



.2

Associazione amici di Edmondo Berselli

# Sapori con riserva

*A cura di Gabriele Maestri*



Riserve



Associazione amici di Edmondo Berselli

Sapori  
con riserva

*A cura di Gabriele Maestri*

2018 – Associazione Amici di Edmondo Berselli – Modena

Si ringraziano per la collaborazione Francesco Aliberti, Alessandro Di Nuzzo, Luca Gozzoli e Roberto Serio, oltre che la pazienza infinita di Marzia Barbieri.

## *Indice (o, se si preferisce, menù)*

### 7 *Apparecchiando*

#### *Antipasti*

- 11 Olive con telecamera
- 12 L'origine del culatello
- 13 Gnocco fritto da rocker

#### *Primi piatti*

- 15 Anolini e non solo
- 16 Bigoli uniti all'Andiamo
- 17 Minestrina molto cattolica
- 19 Brodo da teleschermo
- 21 Risottino all'inglese... premondiale
- 23 Cappelletti prima dell'affondo

#### *Secondi piatti*

- 25 Bistecche pre-consumistiche
- 27 Carne moderata (o no?)
- 28 L'Hamburger degli Hannover
- 30 Maiale ingrassa-bomber
- 33 Mortadella galeotta
- 35 Anguilla marinata con sentimento
- 36 Aragosta con chele legate

#### *Contorni*

- 39 Funghi all'aroma di lentezza
- 41 Pomodori e cetrioli all'europea

#### *Dolci*

- 45 Cioccolata pre e post "miracolo"

*Bevande*

- 49 Un bicchiere di civiltà
- 50 Sorsi color seppia
- 51 Acqua quasi minerale
- 52 Gazzosa del tempo perduto

*Degustazioni: sapori e ricordi in sequenza*

- 57 Mangiare dietetico? Meglio mangiare bene
- 59 Sgranocchiando in platea
- 61 La fragranza della tradizione (reinventata)
- 68 Il rito del consumo, tra fast e slow food
- 72 Cucina da paese-mondo, corretta sambuca
- 75 Il piacere (rovinato) del mangiare e del bere

*Fornelli veri e mediatici*

- 79 Il gioco di squadra in cucina
- 82 Fame catodica di vita genuina
- 83 Pago il conto e ti rovino
- 85 Carni da frollare o da evitare?
- 87 Mangiare etnico (e orrido)

*A fine pasto: parole da gustare*

- 91 *I balsami sinuosi della tradizione*



## *Apparecchiando*

Occorrerà fare, per un attimo, la parte di chi si ricorda qualcosa di etimologia (così può anche tirarsela un po'). «Sapere», all'origine, significa «avere sapore», una sensazione del palato, prima che di parti ritenute più nobili. In uno dei dizionari etimologici storici più noti (e anche un po' eretici, per non farci mancare nulla), quello compilato da Ottorino Pianigiani, si legge che il concetto del «sapere» è salito dalla bocca al naso, fino ad arrivare alla «reggia del cervello», ma – si legge ancora, citando come prima il filologo fiorentino Domenico Maria Manni – che «il sapere partito dalla lingua dee alla lingua tornare». Ciò per gli eruditi significa che quello che si impara e si sa bisogna riuscire anche a esprimerlo a parole. Qui, invece, si preferisce un'altra lettura: la vita di chi ha appreso molto ma non sa o non può apprezzare sapori buoni e nuovi è molto più piatta rispetto a quella di chi “sa” meno, ma si concede emozioni gustative.

Se, per proporre raccolte tematiche di articoli firmati da Edmondo Berselli, era inevitabile partire dalla musica, costante passione e reale filo conduttore di tanti scritti berselliani, la curiosità e il gusto di sfida proponevano subito anche di dedica-

re un nuovo *e-book* proprio al mondo dei sapori, frequentato da Edmondo e a lui altrettanto caro.

La curiosità si spiega da sé: aromi, cibi, preparazioni culinarie emergono qua e là offrendo una moltitudine di sfaccettature e di ruoli. A volte protagonista degli scritti è proprio la cucina, che sia quella dei grandi cuochi o dei continui, ormai inevitabili programmi che caratterizzano ogni palinsesto televisivo. Più spesso, però, alimenti e sensazioni gustative diventano strumenti, fulcri, contorni di narrazioni brevi o ampie e si adattano perfettamente al contesto, che si stia parlando di politica, di musica, di calcio, di economia o del racconto più ricco e complesso, quello degli Italiani.

Il gusto di sfida, invece, era chiaro soprattutto per chi doveva raccogliere gli scritti. Perché doverli limitare quasi sempre al pur ricchissimo patrimonio di articoli scritti da Edmondo per quotidiani e riviste costringeva inevitabilmente a rinunciare ad alcune delle perle berselliane più preziose, tra quelle con vago o pronunciato sentore di cibo, perché contenute nei suoi libri. In queste pagine non troveranno dunque posto le scorribande alimentari di Liù e di Giulio Einaudi, le tagliatelle molecolari offerte dalla massaia di Bologna al ragioniere di Torino (e accostate nella nascita agli autogol di Comunardo Niccolai), narrazioni vere o verosimili come i discorsi di Pierluigi Bersani tra tortelloni al

burro e bocce di Sorbara o episodi mitologici come quello dell'arsenale di forme di Parmigiano Reggiano che i bolognesi riuscirono a non mostrare al «compagno Molotov» (episodio tornato in circolazione con il titolo *Le armi del comunismo*, distribuito in versione digitale dalla casa editrice del comune di Modena Il dondolo).

Una ricerca approfondita ha comunque fatto emergere materiale sufficiente per costruire un intero menù, fatto di antipasti, primi, secondi, contorni, purtroppo un solo dolce (ma la cioccolata proposta è di qualità superiore) e bevande. Si sono poi inseriti uno spazio di «deguastazioni», dedicato ad articoli con più sapori in sequenza (testi brevi o ampli, in bilico tra memoria, lirismo e riflessione), e una sezione dedicata a chi la cucina la “fa” (come lo chef Rinaldo Dalsasso, cui Berselli ha dedicato una gustosa – e sconosciuta ai più – prefazione per uno dei suoi libri culinari) o la propone in tv. Chiude la raccolta una chicca, quasi inedita: un discorso tenuto da Edmondo durante una manifestazione modenese dedicata all'aceto balsamico, vero oro nero di quella terra. Che non inquina come il petrolio, ma sa essere «una goccia di passato» e insieme «un gusto per il futuro». Lo stesso gusto che emerge da pagine berselliane ben conservate.

*Gabriele Maestri*

*Antipasti*

## *Olive con telecamera*

Occorre un talento televisivo che si applichi alle trasmissioni “politiche”, curvandole verso esiti esclusivamente spettacolari. A quel punto, il dibattito potrebbe essere confinato in un set a parte, con un collegamento di tanto in tanto ed eventualmente una cronaca riassuntiva, mentre in primo piano andrebbe una discussione sul campionato o un approfondimento su Lele Mora. Oppure ancora: trasformare la discussione ideologica in una sceneggiatura, in cui Giulio Tremonti e Pier Luigi Bersani recitano la loro parte, come in una commedia.

Ma si potrebbe anche applicare la tecnica del *reality* all'approfondimento politico: niente tema del giorno, niente intervista, zero domande. Una telecamera che segue gli ospiti, un proiecchino e due olive, e poi chiacchiera libera, per vedere se e come i protagonisti del conflitto politico trovano un terreno di dialogo.

*da La politica sarà un reality,  
pubblicato sull'Espresso (4 gennaio 2007)*

## *L'origine del culatello*

Quando ero molto più giovane andai per lavoro a Parma a un convegno. Ci portarono in questa magnifica trattoria a Samboseto, da Cantarelli, e all'arrivo di un invitante vassoio di culatello di Zibello una docente di diritto romano di Salerno chiese a un collega: scusa, ma con quale parte del maiale fanno il culatello? E questi rispose: «Con una parte molto lontana dalla testa».

*da* Discofili. Uomini e canzoni  
*di* Vincenzo Cavallarin  
*(Aliberti editore, 2011)*

## *Gnocco fritto da rocker*

Ma dove Marcorè, diplomato interprete parlamentare nelle lingue inglese e tedesco alla Scuola superiore per interpreti e traduttori di Bologna, classe 1966, supera un'asticella altissima, è nell'imitazione di Luciano Ligabue messa a punto ed eseguita nel programma di Serena Dandini «Parla con me» [...]. Il Ligabue di Marcorè è perfetto dal punto di vista della voce. È oltre la perfezione nella gestualità padana, con ripetute e strategiche manipolazioni del pacco. Si colloca vicino al sublime nel delineare l'universo simbolico del rocker di Correggio, in una costellazione di culatelli, gnocco fritto e gnocche *à la carte*.

*da Qui ci fa tutti Neri,  
pubblicato sull'Espresso (8 marzo 2007)*

*Primi piatti*



*Anolini e non solo*

Eppoi ci sono i parmigiani che sono gente anche quella diversa, che parla diversamente da noi, modenesi, reggiani e bolognesi. E mentre noi mangiamo cose oneste come i tortellini e i cappelletti, come si chiamano da queste parti, e il prosciutto . il prosciutto è un'onesta coscia di maiale, i tortellini o cappelletti leggenda vuole che siano il calco dell'ombelico di Venere – a Parma mangiano gli anolini e il culatello... cioè gli anolini, lascio immaginare a voi, che siete più maliziosi, di che parte del corpo sono l'impronta e il culatello...

*da* Discofili. Uomini e canzoni  
*di* Vincenzo Cavallarin  
*(Aliberti editore, 2011)*

## *Bigoli uniti all'Andiamo*

Gli chef in tv di solito esagerano con gli ingredienti; eccedono nella varietà a scapito della linearità. Ma il loro lato più divertente è quello lessicale. Il cuoco, per essere un vero cuoco, deve ripetere ogni due per tre «un attimino», e soprattutto la locuzione «andiamo a». Cioè «andiamo a bollire, andiamo a sbollentare, andiamo a sbianchire». Fra le *gag* migliori, invece, sentita dall'assistente (una donna) di uno chef che «andava a preparare» la pasta all'uovo, «ora serve qualcosa per tenere uniti i bigoli...». I bigoli. Andiamo a tenerli uniti.

