

Cucina politica: percorsi semiotici

Gianfranco Marrone

1. Governare il dettaglio

Il titolo del celebre film di Tassos Boulmetis del 2003 in italiano usa un iponimo (*Un tocco di zenzero*), così come accade in spagnolo (*Un toque de canela*). In inglese s'è preferito adoperare piuttosto un iperonimo (*A Touch of Spices*). In portoghese (*O tempero da vida*) sparisce l'isotopia delle spezie ma resta, per metafora gustativa, l'idea di essenzialità (il sale è il gusto per definizione), del particolare che fa la differenza. L'originale greco recita invece *Πολιτική Κουζίνα*, espressione dal valore semantico doppio, dato che possiamo tradurla sia come *La cucina della città* (intesa come Istanbul, centro urbano che investe il cuore della vicenda) oppure, meglio, come *Cucina politica*. Tutti questi titoli, rispetto alla trama del film, formano una rete isotopica che provvede, certamente per puro caso, a fornirne un'efficace interpretazione.

Nel film si parla molto di cucina, intesa come arte del dar piacere che si fa strumento di coesione sociale e di parallela esclusione, dunque fautrice di identità costituite per relazione differenziale. E si parla ancor di più di spezie, del loro potere sottile e penetrante nel fare e disfare le pietanze, rimarcando come la gastronomia, in generale e in particolare, sia l'esito

più o meno riuscito di infinite, minuscole variazioni: di modo che, più che in ogni altra circostanza, essa rende conto del fatto che Dio, o se si vuole il diavolo, sta nel particolare. Un tocco di cannella nelle polpette è inconcepibile, per alcuni, celestiale per altri: apprezzarne o disprezzarne la presenza nel macinato significa stare da una parte o dall'altra, creare affiliazioni e allontanamenti, comprensioni profonde o ciclici rimbrotti.

E nel film si parla moltissimo anche di politica, una politica che si fa (più e ancora che con le istituzioni statali e le sue uniformi, la gestione cieca della cosa pubblica e delle sue fatali ripercussioni su popolazioni intere o piccoli gruppi) proprio con la cucina: con la sua energica capacità di amministrare – per via del palato e dell'intero apparato digerente – affetti e amori, gusti e disgusti. Nel corso della vicenda si sta molto a tavola, essenzialmente in famiglia, e ovviamente tantissimo fra i fornelli, regno delle donne o di chi ne fa le veci; ma si sta parecchio anche in bagno, e si vomita in continuazione. La cucina è politica proprio per questo: perché sa come governare il corpo nella sua interezza e nella sua complessità, ivi compresi gli orifici d'entrata (euforia) e uscita (disforia) di sostanze altre che ne costituiscono pur tuttavia la carne.

Così, da una parte cucina e politica appaiono come due semiosfere molto diverse fra loro. Il calore della vita familiare viene congelato dalle istanze politiche: quando i dissapori etnici fra Turchia e Grecia si intensificano, il governo di Ankara rispedisce ad Atene le migliaia di greci che da tempo immemore vivono a Istanbul, in quella Costantinopoli estremamente amata che è la Città per eccellenza. Il nonno da una parte, il nipote dall'altra: si aspetteranno per tutta la vita ma non si incontreranno mai più. Analogamente il protagonista da una parte, la donna che ama dall'altra: si rivedranno, alla fine, quando è ormai troppo tardi, a ragione di un'esistenza avvelenata da odi etnici brutalmente diventati scontri politici. Eppure, da un'altra parte, considerando più a fondo la questione, la cucina e la politica sono entrambe strategie e tattiche per governare i dettagli, conferendo loro ora un senso ora un altro a seconda dello sguardo con cui li si mette a fuoco oppure, contrariamente, li si perde di vista. Se considerati da lontano, fra greci e turchi, come insegnano le rispettive cucine, c'è molta affinità, sembra mangino le stesse cose. Se visti da vicino

si coglie invece il baratro che li divide, il quale sta, sempre considerando la cucina come parametro esemplare, nel modo diverso in cui usano le medesime spezie, i medesimi ingredienti. Laddove i primi nascondono aglio e cipolla nelle carni dell'agnello prima di metterlo in forno, i secondi ne cospargono la superficie, come a donargli un nuovo vello. Ma il sapore, alla fine, sarà uguale? Dipende dal grado di sagacia del palato di chi li assaggerà, dalla più o meno acuta capacità di percepire sottigliezze, come, per esempio, una minuscola aggiunta di spezie nelle polpette.

2. Presupposti epistemologici

La visione del film di Boulmetis costituisce un ottimo esperimento di pensiero per introdurre la questione che questo libro ha discusso: quella, appunto, delle relazioni fra il gusto (inteso principalmente, ma non solo, nel suo valore gastronomica) e la politica (meglio se declinata al plurale, date le varie accezioni di senso che può assumere nei differenti contesti in cui ricorre). Ma se in questo film il nesso cucina-politica si regge più che altro su una relazione metaforica, su un'analogia ora rovesciata ora rimessa in piedi, in altro genere di discorsi e altre forme di testo, o se si vuole in altre conformazioni culturali, possono darsi ulteriori, e forse più interessanti, modi di relazione. Quelli che qui proveremo a individuare provengono da una considerazione semiotica del problema. Molti di essi si ritrovano nei vari saggi del volume che si sta per concludere, dove la teoria della significazione ha incrociato – programmaticamente – altre prospettive disciplinari come gli studi mediologici, la storiografia dell'alimentazione, la sociologia della traduzione, l'antropologia culturale, l'etica delle scelte alimentari, la storiografia filosofica.

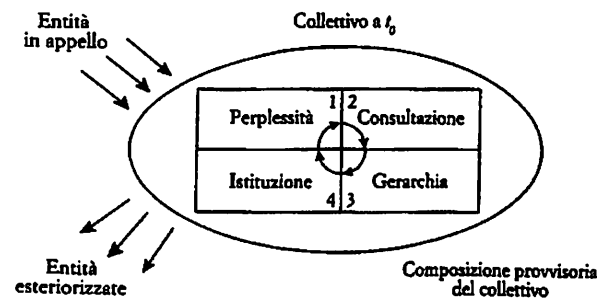
Diremo, per iniziare, che cucina e politica – con terminologia dei formalisti russi – sono due 'serie' culturali che raramente si incontrano; o meglio: che si incontrano spesso, ma di rado viene tematizzato criticamente questo loro incontro. Quando lo si fa, di solito si parla di politiche della produzione agro-alimentare (industria *vs* agricoltura, sfruttamento intensivo dei suoli, allevamento su larga scala etc.), di politiche della distribuzione degli alimenti nel pianeta (paesi ricchi *vs* paesi poveri, concentrazione del cibo in pochissime multinazionali), di politiche del consumo enogastronomico

(questioni di salute pubblica, dietetica, disturbi alimentari, *fast vs slow*), di usi del cibo in particolari congiunture politiche (per es. l'agricoltura durante il fascismo, la produzione del grano nelle pianificazioni sovietiche, il *food activism* etc.), di processi di costruzione di identità storico-antropologiche legate all'alimentazione e alla cucina. Quest'ultimo caso, l'unico in cui emerge il tema della prassi culinaria, è quello che, mi pare, sia stato più messo in rilievo nel presente volume, e in generale più volte discusso negli studi semiotici sulla cucina, il cibo, il gusto, la commensalità¹. Quel che vorrei provare a mostrare qui è che, però, la maggior parte di tali questioni – ognuna delle quali di basilare importanza sociale e, appunto, politica – poggia su alcuni presupposti epistemologici nascosti, su quello che chiamerei l'*impensato* delle (molteplici) relazioni fra cucina e politica. E che vorrei provare a ricomporre nelle pagine che seguono.

