

LEXIA. RIVISTA DI SEMIOTICA

LEXIA. JOURNAL OF SEMIOTICS

19-20

Lexia

Rivista di semiotica

Direzione / Direction

Ugo VOLLI

Comitato di consulenza scientifica /

Scientific committee

Fernando ANDACHT

Kristian BANKOV

Pierre-Marie BEAUDE

Denis BERTRAND

Omar CALABRESE †

Marcel DANESI

Raúl DORRA

Ruggero EUGENI

Guido FERRARO

José Enrique FINOL

Bernard JACKSON

Eric LANDOWSKI

Giovanni MANETTI

Diego MARCONI

Gianfranco MARRONE

Isabella PEZZINI

Roland POSNER

Marina SBISÀ

Michael SILVERSTEIN

Darcilia SIMÕES

Frederik STJERNFELT

Peeter TOROP

Eero TARASTI

Patrizia VIOLI

Redazione / Editor

Massimo Leone

Editori associati di questo numero /

Associated editors of this issue

Pierre-Marie Beaude, Laura Bonato, Jean-Jacques Boutaud, Leonardo Caffo, Alessandra Chiappori, Elena Codeluppi, Cristina Demaria, Nicola Dusi, Ruggero Eugeni, Giovanni Filoramo, Alice Giannitrapani, Giorgio Grignaffini, Alessandra Guigoni, Stefano Jacoviello, Giovanni Leghissa, Massimo Leone, Paul Manning, Gabriele Marino, Gianfranco Marrone, Beatrice Morandina, Marina Ramos Serrano, Simon Rodway, Laura Rolle, Maria Alexandra Salamanques Amiel, Antonio Santangelo, Davide Sisto, Lucio Spaziantie, Simona Stano, Mattia Thibault, Federica Turco

Sede legale / Registered Office

CIRCE “Centro Interdipartimentale
di Ricerche sulla Comunicazione”

con sede amministrativa presso
l’Università di Torino

Dipartimento di Filosofia

via Sant’Ottavio, 20

10124 Torino

Info: massimo.leone@unito.it

Registrazione presso il Tribunale di
Torino n. 4 del 26 febbraio 2009

Amministrazione e abbonamenti /

Administration and subscriptions

Aracne editrice int.le S.r.l.

via Quarto Negroni, 15

00040 Ariccia (RM)

info@aracneeditrice.it

Skype Name: aracneeditrice

www.aracneeditrice.it

*La rivista può essere acquistata nella sezione
acquisti del sito www.aracneeditrice.it*

*È vietata la riproduzione, anche parziale, con
qualsiasi mezzo effettuata compresa la fotocopia,
anche a uso interno o didattico, non autorizzata*

I edizione: giugno 2015

ISBN 978-88-548-8571-4

ISSN 1720-5298-19

Stampato per conto della Aracne editrice
int.le S.r.l. nel mese di novembre 2014 presso
la tipografia «Ermes. Servizi Editoriali
Integrati S.r.l.» di Ariccia (RM).

«Lexia» adotta un sistema di doppio refe-
raggio anonimo ed è indicizzata in SCO-
PUS-SCIVERSE

«Lexia» is a double-blind peer-reviewed jour-
nal, indexed in SCOPUS-SCIVERSE

Lexia. Rivista di semiotica, 19–20

Cibo e identità culturale

Lexia. Journal of Semiotics, 19–20
Food and Cultural Identity

a cura di

edited by

Simona Stano

Contributi di

Simona Stano
Ugo Volli
Dario Mangano
Anne Parizot
Kilien Stengel
Jean-Jacques Boutaud
Francesco Galofaro
Franciscu Sedda
Francesco Mangiapane
Clémentine Hugol-Gential
Alexandre Eyries
Pascal Lardellier
Alain Perusset
Stefano Traini
Massimo Leone
Stéphane Dufour
Dario Martinelli

Elisa Gasti
Bruno Surace
Diego Maté
Gianfranco Marrone
Jean-Paul Petitimbart
Audrey Moutat
Marianna Boero
Alessandra Chiappori
Francesco Buscemi
Giacomo Festi
Axel Gryspeerdt
Andrea Catellani
Paola Mulas
Jenny Ponzio
Lorenzo Bianciardi
Guido Ferraro



Copyright © MMXV
Aracne editrice int.le S.r.l.

www.aracneeditrice.it
info@aracneeditrice.it

via Quarto Negroni, 15
00040 Ariccia (RM)
(06) 93781065

ISBN 978-88-548-8571-4

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,
di riproduzione e di adattamento anche parziale,
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

*Non sono assolutamente consentite le fotocopie
senza il permesso scritto dell'Editore.*

I edizione: giugno 2015

La ricerca che ha portato a questo volume è stata finanziata e svolta
presso il Dipartimento di Filosofia e Scienze dell'Educazione
dell'Università degli Studi di Torino con la collaborazione
dell'Università Italo-Francese (UIF/UFI) e dell'Université de Bourgogne (UB).