*da A me gli occhi e i fornelli,  
pubblicato sull'Espresso (Il Mulino, 1995)*

### *Minestrina molto cattolica*

Per tutti questi cattolici diffidenti verso lo Stato, potrebbe diventare di qualche interesse l'ipotesi di un centro politico come quello evocato da Clemente Mastella. Cioè un "prodotto" da mettere sul mercato elettorale senza pretese di egemonia culturale, ma con l'ambizione di condizionare sistematicamente le alleanze e il funzionamento stesso della democrazia. Insomma l'idea di mettere insieme la gran parte dei residui democristiani, a cominciare dall'Udc e dall'Udeur, possibilmente sottraendo qualche frazione di voti e qualche personalità ai margheritici del Pd, un po' di ex dc rifugiatisi in An, per creare una formazione capace di modificare in profondità lo schematismo bipolare.

Anche se per ora il riflesso automatico degli schieramenti ha posto il veto su questa ipotesi, essa contiene molte più possibilità tecniche, in chiave politica, di quanto non ne possedesse il progetto del centro cattolico messo in capo all'ex segretario della Cisl, Savino Pezzotta, e a una varia congerie di cosiddetti "teodem". Oltretutto, la suggestione di un piccolo (ma non troppo piccolo) centro cattolico è irresistibile in primo luogo per molti di colo-

ro, come Bruno Tabacci, che continuano a pensare che il bipolarismo è fallito. E va a genio anche al *mainstream* ecclesiastico, che non si è mai appassionato alle “astrattezze” bipolari, e che è piuttosto indifferente ai ragionamenti sul formato della politica e al modo di funzionare delle sue istituzioni formali. Se dovesse nascere il centrino, potrebbe assomigliare a una minestrina riscaldata. Ma se la minestrina fosse ruïniana e utile a ridare forza al corpicino del cattolicesimo politico italiano, perché dire no?

*da* Si è ingolfato il centro,  
*pubblicato sull'Espresso (30 agosto 2007)*

## *Brodo da teleschermo*

Uno *zapping* quotidiano sulle reti a tiro di telecomando significa mediamente un accesso di schizofrenia. Perché in tempi “storici”, tra avvenimenti debitamente epocali, nel corso del virtuale scontro di civiltà, uno chiederebbe non esattamente la Cnn ma una intonazione plausibile. Sobrietà di accenti, tempestività sui fatti e puntualità degli aggiornamenti. E naturalmente un’evasione di qualità, quando occorre (e come, se occorre). Invece per inseguire un’ombra, un indizio, uno spunto d’interesse, non si può fare affidamento sui palinsesti.

La tv dell’epoca afgana è brodo di dado, o una marmellata con gli ingredienti che non si amalgamano, e la logica che va, più o meno letteralmente, a letterine. Dato che intrattenimento e approfondimento non hanno più confini riconoscibili, il logo di un programma non garantisce di per sé il prodotto. Il *talk show* di seconda serata svaria fra tragedie belliche e dive da calendario, geopolitica, oleodotti, strateghi, ereditieri, e per menù il faccia a faccia tra Vissani e Marchesi in cui Vespa sovrintende al risotto. Se malgrado tutto l’appetito televisivo perdura, resta alla fine

uno spezzone dello show di Costanzo con la sua galleria di *freak*.

*da La maionese impazzita,  
pubblicato sull'Espresso (16 dicembre 2001)*

## *Risottino all'inglese... premondiale*

Eh, se le cose stessero come dice Marcello Lippi, sarebbe facile. «Vince chi ha fame», ha sentenziato il commissario tecnico, parlando della finale di Berlino con la Francia. Allora basterebbe mandare i giocatori a letto senza cena, o comunque tenerli digiuni dalla mezzanotte come quando si fanno gli esami del sangue. E domani, niente aperitivi, patatine, arachidi: un brodino, un risottino all'inglese, un filettino. I nostri devono entrare in campo con lo stomaco che ulula.

Cantava Giamburrasca, con la voce di Rita Pavone e i versi immortali di Lina Wertmuller: «La storia del passato / ormai ce l'ha insegnato / che un popolo affamato / fa la rivoluzion». Ora è vero che la rivoluzione l'hanno fatta i francesi, ma con quella si sono saziati, passando rapidamente alla *haute cuisine, vieille* o *nouvelle* non importa. Mentre gli azzurri devono ancora sentire il languore di una fame irresistibile, davvero rivoluzionaria: in modo che appena in campo si avventino a sbrana-re gli avversari.

Uno spezzatino di Zidane, involtini di Henry, arrosto di Barthez, primo secondo, frutta, caffè e ammazzacaffè. Il dolce, come vedete, non c'è. An-

cora un piccolo sacrificio, un angolino di appetito insoddisfatto. Perché come insegnano i grandi re della tavola, se Parigi merita una messa, Berlino val bene una *mousse*.

Fame rivoluzionaria,  
*pubblicato sulla Repubblica (9 luglio 2006)*



## *Cappelletti prima dell'affondo*

Reggio Emilia, impressioni di settembre. Dopo un eccellente piatto di cappelletti in brodo di cappone, sotto un tendone affollatissimo, Enrico Letta conclude il suo intervento alla Festa dell'Unità invitando il popolo a imbracciare «il forcone» contro i dirigenti del centro-sinistra che si attardassero a discutere questioni interne all'alleanza anziché pensare ai contenuti e al programma. Ovazione dilagante, mentre l'altra metà della ditta, il compagno Pier Luigi Bersani, con cui Letta ha effettuato il suo apprezzato tour nei distretti industriali, mastica il suo sigaro sogghignando e guardandosi ostentatamente le natiche.

Piccole demagogie senza importanza, utili per scaldare le platee? Anche, come no. Ma se uno dei politici più ulivisti della Margherita, un tecnico, l'allievo prediletto di Beniamino Andreatta, un ex ministro di credibilità bipartisan, si sente obbligato a chiedere il bombardamento del quartier generale, vuol dire che il problema esiste.

*da Margherita avvelenata,  
pubblicato sull'Espresso (23 settembre 2004)*

*Secondi piatti*

## *Bistecche pre-consumistiche*

Erano arrivati i supermercati, l'insetticida al profumo di fragola, quello che li ammazza stecchiti, il Superfaust con idrofrisch, le calze Omsa delle Kessler, la benzina Api, le lamette superinox, il dentifricio con il Gardol, che nessuno ha mai capito che cosa fosse, e poi il brandy che crea un'atmosfera, il vino da tavola Folonari, gran lusso che tuttavia costa solo mezzo bicchiere in più, l'amaro Cora, ovvero «non credevo che un amaro mi piacesse tanto» (che adesso sembrerebbe uno slogan un po' vecchiotto per le *desperate housewives* di un'era così *vintage*).

Il consumo però era divertente. C'erano due soldi da spendere, e si trattava di semmai di sconfiggere le inibizioni, gli insegnamenti sulle virtù del risparmio.

Oggi tutti i tabù sono caduti, e le tariffe *low cost* permettono di andare una volta l'anno, a Parigi, a Londra, a Pechino, insomma dove si andava una volta nella vita. Ma ieri, per convincere il popolo a distogliere l'attenzione dalla tavola quotidiana, dalle prime bistecche, dalla carne Montana che stringo, e a buttarsi nei consumi "inuti-

li” e vistosi, occorreva un decondizionamento. Far perdere ai prodotti l’aura del superfluo.

*da Dal trionfo del superfluo allo shopping low cost,  
pubblicato sulla Repubblica (19 febbraio 2008)*

## *Carne moderata (o no?)*

Qualcuno ricorda forse le “scorie azotate”? Erano uno dei grandi nemici della salute a cavallo fra gli anni Cinquanta e Sessanta. Un po’ come i “radicali liberi” qualche epoca dopo. Questi ultimi dovremmo ricordarli: il primo a parlarne alle masse fu Sean Connery nei panni di James Bond, che usciva un po’ abbattuto dopo l’incontro con il grande capo, dopo essere stato trattato come una specie di relitto umano; e diceva alla segretaria Moneypenny, che gli chiedeva quale fosse il problema: «Ci sono in giro troppi radicali liberi». Comunque, nel tempo meraviglioso della prima modernizzazione italiana, per sbarazzarsi delle temibili scorie azotate, Carosello consigliava il rimedio dell’acqua minerale Fiuggi.

Erano altri tempi. Il primo benessere suggeriva consumi che oggi consideriamo eccentrici: «Noi siamo felici, noi siamo contenti, mangiamo più carne», e via con piramidi di scatolette Simmenthal: mentre adesso, va da sé che la carne rossa va consumata con moderazione, e a nessuno verrebbe in mente di allestire cori carnivori di quel genere.

*da Le due borse della spesa,  
pubblicato sulla Repubblica (19 febbraio 2008)*

## *L'Hamburger degli Hannover*

Serie discussioni sta suscitando sulla stampa britannica, sui tabloid e anche negli ambienti nobiliari inglesi, e ovviamente nella camera dei Lord, la notizia che la regina Elisabetta d'Inghilterra avrebbe comprato un McDonald's in un centro commerciale vicino al castello di Windsor. È opportuno che Buckingham Palace si dia al *fast food*, si interroga l'aristocrazia inglese? E poi: si sa che l'hamburger era il cibo che veniva servito agli emigranti sulle navi in partenza per l'America dal porto di Amburgo; mentre la dinastia britannica discende dalla casata degli Hannover. Come si combina un Hamburger con gli Hannover?

Qui si fa confusione, come quasi sempre nelle storie dei reali inglesi. C'è il rischio che a forza di macinare carne la polpetta, o il polpettone, risulti indigesto anche per i palati britannici. Senza contare che anche nel mondo anglosassone è in atto un movimento vegetariano, contro il consumo di carne, per il rispetto della vita animale, della natura, dell'ambiente. Certo, il prestigio della corona è ancora alto, e quindi conviene intonare l'inno: *God save the Queen*. Ma se state con il cuore dalla

parte della pazza pazza pazza mucca, non rimane  
che cantare: *God save the Beef*.

*pubblicato sulla Repubblica (30 giugno 2008)*

## *Maiale ingrassa-bomber*

Mentre i nodi della grande crisi venivano al pettine, per la gioia dei giornali esplodeva il caso Ronaldo, cioè un'altra grande barzelletta a sfondo calcistico.

