

«Il *piacere del mangiare* è la sensazione attuale e diretta di un bisogno che si soddisfa. Il *piacere della tavola* è la sensazione riflessa che nasce da diverse circostanze di fatti, di luoghi, di cose e di persone che accompagnano il pasto» (Brillat-Savarin, *Fisiologia del gusto*).

0. Introduzione

0.1. Dal gusto delle cose al gusto degli altri

“Domani mangeremo dei segni”, annunciava una rivista di comunicazione negli anni '80. Più che gettare l'allarme, la profezia assumeva un certo fatalismo dinnanzi all'inevitabile connivenza tra il mercato industriale e il marketing alimentare. La tecnologia trionfava, l'innovazione era avviata, mentre, nell'esigenza di attirare il consumatore, sarebbe diventato sempre più importante il “rivestimento” dei prodotti e degli alimenti. L'origine e la natura dei prodotti passava già in secondo piano, per far posto alla seduzione delle forme, dei colori, del packaging e di nuovi imballaggi che esibivano la modernità del gusto.

Compito della comunicazione era coltivare i segni sulle cose stesse, servendosi dell'“arte”, ormai consolidata, di addolcire il reale con la seduzione pubblicitaria e con le sue connotazioni. Malgrado tutto, però, l'articolo attribuiva al segno un valore che non era soltanto cosmetico, ma anche etico:

«Si potrebbero portare molti esempi della direzione verso cui si sta incamminando l'alimentazione: le bevande, che cercano di essere poco alcoliche, rinfrescanti, dietetiche, dolci, frizzanti e di un bel colore; i dessert al latte, che sono UHT, ma garantiscono il valore energetico della propria composizione, nonché il proprio sapore; il mangiucchiare, al di fuori dei pasti, che non si limita più ai dolci, ma diventa una pratica conviviale; i condimenti che, dopo l'invenzione di gusti straordinari, si danno all'innovazione degli imballaggi; per non parlare di tutte le linee di prodotti “light” che cercano di ritrovare dei buoni sapori a sostegno della dietetica. Basta un po' d'immaginazione e tutto, nel campo alimentare, diventa un segno» (*Communication & Business*, n. 31, aprile 1987)¹.

Considerando gli sviluppi del presente, tali considerazioni non erano affatto prive di ragioni, benché possano apparire piuttosto riduzionisti-

¹ Trad. nostra.

che rispetto a ciò che assume il valore di segno nella nostra alimentazione. A ben vedere, infatti, il mondo alimentare si traduce in segni a tutti i livelli: il carattere salutare degli alimenti ci appare attraverso molteplici indizi (forma, colore, testura); la preparazione e presentazione delle pietanze sono indici di un gusto, di una cultura e di una forma di vita; i cibi partecipano alla tradizione o all'innovazione culinaria, ponendosi come manifestazioni di diverse attitudini presenti nella società. Attraverso i gesti, le parole e la disposizione dei convitati si producono segni di convivialità, di condivisione e di comunicazione; sono elementi di un *teatro gastronomico*² (gli alimenti, la preparazione della tavola, l'organizzazione del pasto, la disposizione dei commensali, l'ambiente ristorativo) che vengono ricondotti a segni e messi in scena indipendentemente dal livello di ricchezza e di distinzione sociale. Infatti, i popoli più poveri danno spesso prove di impeccabile convivialità, dimostrando un'abilità senza pari nel rendere bello e opulento quel poco che hanno. Molto, infine, si dovrebbe dire di tutti i segni che vengono "alimentati" dai media per supportare le pratiche alimentari più diversificate. Essi nutrono il nostro immaginario del gusto, che è tanto esteso, ma anche tanto avido di nuove metafore, immagini e segni, dato che spesso, per descrivere sapori e sensazioni, le parole gli mancano.

L'elenco sarebbe ancora molto lungo, ma non è questa la sede per completarlo. È già sufficiente per dimostrare, se ce n'è bisogno, che il segno non è un accessorio o un artificio della comunicazione, e che la stessa comunicazione non può ridursi ad un'operazione di pubblicità e di rappresentazione, per quanto allettante, dei prodotti. Se il semiotico è proprio «colui che vede dei segni laddove gli altri non vedono che delle cose» (Barthes), la tavola si impone, evidentemente, come uno dei teatri più ricchi della vita sociale:

«Al di là del bisogno di mangiare, il piacere della tavola è come una messa in scena: il *lusso* del desiderio. Il cibo desiderato è una specie di cerimonia etnografica attraverso cui l'uomo celebra il proprio potere, la propria libertà di bruciare energia "per niente"» (Revel, 2001, p. 6)³.

