



Cibo



Conoscenza



Filosofia

Collana diretta da
Nicola Perullo

Comitato scientifico

Rosalia Cavalieri, Laurent De Sutter, Massimo Donà,
Adriano Fabris, Paolo Gomarasca, David Kaplan,
Dorota Koczanowicz, Carolyn Korsmeyer,
Flavia Monceri, Francesca Rigotti



Cibo ~~~~~ Conoscenza ~~~~~ Filosofia

Collana diretta da
Nicola Perullo

1. Massimo Donà, *Sapere il sapore. Filosofia del cibo e del vino*, 2021, pp. 160.
2. Elena Mancioppi, *L'olfattivo. Per un'estetica sociale dell'odorato*, 2022, pp. 248.
3. Maddalena Borsato, *Il dolce. Una relazione estetica*, 2023, pp. 248.
4. Kenneth Liberman, *Il gusto del caffè. Indagine sull'oggettività*, 2023, pp. 328.

Kenneth Liberman

Il gusto del caffè

Indagine sull'oggettività

a cura di

Nicola Perullo

visualizza la scheda del libro sul sito www.edizioniets.com



Edizioni ETS



www.edizioniets.com

The Italian translation of this book is made possible by permission of the State University of New York Press © 2022, and may be sold throughout the World.

Questa è una traduzione parziale di
Kenneth Liberman, *Tasting Coffee: An Inquiry into Objectivity*, SUNY Press 2022
(eccetto i capitoli 3, 7, 8, 10, 12, 14 e l'Appendice)

Traduzione di Maddalena Borsato

© Copyright 2023

Edizioni ETS

Palazzo Roncioni - Lungarno Mediceo, 16, I-56127 Pisa

info@edizioniets.com

www.edizioniets.com

Distribuzione

Messaggerie Libri SPA

Sede legale: via G. Verdi 8 - 20090 Assago (MI)

Promozione

PDE PROMOZIONE SRL

via Zago 2/2 - 40128 Bologna

ISBN 978-884676685-4

ISSN 2785-1842

Ringraziamenti

Spero di avere in parte restituito il debito che ho contratto nei confronti delle molte persone che hanno condiviso con me la loro saggezza in materia di caffè attraverso la descrizione del loro lavoro e delle loro prospettive. La maggior parte di questi straordinari cafeteros meriterebbe di essere posta in cima a questa lista. In particolare Rodrigo Alarcón, Arnold Baskerville, Willem Boot, Dr. Manuel Diaz, Benoit Gravel, Marcio Hazan, Dr. Pradeep Kenjige, Sunalini Menon, Dr. Enrico Meschini, Sunil Pinto, T.N. Ramashesha, Caspar Rasmussen, Ric Rhinehart, Franco Schillani, Angelo Segoni, Susie Spindler e John Wolthers. In tutta onestà, devo dire che quanto a gentilezza, generosità e dedizione, queste persone – ciascuna di esse – sono tra le migliori che ho conosciuto in vita mia. È una grande gioia per me voler bene a tutti loro ed è meraviglioso che il loro spirito abbia reso la mia ricerca sul campo una celebrazione tanto del caffè quanto della vita.

Vorrei anche ringraziare il mio amico e collega Professor Giolo Fele dell'Università di Trento, che è stato mio collaboratore durante gran parte della ricerca italiana per questo libro. I suoi suggerimenti, il suo incoraggiamento e il suo senso dell'umorismo hanno contribuito enormemente ai miei studi. Un ringraziamento speciale va anche all'Università di Trento e alla sua Facoltà di Sociologia per il sostegno finanziario sotto forma di Assegno di ricerca, che ha sostenuto gran parte della ricerca italiana negli anni 2013-2015.

Per concludere, non posso tralasciare di menzionare il profondo debito che ho nei confronti degli studi intensi e monomaniacali di Edmund Husserl e Georg Simmel, le cui indagini filosofiche e sociali hanno ispirato e orientato gran parte di queste ricerche e al cui lignaggio (nonché monomania) sento di appartenere.

