

FOOD DESIGN

Un gioiello di cioccolata

Il semiologo Dario Mangano affronta il tema dell'oggetto cibo nell'era della «gastromania». Ciò che mangiamo deve avere una dimensione estetico-ludica che solleciti i cinque i sensi

di Anna Li Vigni

«**N**a tazzulella é café» recita una canzone napoletana di Pino Daniele. Oggi la tazzina, al centro dell'agognato rito del caffè, la si può trovare realizzata non in porcellana, bensì in pasta di biscotto. Un ambizioso progetto di food design proposto da Lavazza, nel quale la tradizione incontra il gusto estetico e ludico contemporaneo.

Per realizzare l'idea non sono mancate criticità: si è dovuto glassare la parte interna della tazzina per evitare che il calore del caffè facesse ammorbidire troppo le pareti interne. Ma, superata la nostalgia per il tintinnio del cucchiaino sulla porcellana, sgranocchiarsi la tazzina dopo averci bevuto sembra un'esperienza irresistibile. Se poi volesse più zucchero, potreste far navigare sul caffè una zolletta a forma di barca, Le Bateau ivre di Enrico Azzimonti, che dopo aver eseguito qualche graziosa virata, naufragherà in un piccolo mare nero. L'atto antichissimo di consumare il cibo è divenuta oggi un'esperienza consapevole e complessa, per realizzare la quale il design svolge una parte importante. Ma esattamente *Che cos'è il food design?* La stessa domanda è posta dal titolo del saggio con cui il semiologo Dario Mangano affronta un argomento tanto complesso quanto attuale, dal momento che viviamo nell'era della gastromania (Marrone) e la nostra attenzione è richiamata continuamente da trasmissioni televisive sul cibo e da migliaia di blog di cucina. Un oggetto non commestibile realizzato con materiale edibile, come il Tavolo di pane dello spagnolo Enoc Armengol è food design o solo arte contemporanea da esporre in un museo? E una formella di formaggio realizzata in materiale plastico e destinata alla funzione di tagliere - l'MG30 di Alessi - è food design? Ovviamente no.

Ma per rispondere si deve partire da un ragionamento ontologico. L'oggetto-cibo si distingue da tutti gli altri oggetti con cui abbiamo a che fare: si colloca a metà tra l'oggettività e la soggettività, perché lo introduciamo

dentro di noi e finisce per diventare parte di noi. Inoltre il cibo articola sensi culturali, è cioè un oggetto semiotico importante nella nostra vita, in quanto riesce a sedimentare su di sé frammenti di vissuto che ereditiamo e trasformiamo continuamente.

Il food design consiste dunque nella progettazione di una forma semiotica nuova per il cibo, nella quale si trovano contaminate - in una dimensione estetico-ludica che sollecita non solo il gusto ma tutti e cinque i sensi - le due sfere del cibo e degli oggetti comuni. In questa produzione di senso, la commestibilità dell'oggetto realizzato col cibo è fondamentale perché fa "funzionare" il gioco: si pensi alle collane di cioccolato di Barbara Uderzo, splendidi monili ma al contempo anche commestibili, una tentazione per chi le indossa.

Se poi pensiamo al design in senso letterale, come progettazione per la realizzazione di pietanze, allora forse il food design esiste da sempre: prima di giungere nei piatti degli chef star, è passato dalle cucine delle nostre nonne ignare, quando decidevano con orgoglio se impastare polpette sferiche o schiacciate. Ed è a sua nonna che il grande chef Massimo Bottura dedica il piatto Compressione di pasta e fagioli: in un bicchiere trasparente, tre strati diversi (rispettivamente: Aria di rosmarino, Pasta e fagioli, Crème royale) istituiscono un dialogo esteticamente armonioso tra il cibo di famiglia e la cucina molecolare e d'avanguardia di Ferran Adrià e Joel Rubichon. La cucina tradizionale italiana ha ideato oggetti culturali potentissimi, come il cannolo siciliano, oggi celebrato dal Cake boss Buddy Valastro, pasticciere siculo-newyorkese e vera star televisiva mondiale del cake design. Per saggiare la forza mitologica del cannolo, si pensi alla scena del film *Il Padrino* di Francis Ford Coppola, in cui il gangster Peter Clemenza, dopo un'esecuzione, con sottile ironia comanda al fido Rocco: «Leave the gun and take the cannoli!».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dario Mangano, Che cos'è il food design, Carocci, Roma, pagg. 140, € 12,00

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.