² N.d.C. *Théâtre gourmand* si legge nell'originale. Il termine francese *gourmand* possiede un'estensione semantica che nella traduzione italiana si frammenta su diversi termini. Può infatti significare "buongustaio" o "goloso", e definirsi nell'ambito del rapporto tra estesia, estetica ed etica, con le relative assiologie, ma si traduce anche, in maniera più neutra, con "gastronomico", aggettivo che convoca la pertinenza di una certa enciclopedia di sapere, nonché una certa relazione, assai nota in letteratura, tra "sapere" e "sapore". Si è quindi scelto di non mantenere una traduzione costante di "*gourmand*" e di scegliere, di volta in volta, l'accezione che più ci pareva conformarsi al contesto.

³ Trad. nostra.

La scena alimentare, benché possa apparire come l'apoteosi del quotidiano e dell'ordinario, offre, allo stesso tempo, un contesto di esperienze tra le più rare e forti della nostra esistenza. Nella nostra memoria potremo sempre trovare immagini ed emozioni legate allo stare a tavola, dal pasto familiare alle feste e ai banchetti, dallo spuntino tra amici al pasto mondano.

Dalla cucina, intesa quale arte di "coltivare" i cibi, non potevamo non passare alla *cucina semiotica*, come arte di "coltivare" i segni. Il cibo, infatti, non solo è buono da mangiare, ma si dimostra, al di là della cucina in senso stretto, qualcosa di «buono da pensare» (Lévi-Strauss). Ogni alimento è portatore infatti di una dimensione simbolica, e quest'ultima deve essere ricondotta a sua volta ad ambiti di significazione più vasti, come quello del gusto proprio di una data cultura, o quello della condivisione alimentare che si pone alla base stessa del legame sociale.

Sono questioni che, come sappiamo, sono state approfondite dall'antropologia, dalla sociologia e dalla storia, mentre pochi approcci si sono richiamati alle scienze della comunicazione. È una carenza piuttosto strana, visto che resta da comprendere come i segni si sviluppino ad ogni livello del consumo alimentare, in particolare attraverso gli oggetti, gli spazi e gli attori propri di un teatro degustativo sofisticato così come della scena alimentare più banale.

Si impone allora una duplice indagine: da un lato, si tratta di descrivere i modi e le forme di comunicazione che si legano, socialmente e simbolicamente, all'attività alimentare; dall'altro, va compreso che cosa ha il potere di elevarsi a segno nelle situazioni di commensalità e condivisione, nel comportamento di chi mangia così come nei diversi livelli di espressione ed espansione del gusto. In poche parole si tratta di rispondere al seguente quesito: qual è il posto della comunicazione *nella* nostra esperienza di degustatori? E, d'altra parte, come è possibile una comunicazione *su* questa esperienza che investe tutti gli elementi implicati nella costruzione del mondo alimentare? Come figurativizzare il gusto, trasporlo segnicamente e metterlo in scena? E perché si dà il bisogno di una comunicazione che verta *sul* cibo e su tutto ciò che gli gira intorno, socialmente, culturalmente o nel nostro immaginario?

0.2. Il senso risvegliato all'appetito

Che si tratti della comunicazione inserita *nelle* nostre pratiche alimentari, o della comunicazione *su* prodotti, luoghi e consumi, prescritti o invece proibiti, il problema è sempre e innanzitutto comprendere ciò che si eleva a segno producendo senso per chi mangia, e ciò non indi-

pendentemente da altri alimenti conosciuti e da altri possibili degustatori. Questo percorso concettuale non manca di evocare un'opera inaugurale in materia, ovvero la *Fisiologia del gusto* di Brillat-Savarin (1825). Già dai primi capitoli, infatti, si discute: I. Dei sensi; II. Del gusto; III. Della gastronomia; IV. Dell'appetito; V. Degli alimenti in generale.