INDICE

<i>Prefazione</i>	
L'oggettività come <i>dispositivo organizzativo locale</i> : Lieberman e le pratiche del gusto di Nicola Perullo	9
<i>Introduzione</i>	19
I. La storia della diffusione del caffè	37
1. Breve storia del caffè	39
2. La filiera di produzione	71
II. L'oggettività e le sue pratiche	89
3. Entrare in contatto con l'oggetto	91
4. La natura dinamica del caffè	131
III. La degustazione e le sue pratiche	145
5. Le comuni pratiche di assaggio	147
6. Degustazione professionale	171
7. Importatori, torrefattori addetti al marketing: il mito della tracciabilità	243
IV. La scienza e le sue pratiche	275
8. Scienza e pratiche oggettive	277
<i>Bibliografia</i>	319

Prefazione

L'oggettività come *dispositivo organizzativo locale*: Lieberman e le pratiche del gusto

*Come si riconosce un buon caffè da uno cattivo?
Qual è il significato di "buono" e da dove viene?
Viene dal caffè o dalla mia testa, o ancora dagli standard
e dalle preferenze stabiliti da una schiera di professionisti
ed esperti o dalla società in generale? Questo "buono"
è qualcosa di oggettivo o soggettivo?
È oggettivo quando sono gli esperti a stabilirlo?
Tuttavia, gli esperti sanno cosa significa essere oggettivi?
E noi lo sappiamo? La degustazione può diventare un luogo ideale
per portare alla luce le relazioni tra oggettività e soggettività.
Gli assaggiatori esperti sono capaci di indicare ai non addetti ai lavori
qual è un buon caffè proprio come fanno i critici di vino?*

Kenneth Lieberman

Si può parlare di gusto "oggettivo"? Questa è una classica questione della filosofia e in particolare dell'estetica moderna, presente da quando il concetto di gusto è entrato a far parte del vocabolario occidentale¹. Ma è anche una domanda che emerge quotidianamente, direttamente o indirettamente, in molte discussioni della vita quotidiana: si discute continuamente di gusti e di preferenze in ogni ambito della vita umana, non solo in quello dell'arte. Le risposte a questa domanda sono state e continuano a essere le più diverse. Si va dalla tuttora florida posizione riconducibile al motto medievale "*de gustibus non est disputandum*" fino alle recenti teorizzazioni naturaliste e cognitive, che cercano di individuare, con variabili fortune, cause generali per il buono e per il bello.

Se si prende dal lato della sua oggettività e/o soggettività, la questione del gusto è molto più intricata di come appare. Prima di entrare in questo rompicapo, però, è opportuno fare un po' di chiarezza. Intanto, gusto si dice in molti modi, riconducibili ad almeno tre grandi ambiti. Quando parliamo di "gusto" intendiamo con ciò: a) un senso che riconosce, e dun-

¹ Si veda *Il gusto. Storia di un'idea estetica*, a cura di Luigi Russo, Aesthetica, Palermo 2000.