Indice / Table of Contents

- II Prefazione / Preface
Simona Stano

Parte I **Teorie**

Part I **Theories**

- 17 Note per una semiotica del cibo
Simona Stano
- 37 Du goût alimentaire au goût esthétique... et retour
Ugo Volli
- 49 Il senso del buono. Dieci tesi per una teoria del food design
Dario Mangano
- 65 Gastronomie : entre transparence et opacité. Un jeu d'ombre et de lumière
Anne Parizot
- 81 La dégustation du vin : un acte expérientiel et identitaire entre théâtralisation et culturalisation
Kilien Stengel

Parte II **Cibosfere e identità culturali**

Part II **Foodspheres and Cultural Identities**

2.1 "Traduzioni" alimentari / *Food "Translations"*

- 99 L'alimentation entre identité et altérité. Le Soi et l'Autre sous différents régimes
Simona Stano, Jean-Jacques Boutaud

- 117 Wine: a Junction between Cultures
Francesco Galofaro

2.2 “Tradizioni” alimentari /
Food “Traditions”

- 133 *Su porceddu*. Breve storia culturale del piatto simbolo della Sardegna fra XVI e XX secolo
Franciscu Sedda
- 153 L’invenzione della cucina nordica
Francesco Mangiapane

2.3 Contesti alimentari /
Food Contexts

- 169 Le repas à l’hôpital et ses enjeux identitaires
Clémentine Hugol–Gential
- 183 De la rivalité communautaire à la ré–agrégation identitaire : une analyse sémio–anthropologique de la « troisième mi–temps » au rugby
Alexandre Eyries
- 197 Un anthropologue au Clos Vougeot : une analyse sémio–anthropologique de l’intronisation dans la « Confrérie des Chevaliers du Tastevin »
Pascal Lardellier
- 213 De l’émotion gustative à la forme de vie. Le parcours identitaire d’une marque de restauration rapide
Alain Perusset

2.4 Alimentazione e digiuno tra riti sacri e profani /
Eating and Feasting between Sacred and Profane Rituals

- 233 Il cibo e la commensalità nella prospettiva del Gesù storico
Stefano Traini
- 247 Le Dieu mâché : idéologies du sens religieux et mastication
Massimo Leone
- 265 Le jeûne ou la faim d’autre chose : réflexions sur le sens spirituel du jeûne postmoderne
Stéphane Dufour

Parte III
L'alimentazione tra linguaggio e comunicazione

Part III
Food between language and communication

3.1 Cinema /
Cinema

- 283 The Naïve, the Eccentric and the Maniac: On the Filmic Representation of Vegetarians
Dario Martinelli
- 299 Immaginari del cibo, cibi dell'immaginario. Riflessioni semiotiche attorno alla rappresentazione cinematografica del sushi
Elisa Gasti, Bruno Surace

3.2 Videogiochi /
Videogames

- 313 Comer, jugar: encuentros y sinsabores del videojuego y la comida
Diego Maté

3.3 Pubblicità /
Advertising

- 331 La forma del latte. Allusioni erotiche ed emergenze del reale
Gianfranco Marrone
- 347 Sémiotique et transculturalité : vers un espéranto du discours marchand ?
Jean-Paul Petitimbart
- 367 Communiquer le goût et la scène alimentaire par l'image. Étude des scénographies gourmandes des packagings de plats cuisinés
Audrey Moutat
- 383 L'uomo in famiglia. Cibo e identità di genere nei racconti pubblicitari
Marianna Boero
- 397 La Riviera dell'olio. Strategie di costruzione dell'identità alimentare tra denominazione di origine protetta e immaginario turistico
Alessandra Chiappori

3.4 Comunicazioni di massa /
Mass Media

- 419 New Meat and the Media Conundrum with Nature and Culture
Francesco Buscemi
- 435 Mangiare altro. La mediatizzazione delle identità culturali nei
format televisivi gastronomici
Giacomo Festi