Partiamo da alcune definizioni semplici. Possiamo intendere la cucina come quella serie di procedure atte alla trasformazione di sostanze del mondo a fini alimentari, una trasformazione orientata poiché valorizzazione basata su preesistenti codici gustativi spesso impliciti. Analogamente possiamo intendere la politica come l'insieme delle diverse forme di organizzazione e di gestione del mondo comune, le quali comportano, anche qui, una parallela valorizzazione – sulla base di un qualche sistema di valori – delle sue entità, l'istituzione di una qualche gerarchia (o una sua più o meno utopica negazione), foss'anche quella fra rappresentanti e rappresentati. Si tratta della stessa procedura di valorizzazione? Apparentemente no: nel primo caso si valorizzano sostanze non umane, nel secondo soggetti umani. Ma, se diverso è l'oggetto della valorizzazione, forse le procedure formali sono analoghe, o quanto meno concomitanti. Mettiamo per un po' da parte la cucina e il cibo, e occupiamoci della politica. Generalmente, si pensa la politica come l'opposto della scienza: se quest'ultima si occupa dei *fatti*, dell'oggettività muta del mondo, della natura e delle sue leggi, la politica si occupa dei *valori*, delle soggettività e dell'intersoggettività, della società e dei contrasti o dei contratti che in essa si svolgono. È come se politica e scienza si fossero divise i compiti, per agire in modo complementare, di conserva. Questa concezione tuttavia, come ha mostrato Latour (1999), è oggi fortemente in discussione

e, con buona probabilità, non è nemmeno mai stata operativa. Benché derivi della nota narrazione platonica della Caverna, la distinzione politica/scienza (e valori/fatti) è di ascendenza moderna, di una modernità, come ha osservato ancora Latour (1991), che però non si è mai effettivamente realizzata. La distinzione fatti/valori, in altre parole, dalla quale deriverebbe quella fra politica e scienza, non è altro che una petizione di principio, fortemente rivendicata in teoria ma perennemente rinnegata sia nella pratica politica sia nella ricerca scientifica. La politica appoggia il suo poter-fare sull'autorità veridittiva della scienza, laddove quest'ultima costituisce il suo dir-vero sull'autorità pragmatica della politica. Come dire che fatti e valori possono essere posti come separati a partire da un doppio presupposto: innanzitutto si costituiscono reciprocamente, per vicendevole negazione, e in seguito provvedono a celare tale loro costituzione autorappresentandosi come fatti 'puri' e valori 'ideali'.

Tanto vale allora, continua Latour, istituire una vera e propria "politica della natura" ridisegnando la struttura del Parlamento su cui essa si appoggia, immaginando pertanto un mondo realmente comune dove siano compresi tutti gli esseri – politici e scientifici, umani e non umani – spezzando in due le 'camere' dei fatti e dei valori onde poterle diversamente riarticolare. Questo ne sarebbe lo schema:



Perplessità e Istituzione sono processi di fabbricazione dei fatti, assicurando l'entrata di nuove entità nel collettivo e trovando loro una collocazione rispetto alle altre già presenti; Consultazione e Gerarchia stan-

no invece dal lato dei valori, occupandosi di riconfigurare la valenza di tali entità rispetto alle altre già presenti. Tali entità, interne ed esterne, hanno nature diverse, essendo appunto sia umane (individui, famiglie, gruppi...) sia non-umane (animali, tecnologie, sogni...), ed entrano in relazioni diverse a seconda delle politiche cui sono soggette: epifania di perplessità e necessità di consultazioni; proposta di nuove gerarchie e loro istituzionalizzazione.

Sembrano concetti astratti, ma invero si tratta di una proposta teorica che prova a rispondere a continue e concretissime esigenze e problematiche che quotidianamente sorgono nella nostra società al tempo stesso premoderna e postmoderna, durissima e liquida. Si pensi anche soltanto alla complessa tematica dell'Antropocene, era geologica forse meno recente di quanto non si pensi, ma comunque in ogni caso ben presente oggi, di modo che ogni distinzione fra natura e società, fatti puri e valori ideali, ha perduto ogni ragionevole base ontologica (Pellegrino e Di Paola 2017). Oppure si pensi a tutte le odierne problematiche legate al 'ritorno' delle specie animali che si stavano estinguendo – lupi, cinghiali, orsi, balene – e che proprio grazie alle preoccupazioni ecologiste hanno ripreso a entrare in competizione anche violenta con gli esseri umani (Despret 2002).

In altra sede avevamo proposto un esempio tratto dal mondo della gastronomia, quello del vino cosiddetto naturale, biologico o *organic* (Marrone 2015, 2016). Il vino naturale, per usare la menzionata concettualizzazione di Latour, è la classica *entità in appello* che richiede di *entrare nel collettivo*; da cui il problema della sua eventuale *presa in considerazione*, ovvero di configurarlo come entità a sé stante, diversa e autonoma rispetto al vino convenzionale, da parte di enologi e critici del settore, così come del pubblico dei consumatori. Emergono *perplessità* circa il suo valore, con tutte le reazioni del caso (“puzza”, “è imbevibile”...), ma anche rivendicazioni positive nei suoi confronti, non solo ontologiche ma anche etiche. A costituirlo come entità è difatti l'assunzione di una diversa etica della sua produzione, del suo essere *fatto* (aggettivo) come *fatto* (sostantivo). Scatta così il problema della sua *istituzione* (a un certo punto esso entra a far parte del sistema del vino, con etichette e marchi: da cui per es. la differenza fra 'naturale', termine generico, non marcato, e 'biologico', termine invece

marcato, frutto di una precisa forma di riconoscimento con bollini, disciplinari etc.). E infine la questione della *gerarchia* (sarà il vino naturale più o meno buono del vino convenzionale?), finendo per riorganizzare tutto il comparto enologico e, oggi, non dar più adito a discussioni e problemi.

3. Commestibile e mangiabile

Come ho già provato a argomentare (Marrone 2010), tale ragionamento è di grande giovamento per la teoria della significazione. In particolare modo varrà per la semiotica della gastronomia e, ancora di più, per il ripensamento semiotico del nesso fra cucina e politica che qui stiamo provando a portare avanti.

Prendiamo il caso più generale, quello su cui le scienze sociali e antropologiche si sono interrogate a lungo: la relazione assai ambigua fra ciò che è *commestibile* (e non commestibile) secondo natura, che cioè è digeribile senza dar adito a disturbi, malattie o peggio, e ciò che è *mangiabile* (o immangiabile) secondo cultura, ossia tutto ciò che per tabù religiosi o abitudini inveterate non viene assunto come cibo da comunità più o meno ampie di persone. A questo proposito si usa ripetere che l'uomo è naturalmente onnivoro ma culturalmente schizzinoso. Pochissimi sono quelli che, dopo lungo e opportuno training, riescono a mangiare veramente tutto (Fischler 1990; Steingarten 1997).