D'altra parte non è un caso che un semiotico come R. Barthes (1975), in una lettura piuttosto gustosa, renda a Brillat-Savarin il merito «di affrontare il cibo sotto molteplici pertinenze», e di rivelare, nel contempo, l'*umanesimo* del senso gastronomico. Si tratta di un senso posto all'insegna dell'ascolto di sé, del proprio corpo, del proprio piacere e che ben si dispone nei confronti degli altri.

Tali relazioni manifeste tra il sapore degli alimenti e il sapore dei legami sociali saranno qui riprese e verranno ridistribuite secondo tre nuclei tematici: la commensalità; il gusto; gli alimenti. Detto altrimenti: l'importanza del contesto e della condivisione; la sensibilità e la competenza di chi mangia; la seduzione dell'oggetto, in quanto alimento o piatto. Le tre sezioni avranno la forma di *meditazioni* semiotiche, dato che non si tratta di applicare un nuovo discorso scientifico su un oggetto, ma di vedere come l'ingresso della semiotica, privilegiando i segni nell'ambito della comunicazione alimentare, ci aiuti a ripensare e riformulare il nostro rapporto, intimo e collettivo ad un tempo, con quello che chiameremo, da ora innanzi, *senso goloso*.

Inutile dire quanto il gusto, la tavola e gli alimenti ci si impongano come un mondo di sensi e di senso che gravita intorno ai segni. Come si può descrivere, dunque, un universo così ricco, senza snaturare la sua qualità sensibile originaria? Come offrire un nuovo sguardo sull'alimentazione, che sia diverso da quello storico, antropologico o sociologico, se non considerando tutto ciò che assume valore di segno nell'esperienza che facciamo mangiando? È chiaro che tali questioni, di natura semiotica, hanno delle poste in gioco nella comunicazione. Essa si elabora e si manifesta a tutti i livelli: all'interno delle pratiche alimentari, ma anche a proposito di queste, e ciò ogni volta che si tratta di comunicare qualcosa sulla tavola, sul gusto e sugli alimenti. La comunicazione si iscrive inoltre nei nostri scambi e nella condivisione alimentare, nel costante bisogno di commentare le pietanze e in quello di raccontarsi davanti a un piatto o a un bicchiere di vino, in quanto abituali adiuvanti delle relazioni interpersonali. Esiste una comunicazione a livello di prodotti o di luoghi di vendita e consumo che infine viene gestita dalle istituzioni, a tutti i livelli della catena alimentare: produttori, distributori, consumatori, legislatori. È un universo di segni che talvolta si ripiega su un versante privato della comunicazione, ovvero nel nostro rapporto intimo

e personale con un'emozione gustativa che poi cerchiamo però di tradurre e condividere; altre volte i segni vengono amplificati direttamente sulla scena mediatica e riportati sulla scena sociale, a seconda dei nostri scambi. Sono segni che si legano alle nostre preferenze alimentari o, in maniera più profonda, al valore simbolico che diamo agli alimenti e allo stare a tavola.

Il termine che meglio sintetizza e ingloba questa alchimia del segno e del senso è, senza dubbio, quello di *gusto*. Nella nostra lingua, infatti, si stabilisce un legame diretto tra il gusto alimentare e il gusto in termini di sensibilità culturale. Anche qui la questione è duplice: per un verso c'è il problema di capire ciò che si eleva a segno e comunicazione, nell'espressione personale e culturale di un gusto; per altro verso, da parte della semiotica, si tratta di raccogliere la sfida sulla possibilità di comunicare il gusto, e comunicarne uno in particolare, senza appoggiarsi sull'esperienza diretta dell'alimento o del sapore.

