le scelte di acquisto e consumo dei prodotti alimentari erano determinate più dalla pubblicità che dalle conoscenze di carattere scientifico. Allo stesso tempo gli italiani desideravano aumentare il loro livello di educazione alimentare, quindi mostravano una significativa sensibilità verso il tema della consapevolezza di ciò che mangiavano (Ismea 1991, 185).

Dagli anni Sessanta in poi la pubblicità ha insistito particolarmente sulla genuinità dei prodotti alimentari. Il sistema di comunicazione pubblicitaria presentava i prodotti dell'industria alimentare come naturali e sani. Questi prodotti erano associati alle virtù della natura, ormai perdute nella moderna vita urbana, che si consolidò in Italia dopo il boom economico. In una scena del film *La vita agra* (1964) agli aspiranti pubblicitari si spiega come il contenuto reale dei prodotti sia ormai secondario rispetto all'importanza dell'apparenza. L'immagine prevale sulla realtà, in base a un principio culturale dominante nella società economicamente avanzata.

I sapori il pubblico li deve sentire con le orecchie, con la vista, col tatto. Il palato non serve. Non serve il vero burro, il vero grasso, non serve l'uva nel vino. Le sostanze naturali nell'industria moderna sono destinate a scomparire. L'importante è che non scompaia nella mente dell'uomo moderno il desiderio di consumare vero vino, vero burro, vero latte. E questo principio vale per tutta la produzione, non solo per quella alimentare (*La vita agra* 1964).

Dopo gli anni Settanta, con l'emergere di atteggiamenti più critici verso il consumo e la diffusione dei valori ambientalisti, si rafforzò ulteriormente la tendenza della pubblicità a esaltare la naturalità dei prodotti alimentari. Esempari sono state le campagne pubblicitarie con cui si è affermato sul mercato il marchio «Mulino Bianco», con lo slogan «Mangia sano, torna alla natura» (Falabrino 2001, 260). Questa strategia di marketing è durata fino a oggi. In una pubblicità della birra Peroni nel 1999, la testimonial Jennifer Driver diceva di essere naturale, come il prodotto pubblicizzato. Ormai si interveniva non solo per modificare artificialmente i prodotti alimentari, ma anche per cambiare l'aspetto fisico delle persone, attraverso la chirurgia estetica. Non c'era più niente di autentico, né tra i prodotti industriali né tra le persone. Nelle pubblicità di questo tipo – come quelle del Mulino Bianco e della Peroni – sono ricorrenti i colori giallo e arancione, presenti anche nel manifesto del periodo fascista contro lo spreco del pane, perché richiamano l'immagine della natura e della vita.

L'uso del corpo femminile per promuovere la vendita di prodotti alimentari si lega al mutamento dell'impiego dei sensi in rapporto al cibo, con l'aspetto visivo che finisce per prevalere sul contenuto di cibi e bevande. Allo stesso tempo richiama stereotipi sessisti particolarmente diffusi nella comunicazione pubblicitaria, dove mangiare e bere diventano metafore dell'appetito sessuale in relazione all'immagine della donna (Baviello 2013, 249-250).

Da un'indagine pubblicata dall'Ismea nel 1991, nei due terzi dei casi l'inizio o l'aumento del consumo di un prodotto alimentare era dovuto alla pubblicità. Prendendo in considerazione le persone conosciute dalle quali si seguivano consigli alimentari per iniziare a mangiare un nuovo prodotto, soltanto il 12% era rappresentato da medici e dietisti. La maggioranza dei suggerimenti proveniva invece da familiari e parenti (54%) oppure da amici, colleghi e vicini di casa (34%). Il dato relativo ai medici e ai dietisti non era molto differente riguardo alle classi di reddito dei consumatori. Tra i ceti abbienti il livello saliva al 15% mentre nelle classi di reddito basse scendeva al 10%. I consigli scientifici erano maggiormente seguiti per decidere di abbandonare il consumo di un prodotto. In questo caso il 26% dei suggerimenti proveniva da medici e dietisti. Riguardo alle persone conosciute il ruolo della famiglia rimaneva tuttavia prevalente, visto che la metà degli intervistati dichiarava di decidere di non mangiare più un alimento dopo il consiglio di familiari e parenti.