que distingue, sapori e aromi (“questo caffè è amaro”); b) il senso del piacere/dispiacere (“questo caffè non mi piace”, cioè non è di mio gusto); c) il senso del riconoscimento di valori qualitativi, quindi dell’apprezzamento (“questo caffè è indubbiamente di buona qualità”). Ora, rispetto alla questione dell’oggettività/soggettività del gusto, questi tre ambiti si pongono in maniera diversa. Infatti, mentre a) mostra un alto grado di condivisione e accordo, giacché di solito le persone concordano su cosa è dolce e cosa è salato (fatte salve le differenze minime che riguardano le soglie di percezione o casi particolari), b) è tipicamente il regno dell’individualità, la sfera più idiosincratca che ci sia. Piacere e disgusto non sono garantiti a priori in una sfera comunitaria, se non certamente nei macro-domini delle appartenenze culturali; e anzi esprimono identità personali. Cosa piace o non piace può variare nel tempo, ma segue percorsi non necessariamente condivisi. Se qualcuno trovasse amaro quello che noi troviamo dolce ci stupiremmo; molto meno ci stupiamo quando a qualcuno non piace quello che noi amiamo. Che dire dell’ambito c), quello dell’apprezzamento e del riconoscimento di *valori* qualitativi? Pensiamo alla seguente frase: “Questo caffè è di ottima qualità, perché ha una leggera punta amara molto equilibrata e legata all’origine del caffè”. La frase esprime un caso tipico di c). Se l’amaro di a) è un riconoscimento sensoriale, l’amaro della frase c) chiama in causa un valore che va ben al di là della mera sensorialità: riguarda una conoscenza diretta – un’*expertise* – che consente la creazione di standard qualitativi riconosciuti e condivisi all’interno di una certa comunità di riferimento (esperti, operatori, un certo tipo di consumatori). Naturalmente, a), b) e c) nell’esperienza concreta non sono rigidamente separati: possono toccarsi, talvolta accavallarsi, ma è altrettanto vero che l’esperienza rimanda sempre al tentativo continuo di differenziarli e precizarli: “mi piace” non corrisponde esattamente a “è di buona qualità”, ed è di quest’ultima che è questione quando si è alla ricerca di uno *standard* gustativo in quanto valore riconoscibile e in comune². Come si crea questo valore, e che tipo di oggettività è qui in gioco?

Il gusto del caffè. Indagine sull’oggettività tenta di rispondere a questa domanda, facendolo con un’ampiezza e una profondità di analisi che non ha uguali nel panorama internazionale. Questo libro si presenta come la più completa e approfondita indagine sulle pratiche socio-culturali di costituzione del gusto finora realizzata ed è frutto di una ricerca ultradecennale realizzata in quattordici diversi paesi. Per tale ragione, il volume che qui presentiamo parzialmente (per circa due terzi) in edizione ita-

² Rimando al mio libro *L’altro gusto. Per un’estetica dell’esperienza gustativa*, Edizioni ETS, Pisa 2021 (in particolare al capitolo 3).

liana grazie all'eccellente traduzione di Maddalena Borsato è destinato a diventare un punto di riferimento per ogni studiosa e studioso che voglia cimentarsi su questo argomento.

L'autore di questo libro è Kenneth Liberman, professore emerito di Sociologia e di Studi Asiatici all'Università dell'Oregon, figura di spicco della sociologia americana degli ultimi trent'anni. Specialista di relazioni interculturali, di questioni razziali e di fenomenologia sociale, si è occupato inizialmente dell'interazione mondana degli aborigeni australiani, con i quali ha convissuto due anni³, per affrontare, in seguito, le modalità di ragionamento dei monaci tibetani; ha vissuto nei monasteri del Tibet per quattro anni⁴. L'originalità e la peculiarità del lavoro di Liberman consistono anzitutto nella capacità di unire la competenza accademica specifica, quella della sociologia – egli appartiene alla scuola etnometodologica di Harold Garfinkel di cui è stato allievo diretto⁵ e si professa discepolo di Georg Simmel – a una altrettanto approfondita conoscenza filosofica, in particolare della fenomenologia husserliana. A Husserl Liberman ha dedicato un'altra monografia⁶. Oltre a questo, Liberman è un grande esperto di surf, disciplina che pratica costantemente e sulla quale ha scritto in rapporto allo yoga⁷. Attualmente, la sua ricerca verte su un confronto tra la dialettica negativa nella pratica epistemologica buddista tibetana e il pensiero postmoderno. Egli è anche studioso noto in Italia, dove è stato molte volte Visiting Professor al dipartimento di Sociologia dell'Università di Trento, all'Università di Pollenzo e in altre istituzioni⁸. Come si vede, una formazione ampia e diversificata, molto lontana dal cliché dell'accademico umanista iperspecializzato e chiuso in un sapere esclusivamente libresco.

³ La prima monografia di Liberman (1985) è *Understanding Interaction in Central Australia: An Ethnomethodology of Australian Aboriginal People*, Routledge, Londra 2017 (ristampa).