Reinterpretando tale distinzione in termini hjelmsleviani, potremo dire che il commestibile è la *materia* (come il noumeno kantiano, puramente pensabile, ideale e astratta, senza alcuna manifestazione sensibile), mentre il mangiabile è la *sostanza*, ciò che, opportunamente (culturalmente) formato, viene nella prassi sociale concreta effettivamente mangiato (o rifiutato), dunque sensorialmente esperito, manifestato. La materia, si sa (Marrone 2018), è qualcosa che è supposta stare prima, ma che può essere ricostruita solo dopo che viene manifestata in più sostanze, dunque andrebbe intesa come una specie di condizione di possibilità della traduzione (ricordiamo l'esempio dell'*I don't know* ridotto in varie lingue e dell'indicibile *purport* semantico comune – Hjelmslev 1943). Analogamente vale per commestibile e mangiabile. In linea di principio, infatti, la sfera del commestibile è più ampia di quella del mangiabile: la schizzinosità

umana starebbe proprio in questa opera di riduzione, rendendo vietato ciò che non fa assolutamente male, considerando cattivo da pensare ciò che tuttavia è buono da mangiare. In linea di fatto le cose stanno però al contrario: ciò che è immangiabile per cultura, retroagendo sul corpo, diventa non commestibile per natura. Mangiare ciò che è tabù fa star male, diviene cattivo, velenoso, infido. Se un musulmano mangia del maiale, o l'indù della carne di vitello, vomitano all'istante, esattamente come quei personaggi del film di Boulmetis che non amano lo zenzero – o meglio la cannella – nelle polpette. Il disgusto immaginario si fa disgusto fisico, cioè disgusto indotto. Cosa che vale, a prima vista paradossalmente, più che a partire dai grandi tabù religiosi (*norma*), dai divieti sociali impliciti (*uso*) e forse ancora di più dalle piccole idiosincrasie personali (*parole*). Così, se un occidentale mangia un cane o una scimmia sta male, mentre un cinese o un indonesiano restano perfettamente in salute. Se analogamente un greco mangia le polpette con la cannella – come si usa in Turchia – avrà la medesima reazione. Il gusto è politico: varia a seconda delle culture e dei paesi, delle società e delle famiglie, dei singoli individui.

Il problema a questo punto, semioticamente, è quello della *forma*, ossia dell'esito delle azioni politiche che fanno sì che qualcosa sia ora commestibile ora incommestibile, ora mangiabile e ora immangiabile. Occorre decidere che cosa sta dentro e che cosa fuori dal mondo comune gastronomico: laddove la linea di demarcazione (la *forma*, appunto), in tutti i casi, non è affatto biologica, e forse nemmeno antropologica, ma politica. Sappiamo per esempio come la problematica del nesso commestibile/mangiabile, velenoso/vietato, valga praticamente per qualsiasi sostanza o ingrediente che entra nelle cucine e, da lì, passa agli stomaci. Vale per le verdure come per i pesci, per la frutta come per la carne: la cucina rende mangiabili molte sostanze non commestibili.

Sofferamoci sul caso delle carni animali. Al di là delle grandi interdizioni religiose (e facendo – relativa – economia delle odierne, delicate questioni legate al vegetarianismo e al veganismo, così come all'animalismo), a livello dei tabù impliciti, ovvero degli usi sociali, quali animali sono mangiabili – o non mangiabili – nelle varie culture? e, soprattutto, perché? La risposta a quest'ultima domanda, includendo la prima, sta

nella forma politica che si dà alla materia commestibile per farne sostanza mangiabile. E questa forma, molto probabilmente, è di natura enunciativa, e più specificamente è legata alla relazione spaziale e affettiva che si dà tra uomo mangiante e animale mangiato (o rifiutato). Per quale ragione nei paesi occidentali mangiare cani, e spesso anche gatti, è considerato tabù e dunque suscita disgusto? mentre per i polli o le vacche non è così? La risposta non sta nell'animale in sé, ma nella relazione prossemica che esso ha con gli esseri umani. Cani e gatti sono *pet*, stanno in casa, sono 'domestici', hanno una relazione affettiva coi loro padroni, dunque non si mangiano. Si mangiano invece conigli e galline, pecore e vitelli, che non stanno in casa ma nelle sue immediate vicinanze: nel cortile, nell'aia, nella stalla. Essi hanno una qualche relazione – diciamo così – sociale con l'uomo, ma quasi mai di natura affettiva: se scatta l'affetto, non si mangiano più. Si mangiano pure gli animali che stanno nel bosco, ossia lontani da casa ma comunque raggiungibili e circoscrivibili entro una relazione molto precisa: quella venatoria, dove vigono regole indiscutibili: il cacciatore, come nel celebre film di Cimino, al cervo spara un colpo solo. Diversa la situazione se dal bosco ci spostiamo nella foresta, ovvero in un ambiente percepito come esotico: mangiamo elefanti o leoni, tigri o pantere, scimmie e canguri? Generalmente no: sono troppo lontani dalla casa, fiere neanche tanto conosciute, che suscitano timore e tremore: se ce le offrono nel corso di un safari turistico, ci pensiamo due volte, e se le mandiamo giù ci sentiamo degli eroi per un giorno. Il protagonista televisivo di *Orroni da gustare* si sente furbo proprio per questo?

Quando cambiano le cose? Non certo quando cambiano le specie animali, ma quando sono discordi le relazioni prossemiche – insieme spaziali e affettive – con essi. In Norvegia o in Giappone la balena è una prelibatezza, così come le scimmie in Vietnam. E in molte zone della Cina, dove i cani non sono *pet* da compagnia ma animali selvatici, si vendono nei mercati per cucinarli al forno. Prova ne sia che, negli ultimi anni, essendosi diffusa in Cina la moda di tenere cani in casa, è nato un grosso movimento animalista di protesta contro la dieta canina diffusa da millenni in gran parte di quel Paese. I pechinesi, intesi come bestie, sono esclusi da tutto ciò.

Questo spiegherebbe altresì, ma qui entriamo in un terreno ancora più insidioso, la questione dell'antropofagia, e della forte differenza fra cannibalismo endogeno ed esogeno. Come ha spiegato Lévi-Strauss (2013), se in certe culture africane si mangia la carne umana proveniente dai nemici, lo si fa con estremo gusto: è gesto rituale di vittoria; viceversa mangiare la carne dei propri defunti è tutt'altra storia: lo si fa per dovere, per ereditarne le proprietà spirituali, e con sommo disgusto, dissimulandone i resti nella mescolanza – gastronomica – con altri cibi.

Per provare a schematizzare questi ragionamenti, possiamo proporre una tabella che metta insieme – cercando di renderle coerenti fra loro – alcune ipotesi di Hall (1966) sulla prossemica culturale, di Leach (1964) sugli insulti d'origine animale, di Rastier (2001) sulle zone antropiche di derivazione enunciazionale, di Fontanille (2004) sulle figure del corpo:

soggetto mangiante		ici (intimo)	là (prossimo)	là-bas (- distante)	là-bas (+ distante)
corpo		spazio privato	spazio personale	spazio sociale	spazio pubblico
movimenti di ingestione ed espulsione		casa	cortile, aia, stalla etc.	radura, bosco	foresta
interno	esterno	non cibo	cibo	cibo	non (propriamente) cibo
"me"/"io"		pet	allevamento	selvaggina	bestia esotica, feroce, sconosciuta
commestibile tabù = cannibalismo (eso-, endo-)		commestibile riprovevole	mangiabile	mangiabile	commestibile 'avventuroso'

Grazie a questo schema³ possiamo interpretare molte di quelle istanze vegetariane, vegane e animaliste del nostro contemporaneo che avevamo messo in parentesi. Come in altra sede abbiamo provato ad argomentare (Marrone ed. 2018), è possibile parlare di un *ritorno all'animismo* nella cultura contemporanea: se gli animali, grazie alle tecnologie, non hanno più un ruolo strumentale nella nostra società, non sono più 'al servizio' dell'uomo, hanno perduto un posto, sono rimasti senza identità politica, e sono fuoriusciti dal collettivo; hanno assunto così la funzio-

ne delle entità in appello che vogliono rientrare nel mondo comune, e reclamano un forte ruolo al suo interno, non più subordinato all'uomo ma al pari di lui, in un mondo tutto suo; riportati dentro, sono però molto cambiati: adesso hanno un'anima, una sensibilità, una capacità affettiva, un linguaggio, una coscienza. Dunque non sono più roba da mangiare ma appaiono al pari di noi, con eguali diritti, come esseri che mangiano: si guardino i dati di vendita di cibo per animali, sembra che salgano a ritmi esponenziali.