0.3. Una prova di verità: la tavola

La nostra posizione è chiara: la comunicazione viene affrontata come un universo di segni e questi ultimi, siano o meno consapevoli e intenzionali, sono coinvolti in processi costanti di significazione, in termini di identità, d'immagine, di relazione e, ancora, di ruolo. È evidente allora che lo stare a tavola rappresenta, assieme agli altri scenari di condivisione alimentare, un teatro di esperienza e di osservazione affascinante, sia sul piano sociale, sia su quello simbolico. Andando oltre, la tavola, o lo spazio alimentare, è da vedere come un luogo di scambio che offre un quadro esemplare della stessa comunicazione. Definendo *la comunicazione, anzitutto, come una relazione che prende forma*, nel corso delle nostre indagini vedremo come lo stare a tavola sia un autentico rivelatore del processo comunicativo, nella sua forma e nella sua formazione. A tavola è facile vedere se tale processo coinvolge, ossia *prende* (come si dice in gergo) oppure no; se l'atmosfera ci si addice o se ci si presta al gioco e si condivide un gusto, accordandoci con gli altri. Quando il pranzare, pur mondano, sprofonda nella noia e nel torpore, per quanto si cerchi di mascherarlo, non ci sono buone maniere per "risvegliarlo". È l'allegoria di una comunicazione che *non prende*, al di là di segni e codici che fingono il contrario. Si pensi anche all'atmosfera glaciale, per non dire mortifera, di quando, a tavola, non "circola" più nulla, e non emerge altro che uno spettacolo di desolazione amplificato dalla situazione che costringe a quella che oramai è percepita come un'eccessiva pros-

simità. Bisognerà dunque andare a cercare la comunicazione nella sua alchimia complessa, tra l'*estesia* (comunicare con i nostri sensi), l'*estetica* (comunicare secondo una forma di scambio predeterminata, o elaborata progressivamente) e l'*etica* (comunicare attraverso un sistema di norme, modelli e valori).

Impossibile non vedere, nello stare a tavola e nella messa in scena del pasto, il banco di prova simbolico della comunicazione, stando a come l'abbiamo definita. Riprendiamo ognuno dei termini delle definizioni. Anzitutto, si tratta di una *relazione* tra soggetti, e tra soggetto e oggetto. Vi è poi il fatto di dare una *forma* allo scambio, o di piegarsi ad una *forma* di alimentazione più o meno codificata o ritualizzata dalla cultura. Una volta che viene messa in atto una certa relazione tra convitati e viene scelta o cooptata una forma di scambio, emerge un'altra condizione essenziale per comunicare, ossia che la forma e la relazione adottate *prendano*, coinvolgano effettivamente i partecipanti. È questo quel che si dice anche di una materia, che *ha preso* oppure no (si pensi al cemento), seguendo un uso intransitivo del verbo "prendere". Per quanto riguarda una situazione, formale o improvvisata che sia, essa *prende* quando combina favorevolmente le variabili che vengono messe in gioco. In quella che abbiamo convenzionalmente chiamato "scena alimentare", tali variabili riguardano l'azione, i tempi, lo spazio, il linguaggio verbale e gestuale.

La tavola o lo spazio "commensale" (termine che viene dal latino medievale *mensa*, tavola, ma col quale noi intendiamo in senso lato la "condivisione alimentare") agisce già in quanto estensione delimitata e terreno di *prefigurazioni* che predispongono i convitati a un tipo di relazione. Prima ancora di entrare in scena, chi mangia sa a quale ordine di interazione (Goffman) appartiene il pasto: c'è la tavola familiare, quella mondana, il buffet da cerimonia, la cerchia di convitati, ecc. Prima ancora di entrare "nell'orchestra" – per riprendere la nota metafora della Scuola di Palo Alto – si cerca di indovinare o si conosce il registro di commensalità in cui ci si potrà esprimere. Per contro, l'ignorare totalmente il senso dello spazio così prefigurato pone il soggetto in una posizione instabile, di handicap e disagio, tale che, rendendosi parte della situazione, corre il rischio di *perdere la faccia*.

Non appena si cerchi di precisare i termini della questione, si vede immediatamente come il contesto prefiguri una situazione di cui si faranno poi carico gli attori della scena alimentare. Tale contesto non è riducibile alle sue dimensioni materiali o fisiche, ma apre uno spazio simbolico che prefigura una determinata relazione con l'ambiente e con gli altri: è un contesto formale o meno, privato o pubblico, familiare o

no. Ciò mi permette di anticipare o immaginare il mio posto, il mio ruolo, quello che ci si aspetta da me, quello che potrei fare a tavola o in presenza degli altri. Quello che il contesto mi lascia intravedere è insomma un intero apparato di prescrizioni e di sollecitazioni. In questo spazio, che è sociale e simbolico ad un tempo, la prefigurazione della situazione dipende però anche, e in egual misura, dalla *cornice* spaziotemporale. È infatti evidente che una cena a lume di candela non mette in gioco la stessa drammaturgia di un pasto al volo coi colleghi; tantomeno nei due casi valgono gli stessi codici, quanto a come vestirsi, cosa dire, cosa fare e come comportarsi.

