

## 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

# Cibo firmato: Chi è l'autore del #foodart?

**Francesco Piluso**

Università di Bologna

francesco.piluso2@unibo.it

Baudrillard (1972) metteva in luce come la firma dell'autore restituisse all'opera d'arte l'aurea persa nell'epoca della propria riproducibilità. L'autenticità dell'opera non era più legata alla *somiglianza* rispetto a un originale che *trascendeva* la propria rappresentazione, ma allo stesso gesto creativo dell'autore *immanente* all'opera, cristallizzato nella firma come marchio di *differenza* all'interno di una serie. Così, era il circuito di opere, la collezione, a presentarsi come struttura di valorizzazione e a riflettere il prestigio della cerchia dei collezionisti, in un gioco confinato ma votato all'eccesso.

Oggi giorno, il meccanismo dell'autorialità è necessario per dare quell'aurea di prestigio al mondo della cucina, la nuova arte che nonostante il gusto pop conserva il proprio carattere gerarchico. Si è lontani dal fascino per la riproducibilità a la Wharol: dalla industriale pila di *Pringles* si è passati alla *San Carlo 1936*, le patatine *come una volta* (non si sarebbero mai fatte), e alle miniature culinarie su *Rustiche* firmate Carlo Cracco. Il *Mercato Centrale* nella stazione di Roma Termini è un esempio di questa paradossale autorialità industriale. Il cartellone del menù opera come "un *indice* di un libro" (Caleo 2017) - e l'uso di questo termine semiotico è significativo: *L'hamburger di Chianina* di Enrico Lagoria; *La pasta fresca* di Egidio Michelis; *Il tartufo* di Luciana Savini; e via scorrendo una serie di nomi propri, o meglio, di "propri nomi" alle cose (Caleo 2017).

Come nel caso dell'opera d'arte, il consumo di questo cibo griffato manifesta la propria partecipazione *presso* una tavola prestigiosa - condivisione che va condivisa, e ciò lo dimostra il felice connubio tra cibo e social, dove è il circuito di immagini a conferire al piatto il proprio significato, il proprio valore. Tuttavia, se nel caso del circuito delle opere d'arte la simulazione risiedeva nella folle speculazione sul valore della *serie firmata* (e il prestigio nella partecipazione a questo gioco al rialzo), nel caso della cucina è la stessa *firma serializzata* ad essere simulata e posta a sanzione di qualcosa già in serie e pre-valorizzato. Il valore del lavoro serializzato nelle cucine per la produzione dei panini gourmet e di bocconcini della nonna viene assorbito interamente dalla firma dello chef e pagato caramente dallo stesso lavoratore nei panni di consumatore - sempre costretto a bilanciare senza possibilità di speculazione e sperpero tra fame e fama, tra una condivisione su facebook di un pranzo @MercatoCentrale e una foto su instagram del piatto #foodart preparato a casa propria.

Questo lavoro si propone come analisi sociosemiotica dei circuiti di valorizzazione che informano il nostro gusto e il nostro consumo produttivo oggi giorno, nella complessa intersezione tra cibo, arte e social(e). L'ipotesi è che la strategia simulativa che caratterizza il cibo d'autore sia funzionale a mascherare e al contempo celebrare una socialità a spizzichi e bocconi.

## Bibliografia

Barthes, R. (1957) *Mythologies*.

Baudrillard, J. (1970) *La Société de consommation*.

Baudrillard, J. (1972) *Pour une critique de l'économie politique du signe*.

Baudrillard, J. (1981) *Simulacres et simulation*.

Benjamin, W. (1936) *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica. Arte e società di massa*.

Berger, J. (1972) *Ways of seeing*

Caleo, I. (2017) "Crepino gli artisti - Ovvero: Crush your comfort zone" *Operaviva*.

Eco, U. (1984) *Semiotica e filosofia del linguaggio*.

**Francesco Piluso** è un dottorando in semiotica presso l'Università di Bologna (tutor: Prof.ssa Cristina Demaria). Nel 2016 Si è laureato in semiotica (110 e lode) presso l'Università di Bologna con una tesi sul rapporto tra le nozioni di *Codice* in Baudrillard e *Enciclopedia* in Eco (relatori: Prof. Claudio Paolucci e Prof.ssa Cristina Demaria). Prosegue la propria ricerca sul tema delle strutture ideologiche, del rapporto tra sapere e potere, dei meccanismi di riappropriazione culturale nei sistemi mediatici. I suoi principali interessi e approcci di ricerca sono relativi alla socio-semiotica e alla semiotica dei media e dei consumi. Tra il 2015 e il 2016 ha speso un periodo di studio presso il Dipartimento di Antropologia Linguistica di UCLA, lavorando sul rapporto di iconicità tra lingua e cultura spagnola nei discorsi mediatici e nei prodotti culturali statunitensi. Pubblicazioni: Piluso, F. (2017) "Forma e segno in Jean Baudrillard: Deriva di una prospettiva semiotica", *Lo Sguardo: Rivista di filosofia*, 23 ; Piluso, F. (2018) "Trans-feminist Rhapsody", *roots&routest*, 28.