⁴ A questo lavoro Liberman ha dedicato il libro *Dialectical Practice in Tibetan Philosophical Culture: An Ethnomethodological Inquiry into Formal Reasoning*, Rowman & Littlefield, Lanham (MD) 2004. Si veda anche il più recente *Practical Buddhism: Living Everyday Life*, Motilal Banarsidass, Delhi 2016.

⁵ Si veda Kenneth Liberman, *More Studies in Ethnomethodology, with a Forward by Harold Garfinkel*, SUNY Press, Albany 2013, un'ampia raccolta di saggi su diverse ricerche.

⁶ Kenneth Liberman, *Husserl's Criticism of Reason: With Ethnomethodological Specifications*, Lexington Books, Lanham, Maryland 2007.

⁷ Si veda *Yoga for Surfers*, Yoga Shakti Wellness Center, Huntington Beach, California 2016.

⁸ È stato pubblicato in italiano un lavoro di Liberman dal titolo *Filosofia ed etnometodologia. Lezioni calabresi*, Mimesis, Milano 2020, che raccoglie alcuni studi presentati in lezioni e seminari presso l'Università della Calabria.

Il metodo applicato al caso di studio specifico, il caffè, è dunque quello fenomenologico; si tratta tuttavia di una fenomenologia non assunta dogmaticamente ma messa in rapporto con altri riferimenti: la dialettica, l'ermeneutica, la decostruzione (nel libro vengono spesso richiamati e utilizzati anche i contributi di Hegel, Heidegger, Merleau-Ponty, Derrida, Lévinas, Adorno e Gadamer). In questo ricchissimo panorama teorico si inseriscono e si discutono anche le più recenti teorie sul gusto – sociologiche e filosofiche, che Liberman conosce molto bene – e il pensiero buddhista tibetano. L'insieme di questa formazione ricca ed eterogenea produce un approccio davvero vissuto all'esperienza percettiva del sociologo, che si potrebbe definire una *sociologia della percezione ecologica*.

Attraverso la collaborazione tra socio-etnometodologia, fenomenologia ed ermeneutica, Liberman dimostra, con raffinati argomenti teorici corroborati da una grande quantità di esempi tratti dalla sua lunga osservazione partecipante alle sessioni degli assaggiatori professionisti di caffè in tutto il mondo, che "oggettività" è una nozione tutt'altro che semplice e immediata. La sua proposta cerca di mostrare le ragioni a favore di un equilibrio attivo tra, da un lato, le ragioni dell'esperienza gustativa vissuta, campo fenomenologicamente irriducibile a ogni classificazione e a ogni oggettivazione, e, dall'altro, le ragioni – innanzitutto pratiche, intersoggettive e comunicative – della catalogazione e della creazione di standard oggettivi. La nozione che si presenta è dunque quella di *oggettività emergente*, cioè situata, ragionata e continuamente adattata, mai assoluta. L'oggettività del gusto, in altri termini, non è un feticcio ma un compito da realizzare e che si realizza effettivamente di continuo, stando accanto all'oggetto in questione, in questo caso una tazza di caffè.

Da un lato, dunque, il libro presenta continuamente esempi pratici a favore della seguente posizione, molto critica nei confronti di un certo tipo di scienza sensoriale:

Molti scienziati sensoriali positivisti preferiscono procedere definendo prima in modo chiaro ogni descrittore, trascurando ciò che è ancora indeterminato o ciò che potrebbe funzionare a fianco o al di là del confine di un descrittore; non solo, l'*indipendenza* dell'esistenza di un descrittore è talvolta presunta prima ancora della sua definizione. La fenomenologia sostiene che incasellare un gusto in determinazioni predefinite sia come mettersi al centro di un ruscello per impedirgli di scorrere⁹.

Dall'altro, e contemporaneamente, Liberman sottolinea a più riprese che:

⁹ K. Liberman, *Il gusto del caffè. Indagine sull'oggettività*, p. 95.

Le “regole” possono e devono essere utilizzate più come risorse che non come *diktat*. I protocolli formali sono notevolmente utili nella degustazione, ma la loro oggettività reale deriva dal *modo* in cui sono utilizzati dagli assaggiatori per entrare in *contatto diretto* con il sapore di un caffè. In altre parole, ciò che è reale non è facilmente addomesticabile attraverso regole (se lo è, è probabile che il protocollo che si sta utilizzando sia scadente) [...]

