



Ecco i trucchi del marketing sul cibo che compriamo

Cos'è esattamente il Kamui? Perché è meglio non mangiare troppo tonno? Le patate al selenio fanno bene alla salute? La moctadella 100% naturale esiste davvero? Su questi e molti altri "topos" della seduzione pubblicitaria si sofferma l'indagine dello studioso e saggista Dario Bressanini, docente di Scienze chimiche e ambientali

all'Università dell'Insubria, autore di "Pane e bugie" (Chiarelettere 2010), il libro-cult sulla disinformazione in campo alimentare giunto addirittura alla 7ª ristampa, e a fine 2013, sempre per Chiarelettere, di "Le bugie nel carrello. Le leggende e i trucchi del marketing sul cibo che compriamo". Sarà lui, giovedì 16, alle 15.30, all'audito-

rium del centro culturale Casa Zanussi, il protagonista del terzo appuntamento promosso dall'Irse Pordenone nell'ambito del ciclo "Affascinati dal cervello", giunto alla 7ª edizione, a cura di Laura Zuzzi.

Dario Bressanini ci accompagnerà idealmente fra gli scaffali di un supermercato immaginario per aiutarci a capire co-

sa raccontano, e cosa nascondono, le etichette dei prodotti che acquistiamo. Scopriremo, tra l'altro, che l'equazione "naturale = buono" è uno dei pregiudizi più radicati e più usati dalla pubblicità, che un prodotto che l'etichetta descrive come a "chimica zero" i conservanti li contiene, che il pezzo di una bottiglia di vino ne in-

fluenza l'apprezzamento e che il tonno più buono non si taglia con un grissino. Bressanini, oltre alla sua docenza universitaria, svolge attività di divulgazione scientifica collaborando con la rivista Le Scienze, dove è titolare della rubrica mensile "Pentole e provette" e autore del blog "Scienza in cucina". La partecipazione all'incontro è gratuita. È gradita l'iscrizione, facendo pervenire i propri dati alla segreteria dell'Irse: irse@centroculturapordenone.it, tel 0434 365326.