

IL MASTER

GIORNALISMO ENOGASTRONOMICO AL SUOR ORSOLA

Comunicare il gusto per la buona tavola

di **Rossella Galletti**

“L’uomo è ciò che mangia”. Non è una provocazione né una boutade, ma una delle prime espressioni colte sulla valenza socio-antropologica del cibo. Autore ne è il filosofo tedesco Ludwig Feuerbach. Partendo da questo presupposto non sorprende che un’università istituisca il master in “Comunicazione e giornalismo enogastronomico”. È il caso dell’Università degli Studi Suor Orsola Benincasa di Napoli, la prima edizione è lanciata. Il master nasce dalla sinergia tra la Scuola di Giornalismo del Suor Orsola e il Gambero Rosso, il network del cibo e del vino più autorevole in Italia. Si avvale di un comitato scientifico composto da Marino Niola, giornalista ed antropologo dell’alimentazione, Paolo Cuccia, presidente del Gambero Rosso, e Natascia Villani, coordinatore didattico. La nuova iniziativa prevede una vera e propria alfabetizzazione al gusto: per un anno, gli iscritti apprenderanno le tecniche base del giornalismo e della comunicazione nonché gli aspetti specifici del settore Food. Pasta, pane, caffè, tè e infusi, olio, formaggi, salumi, carne, pesce, verdure, dolci e cioccolato, birra e distillati, il percorso si snoda tra storia, cultura del cibo e pratica sensoriale. I partecipanti, guidati dagli esperti del Gambero Rosso, saranno alle prese con le tec-

niche di degustazione di vini e cibo. L’obiettivo è riconoscere la qualità. Il corso coinvolge le aziende attive nel campo della ristorazione, dove gli studenti avranno un approccio diretto con il mondo dell’enogastronomia. Dalle visite guidate in azienda ai corsi di degustazione, dalle esercitazioni di scrittura creativa alla realizzazione di prodotti multimediali, il master mira a creare una figura professionale che unisca alle com-

petenze giornalistiche quelle del settore enogastronomico. Fiore all’occhiello è lo stage conclusivo presso Gambero Rosso.

Un occhio è puntato alle tipicità territoriali: la valorizzazione del patrimonio alimentare locale nell’epoca di Mc Donald’s, simbolo per antonomasia dell’omologazione alimentare, sembra importante. L’alimentazione, più

che essere il mero mezzo di nutrimento del corpo, è veicolo di identità e cultura. Permea le nostre vite in ogni momento. Oggi che i nostri cibi dall’aspetto perfetto ed un sapore di morte sono costruiti in laboratorio, una educazione e una comunicazione del gusto si rendono necessarie. (info www.unisob.na.it.)

