

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

La dolce sicilianità rivisitata tra est e ovest

Katarzyna Niementowska

SAN Warszawa

kat.nie@wp.pl

L'intervento si prefigge di proporre la lettura semiotica di due siti internet (<http://cannoli.ua/> e <http://pasticceria-etna.de/>) delle due pasticcerie le quali oltre il confine interpretano all'est (a Odessa) e all'ovest (a Colonia) la tradizione pasticceria siciliana.

Il discorso gastronomico (termini meramente gastronomici) viene sviluppato parallelamente al discorso estetico (impostazione estetica del sito e modalità di presentare i prodotti).

I due siti sono esempi di due discorsi e estetiche completamente opposti. Mentre il sito della *Cannoli* presenta una struttura curatissima e rigorosamente organizzata quello dell'*Etna* sembra un prodotto fai-da-te dalla bellezza alquanto dubbia.

Nella lettura semiotica è molto interessante il modo di presentare i nomi dei due esercizi. Nel caso della *Cannoli* non appare da nessuna parte la relativa immagine, in compenso è una delle pochissime parole scritte con caratteri latini, contrapposte alla maggioranza di termini in cirillico. L'*Etna* invece fa ricorso all'immagine schematica di un vulcano.

Il discorso gastronomico della *Cannoli* offre oltre all'usuale e ordinario menù una vera e propria narrazione con spiegazione dell'origine del nome del locale, informazioni sulla tradizione pasticceria siciliana e una descrizione di singoli prodotti in stile barocco, ricca di aggettivi inusuali e periodi complessi.

Nel caso dell'*Etna* il discorso gastronomico è praticamente assente, limitato ad alcuni termini puramente esplicativi e dal punto di vista linguistico con la prevalenza del tedesco.

La divergenza geografica rispecchia la presenza della rivisitata tradizione gastronomica siciliana sia all'estremo limite est del Mediterraneo (Odessa e il Mar Nero con plurisecolare presenza anche di italiani del sud) sia all'ovest in uno dei paesi dell'emigrazione dal sud.

Bibliografia

Kompakt-Lexikon Marketingpraxis: 2.200 Begriffe nachschlagen, verstehen, anwenden; Springer Fachmedien Wiesbaden, 2013 – lemma *Bild*

Adalbert Wichert, *Der Text zum Foto. Zum Verstehen von Foto-Text-Beziehungen* in: Foto + Text Handbuch für die Bildungsarbeit / herausgegeben von Alfred Holzbrecher, Ingelore Oomen-Welke, Jan Schmolling, 1. Auflage., Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006

Hartmut Stockl, *Werbekommunikation semiotisch* in: Handbuch Werbekommunikation: Sprachwissenschaftliche und interdisziplinäre Zugänge, a cura di Janich, Nina, Aufl. 12 September 2012

Katarzyna Niementowska (Varsavia, Polonia), italianista, ricercatrice di linguistica, ha analizzato i neoitalianismi in polacco contemporaneo, prepara un corpus di italianismi iconici presenti in Polonia e in Germania.