L'indagine dimostrò il bisogno di educazione alimentare, confermato dagli stessi consumatori. Tre su quattro dichiararono di voler essere più informati sull'alimentazione. Emergeva d'altra parte un forte disorientamento di fronte alle informazioni sull'argomento. Infatti il 70% degli intervistati diceva che sull'alimentazione «non si capisce niente; un giorno dicono una cosa, il giorno dopo dicono il contrario» (Ismea 1991, 124).

La situazione dell'informazione sul tema dell'alimentazione dimostrava che era necessaria una maggiore attenzione verso l'educazione alimentare nella scuola. Le abitudini si formano in gran parte nell'età scolare, perciò è più facile correggerle in quell'età. Inoltre i giovani possono essere molto utili nel modificare le abitudini alimentari nelle famiglie. Quindi l'educazione alimentare a scuola consente sia di insegnare ai più

giovani i principi della corretta alimentazione sia di migliorare attraverso i giovani la consapevolezza alimentare degli adulti nella famiglia.

Il rapporto tra scuola e famiglia tuttavia era delicato, perché il tema dell'alimentazione riguardava la salute dei bambini, considerata naturalmente molto importante dai genitori. La scuola, in un sistema democratico, non deve imporre dall'alto gli stili alimentari, rischiando di ricevere come risposta dalle famiglie un atteggiamento di chiusura nei confronti delle indicazioni scolastiche. Si rivelava indispensabile cercare il confronto e la collaborazione con i genitori.

I programmi del 1985 per la scuola elementare prevedevano l'educazione alla tutela della salute e, nell'ambito dell'insegnamento delle scienze, facevano riferimento in modo specifico all'educazione alimentare. Sulla scia dei metodi pedagogici più recenti, anche in questo settore educativo gli insegnanti dovevano proporsi di fornire agli alunni gli strumenti necessari per imparare ad apprendere. Dunque non limitarsi a trasmettere determinate nozioni, ma far acquisire ai bambini la consapevolezza dell'importanza di proteggere la salute attraverso l'alimentazione. In questo senso l'infanzia a scuola doveva essere educata a raccogliere e interpretare le informazioni relative al consumo alimentare.

Un canale d'apprendimento importante era rappresentato dalla refezione scolastica, intesa non semplicemente come luogo in cui alimentarsi ma anche quale opportunità di educazione alla salute. La mensa si rivelava un'opportunità per fornire ai bambini i nutrienti di cui avevano bisogno, compresi quelli che assumevano meno frequentemente a casa. All'inizio degli anni Ottanta l'alimentazione degli italiani era ormai abbondante. Anche i bambini in molti casi assumevano più calorie del necessario. I genitori di solito invitavano i figli a mangiare il più possibile. Comunque alcuni alimenti non era consumati sufficientemente, come uova, latte, ortaggi, patate e legumi. Attraverso le mense scolastiche si poteva educare l'infanzia a stili di consumo più equilibrati. Un aspetto spesso trascurato dagli adulti e conseguentemente dai bambini era l'importanza della prima colazione, mentre durante l'intervallo delle 10:30 gli alunni mangiavano merendine confezionate, dolci o focacce ricche di grassi. Nel pranzo fornito dalla refezione invece era possibile correggere le abitudini sbagliate che le famiglie trasmettevano ai più piccoli (Foppiani 1981, 31-35).

I bambini attraverso l'apprendimento scolastico potevano comprendere anche che l'alimentazione possiede una dimensione culturale. Perciò si rivelava importante spiegare le diverse tradizioni alimentari locali, proprio per mostrare che le abitudini di consumo sono differenti a seconda del contesto culturale in cui si collocano. Inoltre era interessante dedicare alcune unità didattiche al modo in cui l'alimentazione presenta caratteri diversi nel tempo e nello spazio. Dunque far vedere ai bambini le caratteristiche dei regimi alimentari nel passato oppure il problema della fame ancora presente in molte parti del mondo contemporaneo (Bissolati et al. 1988, 14, 17, 21, 84-118).