A poche settimane di tempo dalla vittoria nel Mondiale, e dopo aver accettato con prontezza sciagurata la proposta di autoriduzione dello stipendio avanzata da Vieri, il campione dell'Inter faceva sapere che si era stufato di Milano, dell'Inter, dell'allenatore Cúper, della dirigenza societaria, e che voleva andarsene al Real Madrid. Lasciava anche capire che l'Inter avrebbe potuto certamente pretendere il rispetto del contratto fino alla scadenza stabilita, ma in quel caso Moratti non avrebbe dovuto aspettarsi molto in termini di impegno. Nel frattempo, tornato in Italia, si allenava giocando a golf.

La sceneggiata ronaldesca sembrava un tuffo nostalgico nel calcio cialtrone dei vecchi tempi, dell'epoca beata dei «ricchi scemi», quando allenatori e giocatori erano capaci di mille ricatti, e i presidenti di altrettanti cedimenti sul filo del folklore. Comunque, un tormentone che si annunciava lunghissimo, ottimo per ravvivare la noia d'agosto.

In realtà, era una storia già scritta fin dall'inizio. Già, Inter e Real Madrid se lo sono con-



tesi accanitamente, tra una folla di musì lunghi, dichiarazioni piene di sottintesi ricattatori, trattative frenetiche e underground; eppure il Ronaldo rientrato sui campi di gioco dopo il Mondiale e visto nell'amichevole del Brasile contro il Paraguay era grasso come un'oca. Saranno stati i temibili allenamenti a cui si era sottoposto in patria, sarà stata la *feijoada* di mamma Sonia, l'irresistibile piatto con orecchie, cotiche, zampetto e coda di maiale. Per la verità Ronaldo era in carne anche ai Mondiali, ma la speranza di rivedere il formidabile campione d'un tempo induceva al sogno: a scambiare per un tocco geniale uno stiracchiato colpo di punta, a emozionarsi ancora per quella sua finta, il frullo di gambe (un po' più macchinoso adesso).

Si intuiva fin dall'inizio del teleromanzo che Ronaldo doveva (sottolineato *doveva*) andarsene. Ma non per le fissazioni tattiche del malinconico Cúper, e neanche perché il calcio italiano è nevrotico, oppure perché l'ambiente interista l'aveva stufato. E nemmeno per via delle strategie mercantili dei suoi procuratori così spregiudicati, e per le mene del furbo presidente del Real Madrid, Florentino Perez, machiavellico fin dal nome. No: il Fenomeno se ne doveva andare, appena possibile, per continuare a essere il Fenomeno. Restando in Italia, a dispetto del tatticismo dell'allenatore, della formidabile iella che da anni incombe sull'Inter, e fra tifosi incattivi-

ti pronti alla rima Ronaldo/Bastardo, ogni weekend avrebbe dovuto dimostrare la sua classe, sui campi infidi del campionato più carogna del pianeta. Ma si sa che Ronaldo, più che un'incognita, è un'ipotesi. (...)

Invece, cambiando squadra, il più è fatto. Accolto da tifosi osannanti, Ronaldo avrà alcuni mesi a disposizione per rimettersi in forma, lanciare sulla stampa proclami di vittoria, «Real aspettami», infortunarsi, recuperare a fatica, segnare qualche gol capace di evocare fra le nebbie contemporanee l'antica magia, concludere senza infamia e senza gloria la prima stagione. E l'anno successivo annunciare la riscossa, «sarò il migliore acquisto», mentre continueranno a gripparsi i muscoli, a dilatarsi le attese, ad affiorare il disincanto, ma in ogni caso a correre gli spot. Tanto, non è più un giocatore, è un'icona. È una sintesi di business, un distillato affaristico, un feticcio del calcio globale: dopo la realtà dell'Inter e il sogno del Real Madrid, ci sarà ancora l'illusione di un altro mondo calcistico, l'Arsenal, il Manchester, il Bayern, qualunque società in grado di accogliere non un calciatore bensì una mitologia, una merce sublime.

*da Nudo come un pallone,  
pubblicato sul Mulino (9 ottobre 2002)*

## *Mortadella galeotta*

E poi dicono della fantasia che supera la realtà. Ma ce lo ricordiamo come finiva *I soliti ignoti*, con la banda dei ladri più sgangherati del mondo che doveva accontentarsi di una *magnata*, dopo avere fallito il colpo della vita? Be', una storia simile, in versione ultramoderna, è accaduta a Levico, dove una *gang* guidata da un moldavo aveva prelevato la pesantissima cassaforte di un albergo. Mancava soltanto Totò a fare lezione ai ladri.

In ogni caso l'impegno richiesto dall'impresa aveva fatto venire fame ai protagonisti, che avevano allestito uno spuntino con pane, salumi, würstel e senape. E un certo appetito era venuto anche al capobanda, che si era fatto lì per lì un panino con la mortadella. Lo hanno beccato le indagini dei Ris, che hanno individuato il suo Dna nel mezzo panino lasciato in loco («s... s... sientifico!», avrebbe sentenziato Gassman).

Dal che si deduce: che non va bene lasciare la mortadella a metà, come fanno anche i bambini. Che se si ruba una cassaforte, conviene sparire senza concedersi sfizi alimentari. Altrimenti si finisce in una storia in cui ci sono idealmente Gassman, Mastroianni, Ferribotte, Capannelle, la

Cardinale e tutta l' allegra compagnia di Monicelli, in un altro audace colpo dei soliti ignoti.

E la mortadella tradì i soliti ignoti,  
*pubblicato sulla Repubblica (29 giugno 2009)*

## *Anguilla marinata con sentimento*

Il Sugar-tour finisce il 20 dicembre a Varese. Poi c'è il Natale a casa, nel mulino settecentesco, il pranzo accanto al grande camino, il fratello Lauro e la cognata, una ventina di persone: «Una tavola molto emiliana, con l'anguilla marinata della vigilia, la "stortina" come si dice a Reggio, i tortellini in brodo, il cappone, il lessò». E soprattutto la luce del presepio, il calore della cucina. Che forse, almeno per una volta, scalda ancora di più del faro che illumina la star Zuccherò con il suo cappello là in alto sui gradoni dell'arena di Verona: «È vero, adesso che ci penso. Be', il calore di casa, quando sei stato fuori così a lungo, è più che un piacere». Che cos'è, 'Delmo? «È un sentimento».

*da Zuccherò «Io, un provinciale in cima al mondo»,  
pubblicato sulla Repubblica (2 dicembre 2008)*

## *Aragosta con chele legate*

Il progresso e le aragoste, ecco un grave dilemma dei nostri tempi. Molto progressista sembrerebbe la Lav, cioè la Lega antivivisezione, che si oppone alla vendita di aragoste esposte sul ghiaccio e con le chele strette dagli elastici, minacciando azioni legali contro i torturatori. Vietato far soffrire gli animali, anche quelli destinati a una fine atroce come la cottura nell' acqua bollente.

A sua volta rappresenta un bel caso di coscienza per la sinistra quello della tedesca Sahra Wagenknecht, europarlamentare della Linke, la cui assistente ha cercato di fare sparire alcune foto in cui questa comunista dura e pura era stata immortalata mentre mangiava proprio un'aragosta: ovvero un piatto capitalista, che non sta bene sulle tavole proletarie. I giornali tedeschi si sono scandalizzati, gridando a una manipolazione stalinista, come quando il regime taroccava le fotografie.

Con molta classe, e spirito classista, la signora Wagenknecht ha offerto una risposta degna del marx-dadaismo (o del marxismo nella tendenza Groucho): «Lotto per una società in cui tutti possano mangiare aragoste». E allora in che cosa consiste il progresso: nel salvare le aragoste, o nella

lotta di classe per mangiarne di più? Non ci sono certezze: ormai anche la sinistra ha le chele legate.

La sinistra all'aragosta,  
*pubblicato sulla Repubblica (24 dicembre 2007)*

*Contorni*



## *Funghi all'aroma di lentezza*

La montagna è così, un elogio della lentezza, un girovagare di pensieri e di azioni intorno alla prudenza. Logico quindi che alla gente di città non andasse sempre a genio. Ai molti abituati già alla fine degli anni Cinquanta, già nei primi Sessanta, alla velocità metropolitana, risultava noioso accettare le lente regole della montagna. Che si fa oggi? Niente, piove. Si gioca a dama, a Non t'arrabbiare, a scala quaranta. Tutti giochi che implicano pomeriggi verosimilmente infiniti. Che danno luogo a una socialità leggermente ritrosa, senza esibizionismi (come mostrò in una delle sue vignette Giuseppe Novello, intitolata «Quando in montagna piove da una settimana»: si osservava un villeggiante che smorfiosamente si negava, mentre tutti intorno a lui tentavano di convincerlo, e la didascalia spiegava: «Il ragioniere, che sa fare tanto bene il ruggito del leone, oggi si fa un po' pregare»).

Stili d'altri tempi, che comprendevano le conversazioni sottovoce a tavola, il riposino postprandiale, la passeggiata senza impegno nel pomeriggio. Ovvero l'escursione dal mattino alla sera, faticosa, verso luoghi di particolare bellezza, difficili

da raggiungere. Ma ancora meglio la gita nel bosco a cercare funghi, quasi sempre introvabili, i rari porcini, le spettacolari mazze da tamburo; sostituiti quindi da un tubero di ciclamino, che in città sarebbe sfiorito a dispetto di tutte le accortezze, una fragola colta da un cespuglio, due acini di uvaspina, qualche mora, un lampone selvatico. Qualcosa è rimasto, di quella piccola civiltà delle buone maniere: testimoniata dal salutarsi fra sconosciuti quando ci si incrocia su un sentiero, come dal mettere in sicurezza un passaggio reso precario da un ramo o un tronco d'albero. Oppure la soddisfazione di dare informazioni decisive agli inesperti, indicare, con un piccolo tono di composto trionfo nella voce, sentieri conosciutissimi che i nuovi adepti ignorano. Già sapendo che anche gli appena arrivati, di lì a poco, impareranno trucchi e scorciatoie, la dislocazione di sentieri e malghe. Perché in fondo la montagna è un segreto che fa piacere condividere: almeno con coloro che dimostrano di apprezzarne la conoscenza.