Un’ideologia operativa che creda che il modo di raggiungere la conoscenza oggettiva sia semplicemente quello di rimuovere tutta la soggettività, o di mantenere oggettività e soggettività strettamente separate, non arriverà mai a capire in che modo si produca effettivamente la conoscenza oggettiva in una qualsiasi situazione empirica. Come osservò Maurice Merleau-Ponty, «Il nous faut donc être subjectif, puisque la subjectivité est dans la situation». Non c’è nulla di oggettivo nel negare l’esistenza di qualcosa che è empiricamente operativo. L’oggettività è sempre e necessariamente situata, ma quale sia la situazione è una questione che va decisa di volta in volta¹⁰.

Per sviluppare una sensibilità capace di praticare un equilibrio vivente e attivo tra queste due polarità, è necessario sviluppare un’inter-soggettività aperta e consapevole, umile e autocritica. Molte, avvincenti pagine di questo libro sono dedicate agli incontri con gli assaggiatori professionisti, la cui competenza è frutto di un lavoro continuo di messa in discussione del proprio sapere acquisito e di disponibilità ad accogliere ogni esperienza di gusto come portatrice di un evento nuovo: «L’assaggiatore capo Scott Conary ha descritto con una metafora perfetta la difficoltà che incontrano gli assaggiatori professionisti durante i loro esercizi: “È come cercare di essere oggettivi con un bersaglio in movimento”»¹¹. Il caffè, infatti, è una vera e propria *agency*, una “materia vibrante”¹². Gli assaggiatori, molto più degli scienziati sensoriali e di tanti filosofi, hanno compreso secondo Liberman il carattere locale, occasionato e profondamente pratico dell’oggettività, la quale funge da vero e proprio *dispositivo organizzativo e comunicativo* e anche da strumento di mercato. Guardando infatti al caffè nel suo complesso mondiale – «dopo il petrolio, è la seconda principale materia prima di scambio (*commodity*) nel mondo e circa 125 milioni di persone dipendono dall’industria del caffè per il loro sostentamento»¹³ – Liberman descrive un campo di forze e di oggettività situate estremamente variegato e diversificato. L’osservazione partecipante, l’ascolto e la pratica gustativa mostrano che ci sono tante oggettività,

¹⁰ *Ivi*, pp. 98-100.

¹¹ *Ivi*, p. 139.

¹² Si veda Jane Bennett, *Vibrant Matter. A Political Ecology of Things*, Duke University Press, Durham 2010 (in particolare il capitolo “Edible Matter”).

¹³ K. Liberman, *Il gusto del caffè. Indagine sull’oggettività*, p. 39.

che non è possibile ridurre a un principio unico né dissolvere nel loro opposto, l'assenza totale di criteri e di regole. Prendiamo questo caso, che riguarda la definizione oggettiva di "difetto":

Gli esportatori brasiliani hanno ormai imparato che anche gli acquirenti giapponesi non si lamenteranno mai del gusto *rio*. Non si sa se i giapponesi non notino il sapore o se lo percepiscano ma non abbiano particolari reazioni avverse. Se il gusto può essere oggettivo e se l'individuazione di difetti è più adatta a una valutazione oggettiva di quanto non lo sia la degustazione di caratteristiche positive, com'è possibile che il difetto del *rio* passi inosservato a un assaggiatore professionista che si suppone dovrebbe essere oggettivo? Che cos'è dunque un difetto¹⁴?