Attraverso gli assessorati alla sanità, le Regioni potevano dare indicazioni alle scuole su come valutare il livello di educazione alimentare degli alunni e intervenire per correggere stili di consumo sbagliati. In Veneto gli insegnanti venivano affiancati da

operatori sanitari nelle attività scolastiche sull'argomento. Innanzitutto era necessario valutare i comportamenti alimentari degli alunni. Per farlo si ricorreva a vari strumenti, soprattutto il questionario. Poteva rivelarsi utile anche la discussione in aula. Riguardo ai bambini si dovevano privilegiare metodi ludici, quindi cercare di capire attraverso alcuni giochi come si alimentavano.

Quali informazioni dovevano essere raccolte sull'alimentazione degli alunni? Soprattutto le seguenti: la prima colazione; il consumo di dolci e zuccheri; di grassi e proteine di origine animale, in particolare carne, salumi, uova e formaggi; frutta e verdura; alcool; attività fisica. Su quest'ultimo punto si doveva fare attenzione alla scarsa attendibilità del senso di trascorre del tempo nei bambini, soprattutto riguardo al tempo passato davanti alla televisione (Regione Veneto – Assessorato alla Sanità 1991, 29-32).

Uno degli obiettivi più importanti da raggiungere nell'educazione degli alunni era insegnare la decodificazione dei messaggi pubblicitari, in modo da fornire gli strumenti necessari a evitare di essere soggiogati dalla forza persuasiva della pubblicità. Gli studenti dovevano imparare a scomporre le varie parti del messaggio pubblicitario e indicare lo scopo di ognuna di esse. In particolare era necessario riuscire a distinguere nel medesimo messaggio la parte informativa da quella suggestiva. Infatti la pubblicità spesso limita l'informazione sui principi nutritivi dell'alimento, privilegiando invece la suggestione del pubblico attraverso elementi che non rivelano i contenuti reali del prodotto pubblicizzato (Bissolati et al. 1988, 119-120).

Il crescente potere persuasivo della pubblicità si legava alla graduale trasformazione del sistema di distribuzione al dettaglio, sebbene il piccolo commercio tradizionale in Italia continuasse a essere più diffuso rispetto agli altri paesi europei (Baviello 2010, 284-301). Con l'evoluzione dei mezzi di comunicazione di massa e lo sviluppo della grande distribuzione, si ridimensionò il ruolo del venditore, che presentava rapporti sempre più deboli con i consumatori. In passato nella piccola bottega il commerciante confezionava personalmente il prodotto e orientava le scelte dei clienti. Invece con la diffusione della televisione e delle moderne imprese distributive, i clienti iniziarono ad acquistare nei punti di vendita i prodotti confezionati dalle aziende alimentari e pubblicizzati dai nuovi mezzi di comunicazione, senza avere più bisogno dei suggerimenti del dettagliante.

A conferma dell'importanza ed efficacia della comunicazione pubblicitaria, le guide per l'educazione alimentare a scuola a volte suggerivano di prendere a modello proprio le tecniche alla base dei messaggi della pubblicità, in modo da trasmettere al meglio i contenuti agli alunni. Infatti i messaggi d'educazione alimentare nelle scuole dovevano essere pochi, chiari e ripetuti spesso, quindi comunicati in maniera simile a quanto faceva la pubblicità (Regione Veneto – Assessorato alla Sanità 1991, 59).

Conclusioni

Nel Novecento il posto centrale per l'educazione alimentare fu occupato dalla fa-

miglia, in cui i bambini e le bambine acquisivano le principali indicazioni su ciò che potessero mangiare. La scuola svolse un ruolo importante non tanto nell'educazione al consumo quanto nella conservazione delle tradizionali distinzioni di genere riguardo all'alimentazione. L'educazione domestica e il mantenimento della differenziazione in base al sesso degli alunni nelle applicazioni tecniche, fino al 1977, proponevano un modello formativo in cui sin dall'infanzia il maschio doveva imparare a diventare *bread-winner*, colui che nel lavoro fuori casa guadagna il denaro necessario al mantenimento della famiglia, mentre la femmina doveva acquisire tutte le nozioni e abilità necessarie a preparare il cibo da mangiare nella famiglia.

Oltre alle differenze di genere, almeno fino al boom economico furono particolarmente forti le differenze di classe negli stili alimentari. Il cibo dei ricchi era ambito non solo perché si pensava fosse più nutritivo, ma anche perché rappresentava il benessere, assente nella maggioranza della popolazione. Analogamente nell'aspetto fisico la magrezza era associata alla miseria, mentre le forme rotonde richiamavano l'idea della salute e della ricchezza.