*da Così è nata l'antivacanza,  
pubblicato sulla Repubblica (22 luglio 2008)*

## *Pomodori e cetrioli all'europea*

Dilemmi. Uno legge il *Cabaret Voltaire* di Pietrangelo Buttafuoco, che sostiene l'Islam, la Tradizione, il Mito, il Sacro. Se il pensiero islamizzante di Buttafuoco risultasse ostico, ecco la riflessione di Magdi Cristiano Allam, il quale ha fondato un partito, Protagonisti per l'Europa Cristiana, schierato contro la «deriva etica» degli europei e le illusioni sul cosiddetto «Islam moderato». E allora, Islam o cristianesimo?

Non ha dubbi il professor Marcello Pera, che con il viatico di papa Ratzinger ha pubblicato un saggio intitolato *Perché dobbiamo dirci cristiani*. A un certo punto Pera immagina un viaggiatore americano, Johnny, che sul modello di Montesquieu scrive alla sua ragazza, Dany: «Gli europei fanno tutti le stesse cose con gli stessi stili di vita». E vabbé, sono idee fisse americane. «Ai supermercati acquistano gli stessi prodotti, ad esempio gli stessi pomodori, perfettamente rossi, perfettamente rossi, perfettamente rotondi, e perfettamente insapori (proprio come i nostri). Le stesse pere (con la stessa durezza) e gli stessi cetrioli (con la stessa curvatura)». Ecco, forse la convivenza fra cristiani e islamici è un'impresa, o una pera, du-

rissima. L'è dura. Una durissima quadratura del cerchio. Ma la curvatura del cetriolo, quella sì, ci mancava.

La curvatura del cetriolo,  
*pubblicato sulla Repubblica (1° dicembre 2008)*



*Dolci*

## *Cioccolata pre e post “miracolo”*

I miei compagni di merende non erano minacciati dall'obesità. Nella nostra meravigliosa età sospesa, tra la fine degli anni Cinquanta e l'esordio dei Sessanta, ai tempi del “miracolo” e dell'Oscar delle monete alla lira, i bambini delle elementari e delle medie erano magri. Un paio di mostriciattoli fuori dai parametri, pesanti il doppio del normale, c'erano in tutte le classi, confinati nell'ultimo banco, derisi allegramente e sadicamente quando tentavano e fallivano la salita sulla pertica nell'ora di ginnastica, e ammirati dal medico alla visita annuale, quando ancora si faceva l'esame tubercolare e si controllava l'eventuale scoliosi (eravamo tutti storti, allora, quindi “ginnastica correttiva” al pomeriggio).

Merendine niente. Non esisteva ancora il mercato, ma esisteva già il welfare, e la centrale del latte forniva tutte le mattine bottiglie da mezzo litro per ogni alunno. Con la cannuccia si forava il coperchio di stagnola, per poi ingurgitare un liquido denso, grasso e quasi tiepido: per gli schizzinosi, qualcosa di spaventoso. L'unico rimedio era buttarsi sulla merenda preparata dalla mamma. Il panino con la cioccolata “molle”, un classico per

tutti noi che ancora ignoravamo se era stata inventata o no la Nutella. Oppure farcito con tutti i salumi del mondo, in quegli anni in cui eravamo indistruttibili, e non ci spaventavano né i nitrati né i coloranti.

Per venire corrotti dalla modernizzazione avremmo dovuto aspettare l'avvento delle brioscine e dei Ciocorì, cioè la prevalenza dell'artificiale. Cellophan fuori e prodotto industriale dentro. Ma per chi è cresciuto nell'epoca precedente l'industria, l'aspetto alimentare dell'infanzia consisteva in un cibo da adulti trasferito nel tempo della scuola, del gioco, dell'intervallo di mezza mattina fra le ore di lezione. Su richiesta, il "droghiere", cioè il grasso e flemmatico proprietario del negozio di alimentari sotto casa, preparava merende alla mortadella o al prosciutto, spalmava di cioccolata il pane tagliato a metà, qualche volta lo riempiva di tonno sgocciolante.

C'era insomma un rito in cui si realizzava una cerimonia quotidiana e pratica, in quel tempo della carta oleata, che precedeva i primi supermercati *self service*, i gelati confezionati dalla grande industria (come il Mottarello, «gelato da passeggio igienico e gustoso»), i prodotti scintillanti e crepitanti, ma in fondo spersonalizzati e anonimi del mondo nuovo. Poi il mondo di ieri si sarebbe arreso, ma per tutti noi la liturgia della merenda sa-



rebbe stata abbandonata e consegnata alle generazioni successive. Generazioni artificiali, figlie dell'urbanizzazione, di *Carosello* e della civiltà pubblicitaria di massa. Ma si era già capito che il passaggio dalla “merenda” alla “merendina” costituiva un transito anche culturale. Il diminutivo segnalava la serialità, la produzione tayloristica, un'anticipazione apparentemente innocua, e in realtà micidiale, del McWorld, il mondo dove tutto è pianificato, calcolato, riempito degli additivi giusti e dei grassi idrogenati sbagliati. Con la merendina, il tempo dell'innocenza era finito.

*da* Quando ignoravamo cosa fosse la Nutella,  
*pubblicato sulla Repubblica (30 agosto 2009)*

*Bevande*

## *Un bicchiere di civiltà*

C'è un vino per ogni occasione, e c'è una bottiglia borgognona o bordolese, renana o champagnotta, da stappare liberamente, senza pregiudizi e senza dogmi. L'unica certezza, per i vinificatori, è che il vino implica ricerca incessante, spregiudicatezza nell'invenzione e dedizione assoluta nel lavoro; e per i bevitori comporta una conoscenza pratica per cui il vino lo si scopre solo bevendo: ossia affinando il gusto con l'esperienza, la cultura con tutti i sensi corporei implicati nel bere. In fondo a un bicchiere, non c'è soltanto la verità, ma anche una civiltà.

*da La civiltà in fondo a un bicchiere,  
recensione al libro di Andrea Scanzi  
Elogio dell'invecchiamento (Mondadori),  
pubblicata sulla Repubblica (6 ottobre 2007)*

## *Sorsi color seppia*

Si beve anice, «dissetante digestivo» e marsala, vermouth, moscato nonché marsala all'uovo. Nonostante l'impegno dei vini da pasto Selinunte, con le ormai dimenticate bottiglie a fiasco, e di Duchessa, «il vino che piace», e che non dovrebbe mancare mai «nella vostra mensa», non sembra esserci sintomo della brillante evoluzione vinicola isolana. A sua volta, con una combinazione che oggi fa sorridere, la pasticceria è «svizzera e siciliana». Ciò nonostante, da qualche varco si profila l'arrivo dalla Germania della «nobile birra» Pils, «la più rara», «imbottigliata all'origine» e presentata da una sommaria ragazzotta dalle guance molto rosse con un vistoso costume di ascendenza tedesca (ma in un accesso di internazionalità si potrà trovare anche la pregiata Falcon, birra di Amsterdam).

*da L'archo-spot dell'Italia del boom,  
recensione al libro La pubblicità al cinema  
negli anni Cinquanta (Sellerio),  
pubblicata sulla Repubblica (8 febbraio 2009)*

## *Acqua quasi minerale*

Insistere che la cera Grey, i detersivi, i saponi, la lavatrice, l'aspirapolvere eccetera servivano a liberare le donne dalla schiavitù del lavoro domestico, e da una schiacciante fatica premoderna: ed ecco allora eccellenti casalinghe ben vestite, quasi attraenti, profumate con il deodorante Rexona, acconciate con la brillantina spray Tricofilina, probabile sottoprodotto dell'oro nero, pronte evidentemente, dopo essersi dedicate alla casa, a immolarsi, fosse il caso, nel talamo matrimoniale.

Era servito un processo simile a quello che aveva tolto l'ombra di peccato ai piaceri, ai denti bianchi, all'acqua minerale, magari attraverso la mediazione delle polverine carbonatate: «Disse l'oste al vino, tu mi diventi vecchio: ti voglio maritare all'acqua del mio secchio. Rispose il vino all'oste: fai le pubblicazioni, sposo l'Idrolitina del Cavalier Gazzoni». Si giunge al peccato, cioè al sovrappiù, all'inutile, alle bollicine, al seltz, alla Coca-Cola, attraverso una transizione pauperistica, con l'acqua dal sapore salantino fatta con le bustine.

*da Dal trionfo del superfluo allo shopping low cost,  
pubblicato sulla Repubblica (19 febbraio 2008)*

## *Gazzosa del tempo perduto*

Sere d'estate, non ancora dimenticate. Si disegna nella memoria il caffè sulla piazza di paese. Ci sono i biliardi e i giocatori con stecca e grembiule. Il caffè è interclassista, figurarsi, e fino a una certa ora non distingue fra adulti e bambini, specialmente il sabato. Anche i piccoli infatti hanno diritto alla fetta di cocomero nella baracchina appena fuori: ma l'oggetto del desiderio è il bicchiere della bibita frizzante, colorata, assurda. Perché l'approccio alle bollicine rappresenta in verità uno dei riti di passaggio per l'infanzia di quegli anni grigi e soleggiati, intrisi di polvere e luce: dapprima le bibite sono soltanto un fastidioso pizzicore nel naso, tale da generare una ripulsa sdegnata accompagnata da smorfie comiche, e risate degli adulti; e invece all'improvviso si dispiega come un piacere impagabile, insostituibile, da conseguire anche a prezzo di pianti, ricatti e strepiti.

Aperta la gazzosa, o gassosa, gazosa, che per tappo aveva una pallina di vetro verde incastrata nel collo della bottiglia (qualcuno la chiamava la *balètta* o la *gagna*), che andava spinta con adeguata cautela verso il basso, scrosciava nel grosso bicchiere del bar l'acqua fresca dell'innocenza, dolcifi-

cata ed effervescente. Il tappo a corona, quello che doveva diventare il protagonista delle gare di ciclismo a tappetti, sarebbe arrivato molto più tardi.