4. Oltre la cronaca politica

Una tale definizione della politica, nei suoi rapporti con la cucina, è assai lontana da ciò che il senso comune, i media, la cultura contemporanea immaginano come attività politica 'vera e propria'. Nelle pagine di cronaca politica di quotidiani e settimanali, notiziari televisivi e canali all news, siti web e chiacchiere in rete questo genere di questioni non verrebbe mai trattato. Lo troviamo piuttosto nelle pagine di costume, di società, se va bene di cultura o di spettacolo. Eppure, il loro valore politico è indubbio. Proviamo a vedere, rapidamente, alcune ulteriori problematiche di analogo spessore gastronomico-politico, riformulate a partire dallo sguardo semiotico.

4.1. Una soglia appassionata

Della nascita dei ristoranti sappiamo tutto⁴. Tenendo da parte la questione delle loro origini, tanto complessa quanto – come sempre quanto è questione di origini⁵ – fuorviante, diciamo che il ristorante come istituzione moderna, ed estremamente resistente nel tempo e nello spazio, nasce a Parigi nella seconda metà del Settecento, e si diffonde in modo esponenziale dopo la Rivoluzione dell'89. Da una parte, il luogo testuale del ristorante deriva da un discorso sociale più ampio di lui, che lo contiene al suo interno: quello della gastronomia, un insieme di scritti e di pratiche che Parigi, dopo averlo ben assestato e attestato, diffonde per il mondo. Gastronomia è insieme affinamento del gusto (alimentare, ma non solo: l'estetica filosofica nasce in quegli stessi anni), diffusione dell'expertise circa cibo e vino, forte valorizzazione del piacere edonisti-

co nei riguardi dell'alimentazione, espansione dell'abitudine del mangiare fuori senza necessità ma per diletto (e a pagamento), propagarsi di un grande desiderio di convivialità, nascita della critica del gusto come genere testuale specifico, costituirsi di una specie di formulario, di un *frame* molto preciso circa quel che accade nell'ambiente dove viene offerto del buon cibo (accoglienza da parte del *maitre*, sistemazione al tavolo, distribuzione dei menu, arrivo del cameriere, ordinazione... fino al pagamento del conto, all'elargizione del *pourboire* e così via). D'altra parte, come si ripete spesso, il ristorante nasce soprattutto – e in via pressoché definitiva – grazie all'affermarsi politico di una nuova classe sociale, la borghesia mercantile e industriale, che prende il potere nel corso della Rivoluzione, e che ha abitudini, valori ed esigenze molto diversi da quelli dell'*Ancien régime*. Laddove i borghesi rivoluzionari stanno nelle strade e nelle piazze a parlar di politica, diffondendo la famigerata Opinione pubblica, i cuochi più o meno raffinati delle grandi famiglie aristocratiche restano senza lavoro. Ai loro padroni è stata tagliata la testa, o i più fortunati dei nobili sono riusciti a emigrare. Che fare? L'unica è usare la propria competenza culinaria altrove, in città, dando da mangiare – e bene – ai Robespierre, ai Marat e soci che, dal canto loro, tra una discussione accesa e una votazione per acclamazione, hanno bisogno e voglia di un luogo dove ristorarsi. Il ristorante (nome di un brodo, sembra, prima ancora che di un luogo) è la sintesi spaziale di tutto ciò: un sito nuovo che nasce perché se ne sente la necessità o che – ma è lo stesso – genera un bisogno che da tempo sembra essere nell'aria. Il ristorante è una forma testuale nuova che rinvigorisce il discorso sociale gastronomico.

Quel che sancisce tutto ciò è un atto enunciativo molto preciso: l'edificazione di un muro che separa, fortemente e a lungo, la cucina e la sala, creando due diversi spazi adibiti a usi opposti (cucinare *vs* mangiare) e con valori simbolici nuovi (spazio privato dei fuochi *vs* spazio pubblico dei tavoli), e con alcuni precisi attori che fanno la spola, come i *debrayeurs* e gli *embrayeurs* nelle lingue, fra di essi: il *maitre* (che è il portavoce ufficiale del locale, incaricato di diffonderne spirito e valori) e i camerieri, privi di parola, e per questo adusi a ben tenere occultato ai commensali

affamati – nonché desiderosi di nuovi sapori e nuove idee da percepire nel piatto – quel che accade in cucina. Chi resta perennemente dietro il muro delle cucine è il cuoco, lo chef di brigata, affatto invisibile ai commensali, generando così una sorta di segreto (come sempre foriero di curiosità e *rumors*) nei suoi confronti⁶. L'artefice principale di questa complessa operazione politica non ha volto, fisionomia, figura. Di lui non si sa nulla.

Nei luoghi di ristorazione sino a quel momento diffusi nel mondo – taverne, locande, osterie, stazioni di posta etc. – questa separazione non c'era: si cucinava nello stesso ambiente dove si mangiava, spesso tutti insieme, accomodati in lunghi tavoli d'appoggio. Chi preparava il cibo, buone o cattive che fossero le sue pietanze, era ben visibile a chi stava lì seduto a mangiare, e viceversa. Viene da chiedersi: perché l'edificazione di quel muro? e per quale ragione i cuochi, questi personaggi così valenti, alcuni dei quali anche illustri, stanno rintanati nelle loro cucine e non osano mai venir fuori, delegando appunto al *maitre* la parola e la relativa accoglienza degli ospiti, dunque la propagazione dei loro (dei cuochi) valori gastronomici? Le risposte potrebbero essere parecchie, e tante ne son state fornite. Qui possiamo darne una eminentemente politica: il muro serviva a tenere in ombra delle persone che, sino a poco tempo prima, avevano avuto a che fare con le famiglie nobili, anzi sostanzialmente ne facevano parte. Persone che avevano a dir poco paura di fare la stessa fine dei loro padroni, dunque si guardavano bene dal mostrarsi in pubblico, di rivelarsi ai loro commensali più abituali, ossia proprio a quelli che avevano tagliato la testa a principi e marchesi, conti e baroni: ossia ai loro commensali precedenti, capaci di apprezzare al meglio i loro deliziosi manicaretti. Il muro ha dunque un valore politico, che poi genererà, assestandosi, il format dei ristoranti di tutto il mondo quanto meno per un paio di secoli, generando altresì tutte le mitologie intorno agli chef che hanno, è il caso di dire, nutrito il discorso gastronomico più diffuso.