3.5 Nuovi media /
New Media

- 451 Goûts et engouements sur Pinterest. Logiques de tables et logi-
ques de collections dans des tableaux d'affichage virtuel relatifs à
l'alimentation
Axel Gryspeerdt
- 465 Vin nature et vin biologique : observations sur quelques aspects
de la communication œnologique
Andrea Catellani

3.6 Arti /
Arts

- 481 Vino e arte. La *Difesa della Natura* di Joseph Beuys presso la cantina
Zaccagnini a Bolognano in Abruzzo
Paola Mulas

Recensioni

Reviews

- 493 Giovanni Manetti, *In principio era il segno. Momenti di storia della
semiotica nell'antichità classica*, Bompiani, Milano 2013, 340 pp.
Jenny Ponzio
- 499 Gianfranco Marrone (a cura di), *Buono da pensare*, Carocci, Roma
2015, 344 pp.
Simona Stano
- 505 Dario Martinelli, *Lights, Camera, Bark!*, Technologija, Kaunas 2014,
296 pp.
Lorenzo Bianciardi

- 515 Herman Parret, *Le Son et l'Oreille. Six essais sur les manuscrits saussuriens de Harvard*, Lambert–Lucas, Limoges 2014, 154 pp.
Guido Ferraro
- 519 Stefano Traini, *Le basi della semiotica*, Bompiani, Milano 2012, 288 pp.
Alessandra Chiappori
- 529 Note biografiche degli autori / *Authors' Bionotes*
- 543 Call for papers

Prefazione / Preface

SIMONA STANO

A Cocco,
per ogni sapore condiviso

Nel 1825 Jean–Anthelme Brillat–Savarin apriva le gustose “meditazioni gastronomiche” della *Physiologie du goût* con un aforisma ben presto divenuto celebre: “Dimmi cosa mangi e ti dirò chi sei”. Analogamente, nel 1862 Ludwig Feuerbach sceglieva la formula *der Mensch ist, was er isst* per completare il titolo di un saggio dedicato al tema del rapporto tra psiche e corpo, rimarcando che “l’uomo è ciò che mangia”. Componente ineliminabile della nostra vita quotidiana, l’alimentazione costituisce in effetti una delle prime sfere in cui manifestiamo il nostro *gusto* — termine che, significativamente, fa riferimento tanto al senso specifico per mezzo del quale riconosciamo e controlliamo il sapore delle sostanze introdotte nel cavo orale, quanto, per estensione, alla sensibilità del buono e del bello, ovvero alle nostre preferenze o apprezzamento per ciò che ci circonda. Prese le dovute distanze da ogni sorta di determinismo, dunque, sia l’aforisma introdotto da Brillat–Savarin sia la formula feuerbachiana continuano a essere di estrema attualità nei loro rimandi al tema del rapporto tra cibo e questioni identitarie.

Un tema fondamentale e sempre più frequentemente al centro di dibattiti pubblici, esposizioni universali e comunicazioni multimediali; eppure non ancora adeguatamente approfondito a livello accademico, in particolar modo nell’ambito delle scienze umane e sociali. Nel tentativo di rispondere a tale esigenza, il numero 19–20 di *Lexia* propone una riflessione a più voci sui legami tra i segni, i testi, i discorsi e le pratiche inerenti all’universo alimentare, da un lato, e i processi di costruzione e le forme di espressione dell’identità culturale — o, meglio, delle identità culturali —, dall’altro.

Una prima sezione raccoglie alcuni saggi a carattere prettamente teorico ed epistemologico sulle possibilità di esistenza e le caratteristiche proprie di uno studio semiotico dell’alimentazione (Stano, *Note per una semiotica del cibo*), sulle problematiche relative alla definizione del gusto tra dimensione estetica e universo gastronomico (Volli, *Du goût alimentaire au goût esthétique... et retour*) e sul cosiddetto “food design” (Mangano, *Il senso del buono. Dieci tesi per una teoria del food design*). Seguono alcune osservazioni sulle

pratiche di degustazione enologica (Stengel, *La dégustation du vin : un acte expérientiel et identitaire entre théâtralisation et culturalisation*), precedute da una riflessione di natura sociosemiotica sul ruolo svolto dalla dimensione visiva — e, in particolare, da trasparenze e opacità — nell'esperienza gastronomica (Parizot, *Gastronomie : entre transparence et opacité*).