E forse si potrebbe dire che la gazzosa era un antecedente storico della Sprite, anche se allora era semplicemente il piacere di una modernità sorprendente. Il piacere di bere una bibita artificiale, che non esiste in natura, prodotta da centinaia di piccole industrie locali: allora, negli anni delle felicità piccole, intense e irripetibili, quando eravamo indistruttibili, non avevamo paura di coloranti e di sostanze matte, nell'età del citrato e delle polverine, l'artificialità delle bibite apparteneva alla sperimentazione del possibile. Mettere un po' di gazzosa nella birra, aggiungerla al vino, procedere a mescole e mescite per allungare indefinitamente il piacere. Il senso di una estemporanea felicità.

Anche il chinotto, naturalmente, poteva andare. Ma il chinotto conservava un sentore che richiama un frutto. Era una bibita sì fabbricata, ma che manteneva un legame, per quanto labile e mediato, con la natura, con agrumi e frutti ignoti, mai visti eppure botanicamente certificati. Chi aveva mai visto un chinotto? (e chi un tamarindo, per dire?). Era troppo evidente, quel vincolo, e quindi tale da risultare gradito ad alcuni e meno ad altri, e comunque implicava un avvicinamento

e un apprendimento, una socializzazione all' aroma. Mentre la gazzosa era il nulla imbottigliato, lo spumeggiare lieve di un attimo, un formicolio sul palato e nelle narici, e niente più: esperienza irripetibile di una società bambina.

L'ambiente prevede un *juke-box*, un calciobalilla, fumo di sigarette. Gazzosa vuol dire una *madeleine* popolare, altro che l'aristocrazia proustiana, ma provarla adesso con le attuali gazzose multinazionali delude ogni volta: perché le gazzose nelle lattine, al limone e al lime, non sono mai abbastanza fredde come allora, mai frizzanti a sufficienza. Era l'epoca dei ghiaccioli, del Mottarello «gelato da passeggio igienico e gustoso», dei colori pazzeschi, di sostanze quasi fosforescenti e ingredienti sintetici che oggi verrebbero messi immediatamente all' indice. Ma è una chimica che allora ha permesso a intere generazioni di adolescenti di sostituire le bibite più costose, dalla Coca-Cola all'Oransoda, con la spuma al cedro o all'arancia.

Prezzi modici, infatti. Si veniva da partite di calcio più o meno infinite, nella polvere di campi assolati. E alla fine un bicchiere grande di spuma, che gratifica il palato e ovviamente alla fine aumenta la sete, così che se ne può bere un'altra, con il gusto piacevolmente irresponsabile che si accompagna a ogni bibita gassata. Bere a garganella, gonfiarsi lo stomaco. Poi provare la spuma al



bitter, o al ginger, che piacciono soltanto ai depravati o ai finti moderni, la Spumador che rivaleggia con il chinotto, la spuma-spuma che sa di spuma e basta, spuma al quadrato, spuma in quintessenza di spuma.

Era il tempo delle bibite: anche questa parola, bibita, si è quasi estinta. Vorrà pur dire qualcosa: perlomeno che non ci sono più le bevande di una volta, proprio come le mezze stagioni, come il tempo perduto della gazzosa.

Quando l'Italia andava a spuma, ginger e gazzosa,  
*pubblicato sulla Repubblica (13 luglio 2008)*

*Degustazioni: sapori e ricordi in sequenza*

## *Mangiare dietetico? Meglio mangiare bene*

Come bambini abbiamo creduto a tutte le prescrizioni alimentari che ci sono state propinate nei decenni. Siamo stati vittime di un infantilismo dietetico che ci ha consegnato alle superstizioni più indimostrabili. Adesso però abbiamo il libro antidoto, *In difesa del cibo* di Michael Pollan (Adelphi).

Innanzitutto, è promettente che a occuparsi delle mitologie dell'alimentazione sia un editore che sul mito ha costruito un catalogo. In secondo luogo, il saggio di Pollan è un magnifico esempio di disincanto. Anzi, di laicità alimentare. Se si vuole, anche di dissacrazione. Insegna a diffidare delle diete ipolipidiche, a guardare con legittimo sospetto alla dieta mediterranea, a considerare con simpatia i valori del colesterolo, e a giudicare con animo scevro da pregiudizi le abitudini gastronomiche demonizzate dai nutrizionisti.

L'unico comandamento è di mangiare bene. Evitare i falsi cibi all'americana, quelli che fanno diventare obesi senza aggiungere al corpo un filo di trigliceridi e che della sostanza commestibile «hanno solo la parvenza». Quindi: «Se davvero vi sta a cuore la vostra salute, evitate i prodotti che

si dichiarano salutari». I bambini e i rimbambiti delle diete questa volta ringraziano. Di cuore. E di pancia.

Un libro cancella i falsi miti delle diete,  
*pubblicato sulla Repubblica (12 dicembre 2009)*

### *Sgranocchiando in platea*

In sala di solito si scatenavano movimenti collettivi di impressionante rapidità, perché il film era un pretesto. Ciò che contava veramente era l'energia di duecento ragazzini che all'improvviso decidevano che della storia e della trama ne avevano abbastanza, e quindi trasformavano l'attenzione visiva in puro cinetismo delinquenziale.

Caramelle, "brustulli", spuma al cedro, fiotti di schiuma in platea. Preti incattiviti che cercavano di riportare l'ordine con misure vicine alla disperazione comunitaria. E sullo schermo alcuni *western* d'epoca, tutti molto anni Cinquanta, colmi di onore in duello e intrisi della camminata di John Wayne, ridotti nel metraggio per eliminare ogni *décolletée* riportare quindi la storia narrata a una purezza grafica e ideale irrevocabile.

Ho visto, credo, tre o quattro volte *Quo Vadis*; e *Ben-Hur* di William Wyler con la corsa delle bighe contro Messala nello stadio di Antiochia, incendiata dalle magie di Sergio Leone; *I dieci comandamenti*, il *kolossal* di Cecil B. DeMille atteso in provincia come un'epifania del divino in edizione hollywoodiana, una quantità di pepli, Cleopatra compresa, dove il vizio delle dissolute romane veniva

ogni volta tagliuzzato fino al grottesco, tanto chi se ne sarebbe accorto delle trame di Messalina? I pargoli o seguivano la vicenda con la distrazione dei loro anni oppure allestivano tempeste di liquirizia e semi di zucca dalla galleria.

*da La rivincita delle sale parrocchiali,  
pubblicato sulla Repubblica (17 maggio 2009)*

## *La fragranza della tradizione (reinventata)*

In principio erano solo biscotti. Ma se si azzecca l'idea, se questa idea viene lavorata, se il prodotto, cioè il biscotto e derivati, si integra perfettamente con la sua immagine, e se l'immagine genera un sentimento, e il sentimento diventa uno spot, o perfino un film, e se tutto questo, compreso il *packaging*, compreso il "coccio" di terracotta, compresa la famiglia felice, compreso il mulino restaurato *ad hoc* in Toscana, insomma compreso tutto, diventa un mito, anzi «un moderno mito collettivo», come dicono i pubblicitari, be', allora non si tratta più di biscotti, tarallucci, macine, galletti e via sgranocchiando la mattina a colazione: siamo piuttosto nei pressi dell' «invenzione della tradizione» di cui ha parlato Eric Hobsbawm, lo storico del Secolo breve. Qualcuno ha inventato il kilt e una Scozia archetipica, qualcun altro ha inventato il mondo a parte della natura incontaminata, dove le famiglie erano buone, la vita era sana, e i mulini erano bianchi. Per l'appunto.

Era il 1975 quando Gianni Maestri avviò la regia culturale e pratica del progetto che si sarebbe realizzato nell'immagine del Mulino Bianco. In quella metà degli anni Settanta il clima non era

rassicurante: inflazione elevata, scontro sociale acuto, «anni di piombo» nella percezione di tutti. Eppure, a ripensarci oggi, erano anche gli anni in cui un ricognitore appassionato e spesso in controtendenza come Giuseppe De Rita vedeva una straordinaria creatività sociale: la spinta dell'impresa familiare, il modellarsi di quel tessuto che un economista curioso e non dogmatico come Giorgio Fuà (l'autore a metà degli anni Settanta di un libro seminale, *Occupazione e capacità produttive*) avrebbe più tardi denominato «industrializzazione senza fratture»: cioè l'industria dietro la siepe, il territorio come culla delle competenze, l'ambiente artigiano come fonte di una crescita economica spesso non censita dalle fonti ufficiali.

Certo, per costruire un mito, ci vuole il realismo freddo di chi intuisce i desideri anche subliminali della platea dei consumatori, e su questa struttura percettiva allestisce un repertorio di prodotti: «sei piccoli biscotti», scrisse lo stesso Maestri, «a cui seguirono sei pani e poi sei merende, sei torte». Una successione scandita, quasi un andamento ritmico da favola, ma di una favola che misurava di continuo l'effetto sul pubblico attraverso le indagini "di profondità", e addirittura cercava di tarare l'affettività della clientela verso quei prodotti nuovi iscritti nella stessa cornice visiva e simbolica, «il muro giallo che era davanti agli occhi di chi



entrava nel supermercato, che sarebbe divenuto presto familiare a tutti».

Non è necessaria neanche una sociologia rudimentale per descrivere l'Italia degli anni Settanta: reduce dallo *shock* petrolifero che aveva indotto la soluzione retorica delle domeniche a piedi, imbrigliata dal blocco dei prezzi sui generi alimentari di base (gli americani che avevano acquisito la Barilla rimasero traumatizzati da misure antimercato di questo tipo); e poi, schiacciata dall'asprezza micidiale dell'avventura terroristica, permeata da un conflitto ancora intriso di fattori classisti, ma soprattutto condizionata da alcuni grandi ideologismi che si riassumevano nella concezione che la caduta tendenziale del saggio di profitto stava avendo la meglio sul capitalismo, che Marx aveva liquidato Braudel, il proletariato moderno avrebbe scalzato la borghesia, e che insomma il modello di sviluppo stava giungendo al capolinea, le risorse si stavano esaurendo e il futuro si profilava buio tenebra.

Ci voleva un'intuizione di eccezionale capacità analitica per comprendere che in quell'Italia lì, in quella società apparentemente disintegrata, permanevano nella psicologia condivisa sentimenti non riconosciuti né dalla politica né dall'economia. Cioè sopravviveva almeno negli strati profondi della mentalità diffusa una specie di utopia rivolta

all'indietro, che si sarebbe fatta suggestionare dalle «buone cose di una volta». In parte “albero degli zoccoli”, ma in parte anche desiderio implicito di pacificazione e di serenità: una vita «fresca di Mulino», disegnata con le spighe e i fiori, con tonalità da primo Novecento, volutamente ricalcata sulle oleografie.