Prova ne sia che quando, come negli ultimi decenni, si è voluto innovare il format del ristorante con soluzioni architettoniche alternative, la prima e più ovvia operazione portata avanti è stata quella dell'abbattere,

258

fisicamente o simbolicamente, il muro separatore. Il cuoco ha iniziato a mostrarsi in sala, a chiacchierare con i commensali (i quali hanno iniziato a adorarlo), mandando in pensione il *maitre*, donando la parola ai camerieri (che 'illustrano' i piatti prima di servirli) e, soprattutto, offrendo il suo stesso corpo come emblema, come logo del suo locale. Al punto che da un bel po' di tempo è impossibile andare a cena in un ristorante stellato e non scambiare due parole con lo chef: parlare con lui è un'aspettativa essenziale del cliente, che paga salato il conto anche per questo (Cracco, che stava sempre in televisione, ha perduto una stella ed è dovuto tonare ai fornelli). Oggi, si sa, il cuoco è un brand (Marrone 2014, 2019b). Parallelamente, si è iniziato a aprire una serie di varchi nel muro: ora inserendo fisicamente apposite finestre fra sala e cucina, ora predisponendo telecamere fra i fornelli e schermi in sala per assistere dal vivo alle preparazioni, ora spostando in cucina il tavolo dell'ospite di riguardo, ora direttamente ricreando un solo ambiente con fuochi da un lato e tavoli dall'altro. Il ritorno all'osteria, la moda della trattoria alla buona, fa parte di questo generale movimento semiotico di *em-brayage*, di abbattimento sistematico del muro e dei suoi vari significati. Movimento politico a tutti gli effetti: curiosamente contemporaneo alla caduta di un altro più celebre muro, quello di Berlino.

Riprendendo ancora una volta⁷ *Babette's Feast*, racconto e film, si ricorderà che la vicenda si svolge all'epoca della Comune di Parigi. Babette è la sublime cuoca del Café Anglais, che dal chiuso della sua cucina offre i propri manicaretti al Generale Galiffet, ovvero proprio a colui che ne ha messo a morte il marito e il figlio. Il Generale ha distrutto la sua famiglia, ma lei lo ingabbia – seducendolo ad arte – con brodo di tartaruga e *cailles en sarcophage*. Cambiati i tempi e gli attori, ma non gli spazi, l'isotopia politica di fondo è la medesima.

4.2. Denegazione programmatica

Una seconda questione riguardante le politiche del gusto è quella, molto ampia, relativa al nesso fra immaginario del gusto (del cibo, del corpo, del cosmo), tecniche culinarie e abitudini di consumo alimentare. Sappiamo⁸ come ai nostri giorni si sia diffusa una generalizzata ansia da

dieta: dimagrante, in primo luogo, salutista, in secondo: ragioni estetiche e ragioni mediche si confondono, motivandosi reciprocamente. La dieta – o le diete piuttosto: se ne contano centinaia – è diventata un brand, poiché non solo ci suggerisce che cosa mangiare e che cosa evitare, ma ci fornisce un ritmo dell'esistenza, una scansione dei tempi della giornata, un intero stile di vita; nonché una serie di formule e di escamotage per porlo in essere. Essere a dieta è diventato così, per moltissime persone, un modo di vivere: si abbandona una dieta per cominciarne un'altra, la si trasgredisce per sbandierare nuovi buoni propositi, e soprattutto si cerca di far proseliti per automotivare le proprie rinunce. Così, molti ingredienti e molti cibi assurgono al rango di eroi salvatori, e molti altri divengono antisoggetti: a mediare, la traduzione medica in termini di nutrienti e la sua riformulazione aritmetica in termini di calorie. Tutto ciò in barba alla dietetica antica, che era un'arte politica a tutti gli effetti, in quanto serie di precetti comportamentali (a tavola o a letto, in palestra o in sauna) da fornire al cittadino in buona salute⁹. Ma pur sempre di una forma di biopotere si tratta, di un minuzioso controllo sociale dei corpi, delle loro fattezze e soprattutto delle loro prestazioni.

259

Parallelamente sappiamo dell'estrema diffusione, modaiola ma con basi etiche ed estetiche, o politiche, dell'alimentazione cosiddetta naturale, biologica oppure *organic*, componente di un immaginario più ampio, quello ambientalista¹⁰. Il biologico è oggi diventato un brand, anzi un metabrand che, assicurando la coscienza ecologica dei consumatori, aumenta le vendite e i prezzi di moltissimi prodotti alimentari. Guai però a chiedere che cosa, in concreto, significhi dire che un cibo è naturale, dato che, come s'è detto anche sopra, la cucina è per definizione segno della civiltà, garanzia dell'istituirsi semiotico delle diverse culture umane. Uno dei modi più diffusi per ottenere un effetto di senso 'naturale' è allora quello del *débrayage* enunciativo, ossia del tenere ben nascoste, in un prodotto alimentare dato (o nel suo packaging), le marche di chi lo ha posto in essere, il processo della sua produzione. Il prodotto sta lì, come se si fosse fatto da solo, al modo dei racconti realisti o dei dati scientifici o dei resoconti storiografici, senza alcun segno di attori, spazi e tempi dell'enunciazione. Ne è venuta fuori tutta una retorica

della denegazione, come nell'esempio già ricordato del vino cosiddetto naturale, dove l'essere privo di aggiunzioni chimiche in vigna o in cantina si fa garanzia incondizionata del suo essere 'biologico', quando non 'biodinamico'¹¹. Così, la costituzione di una linea di demarcazione, sempre variabile, fra natura e cultura è esito, come s'è detto sopra, di un atto pubblico mirato, di una strategia politica oltre che economica. L'intersecarsi di queste due problematiche, in linea di principio indipendenti l'una dall'altra, ha prodotto la micidiale tirannia di una specie di mana – il 'senza' –, gioia del marketing alimentare, che sta ben gestendo negli scaffali dei supermercati di mezzo mondo questa nuova merce magica marchiata, appunto, della *presenza del 'senza'*, dove ben poco importa di cosa tale merce sia effettivamente priva. Una straordinaria denegazione (cfr. Volli 1997).

Così, viviamo in un regime alimentare fortemente influenzato dal principio del '*levare*', da una cucina che mira a eliminare più che ad aggiungere, e soprattutto da una dieta regolata dal mito del 'senza': senza grassi, senza zuccheri aggiunti, senza uova, senza carne, senza carboidrati, senza solfiti, senza olio di palma, senza glutine... Mangiano senza glutine anche soggetti per nulla affetti da celiachia. Più si elimina, più ci si sente sicuri, per un misto di ragioni, o di fantasmi, che vanno dalla salute al benessere, dalla cura dell'estetica alla ricerca della magrezza, fino alla richiesta di naturalità. Come ha scritto Niola (2015), si vive da malati per morire sani: paradosso tanto evidente nei fatti quanto perseguito a oltranza dai media, e dunque, per contraccolpo, nei nostri vissuti quotidiani. Ma tutto ciò può avere una spiegazione semiotica.

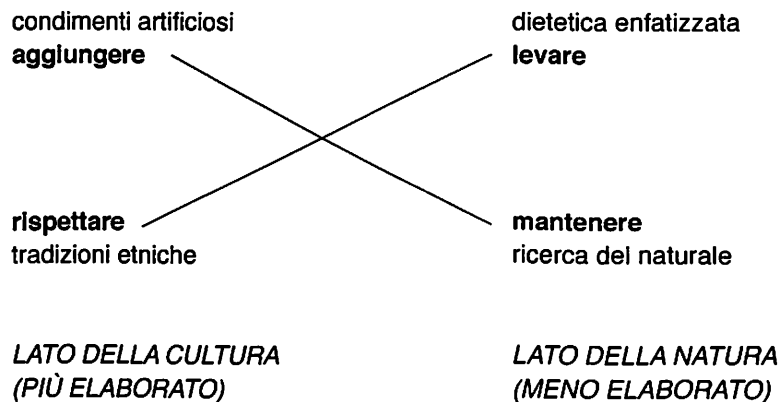
Si tratta difatti di un fenomeno che è tutto l'opposto di quanto si era soliti fare in una modernità (che su larga scala è ancora la nostra), dove da una parte si producevano materie prime sempre più omologate e insipide, e dall'altra si cercava di dare loro un sapore estrinseco, introducendo in esse gusti addizionali, attraverso salse e condimenti extra. L'emblema del gusto, sponsorizzato anch'esso a più non posso – e per nulla paradossalmente – dai media di massa, è stato in questo caso l'*'aggiungere'*, il corroborare, il condire, il ricoprire in alcuni casi, sempre e comunque l'aumentare, mai il togliere¹². Così, potremmo dire, se oggi è

subentrato nella coscienza collettiva il mito dell'eliminare, inteso come ricerca quasi religiosa di purezza e salvezza, è perché a lungo siamo stati sottoposti (e per gran parte lo siamo tuttora) a una pratica di consumo che tende invece ad anestetizzare i sapori per restituirceli in modo artificiale, o forse, meglio, artificioso: un *aggiungere*, appunto.

