



FACCIAMO IL NOSTRO MESTIERE!

di Piero Valdiserra



Complice la pesante crisi economica in atto, dal mondo vitivinicolo trentino giungono echi - ripresi anche dalla stampa locale - di grandi manovre in corso. Ipotesi di acquisizioni, cessioni, scorpori, razionalizzazioni produttive, con nomi e cognomi dei buoni e dei cattivi, di chi ha vinto e di chi ha perso, dei sommersi e dei salvati.

E con il corollario di feroci polemiche e di messaggi più o meno cifrati, anch'essi spediti con i tempi e con le modalità della stampa...

Volano gli stracci, insomma, e a farne le spese è soprattutto la grande cooperazione trentina, quella stessa cooperazione che per tanti anni è stata additata a modello virtuoso, in regione e fuori.

A noi vengono spontanee alcune domande, che ci inducono per una volta a redigere un pezzo più caustico del solito. E ci chiediamo: dove erano fino a ieri quei giornalisti locali che ora sparano titoli scandalistici a tutta pagina, che di gusto inzuppano ora il pane nelle difficoltà del sistema cooperativo trentino, e che abitualmente, invece, erano sdraiati, stuoinati sulle sole dichiarazioni ufficiali degli addetti stampa aziendali? Che decantavano acriticamente le magnifiche sorti e progressive del vino dolomitico, salvo poi scoprire - dopo anni di melassa - che, oh cielo, non è tutto oro quel che riluce?

E, seconda domanda: dove sono i giornalisti del vino del resto d'Italia, che non si sono nemmeno accorti che in Trentino si sta combattendo una guerra di sistema dalle proporzioni gigantesche e dagli esiti imprevedibili? Oppure, e sarebbe peggio ancora, dove sono gli opinionisti, i bloggisti, le penne abrasive, che in questo caso preferiscono parlar d'altro e autocensurarsi?

Qualche tempo fa, un amico e collega di settore commentava con aria triste e con voce abbacchiata lo scarso interesse che suscita nel nostro Paese la stampa del vino. Aveva ragione: chi scrive di vino ha spesso il problema di farsi leggere. Ma, ci diciamo, se scrivere di vino è occuparsi di sagre paesane e di degustazioni di campagna, magari facendo "taglia e cuci" di comunicati stampa precotti senza nemmeno conoscere di prima mano ciò di cui si scrive, allora tutto si spiega. Se l'articolo medio riguarda

argomenti tipo la festa del vino aspreto di Roccacannuccia, con annesso buffet e presenza delle autorità, è comprensibile che i lettori – se va bene – siano solo quelli di Roccacannuccia...

La verità è che noi giornalisti dobbiamo ricordarci di fare il nostro mestiere. Scovare, organizzare e pubblicare le notizie: anche le notizie del vino. Punto. Se diamo ai lettori roba buona, roba vera, i lettori ci sono e continueranno a esserci. Se facciamo collage di dichiarazioni ufficiali, di cartelle stampa abborracciate e mal scritte, su iniziative improbabili, per nostra pigrizia, quieto vivere o viltà, non dobbiamo poi meravigliarci del disinteresse generale. Generale e meritato. I primi responsabili del nostro successo di pubblico, come pure del nostro insuccesso, siamo proprio noi.

