



La ricetta liberata

Convegno di studi
9 – 10 ottobre 2020
Forlimpopoli

“La ricetta sul giornale” – Eleonora Cozzella, La Repubblica

I DUE INGREDIENTI DEL RACCONTO DI UNA RICETTA

La ricetta è una costruzione modulare di elementi che nel tempo sono andati arricchendosi e che sono stati assemblati nella narrazione, secondo le caratteristiche dell'autore ma ancor più dell'evoluzione dei media, dalla carta alla rete alle altre piattaforme digitali.

Due sono comunque gli elementi fissi di qualunque costruzione di una ricetta: gli ingredienti e la preparazione. Con una particolarità: più c'è – o si presume ci sia – familiarità con il cucinare (in relazione al pubblico cui la ricetta è rivolta ma anche al periodo storico) meno la descrizione dei passaggi è dettagliata, perché si presuppone sia chiaro ai destinatari.

GLI ALTRI INGREDIENTI E LA LORO EVOLUZIONE

Nella storia della diffusione sui media delle ricette sono andati inserendosi altri “ingredienti informativi”. In particolare:

- La narrazione della ricetta
- Le informazioni di servizio (tempo di preparazione, indice di difficoltà)
- Gli strumenti utilizzati
- Le foto del piatto
- Le foto della preparazione
- I video della preparazione

LA COMPOSIZIONE DEGLI INGREDIENTI INFORMATIVI

Il mix degli ingredienti informativi che possono comporre la narrazione di una ricetta ha una dipendenza da più elementi

- Le caratteristiche del media
- L'identità dell'autore
- La tipologia di pubblico in rapporto all'autore (chef per chef, chef per grande pubblico, cuochi non professionisti per casalinghi)
- Il target di riferimento
- Le tendenze storiche, le mode

LA RICETTA DAL QUOTIDIANO A TWITTER

La ricetta nasce come piccolo spazio, annotazione breve di ingredienti e preparazione nei giornali dell'Ottocento. La prima la troviamo sul Liverpool Mercury del 8 gennaio 1830: meno di 400 caratteri per preparare un beef stew, uno stufato; o un Meat loaf, un polpettone che il 28 settembre 1875 appare sul Aktinkson daily champion (Kansas).

Nel Novecento le ricette entrano nelle pagine che i giornali dedicano alle donne, alla conduzione delle case e del ménage familiare. Solo dagli anni '50 ha spazio nelle pagine espressamente dedicate al food a cominciare dai giornali americani.

Per i corsi e ricorsi della storia ritroviamo la ricetta in pillole oltre 150 anni dopo, tra il 2009 e il 2012, più o meno con le stesse caratteristiche dell'esordio su un nuovo medium, Twitter, quando la #twitterrecipe è un'autentica mania.

Ecco l'esempio di alcune mini-ricette di alcuni grandi chef in 140 caratteri, quella che era allora la misura massima di battute di un tweet:

Massimo Bottura: "Olio colatura di alici pomodorini e basilico per strozzapreti. Frullare squacquerone latte e peperoncino. Stenderlo alla base. Sedano crudo".

Enrico Bartolini: "Crema di patate novelle: 200 g Patate cotte in acqua salata, frulla con 100 g latte e 30 olio. Cospargi con capperi, limone bottarga".

Davide Scabin: "50g cipolla, 100ml olio, 1kg piselli, 10g sale, 1l acqua. Bollire x 7'-mixare-raffreddare-guarnire con menta-burrata-caviale-RHCP (pepper)".

Moreno Cedroni: "Eggs & bacon tonno: apri l'uovo in padella calda, frulla 20 g di lamponi 20g olio 5g aceto zucchero e sale. Stratifica col tonno affumicato".

L'EVOLUZIONE TRA QUOTIDIANI E RIVISTE

Le riviste che si diffondono nel Novecento (nel 1921 la Cucina italiana) diventano dei moltiplicatori di informazione sulla cucina.

Con la costruzione di una memoria scritta della cucina, si realizza un vero e proprio sapere costituito, stratificato. Le riviste parlano a un pubblico femminile, soprattutto alle donne di casa. E acquisiscono nuovi elementi: i tempi oltre ai procedimenti sono sempre più determinanti.