Di qui l'emergere di una categoria semantica di base – /levare vs aggiungere/ – che, come tutte le categorie semantiche, può essere ulteriormente articolata se si ragiona anche sui termini negativi, o contraddittori: il non-aggiungere o '*rispettare*', da un lato, e il non-levare o '*mantenere*', dall'altro. Dove le lessicalizzazioni, come sempre, sono tanto arbitrarie quanto, si spera, retoricamente efficaci. Il primo caso, '*rispettare*', è quello della deferenza dura e pura alle tradizioni culinarie legate a una precisa cultura, a una gastronomia etnica o di territorio che ci rimanda piatti e pietanze che sono sempre stati in un certo modo, al punto che viene considerato *giusto* che lo siano ancora. Nulla si elimina e nulla si distrugge. Anche questo, si badi, è un mito mai tramontato, che oggi risorge a più non posso: quello di una tradizione considerata veritiera perché radicata in un tempo tanto imprecisato nei fatti quanto indiscutibile sul piano immaginario. Il secondo caso, il non-levare o '*mantenere*', è invece quello del cibo cosiddetto biologico, di cui s'è detto, fedele appunto al principio del conservare le cose come stanno, in uno stato supposto naturale, cioè originario e perciò intoccabile, quasi sacro. Gli alimenti si mangiano così come sono in natura, senza aggiungere nulla, nella loro intonsa sostanzialità (si pensi al fenomeno del cosiddetto crudismo, dei fruttariani o della paleodieta). A essere intoccabile qui non è la cultura alimentare supposta tradizionale, com'era nel caso nel '*rispettare*', ma tutto l'opposto: a essere mantenuto, non-tolto, è il supposto stato di natura degli alimenti.

Ecco dunque disegnarsi un immaginario gastronomico variegato e complesso ma con una sua precisa articolazione interna, dove ogni termine acquista senso e valore solo a partire dalle relazioni che intrattiene con gli altri, all'interno del medesimo schema. *Aggiungere* e *levare* sono termini fra loro contrari, come *rispettare* (la cultura) e *mantenere* (la natura) sono sub-contrari. Analogamente *aggiungere* e *mantenere*, da un lato, ed

levare e rispettare, dall'altro, sono fra loro contraddittori. Infine, *aggiungere e rispettare*, da una parte, e *levare e mantenere*, dall'altra, sono complementari. I due termini a sinistra dello schema hanno a che fare pertanto con la Cultura, o meglio, riprendendo Lévi-Strauss (1968), con ciò che è 'più elaborato' (e che produce perciò un *effetto di cultura*, di artificialità), mentre i due a destra hanno a che fare più con la Natura, o, meglio, con ciò che è 'meno elaborato' (e che produce un *effetto di naturalità*, di purezza). Il tutto, come già proposto altrove (Marrone 2016) ma leggermente rivisto, può essere rappresentato nella figura seguente, secondo il modello del quadrato semiotico:



Quel che grazie a questo schema riesce possibile non è soltanto disegnare una mappa di quelli che sono nel nostro immaginario contemporaneo i principali trend culinari e gastronomici, nonché la loro interna articolazione politica, ma supporre e presupporre altresì i percorsi logici che permettono di passare da una posizione all'altra. Così, per tornare al fenomeno della *presenza del 'senza'* (un metabrand a tutti gli effetti) cogliamo che esso si pone come esito (temporaneo, ovviamente) di una doppia operazione: innanzitutto una negazione dell'*'aggiungere'*, ovvero una specie di rifiuto della Cultura in nome del valore del *'mantenere'* la naturalità di sostanze e ingredienti, e in secondo luogo un'affermazio-

ne, appunto, del *'levare'*, tutto interno alle mitologie, e alle retoriche, del biologico. Come dire che oggi l'esigenza di dietetica, per quanto condita con un linguaggio scientifico o parascientifico, è corroborata dall'immaginario diffuso di una Natura tanto sfuggente in teoria quanto costantemente ricercata (nei supermercati).

4.3. Altri percorsi possibili

Queste sono soltanto due delle ricerche possibili da effettuare nel vasto e complesso terreno della cucina politica. Molte altre ne potremmo individuare, che qui ci limitiamo a segnalare rapidamente.

La prima di esse è quella concernente l'arena mediatica, dove, certamente per quel che riguarda il tema del cibo, lo scontro politico effettivo non è, come generalmente si dice, fra vecchi e nuovi media ma nelle relazioni intermediatiche e nel passaggio dai vecchi ai nuovi e, soprattutto, viceversa. Così, per esempio, nel caso del blog culinari, luogo di apparente socializzazione orizzontale, come ha mostrato Mangiapane (2015) si creano, da una parte, frequenti fenomeni di leaderismo del blogger rispetto ai suoi followers (i quali vanno in cerca di affiliazioni qualunque). Dall'altra parte, quando il blogger ha raggiunto l'aspirato successo proprio grazie a un alto numero di followers, cambia medium e passa alla televisione o ai giornali, e certamente all'advertising tradizionale. Si tratta di fenomeni eminentemente politici che prendono spunto dal vecchio processo della divizzazione, tipico dei media tradizionali come il cinema o la televisione ma, anche qui, denegato a parole per esser vissuto nei fatti. Una differenza basilare fra vecchi e nuovi media si ritrova piuttosto, sempre secondo Mangiapane, a livello enunciativo. Laddove nei vecchi media si producevano prodotti d'entertainment in senso autoriale, nei nuovi media il blogger è soprattutto un editore, uno che pubblica contenuti suoi ed altrui occupandosi primariamente della cornice editoriale nel quale andranno inseriti (il proprio blog, la propria pagina facebook etc.).

Un altro terreno fertile di ricerca è quello delle tecnologie culinarie e delle loro migrazioni nel tempo e nello spazio. Sappiamo che gran parte della storia della cucina, più che una questione di ingredienti, è

una questione di attrezzi, oggetti, strumenti, tecnologie. I quali, come ha mostrato Mangano (2013, 2015, 2019), subiscono spesso trasformazioni e traduzioni al pari di tutti gli altri protagonisti dell'attività culinaria. Pentole e coltelli, spiedi, padelle e casseruole non solo partecipano attivamente alle operazioni in cucina, come aveva già notato Greimas (1983, su cui cfr. Marrone 2019), ma si modificano al suo modificarsi o, spesso, sono essi stessi attori di trasformazione. Così Mangano ha ricostruito la storia del wok cinese che, importato in Occidente, è divenuto in Italia un saltapasta: mantenendo pressoché la medesima forma ma modificando fortemente il modo di cucinare e di portare in tavola gli spaghetti. I quali, se oggi si servono 'a nido', con la salsa di pomodoro già bell'e maneggiata, è proprio grazie a questo attrezzo asiatico che è surrettiziamente migrato nel Bel Paese. E niente è più politico delle migrazioni.