Nella prospettiva di Liberman, il gusto appare dunque come un processo e un compito senza fine¹⁵; coerentemente, «l'oggettività quale precipitato del conoscere come movimento»¹⁶ si configura quale dispositivo organizzativo e sistema di comunicazione. Si tratta di un modello che risulta pienamente comprensibile solo se si adatta un paradigma onto-epistemologico ma anche estetico ed etico di tipo *relazionale*. Ogni esperienza – gustativa così come di ogni altro genere – è relazione. Pensare di ottenere un'oggettività sottraendo la soggettività è un'operazione, oltre che ingenua e impossibile, ontologicamente ed epistemologicamente errata. Per aumentare il potere dell'oggetto, occorre potenziare il soggetto, renderlo attento e vicino all'oggetto perché ne percepisca tutte le caratteristiche. Soggetto e oggetto stanno insieme e cadono insieme, non si dà l'uno senza l'altro¹⁷. Ecco un passo particolarmente significativo a questo riguardo:

Nel corso di queste nostre indagini, ci siamo trovati ad affrontare la questione di quale tipo di degustazione sia soggettiva e quale sia oggettiva, giungendo alla conclusione che l'idea di un'ontologia dualistica tra soggettività e oggettività sia insostenibile, giacché queste due dimensioni sono indissolubilmente legate. Non esiste infatti soggettività senza oggettività né oggettività senza soggettività. Alcuni fornitori hanno tentato di convincermi che l'assaggio sia soggettivo e il gusto oggettivo, ma trovo che non sia altro che retorica. Se si anela a scoprire come funziona il gusto, occorre superare il dualismo. Una conoscenza oggettiva può essere prodotta solo attraverso la soggettività¹⁸.

¹⁴ *Ivi*, p. 111.

¹⁵ Rimando al mio saggio "Haptic Taste as a Task" (da *The Monist* 101, n. 3, 2018, pp. 261-276) e alla prospettiva che ho suggerito in *Epistenologia. Il vino come filosofia*, Mimesis, Milano 2021.

¹⁶ K. Liberman, *Il gusto del caffè. Indagine sull'oggettività*, p. 116.

¹⁷ Rimando al mio libro *Estetica senza (s)oggetti. Per una nuova ecologia del percepire*, DeriveApprodi, Roma 2022.

¹⁸ K. Liberman, *Il gusto del caffè. Indagine sull'oggettività*, p. 185.

Se Liberman usa da un lato Husserl come espressione di una fenomenologia dell'oggettività non ingenua, non dualistica e non scientista, confidando (a giudizio di chi scrive in modo errato o quantomeno eccessivo) nella capacità del linguaggio fenomenologico di descrivere al meglio, con la migliore coerenza, quanto è in gioco nel paradigma relazionale (non è un caso che egli non usi mai nozioni quali "campo" o "ecologia"), dall'altro lato Heidegger interviene a più riprese quale vero e proprio filosofo della relazione e del superamento della dicotomia soggetto/oggetto:

Heidegger espresse a tal proposito un monito preciso: «neppure possiamo limitarci ad osservare che, se queste determinazioni non sono "oggettive", sono allora "soggettive". Potrebbe essere che non siano né l'uno né l'altro, e che la distinzione e la conseguente relazione tra soggetto ed oggetto siano molto problematiche, sebbene rappresentino il rifugio preferito della filosofia»¹⁹.

Al fine di evitare tuttavia il rischio di intendere la relazione come relativismo, Liberman mette in gioco Simmel:

Georg Simmel pose molta enfasi sul fatto che l'essere di qualsiasi oggetto, materiale o sociale, dipende dalle relazioni reciproche che intrattiene con l'essere di altri, una reciprocità che renderebbe obsoleta l'idea secondo cui "oggetto" e "soggetto" possono esistere indipendentemente l'uno dall'altro. L'uno implica sempre l'altro [...]. Dato che esiste una dipendenza reciproca tra soggetto e oggetto, Simmel invita a sollecitare «un unico contenuto di rappresentazione» che non distingua ancora tra soggetto e oggetto. Secondo il sociologo, questa non è una forma di relativismo scettico che limiterebbe la nostra capacità di analisi delle cose, bensì il mezzo stesso per affermare la loro oggettività reale, fungendo quindi da baluardo contro lo scetticismo²⁰.

L'oggettività è l'esito provvisorio di una pratica comunicativa condivisa, cioè di un livello percettivo-figurativo che, come tale, non può che essere tematizzato e dunque oggettivato²¹. Liberman sottolinea con molta

¹⁹ *Ivi*, pp. 112-113.