Nella prima guerra mondiale la propaganda politica cercò di contrastare le convinzioni più diffuse sull'alimentazione, al fine di far fronte alla scarsità di cibo. Un comportamento analogo sarebbe stato tenuto dal regime fascista nel corso della seconda guerra mondiale. Durante il fascismo la propaganda si rivolse soprattutto alle donne, che dovevano usare in cucina i prodotti italiani e risparmiare il più possibile. Fu attribuita particolare importanza all'economia domestica, che diventò uno dei principali canali d'indottrinamento per le donne, legate al tradizionale ruolo di casalinghe tanto dalla cultura fascista quanto da quella cattolica.

Nel secondo dopoguerra l'inchiesta parlamentare sulla miseria in Italia rivelò il grave stato di carenze nutrizionali diffuso in gran parte della popolazione. Non erano ancora comparsi gli studi in cui sarebbe stato spiegato che la dieta mediterranea è la più sana ed equilibrata. Dopo il boom economico iniziò a essere capovolto l'imperativo che aveva dominato la società italiana sia nel periodo tra le due guerre sia negli anni Cinquanta. Mentre per gran parte del Novecento la popolazione era stata educata a essere il più possibile parsimoniosa, a partire dagli anni Sessanta sotto la comunicazione martellante della pubblicità gli italiani furono invitati a consumare sempre di più. Comunque il consumismo di massa in Italia subito dopo il boom economico si radicò nell'immaginario della popolazione, non tanto nella realtà. Frenato dalla crisi economica degli anni Settanta, il moderno sistema dei consumi si affermò veramente solo dagli anni Ottanta.

Con il benessere diffuso e l'introduzione sul mercato dei nuovi prodotti dell'industria alimentare, la dieta degli italiani migliorò più sotto il profilo della quantità che della qualità, nell'ambito di un sistema dove la comunicazione pubblicitaria acquisì un ruolo fondamentale. Mentre nella prima metà del Novecento le abitudini alimentari erano state influenzate soprattutto dalla propaganda politica, nella seconda metà del secolo fu la propaganda commerciale ad assumere una posizione centrale. Dei prodotti alimentari diventò più importante l'immagine che il contenuto. Il pericolo per la salute degli italiani era non più la scarsità degli alimenti ma l'assenza di educa-

zione al consumo. Negli anni Novanta l'inizio o l'aumento del consumo di un prodotto alimentare era dovuto nei due terzi dei casi alla pubblicità.

La società civile, attraverso le associazioni dei consumatori, si impegnò nell'educazione alimentare. L'azione dello Stato invece fu insufficiente e inadeguata. In seguito a una intensa campagna di stampa alla fine degli anni Cinquanta, venne approvata la legge sulla sicurezza alimentare, ma solo nel 1980 ne furono emanati i decreti attuativi. Soltanto dopo lo scandalo del vino al metanolo, nel 1986, aumentò l'attenzione per il tema dell'educazione al consumo, fondamentale per la stessa sicurezza alimentare. Si rivelava indispensabile l'istruzione a scuola, in cui i giovani possono imparare i corretti stili di consumo e trasmettere nelle proprie famiglie le conoscenze acquisite.

