

POLITICHE DEL GUSTO

mondi comuni, fra sensibilità estetiche e tendenze alimentari

XLVI congresso dell'Associazione italiana di studi semiotici
 Palermo, Museo internazionale delle marionette
 30 novembre – 2 dicembre 2018

Sistemi di attese culturali e processi di ricezione delle bottiglie di vino italiano in Germania

Caterina Ferrini

Università per Stranieri di Siena
 ferrini@unistrasi.it

Alle basi dell'architettura del pensiero filosofico occidentale c'è l'idea che l'uomo sia per natura un animale *politico e sociale* (Aristotele, *Politica*): la sua vita è per natura legata alla comunità, comunità che tipicamente si struttura e raccoglie intorno alla *polis*. Nella comunità l'individuo fonda sé stesso culturalmente e linguisticamente a partire dalla mediazione e dalla condivisione di un codice semiotico e culturale con gli altri individui che ne fanno parte. In un'intricata rete di condivisioni e innovazioni, l'uomo -all'interno della comunità - realizza sé stesso e tramanda i saperi acquisiti e i prodotti culturali costruiti a partire da regole condivise. Il vino, oggetto d'analisi del "Centro di Eccellenza e della Ricerca dell'Università per Stranieri di Siena" dal 2003, è in questo senso un prodotto culturale. La sua essenza deriva dalla manipolazione della natura da parte dell'uomo, dall'intervento della socialità sul continuum indistinto della natura. E' nell'ottica di Lévi-Strauss (1966), un prodotto *cotto*, elaborato, che interrompe il magma di in-analizzato del *crudo*. Il vino è dunque un manufatto che riporta le tracce della politica umana intesa come *polis*. In quanto sede di codici derivanti da una determinata cultura darà quindi conto dell'universo culturale che quella determinata cultura ha creato: immagini, icone, simboli e parole riportate sull'*enogramma* (Speranza, Vedovelli, 2003) rappresentano la concreta manifestazione di questi codici. Il codice lingua del vino sull'enogramma (da considerarsi sulla scia di Speranza e Vedovelli un genere testuale a sé stante che si realizza dall'unione di etichetta e controetichetta) si esplica attraverso l'impiego di determinati artifici di natura linguistica e semiotica (*ibidem*). La ricorsività di questi elementi determina nel ricevente la creazione di un sistema di aspettative che corregge il disordine della percezione del gusto. A posteriori la possibilità di decrittazione deriva dalle conoscenze e dalle dirette esperienze sperimentate dal ricevente. Appare insomma chiaro che un ricevente che possiede un universo conoscitivo diverso dall'emittente rischia di non essere in grado di comprendere il messaggio. La nostra analisi sui sistemi di attese semiotico-culturali e sui processi di ricezione degli enogrammi italiani in Germania muove da queste premesse e tenta di stabilire un modello semiotico di misurazione della diversità che, a partire dal vino, possa allargarsi ad altri casi di prodotti culturali che siano fortemente legati ad un territorio di provenienza.

Bibliografia

- Casini S., 2014, *Lenogramma nel mondo globale: una (quasi) traduzione plurilingue?*, "Studi Italiani di Linguistica Teorica e Applicata SILTA", XLIII, 2, pp.289-303.
- Casini S., 2016, *Lenogramma plurilingue tra tradizione e creatività*, "CULTURA & COMUNICAZIONE", Vol.8, pp. 26-35.
- Cavaliere R., 2011, *Gusto. L'intelligenza del palato*, Roma-Bari, Laterza.
- Cavaliere R., 2014, *E l'uomo inventò i sapori. Storia naturale del gusto*, Bologna, Il Mulino.
- Conte M.E., 1988, *Condizioni di coerenza. Ricerche di linguistica testuale*, Edizioni dell'Orso, Alessandria.
- Conte M.E., J.S. Petöfi, E. Sözer, 1989, *Text and Discourse Connectedness*, Amsterdam, Benjamins B.V.
- Conte M.E., 1993, *Linguistica testuale*. In Enciclopedia Italiana - V Appendice: <http://www.treccani.it/enciclopedia/linguistica-testuale>.
- Coticelli Kurras P., 2008, *La struttura morfologica dei marchionimi italiani nel XX secolo (fino agli anni '80)*, in M. G. Arcamone, D. Bremer, D. De Camilli, B. Porcelli, (a cura di), *I Nomi nel tempo e nello spazio*, Atti del XXII Congresso Internazionale di Scienze Onomastiche (ICOS XXII), Pisa, 28 Agosto –4 Settembre 2005, Vol. II, Onomastica e Società Pisa: Edizioni ETS, 2008, pp. 695-709.