²⁰ *Ivi*, p. 113.

²¹ A conclusioni simili arriva a partire dalla semiotica Gianfranco Marrone, la cui prospettiva condivide molto con quella di Liberman: si veda G. Marrone, *Gustoso e saporito. Introduzione al discorso gastronomico*, Bompiani, Milano 2022. Marrone distingue tra la categoria del gustoso e quella del saporito. Il gustoso corrisponde al polo figurativo (dominio del cognitivo, del culturale e del consapevole); il saporito corrisponde al polo plastico (dominio del sensibile più "nudo", di una percezione meno mediata). Non si tratta però di un'opposizione netta tra figurativo e non figurativo, ma tra due significazioni figurali diverse: il gustoso risponde a un effetto di senso più esplicito e tematizzato, più modellato su un grado consapevole di competenza; il saporito, invece, a un effetto di senso più scabro e operativo, privo di competenza tematica o con la sua messa tra parentesi a favore di una focalizzazione *con* l'esperienza sensibile.

convinzione e lucidità l'utilità e la necessità di questo livello di oggettivazione:

L'esigenza di condividere la nostra vita con gli altri è il motivo *principale* che ci spinge a oggettivare ciò che conosciamo. Molto spesso la verità stessa può diventare un interesse marginale rispetto alla comunicazione chiara. Le relazioni che intercorrono tra la verità e la necessità di un ordine per la nostra vita sociale offrono spazio per un'indagine sociologica²².

Nelle pratiche di assaggio professionale, che producono risultati concreti in termini di corrispondenza tra *certi* standard qualitativi e *certi* consumatori, si osserva con chiarezza quanto «le schede di assaggio sono un prodotto dalla razionalità, ma trovano la loro accuratezza e precisione al di là della ragione, ovvero nel modo in cui i degustatori professionisti le utilizzano. L'uso efficace di una scheda dipende anche dal “contatto con quella *ingenuità preriflessiva* che caratterizza lo sguardo infantile”. Un gruppo di assaggiatori brasiliani mi disse che il loro strumento preferito per la degustazione era un foglio di carta bianco»²³. E tuttavia, occorre sempre tenere presente che non è questo il modo in cui spesso scienziati di terza fila o sensorialisti ingenui interpretano il senso dell'oggettività in generale e gustativa in particolare: «ci si può talmente compiacere dell'apparato e di ciò che esso ci consente di realizzare da ignorare la sua natura convenzionale, prendendo il suo linguaggio *troppo letteralmente*; un vocabolario così interpretato potrebbe persino favorire il pregiudizio che il mondo esista di per sé nel modo in cui lo si è appena concepito»²⁴. Sotto questo profilo, l'opera di Liberman rappresenta un contributo fondamentale alla comprensione delle caratteristiche riduzionistiche ancora in atto in tanta (cattiva) scienza e (cattiva) tecnologia, caratteristiche che dipendono da un modello dualistico il quale, nonostante ciò che ci dicono oggi le scienze di avanguardia (fisica, biologia, teorie della complessità) appare ancora basato sul controllo e sulla semplificazione eziologica. E ciò ha enormi conseguenze su una lettura impoverita e banale della questione dell'oggettività del gusto. Diamo ancora la parola a Liberman:

L'insistenza sul controllo è una caratteristica distintiva dello spirito scientifico occidentale, spesso incarnata nel modo più evidente nella figura dell'ingegnere. Avere il controllo – o credere di avere il controllo – può fornirci una rassicurazione esistenziale nel mezzo di un universo caotico, eppure comporta anche un pregiudizio nascosto che gli scienziati di seconda e terza categoria, quelli meno originali, non sono in grado di superare, con il risultato che essi si accontentano di

²² K. Liberman, *Il gusto del caffè. Indagine sull'oggettività*, p. 149.

²³ *Ivi*, pp. 181-182.