Una visione regressiva? Evidentemente la pubblicità non ha pregiudizi culturali, è onnivora esattamente come i consumatori. Il Mulino Bianco rappresentava infatti il quadretto a colori pastello di un'età incontaminata e di una natura piacevole, e presentava alcuni suoi prodotti nelle nuove / vecchie confezioni in sacchetto, memoria tattile dei buoni prodotti di una volta. Ciò significava che si era creata nella produzione industriale e nel mercato una nicchia, che sarebbe diventata uno spaccato sociale, in cui il pubblico intravedeva la genuinità, rispetto al prodotto massificato delle aziende alimentari, i cui ingredienti erano invece anonimi e manipolati dal processo industriale. Questo atteggiamento intercettava allora anche un'altra dimensione del gusto, un'altra tendenza alimentare: il «mangia sano, torna alla natura», l'idea che quando sono caduti tutti i miti l'uomo è davvero ciò che mangia.

La *fitness* gastronomica incrocia in modo irresistibile la *wellness* della vita salubre. Il Mulino

Bianco sintetizzava in un'immagine-simbolo il non troppo inconscio desiderio bucolico, o arcadico, degli abitanti delle metropoli nevrotizzate dallo scontro di classe e dalla crisi dell'industria nazionale. Alludeva al consumo e non al consumismo, alla piccola patria della natura, alla valle felice quando «qui era tutta campagna» e c' erano ancora le stagioni. E soprattutto, quando c' era ancora la memoria.

In effetti, per un paese che aveva conosciuto la motorizzazione convulsa, l'Autosole, *Carosello*, e sullo sfondo dell'industrializzazione le grandi migrazioni interne, la raffigurazione del vecchio mulino costituiva non tanto un'immagine empirica quanto un luogo della memoria. Le prove degli annunci pubblicitari si spingevano a spiegare quel mondo ormai perduto e che il Mulino Bianco recuperava miracolosamente dalle pieghe del ricordo: «Quanti di noi ricordano il sapore del latte appena munto?». Quasi nessuno, ovviamente: ma l'immagine della mucca e della ragazza, mentre una gallina becchetta li attorno, toccavano strati di sentimento che fino allora erano rimasti inerti. *Slogan* che erano *non-slogan*, lunghissimi, che evocavano il grano, il burro, il latte, il miele. Testi in corpo più piccolo che descrivevano minuziosamente il piacere di una colazione possibile.

E sopra tutto, l'icona del Mulino: «Quando i Mulini erano bianchi». Negli spot di Giuseppe Fiina, un regista di cinema e televisione, ecco le sce-

ne di vita rurale, con i contadini (quasi sempre) veri, i lavori nei campi, un manierismo documentario in cui la natura era l'acme dell'artificio. Per i pubblicitari, il Mulino Bianco significava «valori forti, prodotti buoni, coinvolgimento emotivo, una presenza amica», addirittura «un riferimento di comportamenti etici». Per il pubblico era un *serial*, una *soap opera* in cui la narrazione si sviluppava cambiando via via tonalità. Quando “il bel tempo andato” non funziona più, viene fuori l'idea una modernità ambientalista, il desiderio di una vita buona fuori dallo stress quotidiano e immersa nella natura.

Accanto al Mulino Bianco, visto che a causa di una malattia non fu possibile ricorrere all'arte di Ella Fitzgerald, ci può essere la ragazza contadina con la chitarra, una boccoluta *folksinger* rurale, che canta i versi di Bruno Lauzi: «Hai mai visto il grano? / È come un mare biondo / che si muove / e fino nel profondo ti commuove...». Oppure lo sfondo delle musiche di Ennio Morricone, «una vera e propria melodia, sinuosa e articolata nel suo arco di otto battute», che accompagna le avventure minimali e benigne della Famiglia del Mulino. Atmosfere rarefatte, in una “saga” che agli esordi ha interiorizzato Ermanno Olmi e lo traduce in una versione *flou*, virata nella maniera, e poi, dopo lo stereotipo del ricordo, conia la matrice narrativa del ritorno.

Forse l'unica cosa vera, reale, oggettiva di questa visione è proprio il Mulino di Chiusdino (Siena), restaurato e dipinto di bianco, in cui può rifugiarsi la famiglia che lascia la città e si ritrae nei colori della memoria, filmata da Giuseppe Tornatore. A due passi c'è l'abbazia di San Galgano, ignorata da tutti e fatiscente: i turisti in gita domenicale accorrono a fotografare il Mulino, un repero ad un tempo vero e falso, esaltato dalla potenza della televisione, assaporato insieme alla fragranza dei prodotti della Barilla. Probabilmente ignare di gustare *madeleine* molto più popolari di quelle proustiane, le folle che ammirano il Mulino ignorano anche che stanno consumando un prodotto insieme reale e immaginario, una specie di corpo o articolo mistico fabbricato secondo procedure industriali, con il lavoro di gruppo, con i test sulla clientela, nel tentativo, evidentemente riuscito di suggerire ciò che il consumatore vuole, crede di volere, crede di credere.

Lo spot che vinse controvento,  
*pubblicato sulla Repubblica (16 ottobre 2005)*

## *Il rito del consumo, tra fast e slow food*

La preghiera domenicale dell'italiano moderno è riprodotta in uno scontrino, alla cassa di un centro commerciale? (...) per riscontrare sul piano dei comportamenti generali che l'estremo riflesso del sacro, almeno in quanto ritualità, si è spostato dalle chiese alle cattedrali del consumo, è proprio necessario compiere lo sforzo di parcheggiare l'auto negli spazi immensi di un ipermercato: nei non-luoghi che si stendono davanti allo stile artificiale dei prefabbricati, a quel finto neoclassico che può ricordare i vecchi cinema, e lasciarsi prendere dal flusso incessante del popolo che scorre all'interno.

Un vecchio *calembour* sostiene che nelle regioni rosse si è compiuta la perfetta trasformazione dei comunisti in consumatori, che ha equiparato le feste dell'*Unità* ai megamarket. Ma più in generale ciò che colpisce è il trionfo silenzioso di quella che gli apocalittici hanno chiamato la *Coca-colonization* del mondo contemporaneo, la globalizzazione omologatrice nel segno del logo. E nello stesso tempo la diffusione ormai pervasiva dello schema che il sociologo americano George Ritzer ha descritto come la "mcdonaldizzazione" della società. I quattro comandamenti del McWorld sono l'Efficienza, la Cal-

colabilità, la Prevedibilità, il Controllo, e presiedono un processo apparentemente inesorabile, dalle regole ferree, in cui il futuro è una derivata del presente. Sicché l'effetto principale, l'immagine che domina il supermercato, non è tanto l'impressione della quantità, del consumo vistoso, eventualmente dello spreco, come veniva classificato dai critici moralisti del capitalismo: è piuttosto la sensazione che fra ciò che viene venduto e ciò che viene indossato non ci sia nessuna differenza, che le commesse siano modelli di stile per la generalità delle ragazze e delle clienti, insomma che non esista un diaframma tra ciò che viene esposto nelle vetrine e ciò che si vede nelle corsie del passeggio continuo, fra due ali di negozi dalle luci aggressive e di isole architettoniche disegnate per il *fast food* (...). Ciò che è dentro è uguale a ciò che è fuori. (...)

Ma il senso dell'identificazione totale, ciò che può rivelare l'omologazione integrale lo si coglie alla fine soprattutto nei comportamenti: negli spazi commerciali si realizza infatti una variante spazio-temporale e tematica dei «distretti del piacere», come Aldo Bonomi ha definito i parchi dell'intrattenimento come Gardaland, Canevaworld o Mirabilandia. C'è in sostanza una generazione piuttosto ampia che ha scalfito la scansione settimanale del ciclo di lavoro e tempo libero. Che per certi aspetti tende a ripetere le ritualità famigliari

delle domeniche del tempo andato, il pranzo in casa o in famiglia, ma ha trasferito nei centri commerciali il luogo degli incontri e delle relazioni personali. (...)

Modellato dalla pubblicità e dalle leggi del mercato, il centro commerciale diventa così anche un luogo sottratto alla logica esclusiva del profitto: è anche lo spazio in cui si muove guardinga la generazione secolarizzata. Cioè quella parte della società, ha scritto il sociologo cattolico Pier Paolo Donati, abituata a vedersi in azione dentro momenti emozionali, «eroi» di un attimo, presi dal desiderio di vivere con la massima intensità la situazione che stanno sperimentando, capaci di interpretare nel modo più appropriato una società «adiaforica», in cui la tecnica sostituisce l'etica. Detto in parole più miserabili, che «ci provano». Fanno le loro prove di educazione sentimentale. O almeno si trovano, si mostrano, si scrutano, si misurano, talvolta cuccano.

Salvo poi che anche i loro genitori, vale a dire la generazione precedente, subiscono in modo analogo la fascinazione di un luogo che è insieme catalogo delle meraviglie, esposizione permanente del mutare della tecnologia, così come reinterpretazione del mercato ortofrutticolo, una vucciria standardizzata, magazzino degli alimenti *junk* ma anche megasantuario dello *slow food*, con preziosi-



tà introvabili vent'anni fa, grande reparto formaggeria, buona enoteca, riserva di specialità gastronomiche «glocal», ma anche palcoscenico delle interazioni sociali.

Se è vero che nell'Ottocento i membri della classe altoborghese si osservavano a vicenda dai palchi dei teatri, confrontando gli abiti e i *collier*, e fino ai primi anni Settanta la brava gente si salutava alla messa grande delle 11, mentre oggi i «vincenti» della lotta di classe che perdura sotto altre forme si confrontano nelle feste in casa e nei ristoranti plasmati dalla dittatura modernista di Ferran Adria, oggi la vasta «bolla di ceto medio» che secondo Giuseppe De Rita ha sostituito la borghesia trova se stessa, i propri parametri, il proprio eclettico stile nel *melting pot* dei centri commerciali, provando un abito da modella o da buttafuori in un *outlet* (senza contare che il confronto può cominciare già nel parcheggio, auto contro auto).