Infine, *last non least*, la questione già evocata dei brand. Sappiamo da tempo come il brand contemporaneo – postmoderno, lo chiama Semprini (2006) – sia da intendere come un vettore di senso, una proposta di valori e, conseguentemente, una forma di vita. Valori che la marca ripescava dalla cultura sociale e che il consumatore accetta in tutto o in parte, mescolandoli con altri valori di altri brand in un patchwork etico affatto personale o di piccoli gruppi (Marrone 2007). Nel caso delle marche legate all'alimentazione i risvolti politici sono molto presenti. Innanzitutto anche in questo campo s'è assistito al fenomeno della cosiddetta estensione di marca, di modo che il medesimo brand risulta essere trasversale rispetto ai generi merceologici tradizionali, vendendo, col cibo, tutt'altri prodotti come abbigliamento o musica o biciclette o detersivi o chissà cos'altro. In secondo luogo, va ricordato che nel campo dei brand legati all'alimentazione il fenomeno di maggiore rilievo, superata la fase dell'industrializzazione selvaggia e della globalizzazione totale, è stato lo scontro fast/slow. Uno scontro politico a tutti gli effetti, che convocava questioni etiche ed estetiche, ritmi di consumo e pratiche agroalimentari, risultati di marketing e ideologie progressiste (cfr. Marrone 2016). L'attuale superamento di questa opposizione, che non è ancora una neutralizzazione (nel senso della

linguistica strutturale), apre scenari di grande interesse e importanza. Da un lato il diffondersi delle hamburgerie gourmet mostra come il vecchio mito funzionalista del *low cost* abbia perduto molto del suo smalto: il gusto ha preso il posto del prezzo, il desiderio di convivialità ha spazzato via la fila col vassoio nei maleodoranti McDonald's. Dall'altro il successo mondiale di luoghi come Eataly (e dei suoi numerosi avatar) ha scompaginato i fronti – oggi del tutto ingenui – che opponevano industria e agricoltura, supermercato e mercatino del contadino, brand e antibrand, fast e slow. Eataly marchia col proprio logo prodotti di nicchia, vendendoli su scala globale, e al tempo stesso sdogana prodotti sino a poco tempo fa demonizzati perché industriali come il dado da brodo o la limonata frizzante. L'arrivo di Fico, il più grande parco agroalimentare del mondo (come si autodefinisce) nei pressi di Bologna, ha ulteriormente ridistribuito le carte, chiedendo non più a produttori di nicchia ma a grossi brand già affermati di farsi rimarchiare da Eataly, in modo da edificare un supermarket in fin dei conti non molto diverso, dopo un giro di 360 gradi, da quelli cui eravamo, e siamo, abituati. Da Fico si trovano le stesse cose che vendono da Esselunga o da Coop (la quale ultima fa parte integrante, sebbene dissimulata, del team aziendale di Fico stesso).

L'altro aspetto importante da segnalare a questo proposito è il ridisegno complessivo, determinatosi proprio grazie a luoghi come Eataly, delle soglie che tradizionalmente separano spazi di vendita e da spazi di consumo: riprendendo pratiche già in uso da secoli nei mercati tradizionali, Eataly e avatar vari permettono di consumare il cibo comprato in loco. Una idea di marketing che è un esempio di decrescita felice. Dunque un atto politico. Funzionerà?

Note

- 1 Principali riferimenti: Fabbri (1991, 2003, 2010, 2013), Landowski (1997, 1998, 2013), Ricci e Ceccarelli (2000), Boutaud (2005), Marrone e Giannitrapani (a cura di, 2012, 2013), Marrone (2016).
- 2 Su questo genere di trasmissioni televisive cfr. Giannitrapani (2012, 2018).
- 3 Direbbe Descola (2005), il quale ha ripensato in profondità molte delle semiotiche spaziali fondate sull'opposizione spazio proprio/spazio altrui, che questa tabella vale solo per i popoli sedentari, mentre andrebbe rivisto per quelli nomadi. Senza comunque, possiamo supporre, decostruirla del tutto.
- 4 Cfr. quanto meno Aron (1973), Pitte (1997), Gopnik (2011), Appelbaum (2011), Spang (2000), Giannitrapani (2015) e loro bibliografie di supporto.
- 5 Cfr. Bloch (1949), Montanari (2004, 2016).
- 6 Cfr. Lozano (a cura di, 2012).
- 7 Sul *Pranzo di Babette* cfr. Korsmeyer (1999), Mangiapane (2013).
- 8 Cfr. Pollan (2008), Niola (2015); in abito semiotico: Mangano e Marrone (a cura di, 2013), Marrone (2014), Ventura (2015).
- 9 Il riferimento è a Foucault (1984).
- 10 Cfr. Marrone 2011, Marrone ed. 2012, Ferraro et al. (2015).
- 11 Cfr. Marrone (2011), Ventura (2012).
- 12 È, ovviamente, il caso esemplare del fast food, regno dell'omologato e delle salse a supporto, omologate anch'esse. Cfr. quanto meno Ariès (1997), Ritzer (1996); e cfr. anche Boutaud (2005, pp. 135-146 tr. it.) che si concentra sull'uso odierno del pollame riarticolarlo l'immaginario del fast food.

Bibliografia

- Appelbaum, R.
2011 *Dishing It Out*, London, Reaktion Books (trad. it. *De gustibus*, Bologna, Odoya 2012).
- Ariès, Ph.
1997 *Les fils de McDo. La McDonaldisation du monde*, Paris, l'Harmattan (trad. it. *I figli di McDonald's*, Bari, Dedalo).

- Aron, J.-P.
1973 *Le mangeur au XIXe siècle*, Laffont, Paris (trad. it. *La Francia a tavola*, Einaudi, Torino 1978).
- Bloch, M.
1949 *Apologie de l'histoire*, Paris, A. Colin (trad. it. *Apologia della storia*, Torino, Einaudi 1950).
- Boutaud, J.-J.
2005 *Le sens gourmand*, Paris, Rocher (trad. it. *Il senso goloso*, Pisa, ETS, 2011).
- Descola, Ph.
2005 *Par delà nature et culture*, Paris, Gallimard.
- Despret, V.
2002 *Quand le loup habitera avec l'agneau*, Paris, Les empêcheurs de penser en rond.
- Fabbri, P.
1991 "Palatogrammi", in *La cucina bricconcella (Omaggio a P. Artusi)*, a cura di A. Pollarini, Bologna, Grafis; ora in Marrone e Giannitrapani (a cura di, 2012).
- 2003 "Texture: substance and form", in *Bockenheim revisited*, a cura di Luigi Ballerini, *Gastronomica. Journal of Food and Culture* 2/3; (tr. it. "Consistere: sostanza e forma" in Marrone e Giannitrapani (a cura di, 2012).
- 2010 "Grammaire d'un repas futuriste", *Poétique* 164.
- 2013 "Sapore dell'insapore", in Mangano e Marrone, a cura di (2013).
- Ferraro G. - Giannitrapani, A. - Marrone, G. - Traini, S. (a cura di)
2015 *Dire la Natura. Ambiente e significazione*, Roma, Aracne.
- Flandrin, J.-L. e Montanari, M. (a cura di)
1997 *Storia dell'alimentazione*, Roma-Bari, Laterza.
- Fischler, Claude
1990 *L'Homnivore*, Paris, Odil Jacob; tr. it. *L' (2011)oro*, Mondadori, CL. Milano, 1992.
- Fontanille, J.
2004 *Figure del corpo*, Roma, Meltemi.
- Foucault, M.
1984 *Historie de la sexualité II, L'usage des plaisirs*, Gallimard, Paris (trad. it.