²⁴ *Ivi*, p. 153.

accomodarsi nelle loro oggettivazioni. Gli scienziati sognano di scoprire principi causali semplici che assistano i loro progetti di controllo. Eppure raramente gli eventi del mondo si rivelano semplici; essi, molto più comunemente, si scoprono complessi, sovradeterminati e contraddittori. Nella produzione del caffè ci sono molte variabili, ognuna delle quali esercita una certa influenza sul gusto: genetica, terreno, clima, raccolta, lavorazione, fermentazione, selezione, stoccaggio, miscelazione, tostatura, confezionamento e preparazione – in breve, tutto ciò che ho tentato di esaminare nella prima parte di questo libro. I professionisti del settore hanno fatto molti progressi, ma non sono ancora riusciti a padroneggiare completamente nemmeno una di queste fasi [...]. Un altro fornitore di *specialty coffee* si esprime in modo analogo: «Il sapore è complesso da capire perché il chicco è composto da migliaia di componenti chimici diversi. In realtà, ci sono oltre cinquecento componenti volatili nel caffè, e questi componenti non si presentano semplicemente uno alla volta; piuttosto, interagiscono tra loro sotto forma di varie sinergie». Per me, questo è il commento di un analista sensoriale che riconosce i limiti della scienza pur sfruttandone metodi e protocolli²⁵.

Quello che Liberman ha sperimentato e verificato per il caffè grazie a una ricerca e a una pratica ultradecennali è stato sperimentato e verificato per il vino da chi scrive, con una ricerca e una pratica trentennali: posso confermare con assoluta certezza che, nonostante si tratti di oggetti con caratteristiche differenti, le cose stanno esattamente così. E stanno così anche per altre “calibrazioni” volte a produrre giudizi di gusto. Questo libro, dunque, può risultare prezioso non soltanto per gli studiosi e gli appassionati di caffè, ma per tutti i filosofi, gli studiosi di estetica e di scienze sociali, nonché per gli appassionati e gli operatori desiderosi di imparare e di pensare. Alternando raffinate argomentazioni filosofiche alla storia del caffè, alla realtà allo stesso tempo globale e molto specifica dei suoi mercati, ad aneddoti e testimonianze personali, il libro risulta godibile e apprezzabile a più livelli. Ciò che però rende francamente entusiasmante questa esperienza di lettura è la capacità di fare filosofia e sociologia di prim'ordine, a partire e attraverso l'esperienza concretamente vissuta dell'assaggio di una tazza di caffè. Questo è l'insegnamento dell'etnometodologia fenomenologica di Liberman: una critica radicale dell'essenzialismo mossa dalle pratiche reali e quotidiane della vita. In tal senso, questo lavoro risulta prezioso anche per il campo degli studi della “Everyday Aesthetics”, ma, più in generale, riporta la filosofia alla sua origine, come riflessione non (tanto o quantomeno soltanto) su altri testi, ma come osservazione partecipata e coinvolta di e con altri viventi, umani e non umani²⁶. Speriamo che questa lettura stimoli altri studiosi a prose-

²⁵ *Ivi*, pp. 285-286.

²⁶ Si veda per esempio, per una prospettiva che giunge a conclusioni analoghe,

guire su questa strada: oltre al caffè o al vino vi sono tante altre occasioni di esperienza gustativa che chiedono di essere attraversate e comprese. Liberman ci mostra qui al suo meglio come la separazione posticcia di teoria e pratica, ancora presente sia in molto pensiero accademico che in quello ordinario, si possa dire definitivamente archiviata.

l'opera di Arnold Berleant, il cui ultimo libro *The Social Aesthetics of Human Environments*, Bloomsbury, Londra-New York 2023, offre una prospettiva complessiva del rapporto tra filosofia, estetica e pratiche sociali. Anche i libri di Yuriko Saito si muovono dentro lo stesso paradigma (si veda per esempio *Aesthetics of Care: Practice in Everyday Life*, Bloomsbury, Londra-New York 2022).

Edizioni ETS

Palazzo Roncioni - Lungarno Mediceo, 16, I-56127 Pisa

info@edizioniets.com - www.edizioniets.com

Finito di stampare nel mese di ottobre 2023

