Festival del Giornalismo Alimentare: centralità al cibo, tramite una corretta informazione

Grande successo e intenso afflusso di partecipanti per la seconda edizione del Festival del Giornalismo Alimentare 2017, felice occasione di sensibilizzazione, di tutela e “sana” comunicazione in ambito agroialimentare.

Sono molto incoraggianti i numeri che hanno caratterizzato la seconda edizione del **Festival del Giornalismo Alimentare**, tenutasi a Torino il 23, 24 e 25 febbraio 2017, con un raddoppio rispetto al 2016: circa 300 i giornalisti, centinaia di blogger , uffici stampa e comunicatori provenienti da tutta Italia per un totale oltre mille accreditati.

Due le **sale adibite alle conferenze**, entrambe gremite di ascoltatori che hanno partecipato a dibattiti interessanti sull'informazione libera, sulla vera "qualità" e non "pubblicità" del cibo, sulla professionalità e buona comunicazione, sul tema della **disinformazione e delle bufale alimentari** , solo per citarne alcuni.

Successo anche sui social

Il festival si è così confermato un momento importante di confronto, anche sui principali social network: numerosi i riscontri e i commenti, relativi alle dinamiche dell'evento, su Facebook, Instagram e Twitter (l'hashtag **#foodfest** è stato tra i trend topic delle giornate).

Cosa ha evidenziato il Festival del Giornalismo Alimentare

Tra le tendenze di un'Italia che cambia, vi è il bisogno di un' informazione chiara e soprattutto vera, riguardo il mondo dell'alimentazione, argomento complesso, delicato e dinamico, con implicazioni economiche, politiche, sociali e culturali.

Oggigiorno si parla troppo spesso di "food" e poco di **Cibo**: occorre costruire una nuova consapevolezza attorno al mondo alimentare, per restituire centralità al settore, spiegare cosa c'è

dietro al consumo e agli sprechi, per gestire al meglio le risorse; i Media possono essere l'aiuto a migliorare la sensibilizzazione nelle scelte, nella cura e nel consumo dei prodotti acquistati.

Ecco allora che sostenibilità, **etichettatura**, **spreco alimentare**, non potevano mancare tra le tematiche trattate al festival, perché, se da un lato esiste un consumo più attento e responsabile volto alla qualità dei prodotti, parallelamente vi è ancora tanta inconsapevolezza da parte dei consumatori.

Presupponendo che i "professionisti dell'alimentare" abbiano un'adeguata preparazione e conoscenza, è giusto iniziare a fornire strumenti per capire il mondo dei consumi e allenare il pensiero critico circa gli acquisti che si fanno, spesso eccessivi e frettolosi, e la gestione degli alimenti tra le mura domestiche. La sostenibilità, infatti, inizia proprio dal carrello della spesa e lo spreco alimentare casalingo risulta essere purtroppo, ancora un tabù.

Emanuela Bianchi, esperta food di Altroconsumo, sollecita a diffidare delle immagini, degli slogan pubblicitari, delle maxi offerte proposte e a tener conto degli **ingredienti "civetta"** evidenziati sulle confezioni degli alimenti: il marketing delle aziende fa piccole e grandi scorrettezze e ci induce ad acquistare prodotti che non rispecchiano le indicazioni riportate sulle tabelle nutrizionali.

La tendenza moderna, anche grazie ad un'efficace opera di sensibilizzazione, si sta assestando su un giusto binario e anche la "**sindrome della dispensa vuota**" cioè la smania di "fare magazzino" all'interno delle proprie case con abbondanti scorte di prodotti, sta scemando.

Durante il panel "**L'arrosto del giorno dopo**. Le famiglie fra le campagne contro gli sprechi e quelle sulla sicurezza del cibo conservato in casa", gli esperti del settore hanno trattato le modalità di gestione degli alimenti conservati in casa, il riciclo e l'utilizzo che possiamo fare di ciò che avanza dalle preparazioni, per minimizzare gli scarti.

Ma se si vuol fare informazione con lo scopo di sensibilizzare le scelte del "pubblico", è necessario che i comunicatori si educhino in prima persona: "*L'informazione è una professione che richiede competenze e capacità di mediazione che non sono di chiunque*" chiosa **Stefano Tallia**, segretario Associazione Stampa Subalpina, durante il seminario sulla corretta informazione.

Scrivere di cibo richiede competenza

In un'era nella quale tutti si possono improvvisare "*food writer*", è necessario stabilire "chi" effettivamente ha l'approccio corretto nel trasmettere notizie autentiche e di qualità. "*Fare il critico non è un mestiere che si improvvisa: bisogna imparare a degustare, a mangiare e a riconoscere i prodotti di qualità*" sottolinea Federico Francesco Ferrero, MasterChef 2014, medico nutrizionista e critico de La Stampa.

Lo scopo "unico" della comunicazione è raggiungere il pubblico, qualunque canale si utilizzi: in una situazione che vede il settore giornalistico e la carta stampata in crisi, si ha lo sviluppo del panorama mediatico web (portali, blog, social network, canali youtube) e televisivo; le nuove tecnologie e la richiesta della gente permettono di "fare notizia", è l'esigenza stessa di oggi che lo richiede.

Ma in un “magma” di notizie bisogna filtrare ciò che è Informazione super partes e professionale, da una condizionata o dettata da “sponsorizzazioni”: con la liberalizzazione possiamo fare tutti “atti di giornalismo”, ma come si sottolinea durante il panel Critici enogastronomici e food blogger di fronte alla domanda di una informazione alimentare corretta e imparziale, ci sono regole di tutela per la professione giornalistica e un codice deontologico da seguire accuratamente. Codice che non appartiene propriamente alle attività dei blogger ma che, come precisa **Anna Maria Pellegrino**, dell’**AIFB Associazione italiana food blogger**, è presente sotto forma di “guida” etica e morale da seguire.

Lo scenario comunicativo è molto variopinto e ancora ben da definire, il suggerimento comune è quello di rafforzare l’informazione attraverso un continuo aggiornamento, studio e “allenamento”; è necessaria una qualificata ed efficace divulgazione di notizie, attività, progetti innovativi, proposte politiche tese a migliorare il consumo dei cittadini sempre più attenti a ciò che consumano e sempre più consapevoli dell’importanza del tema.

Data di creazione
03/03/2017
Autore
alessandra-barbazza