*da* Quei templi laici dove i nostri figli assaggiano la vita,  
*pubblicato sulla Repubblica (30 gennaio 2005)*

## *Cucina da paese-mondo, corretta sambuca*

Qui d'estate il sole cuoce le teste, come diceva un intenditore, Giovannino Guareschi; le notti, anzi «certe notti», si svolgono davvero «fra cosce e zanzare», quando si sa che la macchina è inevitabilmente calda e ti porta dove decide lei. Sul finire dell'autunno, invece, come tanti altri borghi emiliani Correggio diventa il paese della nebbia, stesa sui campi, le stradine agricole e le strade provinciali; quella nebbia che una volta era impenetrabile, al tempo in cui anche le neviccate erano lunghissime e pesanti, capaci di uniformare in bianco l'intero paesaggio (...). È questo l'ambiente da cui sono usciti i quarantatré racconti di *Fuori e dentro il borgo*, il primo e fortunato libro di Ligabue, una specie di autobiografia di tutti quelli che sono immersi nel fluido dell'esistenza, «scelti da chissà che mano per essere buttati in mezzo alla nebbia».

Un bicchiere di lambrusco correggese a pranzo, celebrato già ai suoi tempi da Pietro Aretino («vino dal chiaro colore e dal mordente sapore»); e subito dopo magari una sambuca, uno di quei liquori antichi da caffè di paese, dove c'è ancora qualcuno che gioca a carte e qualche biliardo con sopra una tela, in attesa dei giocatori della sera. Sono le sce-

ne tradizionali di un'Emilia fisica, che reca ancora l'impronta dei suoi matti e dei suoi poeti. (...)

Ma è chiaro che l'Emilia di oggi non è più quella dei pittori di allora. È venuta l'industria, la modernizzazione, il consumo. Dire come diceva Francesco Guccini «fra la via Emilia e il West» sembra ormai un calco anacronistico. (...) Una scheggia di continente in cui Ligabue si aggira come un pesce nell'acqua, anche se qui i pesci sono solo d'acqua dolce. Consapevole comunque che c'è un po' di verità nell'immagine tutta emiliana della cucina grassa e del lambrusco frizzante, ma che la realtà del «borgo» è data anche, se non soprattutto, dalle fabbriche che sono sorte dappertutto, dai trattori, dalle trebbiatrici, dalle macchine per la raccolta della frutta che hanno industrializzato l'agricoltura.

D'altronde, anche lui, il Liga, è un uomo dalla vita almeno doppia. Facilità di rapporti nelle vie di Correggio, dove tutti lo conoscono e nessuno lo importuna. E nello stesso tempo una proiezione vistosa nei circuiti industriali e commerciali dello show contemporaneo, dove tutto è tecnologico e mediatico, in un concentrato impressionante di ultramodernità. Forse il segreto di questa Emilia, il luogo fisico e mentale in cui sono cresciuti anche Zuccherò Fornaciari e Pierangelo Bertoli, è proprio nella capacità di stare bene con le proprie radici,

nella materialità conosciuta, nella propria terra, ma di abituarsi immediatamente ai processi e ai luoghi della realtà post-materiale. Cittadini del mondo, si diceva una volta: ma forse, per Ligabue, si può dire che è il tipico abitante di un paese-mondo.

*da Quei templi laici dove i nostri figli assaggiano la vita,  
pubblicato sulla Repubblica (30 gennaio 2005)*

## *Il piacere (rovinato) del mangiare e del bere*

Chi ha avuto l'occasione di leggere su *Famiglia cristiana* l'elogio del piacere stilato dal domenicano Giordano Muraro, deve avere tirato un sospiro di sollievo: ma allora, se ne parlano i teologi, il piacere esiste. Cioè esiste ancora. Certo, quelli citati dal teologo del settimanale cattolico più diffuso sono piaceri semplici, elementari («il piacere del mangiare, del bere, del sesso, del danzare, del giocare»), ma è già una consolazione osservare che ci sono maestri d'anime così ottimisti sull'esistenza del piacere.

Padre Muraro infatti ha spiegato che ci sono «diversi modi di leggere il Crocefisso, c'è una lettura straziata e macabra e una piena di fiducia e amore» e che «il piacere è il riposo della vita, di per sé è un fatto positivo, solo l'abuso può avere degli effetti negativi». Insomma, purché non si riveli il fine ultimo della vita, purché non si disperda in quell'«edonismo» che insieme al marxismo il severo cardinale di Bologna Giacomo Biffi non cessa di esorcizzare con i suoi moniti, il piacere è qualcosa a potenziale positivo, «una tappa verso la beatitudine». Perfino papa Wojtyła, che è rimasto uno degli ultimi protagonisti del secolo a manifestare un

pensiero critico verso gli eccessi del capitalismo consumista, non si ritrae dal piacere di un tocco di classe in più, se è vero che a Parigi l'estate prossima, alle Giornate mondiali della gioventù, indosserà una linea di paramenti sacri disegnati dallo stilista francese Jean-Charles de Castelbajac.

Già, ma prima di benedire il piacere bisognerebbe sapere dove si trova. A dar retta alle idee di piacevole moderazione del padre domenicano di *Famiglia cristiana* dovrebbe stare dalle parti di una cena in pizzeria, seguita da un fervido abbraccio coniugale, eventualmente preceduto da una scappata in un *dancing*. Tutto molto familiare, regolare, procedurale. Ma se le cose stessero davvero così, sarebbero troppo semplici. Nelle ore canoniche le pizzerie sono sempre piene, i dancing sono un ricordo di trent'anni fa, ed entrare per un quarto d'ora nei suoni e nelle luci di una discoteca può avere l'effetto di illanguidire qualsiasi uzzolo matrimoniale.

I piaceri semplici stanno diventando sempre più irraggiungibili: il miraggio di una mangiata di pesce al mare si dissolve nella coda del weekend in autostrada, la gita fuori porta si risolve in un'orgia di automobili sulla via del ritorno: in questi casi solo pochi privilegiati, come lo storico e opinionista del *Corriere della Sera* Ernesto Galli della Loggia,

possono rivalersi e trasformare un fastidio in un piacere di livello più elevato, tramutando un caotico fine settimana sulla penisola sorrentina (caotico e difficoltoso per via di «un blocco permanente della circolazione stradale, in pratica in ogni momento della giornata») in un vibrante editoriale sul degrado ambientale e paesaggistico italiano. Ma si capisce subito che i piaceri di questo tipo non sono per tutti.

L'italiano medio, che ha già rinunciato alle illusioni, e perciò non crede più né alle piccole soddisfazioni legate alle tre settimane di ferie in agosto né ai prodigi della riforma elettorale, è costretto a cercare faticosamente gratificazioni vicarie. Mangiare? I pranzi di lavoro hanno neutralizzato il piacere della buona tavola confondendo piatti e portate dentro l'illustrazione di strategie aziendali e piani di ristrutturazione, per cui si continua desolatamente a ingrassare senza nemmeno avere gustato ciò che si è mangiato e bevuto.

*da Piacere, il paradiso nascosto,  
pubblicato sulla Stampa (20 maggio 1997)*

*Fornelli veri e mediatici*



## *Il gioco di squadra in cucina*

Se anziché un cuoco fosse un calciatore potrebbe anche essere un brasiliano, ma nessuno si azzarderebbe a chiamarlo Rinaldo: con quella mole, non ha niente del trequartista sofisticato, con il classico repertorio di dribbling, mossettine aeree, sculettamenti da mezza punta. E naturalmente non ha niente neanche degli chef diventati star, quelli che diveggiano sugli schermi televisivi.

No, anche in cucina, e non solo su un rettangolo verde, Rinaldo è un vero uomo squadra. Un giocatore universale, di quelli che si possono trovare a loro agio in difesa e in attacco, vale a dire con gli antipasti, i primi, i secondi e i dessert. Con il cotto e il crudo, con il semplice e il complesso. Di quelli che non hanno paura della fatica e della quantità, e neppure dei problemi della digestione. Che in ogni caso preferiscono sempre la sostanza all'apparenza, anche se naturalmente sanno che una cosa buona, quando è davvero buona, quasi sempre è anche bella.

Ecco, la forza di Rinaldo, e delle sue ormai legendarie ricette, è in fondo la semplicità. Ci sono giocolieri della cucina che ornano di arzigogoli e orpelli ogni portata, con esiti ora barocchi e ora visi-

bilmente inutili. Sono i dribblomani che sacrificano a un codice esteriore il lavoro. Invece l'eleganza di Rinaldo consiste in primo luogo nella immediata perfezione delle preparazioni. Il risultato è insuperabile. La bellezza di un piatto è una componente della sua qualità, e il lato estetico risulta alla fine connaturato a ciò che viene proposto in tavola.

Essere e apparire non sono quindi due aspetti distinti della sua cucina. Basta vederlo aggirarsi tra i fornelli e i tavoli per ammirare la sublime spontaneità di gesti che sembrano così naturali e facili, e invece sono modellati dalla pazienza, dall'abitudine, dalla cura costante, da una pratica che in fondo è cultura, civiltà materiale assimilata nella competenza di un mestiere. È quell'eccellenza tecnica che si invidia, è la naturalezza di una vocazione diventata professione. Così, il pensiero di poter seguire le sue orme, nella cucina di casa, di "giocare la sua stessa partita", grazie ai consigli e alle prescrizioni comprese nelle pagine che seguono, consente di superare il timore di ogni allievo, cioè di essere troppo lontani dalla bravura del maestro.

Infatti come ogni grande giocatore, e ogni grande chef, Rinaldo non è egoista. Ama condividere la sua competenza con gli altri. Poiché è un maestro, la sua è una grande e bella lezione. Impararla, con il suo aiuto, consente di tentare qualche capolavoro gastronomico, stupire gli invitati e i commensa-

li, sentire per un istante il tocco del talento nelle nostre povere prove in cucina. E invita quindi a dirgli grazie: grazie del suo finto spirito burbero, dei suoi piatti meravigliosi, grazie del suo mestiere impagabile.

