

ORIGINE

IL SAPORE DEL TERRITORIO ITALIANO

www.origineonline.it



Edizioni L'Informatore Agrario

Tutti i diritti riservati, a norma della Legge sul Diritto d'Autore e le sue successive modificazioni. Ogni utilizzo di quest'opera per usi diversi da quello personale e privato è tassativamente vietato. Edizioni L'Informatore Agrario S.p.A. non potrà comunque essere ritenuta responsabile per eventuali malfunzionamenti e/o danni di qualsiasi natura connessi all'uso dell'opera.

Riportare al popolo l'enogastronomia

Da sei anni conduce assieme a Tinto (pseudonimo di Nicola Prudente), su Radio2, una delle trasmissioni radiofoniche di maggior successo, Decanter, un nuovo modo di raccontare l'enogastronomia, la cultura del cibo e dei territori di produzione. Stiamo parlando di Federico Quaranta, voce ormai nota della radio italiana e, da qualche mese, un volto conosciuto visto che conduce, sempre con il fedele Tinto, anche Linea Orizzonti la domenica mattina sui Rai Uno e su Raital Gambero Rosso, il martedì in prima serata, «Decanter: i diari del gusto».

Federico è bravo e fa una bella e utile trasmissione. Quando posso seguo Decanter e Fede riesce a essere quasi sempre originale, diretto, chiaro. Lo preferisco in radio che in video, questo non per colpa di Fede e Tinto, ma per la straordinaria forza, a parer mio, della radio, il miglior mezzo di comunicazione che l'uomo abbia inventato. E a questo proposito, se può servire a qualcosa, lancio un'esortazione dalle colonne di *Origine* a tutti i nostri lettori ad ascoltare di più la radio e a tenere più spenta la televisione. Anche perché ascoltando la radio si può anche leggere....

E dalla radio e da Decanter parte la nostra intervista a Federico Quaranta. Ma come vi è venuta l'idea di fare una trasmissione radiofonica dedicata all'enogastronomia?

A dir verità l'idea l'abbiamo rubata.

Rubata? E a chi?

A Sergio Valzania e a Marina Mancini (rispettivamente direttore di Radio2 e autrice radiofonica), ai quali avevamo presentato sei anni fa un progetto ben diverso.

Si può sapere che cos'era?

Era un talk show bucolico. Una sorta di «antagonista» all'istituzionale «Porta a Porta» dove l'agricoltura era di sfondo, le poltrone Frau in pelle venivano sostituite da sedie impagliate e gli ospiti venivano intrattenuti degustando (anzi bevendo) vino e mangiando fa-

Aver adottato un modo nuovo di comunicare l'origine dei prodotti, la loro storia e quella di chi li produce, con un linguaggio non elitario che raggiunge un pubblico vasto: questo il merito di Federico Quaranta e di Nicola Prudente (Tinto), che recentemente hanno anche lanciato con successo «Orgoglio Mediterranea», un manifesto della filosofia alimentare mediterranea che traccia l'identikit del buon consumatore, attento al made in Italy a tavola



Federico Quaranta
in un disegno
di Elena Terrin

ve e pecorino. Il titolo doveva essere «Il fiasco di Radio2».

E invece dal fiasco si è passati al decanter.

Sì. Il nostro progetto non piacque, ma in compenso ci proposero un programma dedicato all'enogastronomia, al settore agricolo, da chiamare Decanter. Nel decanter si decantano i vini, in questo caso la metafora era quella di trovare un luogo radiofonico dove far decantare anche i pensieri.

E di pensieri ne avete decantati molti in questi sei anni di trasmissione.

È vero e non ce l'aspettavamo certamente. Io addirittura ero totalmente astemio, per me il mangiare era solo una questione di sopravvivenza. Tinto era messo un po' meglio di me, non foss'altro che, essendo toscano, il cibo, i prodotti tipici li ha un po' nel DNA.

Ma forse è stata proprio questa nostra lontananza dall'élite del giornalismo enogastronomico che ci ha portati a inventarci un linguaggio totalmente nuovo. Per noi è stato fin dall'inizio una sorta di gioco, un percorso a piccoli passi, come quando si deve insegnare qualcosa a un bambino. Di certo non volevamo parlare come normalmente, tutt'oggi, molti disquisiscono attorno al tema del vino e delle produzioni tipiche.

E come ne parlano?

In maniera incomprensibile. Come quella certa intelligenza che con snobismo si chiude a riccio in un linguaggio accessibile solo a pochi simili, a uno sparuto club di eletti. Noi a Decanter, quindi, subito abbiamo voluto non solo modificare il linguaggio, ma anche capire perché se ne parla in maniera così elitaria, difficile. Eppure il cibo, il vino rappresentano forse gli alimenti più «elementari», «essenziali» della nostra esistenza. Non c'è nulla di più popolare della cultura del cibo. Invece si è ammantato tutto di una sacralità eccessiva, che crea un distacco con la gran parte delle persone, dei consumatori.