Bibliografia

- 20 settembre 1915, n. unico pubblicato a cura del Comitato bolognese pro-patria.
- Altroconsumo. Il periodico per il consumatore critico.* 1977. 8-9.
- La vita agra.* 1964. Regia di Carlo Lizzani, film tratto dall'omonimo romanzo di Luciano Bianciardi (1962).
- Babbitt, Kathleen R. 1997. "Legitimizing Nutrition Education: The Impact of The Great Depression". In *Rethinking Home Economics. Women and the History of a Profession*, edited by Sarah Stage and Virginia B. Vincenti, 145-162. Ithaca and London: Cornell University Press.
- Baldassarre, Emilia. 1941. *Economie in tempo di guerra. Consigli di cucina e di economia domestica.* Udine: Idea.
- Baviello, Davide. 2013. "Potere maschile. Le rappresentazioni di genere nella pubblicità dal secondo dopoguerra a oggi". In *Costruire una nazione. Politiche, discorsi e rappresentazioni che hanno fatto l'Italia*, a cura di Silvia Aru e Valeria Deplano, 238-260. Verona: Ombre Corte.
- Baviello, Davide. 2011. "Consumatori senza tutela. Storia della legge sulla sicurezza alimentare (1960-1986)". *Snodi. Pubblici e privati nella storia contemporanea* 8: 40-67 (dossier *Mangiare e bere*).
- Baviello, Davide. 2010. "Democrazia e modernizzazione. Ambizioni americane e modelli europei nella distribuzione italiana (1947-1978)". *Italia contemporanea* 259: 284-301.
- Bissolotti Anna, Giorgio Donegani, Ilia Donegani, Flavia Marin e Daniela Vizzari. 1988, *Il cibo in cartella. Proposte didattiche per l'educazione alimentare nella scuola elementare.* Milano: Clesav.
- Biltekoff, Charlotte. 2012. "Critical Nutrition Studies". In *The Oxford Handbook of Food History*, edited by Jeffrey M. Pilcher, 172-190. Oxford-New York: Oxford University Press.
- Bosna, Vittoria. 2011. "Il valore educativo del lavoro". In *In principio... la ricerca. Temi e voci di un'esperienza di formazione*, edited by Chiara Gemma and Riccardo Pagano, 111-126. Milano: FrancoAngeli.
- Capatti Alberto, Alberto De Bernardi and Angelo Varni, ed. 1998. *Storia d'Italia. Annali 13 – L'alimentazione.* Torino: Einaudi.

- Chiaricati, Federico. 2011. "Economia e cultura dei consumi alimentari degli anni Ottanta: le fonti". *Storia e futuro. Rivista di storia e storiografia on line*. Accesso 5 novembre 2017: <http://storiaefuturo.eu/economia-e-cultura-dei-consumi-alimentari-degli-anni-ottanta-le-fonti/>.
- Codeluppi, Vanni. 2013. *Storia della pubblicità italiana*. Roma: Carocci.
- Cosseta, Katrin. 2000. *Ragione e sentimento dell'abitare. La casa e l'architettura nel pensiero femminile tra le due guerre*. Milano: FrancoAngeli.
- D'Amico, Nicola. 2015. *Storia della formazione professionale in Italia. Dall'uomo da lavoro al lavoro per l'uomo*. Milano: FrancoAngeli.
- De Bernardi, Alberto. 2015. "I consumi alimentari in Italia: uno specchio del cambiamento". In *L'Italia e le sue regioni. L'età repubblicana*, 487-509. Roma: Istituto dell'enciclopedia italiana-Treccani.
- De Grazia, Victoria. 2005. *Irresistible Empire. America's Advance through Twentieth-Century Europe*. Cambridge-London: The Belknap Press of Harvard University Press.
- De Marzi, Guido. 1971. "L'educazione del consumatore nel quadro di una politica alimentare". *L'alimentazione italiana. Rivista mensile per l'educazione alimentare* 6: 11.
- den Hartog, Adel P. 2011. "Nutrition Education in Times of Food Shortages and Hunger: War and Occupation in the Netherlands, 1939-1945". In *Food and War in Twentieth Century Europe*, edited by Ina Zweiniger-Bargielowska, Rachel Duffett and Alain Drouard, 183-198. Farnham-Burlington: Ashgate.
- den Hartog, Adel P. 2010. "L'éducation nutritionnelle au xx^e siècle : lutter contre la pénurie, la surabondance et les milieux marchands". In *Le choix des aliments. Informations et pratiques alimentaires. De la fin du Moyen Age à nos jours*, edited by Martin Bruegel, Marilyn Nicoud, and Eva Barlosius, 219-242. Rennes: Presses universitaires de Rennes.
- Diani, Aldo. 1962. "Frodi alimentari e nel commercio degli alimenti". In *Aspetti e problemi dell'alimentazione*. 169-198. Roma: Unione nazionale consumatori.
- Falabrino, Gian Luigi. 2001. *Effimera e bella. Storia della pubblicità italiana*. Milano: Silvana editoriale.
- Foppiani, Edilio. 1981. "La refezione scolastica: un problema di nutrizione e di educazione alimentare". In *Refezione scolastica e problemi di educazione alimentare. Atti del convegno tenuto a Genova, Teatro Amga - 31 gennaio 1981*, 31-35. Genova: Officina grafica Sagep.
- Helstosky, Carol F. 2000. "The State, Health, and Nutrition". In *The Cambridge World History of Food*, vol. 2, edited by Kenneth F. Kiple and Kriemhild Coneè Ornelas, 1577-1584, Cambridge: Cambridge University Press.
- Ismea (Istituto per studi, ricerche e informazioni sul mercato agricolo). 1991. *Gli italiani e l'educazione alimentare*, Roma.
- Istat. 1967. *I consumi alimentari in Italia nel periodo 1951-66*. Roma.
- Kamminga, Harmke, and Andrew Cunningham (edited by). 1995. *The Science and Culture of Nutrition, 1840-1940*. Amsterdam-Atlanta: Rodopi.
- Levenstein, Harvey A. 2003. *Revolution at the Table. The Transformation of the American Diet*. Berkely-Los Angeles-London: University of California Press.
- Mäkelä, Johanna. 2005. "Finland. Continuity and Change". In *Culinary Cultures of Europe*.