*Introduzione a Finché c'è acqua c'è brodo.  
A scuola con Rinaldo Dalsasso, vol. 2  
(Edizioni Stella, 2008)*

## *Fame catodica di vita genuina*

E nei programmi basati su un *format* gastronomico, ogni “prova del cuoco” rappresenta l’occasione per trasferire sul piano catodico, o meglio nei cristalli “liquidi” della tv, la densità materiale del vecchio paese della fame (o almeno di recuperare per le platee televisive, come in un *revival* antropologico, la propensione alla vita genuina, rassicurante, animata da una tradizione praticamente scomparsa ma comunque retoricamente rimpianata). Sicché si può anche pensare che nel *format* all’italiana siano sempre presenti perlomeno due modelli di società. Uno è un fantasma, un alito di nostalgia, di memorie comunitarie; l’altro è il suo rispecchiamento nella società elettronica di oggi, la sua stilizzazione in etichetta sociale prevalente.

*da Format. L’Italia degli stili televisivi,  
pubblicato sulla Repubblica (18 maggio 2007)*

## *Pago il conto e ti rovino*

Tra le infinite evoluzioni della televisione, non sono state ancora messe bene a fuoco quelle della tv digitale mobile, cioè quella che si vede sul telefono cellulare. Basta guardare ai pacchetti gratuiti e a pagamento di 3 Italia, e in particolare il canale guida La3, per intuire sviluppi ancora imprevedibili. Informazione, intrattenimento, film, musica, sport (comprese le Olimpiadi), accedendo ai programmi della Rai, di Mediaset e di Sky. Senza contare che adesso con tre cavetti colorati si può collegare il cellulare al televisore, e vedere i programmi in grande formato.

Ma quali programmi fornisce il canale La3? (...) Il più divertente (...) è un reality show tradizionalista, *Mangio a scrocco*, che va in onda (naturalmente all'ora di pranzo) dal lunedì al venerdì. È un *format* culinario: un critico gastronomico recensisce un ristorante; se il giudizio è positivo scrocca il pranzo, intervista lo chef e presenta la ricetta del piatto da celebrare; se invece il pranzo non è di suo gradimento, paga il conto e procede alla stroncatura. P.S. La3 è ottima da ufficio; attenzione, nel pubblico impiego, a non farsi beccare da Brunetta, che licenzierebbe subito i fannulloni

televedenti, istituendo una nuova causa di conflitto sindacale.

*da Indovina chi viene a cena,  
pubblicato sull'Espresso (21 agosto 2008)*

## *Carni da frollare o da evitare?*

In pieno Cinquecento, Teofilo Folengo, nel poema maccheronico *Baldus*, passa in rassegna i “tipi” italiani. I milanesi che lavorano come matti, i fiorentini che fanno burle, Napoli popolata da baroni falliti. Un catalogo di luoghi comuni efficace ancora oggi. Giunto nel Veneto, scrive che «*saltantes generat bellax Vincentia gattos*»; cioè che la bellissima Vicenza alleva gatti prontissimi a scattare (per paura di essere cucinati dai vicentini *magnagàti*).

Oggi l'esperto di cucina Beppe Bigazzi espone in tv la ricetta per cucinare i felini, e c'è da preoccuparsi visto che Bigazzi è stato amministratore delegato dell'Agip, quindi di fornelli a gas se ne intende. Bigazzi tuttavia è il Morgan dell'*homo carnivorus*, prima lancia il sasso e poi ritira la zampa. Dice che il gatto va lasciato per tre giorni nel torrente, in modo che le sue «carnine bianche» risultino perfettamente frollate, e poi racconta che ha avuto in casa un gatto di nome Ciro, morto serenamente di vecchiaia.

Io comunque sto con il grande scrittore Jonathan Safran Foer, il quale sostiene che le attività legate all'allevamento del bestiame generano più

emissioni di gas serra di tutti i mezzi di trasporto presi insieme. Di fronte alla bistecca con il tubo di scappamento mi dico; non sono vegetariano, ma quasi.

*da Indovina chi viene a cena,  
pubblicato sull'Espresso (21 agosto 2008)*



## *Mangiare etnico (e orrido)*

A dispetto del titolo, *Orrori da gustare* è un programma interessante. Va in onda sul canale satellitare Discovery Travel and Living, ed è condotto dal cuoco newyorkese Andrew Zimmern. Potrebbe sembrare una trasmissione *shocking*, anche se il titolo originale americano suona più semplicemente *Bizarre Foods*, e in qualche caso l'horror è giustificato (quando per esempio Zimmern ingurgita carne di cammello putrefatta, specialità marocchina, o larve del tronco della noce di cocco, lunghe venti centimetri). Ma in genere il programma risulta curioso perché è "etnico", si reca sui luoghi e fa vedere autentiche meraviglie antropologiche.

Di recente, sono state fantastiche le puntate sull'Islanda e il Cile, e poco importa che in quell'isola lontana si mangiasse una schifezza bianchiccia, lo skir, che è un formaggio molto molle che va condito con la panna e lo zucchero, e sulle alture delle Ande si assistesse alla castrazione dei vitelli, con relativa abbuffata di "gioielli di toro" (questi però li ho mangiati anch'io, almeno una volta, senza andare sulle Ande, e posso garantire sulla loro prelibatezza). Quindi gli orrori passano in secondo piano, e rimane l'interesse per i luoghi,

le tecniche di allevamento, la qualità dei ristoranti, o semplicemente la natura.

Quindi se siete un po' schizzinosi, quando il conduttore si infila tra le fauci delle cose immonde distogliete pure gli occhi; e potete pure pensare che un americano sarebbe capace di divorare tutto, eccetto forse i parenti stretti, o magari anche quelli. Ma se vi capita, soffermatevi per qualche minuto su *Orrori da gustare*.

L'horror è servito,  
*pubblicato sull'Espresso (22 ottobre 2009)*



*A fine pasto: parole da gustare*

## *I balsami sinuosi della tradizione*

Visto che siamo qui a celebrare la tradizione, la prendo da lontano. Dunque, si era in pieno Cinquecento, quando apparve un'opera bizzarra, un grande poema in latino maccheronico. L'autore era un prete balzano, e si chiamava Teofilo Folengo. Il poema era intitolato *Baldus*. Voi direte: ma che c'importa del latino maccheronico. C'importa, c'importa. Perché, nel primo libro del poema, c'è una specie di panoramica degli italiani di allora: i bergamaschi sono gozzuti, i mantovani mangiano carpe che fanno di fango, i vicentini sono magnagatti, a Bologna tirano su studenti tonti, a Milano lavorano tutti come matti, Napoli è piena di aristocratici falliti.

E i modenesi, che si dice dei modenesi? Eh, dice Folengo «*non modenesus erit cui non fantastica testa*». Che vuol dire: non troverai un modenese che non abbia la testa un po' balzana. Vedete che abbiamo una storia alle spalle. Una tradizione, per l'appunto.

E il vero modenese, della tradizione, è un cultore. Ma nello stesso tempo la sua testa è davvero "fantastica". Piena di grilli. Perché non si spiegherebbe altrimenti come una società legata alla ter-

ra, al ritmo delle stagioni, alla natura, sia riuscita a diventare una prodigiosa creatrice di tecnica.

La tecnica è creazione e distruzione insieme. Per creare e innovare bisogna essere un po' nichilisti. E quindi siamo sempre alla ricerca di un equilibrio fra passato e futuro.

Noi sappiamo che i balsami sinuosi dell'aceto sono davvero balsami della tradizione. Nascondono la lentezza degli anni, fanno sentire nel loro aroma la pazienza, la cura, il puntiglio. Ecco: ci voleva il puntiglio della bizzarra modenese per fare il balsamico; dedicare infinita pazienza per ottenere la quantità di un nulla, aspettare decenni per ottenere poche gocce impagabili. E poi assaporarne il profumo, con una specie di ebbrezza sublime.

C'è o non c'è una venatura nichilista in tutto questo? C'è o non c'è al lavoro la nostra testa balzana? Noi non abbiamo la ricchezza rinascimentale della cucina francese. Siamo legati a una cultura semplice, abbiamo cibi e vini semplici. Eppure, possiamo permetterci di offrire al mondo qualcosa che è solo nostro. Mentre assistiamo alla perfezione delle grandi culture della tavola, possiamo offrire un flacone del nostro balsamico, con i suoi profumi e i suoi misteri.

Offriamo qualcosa di unico. Che è stato prodotto con l'impegno che viene richiesto dalle imprese insensate. Qualcosa da monaci, da iniziati, da

templari dell'acetaia. Poco spirituali come siamo, ci è sempre piaciuto contemplare la cattedrale pagana rappresentata dall'acetaia.

Che ci possiamo fare, abbiamo davvero la testa piena di grilli. I nostri scrittori sono quasi tutti dei matti senza rimedio, da Tassoni a Delfini. I nostri imprenditori, almeno agli inizi, erano matti anche loro. I nostri uomini politici erano i più matti di tutti, visto che volevano realizzare il socialismo e quasi ci riuscivano, come accade ai matti veri quando si ficcano in testa qualcosa.

Insomma, le ipotesi sono due. Da quelle ampolle di balsamico provengono essenze e aromi, profumi e gusti che davvero danno alla testa. Oppure in quegli stessi flaconi si rifugia tutta la bizzarria, si condensa tutto lo spirito lunatico distillato da Modena e dai modenesi.

Così, trascorso il tempo dovuto, ecco che quel balsamo fa davvero impazzire. È un farmaco, un antidoto, un medicamento. Dà sollievo alle puerpere, inebria le anemiche, esalta i buongustai.

E quindi, per un modenese, è un modo per mostrare la propria lealtà alla tradizione, e nello stesso tempo per esibire quel disinteresse che è la premessa per riuscire ogni volta a cambiare tutto. Il balsamico, ormai, lo abbiamo regalato al mondo. È una goccia di passato che grazie all'impegno di molti è riuscito a diventare un gusto per il futuro.

E poiché è il frutto di una piccola grande pazzia, anche questa sera, credo, sarà l'occasione per una gioia matta, per quella felicità bizzarra che ci prende quando ci si mette a tavola tutti insieme e il nichilismo, il materialismo, la lunaticità, diventano solo il pretesto per fare piazza, o meglio tovaglia, pulita.

*discorso tenuto a Modena,  
durante la manifestazione «Balsamico è»,  
in occasione dell'ultimo «Galà Balsamico»,  
nel Palazzo comunale (6 giugno 2004)*







Associazione amici di Edmondo Berselli