

Jean-Jacques Boutaud

Il senso goloso

La commensalità, il gusto, gli alimenti

a cura di

Pierluigi Basso Fossali

traduzione di

Valentina Carrubba



Edizioni ETS



www.edizioniets.com

edizione originale:

Jean-Jacques Boutaud, *Le sens gourmand*
© 2005, Jean-Paul Rocher Éditeur, Paris 2005

© Copyright 2011

EDIZIONI ETS

Piazza Carrara, 16-19, I-56126 Pisa

info@edizioniets.com

www.edizioniets.com

Distribuzione

PDE, Via Tevere 54, I-50019 Sesto Fiorentino [Firenze]

ISBN 978-884673124-1

Indice

0. Introduzione	
0.1. Dal gusto delle cose al gusto degli altri	9
0.2. Il senso risvegliato all'appetito	11
0.3. Una prova di verità: la tavola	13
0.4. Quando il commensale entra in scena	17

Parte I La commensalità

1. La tavola: un'arena simbolica	23
1.1. "Mangiare il simbolico"	25
1.2. Libertà e munificenza	31
1.3. Sapersi trattenere, sapersi contenere	38
1.4. Verso nuove forme di commensalità	45
2. Il dispositivo della scena alimentare	53
2.1. La commensalità, in tutte le sue forme	54
2.2. Due regimi inversi: Natale e Capodanno	58
2.3. Lo spazio figurativo dello scambio	60
2.4. La tavola come spazio di comunicazione	78

Parte II Il gusto

3. Alle origini del gusto	89
3.1. Dal gusto delle scimmie al gusto degli uomini	90

3.2. Le forme d'espressione del gusto nelle scimmie	92
3.3. Gusto e zoosemiotica	99
4. Dal gusto all'immagine gustativa	107
4.1. Dai sapori al teatro sensoriale	109
4.2. Dall'immagine sensoriale all'immagine gustativa	122
Parte III	
Gli alimenti	
5. Semiurgia di un destino alimentare: il pollo	135
5.1. Pollo e intrigo del senso	136
5.2. Un dramma della modernità	138
5.3. Un alimento sottomesso a nuovi regimi figurativi	140
5.4. Il segno delle nostre contraddizioni	145
6. Il vino e l'ebbrezza delle immagini	147
6.1. Dalla degustazione alla cultura del vino	147
6.2. Degustatori e buongustai	150
6.3. Un caso di scuola: la comunicazione dello champagne	153
6.4. Cultura o chiacchiera?	156
7. L'innovazione alimentare e il mondo degli OCNI	161
7.1. Sistemica dell'oggetto alimentare	163
7.2. Logiche paradossali di valorizzazione	166
7.3. Novità ed innovazione alimentare	170
7.4. Gli alimenti funzionali sulla scia degli OCNI	173
8. Conclusioni	177
8.1. La ricerca di sensazioni	178
8.2. Gusto e reincantamento	180
8.3. La tentazione ipermoderna	184
8.4. Il primato sensoriale	187
8.5. Al di là del sapore, l'insapore	190

Postfazione
Pierluigi Basso Fossali

Postfazione. Paradossi della gastronomia: il gusto da approfondire, a distanza e tutti insieme di Pierluigi Basso Fossali	199
1. La prospettiva legittima del cibo	199
2. La comunicazione originariamente alimentare	200
3. Il cibo come attore della comunicazione	201
4. La dubbia efficacia di comunicazioni riduzioniste	202
5. Ecologia della comunicazione	204
6. Comunicazione e sicurezza alimentare	204
7. La degna golosità	205
8. Gastronomia come bene esteriore	206
9. Estetica gastronomica	208
10. Il potere posizionale del gusto	209
 Bibliografia	 211