- Identity, Diversity and Dialogue*, edited by Darra Goldstein and Kathrin Merkle, 147-156. Strasbourg: Council of Europe Publishing.
- Muzzarelli, Maria Giuseppina, e Fiorenza Tarozzi. 2003. *Donne e cibo. Una relazione nella storia*. Milano: Bruno Mondadori.
- Oliviero, Stefano. 2014. "Salvadanaio addio. Pedagogia del consumismo e rivoluzione dei costumi e dell'immaginario". In *Educazione, laicità e democrazia. Tra le pagine di Antonio Santoni Rugiu*, edited by Carmen Betti, Gianfranco Bandini, and Stefano Oliviero, 231-249. Milano: FrancoAngeli.
- Regione Veneto – Assessorato alla Sanità. 1991. *Alimentazione e salute. Guida metodologica per l'educazione alimentare nella scuola*, edited by Marcello Vettorazzi and Giovanni Pilati. Padova: Società cooperativa tipografica.
- Salsano, Fernando. 2009. "Consumi e stili di vita degli italiani dalla ricostruzione agli anni Ottanta: dalla miseria alle nuove povertà". In *La quarta settimana: storia dei bisogni e dei consumi degli italiani che oggi non arrivano alla fine del mese*, edited by Benedetto Coccia, 241-303, Roma: Apes.
- Santamaita, Saverio. 2000. *Storia della scuola. Dalla scuola al sistema formativo*. Milano: Bruno Mondadori.
- Scarpellini, Emanuela. 2014. *A tavola! Gli italiani in 7 pranzi*. Roma-Bari: Laterza.
- Schiff, Martin. 1973. "Sweden's Sexual Code. Enlightenment Ends Old Taboos". In *American Swedish '73*, edited by Leif Sjoberg, 108-113. Philadelphia: International Printing Company Philadelphia.
- Scuola serale Buona Massaia di S. Giovanni. 1928. *La buona massaia. Economica domestica*. Brescia: Scuola tipografica Istituto figli di Maria Imm.
- Sealander, Judith. 2005. "Perpetually Malnourished? Diet, Health, and America's Young in the Twentieth Century". In *Children's Health Issues in Historical Perspective*, edited by Cheryl Krasnick Warsh and Veronica Strong-Boag, 161-189. Waterloo: Wilfrid Laurier University Press.
- Sorcinelli, Paolo. 1998. "Per una storia sociale dell'alimentazione. Dalla polenta ai crackers". In *Storia d'Italia. Annali 13 – L'alimentazione*, edited by Alberto Capatti, Alberto De Bernardi e Angelo Varni. Torino: Einaudi.
- Splendore, Diego Maria. 2013. *Formazione continua e valutazione*.
- Squillaci, Fabio. 2017. *(H)ave cibus. Le nuove frontiere del diritto alimentare*. Padova: Primitivi.
- Teti, Vito. 1999. *Il colore del cibo. Geografia, mito e realtà dell'alimentazione mediterranea*. Meltemi.
- Ufficio di propaganda per la disciplina dei consumi presso il Ministero dell'agricoltura. Maggio 1917. *I doveri dell'italiano durante la guerra*. S.n.t.