Nel campo della comunicazione esiste un approccio, quello etnometodologico, che analizza con precisione i metodi che adottiamo per “risolvere” le situazioni. Affrontarle e portarle a buon esito, con la quantità di piccole interazioni che bisogna gestire, è un compito di fatto sempre problematico. Il contesto simbolico e la cornice spaziotemporale dettano in un certo modo l’atteggiamento da adottare e la condotta da tenere, anche se, in ultima istanza, chi mangia agisce interpretandoli alla propria maniera, a proprio rischio e pericolo, prima sotto gli occhi dei genitori e poi, in società, sotto lo sguardo degli altri. Come si vede, questa prefigurazione della situazione dipende talvolta dalla cornice, che può incantare o paralizzare (ristorante, ambito ufficiale o *setting* esotico), talaltra dall’interazione che si prepara (in famiglia, al lavoro, tra amici).

Al di là dell’importanza della fase di prefigurazione, capace di inibire o galvanizzare chi mangia, lo scambio alimentare comporta una *strutturazione* effettiva delle relazioni tra convitati. Anzitutto vi è la *dislocazione* effettiva del soggetto in una cornice più o meno adatta ad una attività alimentare. Ad un secondo livello accade che il dispositivo prefigurato viene messo in moto dagli attori, i quali interpretano una particolare successione di posizioni e relazioni. Essi, infatti, prendono posto e si preparano ad intrattenere relazioni secondo la prossimità o la distanza a tavola e secondo le gerarchie e la distribuzione ineguale dei ruoli.

Questa *dislocazione* degli oggetti e degli attori attualizza, all’interno di una specifica cornice alimentare, un certo tipo di scambio o di pratica, secondo modelli che possono essere più o meno formali, flessibili o costrittivi. A questo stadio lo stare a tavola, definito dalla cerchia dei commensali, esige un minimo di conformazione a delle regole che riguardano l’uso e il genere. Il dispositivo alimentare, quindi, crea delle relazioni che sono al tempo stesso immanenti alla situazione (dato che è impossibile non assumere un comportamento) e contingenti rispetto alla cornice (alla quale bisogna adattarsi). Se mangiare in una situazione di confinamento e solitudine è spesso avvertito, simbolicamente, come una

ferita o una violenza, è perché chi mangia, generalmente, si espone alla relazione sociale. Trovandosi socialmente esposto, egli si mette in scena ed entra in un sistema di visibilità. I convitati si osservano e si sentono osservati, attraverso un costante gioco di atteggiamenti, gesti, segni e codici che, come vedremo approfonditamente, escludono l'idea che si possa stare a tavola senza mettersi in scena socialmente.

La *forma* di comunicazione, prescritta in qualche modo dalla situazione, deve essere adottata e rispettata dai convitati, come fosse un contratto di base tra tutti coloro che si riuniscono a tavola. Anche se l'evoluzione dei comportamenti va nella direzione di una maggiore permissività, ogni bambino che venga infine invitato *a stare a tavola* con gli adulti, sa bene ancor oggi che questo comporta degli obblighi di pulizia, contegno e rispetto degli alimenti, sotto la vigilanza dei genitori. La *forma* dominante è senz'altro quella del pasto, con il suo modello canonico di organizzazione e di svolgimento. Esso possiede un quadro di regole e di programmi che lo differenziano dal mero fatto di nutrirsi, così come dal mangiucchiare qualcosa in solitudine, e, più in generale, da tutte quelle pratiche che mostrano un grado alto di *decostruzione* di prassi e *setting* canonici. Per quanto riguarda la forma di *commensalità*, essa viene prescritta in maniera implicita, *hic et nunc*, cosicché, a contatto degli altri convitati, ognuno sa o indovina quello che ci si aspetta da lui. In caso contrario, egli deve tentare di immaginare la situazione che gli si presenta e procedere per imitazione. Il rischio, infatti, è quello di esporsi alla riprovazione e allo scherno degli altri, già avvezzi ai codici in vigore.