Vi siete fatti una ragione di questa comunicazione così complessa?

Intanto va detto, per riconoscere i meriti, che per dare una svolta al dopo metanolo era necessario ridare alla qualità del vino e dei prodotti tipici una voce più forte, più elevata. E questo è sicuramente avvenuto. Ma poi non si è capito che le cose stavano cambiando. Che era fondamentale raggiungere un pubblico più vasto. Un pubblico che ama conoscere l'origine dei prodotti, la loro storia, e quella di chi li produce. E invece è stata una irrefrenabile corsa ai voti e alle classifiche. In cui non si spiegano semplicemente le caratteristiche di un prodotto, ma si danno giudizi e descrizioni incomprensibili.

Questa degenerazione è avvenuta, dal mio punto di vista, per creare una lobby dentro la quale ci sono lobbisti che si possono scambiare favori e per questo è fondamentale avere un linguaggio decifrabile solo da coloro che si voglio intercettare.

È un argomento che ci porta inevitabilmente all'attuale inchiesta di «Striscia la notizia» sui cosiddetti fornelli roventi, cioè guide inattendibili, grandi cuochi che utilizzano ingredienti pericolosi per la salute umana...

Penso che l'inchiesta di Striscia abbia dei meriti. Può essere discutibile la modalità che è tipica di quel programma, ma i temi che ha portato a galla sono sicuramente importanti. Sono un po' perplesso sulla superficialità di certe affermazioni, ma è certo che finalmente si è rotto definitivamente quel modello di fare guide di cui accennavo precedentemente. Al di là di essere più o meno prezzolati, è evidente che il giudizio su un vino o un prodotto tipico è talmente soggettivo che pensare di dare voti e classifiche lo trovo inutile se non pericoloso. Mi chiedo, però, come mai «Striscia la notizia», invece di limitare l'inchiesta a qualche grande chef come Ferran Adrià (nel cui locale vanno solo miliardari) non la allarghi, ad esempio, a cosa c'è dentro a moltissime brioche che quotidianamente vengono date ai nostri bambini. Perché non si va a vedere cosa c'è dentro a un pacchetto di patatine fritte, a un quattro salti in padella qualunque. Questo accanimento su chef miliardari, la cui attività interessa una sparuta élite di ricchi, e il disinteresse nei confronti della salute di milioni di consumatori lascia un po' perplessi.

Cambiamo argomento. La vostra iniziativa Orgoglio Mediterraneo (n.d.r.: un manifesto della filosofia alimentare mediterranea che traccia l'identikit del buon consumatore, attento al made in Italy

a tavola - www.radio.rai.it/radio2/decanter/decanter_questionario.cfm) ha avuto un successo straordinario, ve l'aspettavate?

Assolutamente no. E devo ammettere che il successo è quasi più adesso che nelle settimane che hanno preceduto questa iniziativa. Un'iniziativa che, ci tengo a ribadirlo, vuole affrontare il tema della dieta mediterranea non solo per quanto riguarda gli elementi salutistici che la contraddistinguono, ma anche uno stile di vita che è legato alla nostra tradizione, alla nostra cultura. Non ha senso, infatti, parlare di dieta se non si parla anche di stagionalità dei prodotti, del piacere della convivialità nello stare tranquilli seduti a tavola evitando la fretta, le tensioni. È incredibile come a questo progetto abbiano aderito subito ben quattro Ministeri, come quello delle politiche giovanili, delle politiche agricole, della salute e dell'industria. E a questo proposito fammi dire che ministri come Giorgia Meloni e Luca Zaia sono stati una vera e propria sorpresa positiva per me che ho un orientamento politico diverso dal loro. Persone che si assumono responsabilità e scelgono senza paura mettendo la loro faccia. E di questi tempi non è poco.

Fabio Piccoli

CHI È FEDERICO QUARANTA



Federico Quaranta è nato a Genova il 27 marzo 1967 ed è un conduttore radiofonico e televisivo specializzato in eventi enogastronomici. Dopo aver svolto attività di scouting per grandi gruppi turistici, ha iniziato a collaborare per RTL e Radio Capital. Dal 2001 è passato a Radio2, ma fa anche televisione e collabora con le testate *WinePassion* e *La Stampa* di Torino, oltre a occuparsi di eventi, fiere e convegni enogastronomici.

sion e La Stampa di Torino, oltre a occuparsi di eventi, fiere e convegni enogastronomici.