Nella seconda parte l'attenzione viene rivolta più specificamente al problema della definizione dell'identità e dell'alterità in relazione all'alimentazione. Se nella cucina si traduce inconsciamente la struttura di una società, come ha messo in evidenza Claude Lévi-Strauss (1965), l'universo gastronomico va analizzato in quanto depositario delle tradizioni e delle identità di gruppo (Montanari 2004). Veicolo di identità e alterità, il cibo si configura anche e soprattutto come luogo di incontro — o scontro — tra diverse culture, tanto più in un mondo segnato da continui spostamenti, incroci e contaminazioni. Si tratta, dunque, di interrogarsi in primo luogo sulle caratteristiche intrinseche alle odierne “cibosfere” (Stano 2014) e sui segni, i discorsi e le pratiche che ne hanno segnato l'evoluzione, problematizzando denominazioni e concetti di cui sovente si è abusato nel commercio alimentare, ma che non risultano ancora adeguatamente approfonditi dal punto di vista accademico. I primi saggi proposti offrono alcune riflessioni teoriche sui processi di definizione dell'identità e dell'alterità e sulle cosiddette “traduzioni” del codice alimentare, considerato nel suo insieme (Stano e Boutaud, *L'alimentation entre identité et altérité. Le Soi et l'Autre sous différents régimes*) e nel caso specifico del vino (Galofaro, *Wine: a Junction between Cultures*). Segue una sezione dedicata alle cosiddette “tradizioni” alimentari: Sedda (Su porceddu. *Breve storia culturale del piatto simbolo della Sardegna*) propone un'accurata ricostruzione storico-culturale di uno dei piatti più noti della cucina sarda, mentre Mangiapane (*L'invenzione della cucina nordica*), sulla scia di Hobsbawm e Ranger (1983), torna a porre l'accento sul concetto stesso di tradizione a partire dall'analisi del Noma di Copenaghen, più volte incoronato miglior ristorante del mondo. Troviamo in seguito una serie di riflessioni sul senso del cibo in particolari contesti — dall'ambito ospedaliero (Hugol-Gential, *Le repas à l'hôpital et ses enjeux identitaires*) a quello sportivo (Eyries, *De la rivalité communautaire à la ré-agrégation identitaire : une analyse sémio-anthropologique de la “troisième mi-temps” au rugby*) — ed esperienze enogastronomiche — dalla cerimonia di assegnazione del titolo borgognone di “Chevalier du Tastevin” (Lardellier, *Un anthropologue au Clos Vougeot. Une analyse sémio-anthropologique de l'intronisation dans la « Confrérie des Chevaliers du Tastevin »*) a particolari forme di ristorazione veloce (Perusset, *De l'émotion gustative à la forme de vie. Le parcours identitaire d'une marque de restauration rapide*). Chiudono la parte centrale alcuni saggi dedicati all'alimentazione tra riti sacri e profani: Traini (*Il cibo e la commensalità nella prospettiva del Gesù storico*) riconsidera il tema della commensalità

in relazione al “Gesù storico” e al “Gesù idealizzato” dalle prime comunità cristiane; Leone (*Le Dieu mâché : idéologies du sens religieux et mastication*) propone un’interessante lettura semiotica della masticazione come metafora di un processo interiore che, intervenendo in maniera particolare sul cibo, simboleggia un particolare rapporto con la realtà trascendente — e, più in generale, con la pratica interpretativa; Dufour (*Le jeûne ou la faim d’autre chose : réflexions sur le sens spirituel du jeûne postmoderne*), infine, si concentra sul digiuno, oscillando tra richiami alla tradizione religiosa e “riti postmoderni”.