Riassumiamo. Ogni dispositivo alimentare *prefigura* un quadro pragmatico o un tipo di comportamento che ci si aspetta da parte di chi mangia. Come rituale sociale, il pasto corrisponde ad una *forma* stabilizzata, il che non vuol dire che sia totalmente cristallizzata o persino reificata dall'uso, dalla tradizione o da una norma. Certo, tutte le altre forme di *commensalità* si posizionano rispetto al modello canonico del pasto familiare, che è la figura simbolica per eccellenza del legame e della condivisione. Ma occorre anche che questa forma *prenda*, poiché in mancanza di tale presa la situazione resta "di una noia mortale".

È quindi compito dei convitati, contemporaneamente attori (visibili) e spettatori (osservatori) della scena conviviale, produrre o riattivare il legame e la situazione. Da una parte, abbiamo la *forma* descritta dall'universo del pasto (l'ambiente, il posto riservato ad oggetti e convitati, il tipo di servizio, le pratiche rituali), ossia la «parte materiale delle cerimonie» (Durkheim); dall'altra, il compito di "agire" (*performer*) la situazione, che spetta invece agli attori. Salvo costrizioni contingenti, ogni forma oggettiva di co-presenza richiama immediatamente la necessità

di interpretare effettivamente lo scambio, di farlo vivere e di riattivarlo ogni volta che si spegne. Questa performance altro non è che il farsi prendere dal gioco dell'interazione, trovando negli altri un conforto e le più svariate conferme, anche attraverso piccoli segni.

Può accadere che una forma si imponga nella sua rigidità, e allora lo stare a tavola non *prende* e il legame non si *instaura*. La situazione opprime e il tempo rallenta, senza che sia possibile uscirne, a meno che non si crei un qualche scandalo. Oppure succede che la forma si attenui e allora il pasto diventa un teatro di improvvisazione, in cui si anela libertà e spontaneità, esponendosi contemporaneamente a tutti i rischi della *commensalità*. Perché, se è vero che il pasto è un «evento sociale, così come un evento alimentare» (Sobal), esso non è comunque alieno da pericoli per i convitati che non sono sufficientemente preparati alla situazione. La prossimità e l'intimità con chi siede accanto, nonché la visibilità reciproca di tutti gli attori della scena alimentare, possono infatti generare imprevisti con i quali ci si deve sapere confrontare.

Si potrebbe pensare che questa descrizione della situazione sia un po' un'esagerazione e che scene quotidiane come il pasto non meritino tanto rilievo. Ma ciò significa dimenticare quanto le situazioni ordinarie mettano in gioco il capitale simbolico delle nostre relazioni. È per questo che lo stare a tavola, come ogni forma di condivisione alimentare, diventa un momento di particolare intensità. Anzi, stando alla nostra definizione di comunicazione, l'intensità di tale momento vissuto a tavola, sospeso tra la prefigurazione delle situazioni e le forme di scambio effettive, diviene una prova ineguagliabile della veracità di una *relazione che prende forma* (o “prende” *tout court*).

0.4. Quando il commensale entra in scena

In quanto dislocato nello spazio, il *dispositivo* della *commensalità* – qui inteso in senso lato come “luogo di condivisione alimentare” – crea una disposizione mentale ad agire:

«La nozione di *cornice* (*frame*) complessifica sia il modello teatrale del rapporto attore-spettatore, sia il modello diadico della comunicazione locutore-auditore. Essa, infatti, designa delle disposizioni cognitive e pratiche attraverso le quali gli attori sociali definiscono la propria esperienza e vi prendono parte. Queste disposizioni si dispiegano non solo in un universo linguistico, ma anche in un ambiente spaziale fatto di dispositivi e dotato di strutture fisiche e sensibili in cui variano le condizioni di visibilità e di osservabilità» (Joseph, 1998, p. 70)⁴.

⁴ Trad. nostra.

La tavola, che è anzitutto uno spazio *prefigurato*, si richiama così a certe *forme* del pasto, esse stesse inserite in un'*ecologia* di attività dove vengono mobilitate tutte le variabili situazionali (tempo, spazio, comportamento verbale, posture, ruoli, etc.). Per quanto sia una cornice predeterminata, la tavola non può restare uno spazio inerte. Affinché la forma "prenda", la coscienza dei convitati di non potersi limitare a prendere un posto a tavola e di dovervi recitare invece un ruolo attivo si deve tradurre in una reale intenzione *performativa*, la quale è una delle chiavi di volta della drammaturgia che si iscrive in ogni forma di *com-mensalità*. Quale luogo di condivisione e di scambio simbolico, la tavola, o cerchia dei convitati, presuppone allora un *processo di formazione* delle relazioni. Tale processo va al di là della forma assegnata o prefabbricata dal dispositivo d'origine, nonostante quest'ultimo sia una condizione necessaria per la costituzione di una cornice dell'interazione (Goffman).