Diventano paradigmi del gusto in un certo momento storico, e anche indicatori delle convenzioni sociali associate ai fornelli: chi deve cucinare, per chi, con quali obiettivi

La terminologia impiegata si fa più semplice, familiare, allusiva a un mondo cognitivamente già disponibile alla lettrice. Allo stesso tempo, il tono diventa colloquiale, garbato, si arricchisce di divagazioni personali e spunti autobiografici.

"EPICUREE" VS FAMILIARI:

Dagli anni 70 sta in questa dicotomia tra epicuree verso familiari la caratteristica principale del mercato delle riviste che sono sempre più lo strumento rilevante di comunicazione delle ricette e dell'immaginario che ci sta intorno

Le riviste – così come i quotidiani – costruiscono la narrazione delle ricette in una relazione stretta con i lettori che inviano le loro, fanno domande, costruendo una community intorno alla testata.

L'INTUITO DI PELLEGRINO ARTUSI ANTICIPATORE DI UN NUOVO TIPO DI LINGUAGGIO

La relazione, la comunità che nell'informazione sul cibo sono uno dei primi luoghi di un rapporto nuovo tra media e lettori, un rapporto bidirezionale e che diventa il mantra di questi anni per un mondo dei media alla ricerca di nuovi modelli di business fondati sulla subscription e dunque sulla necessità della fiducia dei lettori.

Ma tutto questo ha un precursore in Pellegrino Artusi che arricchisce la sua Bibbia della cucina con gli UGC, gli user generated content, ovvero le ricette che riceve per posta da lettori e lettrici da tutta Italia.

Compie anche così la sua funzione di Garibaldi o Camillo Benso della cucina italiana che ha unito e diffuso su le diverse tradizioni regionali; di un Manzoni che ha contribuito a un'identità collettiva e a un lessico nazionale (Piero Camporesi)

La sua doppia rivoluzione è stata concentrarsi sui piatti casalinghi, in un'epoca in cui i ricettari erano scritti da e per i cuochi, e spiegarli in maniera colloquiale con una narrativa molto amichevole.

E anche questo segna una strada nella quale si ritroveranno la maggior parte delle riviste

L'IRRUZIONE DI INTERNET

Su Internet la ricetta entra a inizio anni Duemila come ricetta fondamentale testuale. Il sito Kataweb cucina dell'allora Gruppo Espresso, fu tra i precursori in Italia.

Il cambio di passo al finire del decennio quando ormai la ricetta che vede l'inserimento delle foto e la narrazione.

Esplosione i blog con i ricettari personali, per arrivare ad oggi con Instagram e il modello degli influencer

Cambia così anche l'approccio degli editori tradizionali che entrano con più forza dentro questo segmento dell'informazione. Costruendo proprie sezioni dove i contenuti sono articolati in un'architettura che ne consente l'indicizzazione e la ricerca per ingrediente, ricetta, territorialità. O acquisendo blog o siti che sono nel frattempo esplosi (come Giallo Zafferano acquistato da Mondadori).

A livello internazionale l'app Cooking del New York Times con le sue centinaia di migliaia di abbonati è sicuramente l'esperienza più interessante.

Non solo app e siti ma anche le newsletter come modello di informazione/relazione quotidiano a un'ora fissa che guida nella ricerca di idee e ricette.

LE NUOVE FRONTIERE AUDIO E VIDEO

Brevità, velocità, dimensione audio e video sono oggi sempre più rilevanti con il diffondersi di nuove piattaforme. E le caratteristiche comunicative di ognuna di loro determinano il modo di comporre gli ingredienti informativi. Tra le nuove esperienze in crescita sicuramente le ricette in audio, ascoltabili sugli smart speaker di Amazon o di Google; o le video ricette da un minuto sempre più popolari su TikTok.

Gli smart speaker controlleranno i nostri frigoriferi e ci daranno consigli su quali ricette preparare per non sprecare ciò che abbiamo in dispensa.

Non è la fine della ricetta scritta, ma l'era in cui la modulazione degli "ingredienti informativi" è sempre più legata alla tecnologia. Modellandosi per arrivare agli utenti in modi sempre più efficaci.