La terza e ultima parte è dedicata all’analisi dei linguaggi e delle forme di comunicazione che riguardano l’universo alimentare: dal cinema alle più svariate forme artistiche, dai programmi televisivi ai videogiochi, dagli annunci pubblicitari ai social network, il cibo è al centro di numerosi discorsi che lo analizzano e raccontano, investendolo di molteplici valori e inserendolo in programmi narrativi multiformi. Quali sono le tracce lasciate da simili discorsi? E in che modo tali processi influiscono sulla nostra percezione della realtà? Quali sono, infine, le potenzialità dei mezzi di comunicazione di massa e dei cosiddetti “nuovi media” nei confronti della rappresentazione del cibo e del gusto — e, in particolare, della loro dimensione culturale? In risposta a simili domande, una ricca collezione di saggi prende in considerazione numerosi casi di studio e forme di comunicazione, a partire dall’ambito cinematografico: Martinelli (*The Naïve, the Eccentric and the Maniac: On the Filmic Representation of Vegetarians*) propone una tipologia delle rappresentazioni filmiche dei vegetariani, ricostruendo le strutture semio-narrative e le principali isotopie rintracciabili a partire da un ampio e variegato corpus di testi, mentre Gasti e Surace (*Immaginari del cibo, cibi dell’immaginario. Riflessioni semiotiche attorno alla rappresentazione cinematografica del sushi*) analizzano tre produzioni contemporanee per delineare i tratti principali dell’immaginario occidentale del sushi. Con l’articolo di Maté (*Comer, jugar: encuentros y sinsabores del videojuego y la comida*) l’attenzione si sposta sui videogiochi, con una ricostruzione storica che descrive le principali fasi delle contaminazioni tra universo ludico e alimentare. Una ricca sezione è in seguito dedicata alla comunicazione pubblicitaria: prendendo in considerazione lo specifico caso del latte, Marrone (*La forma del latte. Allusioni erotiche ed emergenze del reale*) propone alcune riflessioni di ampio respiro sull’attuale crisi della pubblicità alimentare e le sue possibilità di riscatto; Petitimbart (*Sémiotique et transculturalité : vers un espéranto du discours marchand ?*) presenta un’analisi di ispirazione greimiana incentrata sulla campagna internazionale di una *blue chip*, mettendo a confronto contesti caratterizzati da diverse abitudini alimentari e pratiche culinarie; Moutat (*Communiquer le goût et la scène alimentaire par l’image. Étude des scénographies gourmandes des packagings de plats cuisinés*) si concentra sul

packaging e sugli effetti estesici e di senso che ne scaturiscono. Seguono gli articoli di Boero (*L'uomo in famiglia. Cibo e identità di genere nei racconti pubblicitari*), che riserva particolare attenzione alla dimensione di genere, e Chiappori (*La Riviera dell'olio. Strategie di costruzione dell'identità alimentare tra denominazione di origine protetta e immaginario turistico*), che si concentra sul legame tra territorio e comunicazione alimentare. Buscemi (*New Meat and the Media Conundrum with Nature and Culture*) sposta l'attenzione sui mezzi di comunicazione di massa, prendendo in considerazione la recente comparsa di nuovi tipi di carne sintetica o in vitro e l'annosa questione del rapporto tra Natura e Cultura; Festi (*Mangiare altro. La mediatizzazione delle identità culturali nei format televisivi gastronomici*) riflette invece sulle peculiarità del mezzo televisivo, ricollegandosi alla riflessione sulle identità culturali in relazione all'alimentazione. Con il saggio di Gryspeerdt (*Goûts et engouements sur Pinterest. Logiques de tables et logiques de collections dans des tableaux d'affichage virtuel relatifs à l'alimentation*) — dedicato al fenomeno di estetizzazione dell'esperienza alimentare legato ai social network — si entra nell'ambito dei cosiddetti “nuovi media”, in cui si inserisce anche il contributo di Catellani (*Vin nature et vin biologique : observations sur quelques aspects de la communication œnologique*), incentrato sulla comunicazione del vino e sui recenti miti del *terroir* e della produzione biologica. Le medesime tematiche tornano nell'articolo di Mulas (*Vino e arte. La Difesa della Natura di Joseph Beuys presso la cantina Zaccagnini a Bolognano in Abruzzo*), che chiude la terza e ultima parte concentrandosi sull'universo artistico.

Un numero estremamente ricco e variegato, non soltanto in termini di casi di studio e campi di interesse, ma anche per i molteplici richiami a diversi domini disciplinari e apparati metodologici. Tale ricchezza è dovuta all'eccezionale entusiasmo con cui la comunità scientifica ha accolto il presente numero di *Lexia*, oltre all'interesse suscitato dal convegno internazionale *Goût et identité culturelle* (Digione, 17–18 dicembre 2014, co-diretto dalla curatrice della presente pubblicazione e da Jean-Jacques Boutaud), tra i cui atti il processo di *peer-reviewing* ha selezionato interessanti contributi. Un vero e proprio “melting pot” dove linguaggi, teorie e pratiche di analisi si incontrano e in certa misura si fondono gli uni con gli altri per alimentare l'incessante “ribollire” dei cosiddetti *food studies*, oggi più fervente che mai. Una “cucina” dei *sensi* e del *sensò*, in cui *sapòre* e *sapere* recuperano i legami etimologici in una miscela che, ci auguriamo, possa rivelarsi non soltanto *gustosa* per il lettore, ma anche in grado di “nutrire” ulteriormente la *conoscenza* e la *comprensione* di simile ambito di studi.