L'immaginario dell'alimentazione non è limitato ai piatti e ai piaceri del palato, quale che ne sia la ricchezza, né si riduce ad un inventario di sapori che risultino più o meno tollerabili. L'affermazione del gusto, già di per sé, apre uno spazio molto più esteso, composto da un'ampia gamma di valori, d'identità e d'alterità, che riguardano il rapporto con il cibo. Lo spazio, questa volta, si colloca ai confini di una vita simbolica che vede come ogni cosa sia nutrita di segni, specialmente sulla scena alimentare.

Questo libro deve essere allora assunto come un invito all'esplorazione di questo mondo, una risposta al bisogno di riscoprire, attraverso il gusto e la condivisione degli alimenti, qualcosa che ci è tanto familiare. È una riscoperta che già ha ricevuto parecchi contributi da parte delle scienze umane, in particolare dopo il fondamentale «triangolo culinario»⁵ de *Le origini delle buone maniere a tavola* (Lévi-Strauss, 1968). Troviamo una moltitudine di approcci diversi alla storia dell'alimentazione (Flandrin, 1996), oltre alla sociologia del gusto (Bourdieu, 1979) e alla sua filosofia (Onfray, 1995); per non parlare poi di tutta quella letteratura gastronomica che riempie gli scaffali delle librerie e passa dagli alimenti alle ricette, dalle schede di cucina all'arte dello *chef*, dal patrimonio regionale alle cucine etniche.

Tuttavia, tanto abbondano i libri, i testi e le fotografie, certo sublimi,

⁵ N.d.C. Lévi-Strauss ha cercato di far emergere un campo semantico che strutturerebbe tutte le pratiche culinarie; ne ha disegnato un diagramma esplicativo di forma triangolare dove i vertici sono occupati dalle seguenti categorie: il crudo (polo non marcato), il cotto (polo marcato delle trasformazioni culturali), il marcio (*pourri*: polo marcato delle trasformazioni naturali).

sugli alimenti e sulla tavola, quanto mancano poi delle opere che descrivano le dimensioni semiotiche (i segni) e simboliche (il senso) della comunicazione praticata in favore dello stare a tavola, della condivisione del gusto e della promozione degli alimenti. Come già abbiamo suggerito, si tratta di un viaggio tra *estesia*, *estetica* ed *etica*. Sono termini che, nella loro vicinanza, non possono non marcare l'unità ricercata nel nostro percorso:

- l'*estesia*, a livello delle sensazioni di base, si lega ai sapori, alle percezioni sensoriali più elementari, ma anche alle emozioni gustative che il *me-sensitivo* (Brillat-Savarin) tenta di esprimere;
- l'*estetica* della comunicazione si dà attraverso le forme dei nostri scambi alimentari e delle nostre relazioni commensali e conviviali, e più in generale nella messa in scena di un "teatro gastronomico" declinato in quei livelli d'attualizzazione che precedentemente abbiamo evidenziato (materie prime, piatti, preparazione della tavola, setting, forme temporali, ecc.);
- l'*etica* alimentare e gastronomica, infine, informa tutti questi livelli della messa in scena, nel rispetto di valori, codici e norme, ossia di "maniere" che appartengono sì alla storia della nostra tavola e alla cultura tradizionale del gusto, ma che non meno seguono i cambiamenti della nostra società.

Non siamo più al tempo in cui la *commensalità* univa gli uomini agli dei; anzi, dopo che questo sodalizio si è rotto per colpa di Prometeo, l'immaginario che descrive la nostra alimentazione è tanto complesso che tentare di tratteggiarlo è un po' come perseguire la quadratura del cerchio. Malgrado l'apparente delimitazione dell'oggetto di studio, si è scelto comunque di rinunciare alla pretesa di coprire un orizzonte così vasto quale quello della comunicazione *del* gusto e *sul* gusto. L'ambizione della nostra opera si precisa allora nel tentativo di offrire qualche chiave d'accesso ai segni che nutrono e reincantano il senso goloso.