- Coutier M., 2007, *Dictionnaire de la langue de vin*, Paris, CNRS Editions.
- De Mauro T., 1980, *Guida all'uso delle parole*, Roma, Editori riuniti.
- De Mauro T., 1982, *Minisemantica*, Roma-Bari, Laterza.
- De Mauro T., 1994, *Capire le parole*, Roma-Bari, Laterza.
- De Mauro T., 2000, GRADIT-Grande Dizionario dell'Uso, Torino, UTET.
- Della Rosa P., 2009, *Vino. Le Garzantine*, Milano, Garzanti.
- Eco U., [1968] 2015, *La struttura assente. La ricerca semiotica e il metodo strutturale*, Milano, Bompiani.
- Ferrini C., 2014, *Il vino in "Decanter" tra metafora e liturgia*, "Studi Italiani di Linguistica Teorica e Applicata SILTA", XLIII, 3, 2014, pp.199-214.
- Ferrini C., 2016, *Sistemi di attese culturali e processi di ricezione degli enogrammi*, "CULTURA & COMUNICAZIONE", Vol.8, pp.36-43.
- Gautier L., 2014, *Naming sensory impressions in winespeak between professionals and non-professionals*, Dijon, Univ. de Bourgogne, Centre InterLanguages.
- Gautier L., Lavric E., 2015, *Unité et diversité dans le discours sur le vin en Europe. Actes du colloque d'Innsbruck, 15-16 octobre 2012*, Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien, Peter Lang.
- Hofstede G., 1980, *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*, Newbury Park, CA., Sage Publications.
- Hofstede G., 1983, *The Cultural Relativity of Organizational Practices and Theories*, "Journal of International Business Studies", Vol. 14, No. 2, Special Issue on Cross-Cultural Management (Autumn, 1983), pp.75-89.
- Jakobson R., 1966, *Saggi di linguistica generale*, Milano, Feltrinelli.
- Lévi-Strauss C., [1964] 1966, *Il crudo e il cotto*, Milano, il Saggiatore.
- Machetti S., 2010, *La lingua italiana del vino nella comunicazione pubblica e sociale italiana e globale. Analisi e prospettive di ricerca*, "Studi Italiani di Linguistica Teorica e Applicata (SILTA)", XXXIX, 1, pp.163-180.
- Machetti S., 2012, *L'étiquette décrit-elle ou crée-t-elle le goût du vin? Observations sur les synesthésies linguistiques dans un corpus d'étiquettes de vin italien*, in L. Gautier (ed.), *Le descripteurs du vin: regards contrastifs*, Frankfurt, Peter Lang.
- Machetti S., 2013, *L'enogramma e i meccanismi di costruzione di senso, tra forme dell'espressione e forme del contenuto*, "Studi Italiani di Linguistica Teorica e Applicata (SILTA)", XLII, 2, pp. 411-423.
- Marrone G., 2011, *Introduzione alla Semiotica del testo*, Roma-Bari, Laterza.
- Marrone G., Giannitrapani A., 2012, *La cucina del senso. Gusto, significazione, testualità*, Milano-Udine, Mimesis.
- Renouil Y., Feret G., 1988, *Dictionnaire du vin*, Edition Sezame.
- Speranza S., Vedovelli M., 2003, *Seduzione e informazione: il risvolto dell'etichetta. Note di enogrammatologia*, in E. Rook Basile, A. Germanò, (a cura di), *Agricoltura e alimentazione tra diritto, comunicazione e mercato*, Giuffrè, Milano, pp. 49 – 104.
- Vedovelli M., 2011, *Gli enogrammi: seduzione, Prelati Tedeschi, surdeterminazioni*: (http://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/vino/Vedovelli.html)
- Vedovelli, M., Casini, S., 2013, *Italianismi e pseudoitalianismi in Giappone: le radici profonde di una consonanza culturale nel mondo globale, La lingua italiana in Giappone: le radici profonde di una consonanza culturale nel mondo globale*, in M.K. Gesuato, P. Peruzzi, (a cura di), "Rapporto Italiani nel Mondo 2015, Fondazione Migrantes della Conferenza Episcopale Italiana", Todi, tau editrice.
- Vedovelli M., 2014, *L'italiano nel mercato globale delle lingue: prospettive, potenzialità, criticità*, "Rapporto Italiani nel Mondo 2014", Todi, Tau Editrice, pp. 289-297.
- Vedovelli M., 2016, *Parlare e scrivere di vino: l'enogrammatologia*, "CULTURA & COMUNICAZIONE", Vol. 8, pp.9-25.

Caterina Ferrini (Siena, 11/03/1986) è dottore di ricerca (Ph.D) in *Linguistica Storica, Linguistica Educativa e Italianistica. L'Italiano, le altre Lingue e Culture, XXX Ciclo* e cultore della materia presso la cattedra di Linguistica Educativa, settore scientifico disciplinare L-LIN02 "Didattica delle lingue moderne", presso l'Università per Stranieri di Siena e presso l'Università di Pisa.

Laurea Triennale in "Mediazione Linguistica e Culturale nei Fenomeni Migratori" (Università per Stranieri di Siena, il 23/03/2010) con una tesi su *La creatività linguistica entro i giochi linguistici della comprensione. L'esempio del Maria Mater Gratiae* (rel. Prof.ssa Monica Barni); votazione 110/110 con lode.

Laurea Magistrale in "Scienze Linguistiche e Comunicazione Interculturale" nel curriculum di "Lingue Orientali per la Comunicazione Interculturale" (Università per Stranieri di Siena, il 25 Marzo 2014) con una tesi

sull'analisi del parlato nel linguaggio enogrammatico radiofonico dal titolo *Il vino in 'Decanter' tra metafore e liturgia* (rel. Prof Massimo Vedovelli); votazione 110/110 con lode.

Dottorato di Ricerca in "Linguistica Storica, Linguistica Educativa e Italianistica. L'Italiano, le altre Lingue e Culture XXX ciclo" presso l'Università per Stranieri di Siena con una tesi sui *Modelli di rappresentazione semiotici ed enoici: il caso dell'enogramma italiano e tedesco a Mannheim ed Heidelberg* (rel. Prof. Massimo Vedovelli); votazione eccellente con lode.