Storia della sessualità II, L'uso dei piaceri, Feltrinelli, Milano 1984).

Giannitrapani, A.

2013 “Conclusioni”, in Marrone e Giannitrapani (a cura di, 2013).

2015 “Ristoranti & co. Identità e comunicazione dei luoghi conviviali”, in Marrone (a cura di, 2015).

2018 “To Eat or Not to Eat? A Short Path from Vegetarianism to Cannibalism”, in *International Journal for the Semiotics of Law*, 31, 3.

Goody, J.

1982 *Cooking, Cuisine and Class: A Study in Comparative Sociology*, Cambridge, Cambridge U.P.

Gopnik, A.

2011 *The Table Comes First: Family, France, and the Meaning of Food*; tr.it. *In principio era la tavola*, Parma, Guanda 2012.

Greimas, A. J.

1983a “La soupe au pistou”, in *Du sens II*, Paris, Seuil (trad. it. “La zuppa al pesto”, in *Del senso 2*, Milano, Bompiani 1984).

Hall, E.T.

1966 *The Hidden Dimension*, Doubleday, New York (trad. it. *La dimensione nascosta*, Bompiani, Milano 1968).

Hjelmslev, L.

1943 *Omkring Sprogteoriens Grundlaeggelse* (trad. ingl. *Prolegomena to a Theory of Language*, University of Wisconsin Press, Madison Wi. 1961; trad. it. *I fondamenti della teoria del linguaggio*, Einaudi, Torino 1968).

Korsmeyer, C.

1999 *The sense of taste*, Cornell U.P. (trad. it. *Cibo e filosofia*, Palermo, Aesthetica 2015).

Landowski, E.

2013 *Pour une sémiotique du goût*, Sao Paulo, Centro de Pesquisas sociosemióticas

Landowski, E. e Fiorin, J.-L. (a cura di)

1997 *O gosto da gente, o gosto das coisas. Abordagem semiótica*, São Paulo, Educ.

Landowski E. (a cura di)

1998 *Sémiotique gourmande, Nouveaux actes sémiotiques* 55-56

Latour, B.

1991 *Nous n'avons jamais été modernes*, Paris, La Découverte; tr. it. *Non siamo mai stati moderni*, Milano, Eléuthera 1995.

1999 *Politiques de la nature*, Paris, La Découverte; tr. it. *Politiche della natura*, Milano, Cortina 2000.

Leach, E. R.

1964 “Anthropological Aspects of Language: Animal Categories and Verbal Abuse”, in *New Directions in the Study of Language*, a cura di E.H. Lenneberg, Cambridge (Mass.), MIT Press (trad. it. “Aspetti antropologici della lingua. Insulti e categorie animali”, in *Etnosemiotica*, a cura di M. Del Ninno, Roma, Meltemi 2007).

Lévi-Strauss, CL.

1968 *L'origine de manières de table*, Paris, Plon; tr.it. *L'origine delle buone maniere a tavola*, Milano, Il Saggiatore 1973.

2013 *Nous sommes tous cannibales*, Paris, Seuil; tr. it. *Siamo tutti cannibali*, Bologna, Il Mulino 2015.

Lozano, J. (a cura di)

2012 *El secreto*, *Revista de Occidente*, julio-agosto.

Manetti, G., Bertetti, P., Prato, A. (a cura di)

2006 *Semiofood. Comunicazione e cultura del cibo*, Torino, Centro scientifico editore.

Mangano, D.

2013 “Dalla brace nella padella. Per una semiotica dei sistemi di cottura”, in Mangano e Marrone (a cura di, 2013).

2015 “Laboratori gastronomici. Strumenti, spazi, tecnologie”, in Marrone (a cura di, 2015).

2019 *Ikea e altre semiosfere*, Milano, Mimesis.

Mangano, D. e Marrone, G. (a cura di)

2013 *Dietetica e semiotica*, Milano, Mimesis.

Mangiapane, F.

2013 “Il pranzo di Babele. Misunderstanding nel ‘Pranzo di Babette’”, in Mangano e Marrone (a cura di, 2013).

2015 “Politiche culinarie nelle maglie della rete”, in Marrone (a cura di, 2015).

Marrone, G.

2007 *Il discorso di marca*, Roma-Bari, Laterza.

2010 "Politiche della natura/Natura della politica", in *Testi e memoria*, a cura di M.P. Pozzato, Bologna, Il Mulino.

2011 *Addio alla Natura*, Torino, Einaudi.

2014 *Gastromania*, Milano, Bompiani.

2015 "Resistenza naturale", in Ferraro et al. (a cura di, 2015).

2016 *Semiotica del gusto*, Milano, Mimesis.

2018 *Prima lezione di semiotica*, Roma-Bari, Laterza.

2019a "Cuisiner après Greimas: de la soupe au pistou au texte gastronomique", in *Greimas aujourd'hui: l'avenir de la structure*, <http://afsemio.fr/publications/greimas-aujourd'hui-lavenir-de-la-structure-actes-du-congres-de-lafs-2017/>.

2019b *Dopo la cena, allo stesso modo*, Palermo, Torri del vento.

Marrone, G., (a cura di)

2012 *Semiotica della natura (natura della semiotica)*, Milano, Mimesis.

2015 *Buono da pensare. Cultura e comunicazione del gusto*, Roma, Carocci

2018 *Zoosemiotica 2.0*, Palermo, Museo Pasqualino.

Marrone, G. e Giannitrapani, A. (a cura di)

2012 *La cucina del senso. Gusto, significazione, testualità*, Milano, Mimesis.

2013 *Mangiare: istruzioni per l'uso, E/C*, VII, 14.

Montanari, M.

2004 *Il cibo come cultura*, Roma-Bari, Laterza.

2016 *Il sugo della storia*, Roma-Bari, Laterza.

Niola, M.

2015 *Homo dieteticus*, Bologna, Il Mulino.

Pellegrino, Gianfranco e Di Paola, Marcello

2017 *Nell'Antropocene. Etica e politica alla fine di un mondo*, Roma, DeriveApprodi.

Pitte, J.-R.

1997 "Nascita e diffusione dei ristoranti", in Flandrin e Montanari (a cura di, 1997).

Pollan. M.

2008 *In defense of food*, London, Penguin (trad. it. *In difesa del cibo*, Milano, Adelphi 2009).

Poulain, J.-P. (a cura di)

2012 *Dictionnaire des cultures alimentaires*, Paris, Puf.

Rastier, F.

2001 "L'action et le sens. Pour une sémiotique des cultures", in *Journal des anthropologues*, nn. 85-86, mai.

Ricci, P. e Ceccarelli, S.

2000 *Frammenti di un discorso culinario*, Milano, Guerini.

Ritzer, G.

1996 *The McDonaldization of Society: An Investigation into the Changing Character of Contemporary Social Life*, Pine Forge Press, Thousand Oaks (trad. it. *Il mondo alla McDonald's*, il Mulino, Bologna 1997).

Semprini, A.

2006 *La marca postmoderna*, Milano, Franco Angeli.

Spang, R.

2000 *The Invention of the Restaurant*, Cambridge, Harvard U.P.

Steingarten, J.

1997 *The man who ate everything and other gastronomic feats*, New York, Knopf (trad. it. *L'onnivoro. L'uomo che ha mangiato tutto*, Torino, EDT 2017).

Ventura Bordenca, I.

2012 "Nature in vendita. Il packaging dei prodotti biologici", in Marrone (a cura di, 2012).

2015 "'Questa non è una dieta'. Linguaggi e strategie del dimagrimento", in Marrone (a cura di, 2015).

Volli, U.

1997 *Fascino*, Milano, Feltrinelli.