

Funziona la campagna salutista della First lady: -43% rispetto al 2004

La crociata di Michelle che ha snellito l'America

DAL NOSTRO CORRISPONDENTE

FEDERICO RAMPINI

NEW YORK

un successo personale di Michelle Obama, anche se non è solo suo. «Sono entusiasta — dice la First Lady — del progresso che abbiamo fatto, l'obesità finalmente arretra tra i più piccoli». Le campagne contro il *junk food* e la mala-nutrizione stanno funzionando davvero. L'educazione salutista è un investimento formidabile, se si pensa alla "fattura" sanitaria di una piaga sociale di queste proporzioni.

Per la prima volta l'obesità inverte tendenza nella popolazione americana. E proprio nella fascia che conta di più: i bambini. Nell'età compresa fra i due e i cinque anni, la percentuale di obesi crolla del 43%. Lo rivela il più vasto e autorevole studio mai compiuto dalle autorità sanitarie americane. La ricerca è firmata dal Center for Disease Control and Prevention (Cdc), ha mobilitato squadre di ricercatori nelle migliori facoltà mediche del paese. Dopo mezzo secolo di ascesa inesorabile dell'obesità, questa è una netta inversione di tendenza.

NEW YORK

Il forte miglioramento riguarda proprio coloro che in futuro sarebbero le vittime predestinate delle patologie associate all'obesità: cancro, ictus, infarto e altre malattie cardiovascolari. I bambini che sono sovrappeso tra i due e i cinque anni di età, hanno il quintuplo di probabilità di esserlo anche da adulti, rispetto alla media della popolazione. Una scienziata che ha diretto questo vasto studio, presentando le conclusioni ne sottolinea la portata: «Questa è la prima volta — dice Cynthia Ogden del Cdc — che avviene una significativa riduzione in una parte della popolazione. È esaltante».

Quali le cause di questa svolta positiva? Gli esperti insistono sul fatto che non c'è una sola spiegazione. Almeno tre, le concause che hanno contribuito alla svolta. Primo: un diffuso revival dell'allattamento materno, che i medici raccomandano perché spesso collegato a una crescita più equilibrata del peso dei bambini. Secondo: il calo nei consumi di bevande gassate e zuccherate. Non è un caso se colossi come Coca e Pepsi stanno attraversando una fase di crisi e cercano nuovi sbocchi all'estero o nuovi prodotti. La terza concausa va cercata nell'evoluzione dei comportamenti di spesa: i consumatori americani stanno riducendo gli acquisti di alimenti ad alto contenuto calorico. In tutti e tre i fattori, contribuisce l'elemento culturale: l'escalation di campagne per sensibilizzare l'opinione pubblica sia sui danni dell'obesità, sia sulle abitudini alimentari che la determinano. Michelle Obama non è l'unica ad averne merito. Anzitutto perché la mega-ricerca abbraccia l'arco di un intero decennio, e questa First Lady è alla Casa Bianca da poco più di cinque anni. E tuttavia proprio questi cinque anni sono stati segnati da un bombardamento martellante. "Let's Move" è una delle campagne più famose: "Muoviamoci", Michelle è andato a dirlo in tutti gli angoli del paese, promuovendo l'attività fisica, spesso coinvolta in prima persona in partite di calcetto o di pallacanestro nelle scuole, in esercizi di ginnastica ritmica e di danza nei più popolari talkshow televisivi. C'è stato l'orto agrobiologico nel giardino della Casa Bianca, un'altra trovata ben pubblicizzata, efficace per propagandare l'importanza di insalate e verdure in una nazione intossicata da troppo hamburger e pollo fritto. Per finire, Michelle ha generato una pressione politica notevole sull'intero sistema scolastico per modificare i menù delle mense: tanti bambini, soprattutto nei ceti sociali meno abbienti, ricevono nelle mense scolastiche la loro "educazione alimentare" di base, prendono abitudini che conserveranno per tutta la vi-

ta. E fino ad alcuni anni fa le mense davano un pessimo esempio: anche a scuola era più facile trovare hamburger con patatine anziché broccoli e pomodori. Nella sua crociata Michelle ha avuto alleati di spicco. Il più celebre è stato Michael Bloomberg, l'ex sindaco di New York che diede battaglia contro i colossi Coca e Pepsi per ridurre la quantità di zucchero e le dimensioni delle bottiglie; mise al bando i grassi saturi nelle cucine dei ristoranti e impose la "trasparenza calorica" nei menù degli esercizi pubblici newyorchesi. Un altro alleato viene dall'Italia, è il fondatore del movimento Slow Food Carlo Petrini, arruolato da Michelle come educatore delle autorità sanitarie americane, invitato alla Casa Bianca per spiegare le regole fondamentali del mangiar sano. Il successo è ancora parziale, però. Per una vasta parte della popolazione Usa la svolta salutista è arrivata troppo tardi: lo dimostra il fatto che l'obesità continua a crescere tra le donne ultrasessantenni, per loro il danno ormai è irreversibile. Restano anche profonde disuguaglianze sociali: tra i neri e gli ispanici i tassi di obesità, anche infantili, sono superiori alla media. All'aspetto sociale tenta di rispondere una nuova iniziativa partita dalla Casa Bianca, mirata alle forniture di alimenti sussidiati per chi vive sotto la soglia della povertà: anche lì i fondi pubblici vengono riequilibrati in favore dei consumi di frutta e verdura, per evitare la duplice maledizione che unisce povertà e obesità.

