

## **LA MUSEIFICAZIONE DEL (DIS)GUSTO: UNA PROSPETTIVA SEMIOCULTURALE**

**SIMONA STANO<sup>(\*)</sup>**

ENGLISH TITLE: The Museification of (Dis)Taste: A Semio–Cultural Perspective

ABSTRACT: This paper deals with the museification of (dis)taste. More specifically, the first paragraphs describe taste — in general, as well as related to the specificities of distaste — in terms of both a sensory experience and a sociocultural construct, insisting on its complexity and transversality. Afterwards, the challenges posed by its museification are discussed, considering some relevant case studies. While a wider range of possibilities emerge as related to distaste, as demonstrated by the case of the “Disgusting Food Museum”, some crucial problems remain. Hence, the paper considers the potential of digital and immersive technologies for opening new paths in such a field.

KEYWORDS: Taste; Distaste; Museification; Digital and Immersive Technologies; Semiotics.

### **1. Introduzione**

Coltivato, allevato, trasformato, scambiato, condiviso, ingerito, rappresentato, mediatizzato... il cibo è un elemento ineliminabile della nostra vita quotidiana. Non solo perché ci sostiene, rispondendo al primo dei fabbisogni umani. Ma anche perché costituisce un vero e proprio «sistema di comunicazione, un corpo di immagini, un protocollo

---

(\*) Università di Torino.

di usi, di situazioni e di comportamenti» (Barthes 1961, trad. it. 1998, p. 33). Tanto più nell'epoca della cosiddetta "gastromania", in cui

l'alimentazione ha oltrepassato la sfera, pur ampia, che le è stata propria per lungo tempo (quella che dal bisogno di nutrizione porta ai piaceri del palato, ai riti culinari e ai loro radicamenti culturali) e ha invaso ogni altra dimensione della nostra esistenza, individuale e collettiva. Mangiamo, beviamo, gustiamo e degustiamo, assaggiamo, assaporiamo, sbafiamo, centelliniamo, apprezziamo, gozzovigliamo, ma anche e soprattutto ne parliamo, descriviamo tutto ciò, lo raccontiamo, commentiamo, giudichiamo, rappresentiamo, fotografiamo e filmiamo e condividiamo, immaginiamo, sogniamo, in un vortice dove l'esperienza del cibo e il discorso su di essa si fanno un'unica cosa: gastromania, appunto. (Marrone 2014, pp. 5-6)

Estendendosi ben oltre la dimensione puramente fisiologica e materiale, l'ambito alimentare concerne in effetti questioni di natura religiosa, politica, morale e, più in generale, identitaria e culturale. Non stupisce, pertanto, che, soprattutto negli ultimi decenni, esso si sia intersecato sempre più con la scena museale, proprio sulla scia di una maggiore consapevolezza, e un crescente apprezzamento (sino all'"ossessione maniacale" denunciata da Marrone), di tale caratterizzazione.

Pensiamo, ad esempio, ai diversi casi di studio analizzati nel volume *Food and Museums* (Mihalache e Levent 2017), come la mostra "FOOD: Transforming the American Table, 1950-2000", ospitata al National Museum of American History, o "Our Global Kitchen: Food, Nature, Culture", una delle più grandi esposizioni alimentari mai realizzate e la prima del suo genere all'American Museum of Natural History di New York. E non si tratta di un fenomeno esclusivamente statunitense. Già nel 2013, ad esempio, la Somerset House di Londra ospitò "El Bulli: Ferran Adrià and the Art of Food", la prima mostra al mondo dedicata a uno chef e al suo ristorante, con appunti di ricerca e schizzi, modelli dei piatti in plastilina, menù degustazione, posate, stoviglie e filmati d'archivio. Una fervente sperimentazione si è poi gradualmente fatta strada anche in Italia e in diversi altri contesti europei, e non solo, aprendo la via a un vero e proprio processo dialogico tra cibo, musei e visitatori che, oltre a fornire nuove conoscenze,

si è dimostrato in grado di suscitare emozioni, stimolare la riflessione critica e, in un certo senso, “trasformare” il pubblico (Shields–Argelès 2017, p. 34).

C'è, tuttavia, una parte fondamentale della “cibosfera” (cfr. Stano 2015) che sembra sfuggire, almeno in certa misura, a tale possibilità di “museificazione”<sup>(1)</sup>: il *gusto*. Nonostante diversi, interessanti, esperimenti in questo senso, infatti, come mostreremo nei paragrafi che seguono, la dimensione gustativa, nella sua accezione più ampia, sembra difficilmente collocabile nell'ambito di un percorso museale, a meno della perdita di alcuni aspetti di fondamentale importanza. E, sebbene nel caso del *dis*-gusto tale difficoltà sembri poter essere parzialmente aggirata, rimangono comunque dei limiti importanti. Sulla scia di simili riflessioni, nell'ultima parte del saggio rivolgeremo l'attenzione alle nuove tecnologie digitali e immersive, considerando alcuni casi specifici per mostrare le potenzialità che esse sembrano offrire rispetto alla museificazione di questo “sfuggente” oggetto di indagine.

## 2. Tra gusto e disgusto: alcune considerazioni generali

Prima di occuparci del loro (im)possibile processo di museificazione, è necessario definire, seppur brevemente, cosa intendiamo per gusto e disgusto.

### 2.1. *Il gusto: sensorialità, cultura, estetica ed etica*

Apprendo il dizionario alla voce *gusto*<sup>(2)</sup>, si legge innanzitutto: «senso specifico esercitato attraverso gli organi gustativi o *organi del g.* [...], per mezzo del quale viene riconosciuto e controllato il sapore delle sostanze introdotte nel cavo orale» (Treccani 2024). Nei medesimi termini lo

---

(1) Il termine è utilizzato in questa sede esclusivamente in riferimento all'inserimento di un determinato oggetto o contesto in esperienze e percorsi museali («collocare in un museo», Garzanti online 2024, s.v. “museificare”), senza riferimento alcuno all'accezione disforica che è andata diffondendosi nel senso comune («privare di vitalità un fenomeno artistico o culturale riconducendolo a una dimensione accademica», *ibidem*).

(2) Per una accurata ricostruzione delle varie accezioni e degli usi del termine, cfr. Bianciardi (2011, pp. 30–4); Barros (1997); Stano (2020).

descrive la celebre *Physiologie du goût, ou Méditations de gastronomie transcendante* (1834) [1825] di Jean Anthelme Brillat–Savarin:

Le goût est celui de nos sens qui nous met en relation avec les corps sapides, au moyen de la sensation qu'ils causent dans l'organe destiné à les apprécier. Le goût qui a, pour excitateurs, l'appétit, la faim et la soif, est la base de plusieurs opérations, dont le résultat est que l'individu croît, se développe, se conserve, et répare les pertes causées par les évaporations vitales. (Brillat–Savarin 1834 [1825], p. 71)

In simile accezione, il gusto si configura come un'*esperienza sensoriale* che svolge due funzioni principali: da un lato, assicura la sopravvivenza del nostro corpo, reintegrando le energie impiegate per le funzioni vitali (e può essere dunque considerato alla stregua dell'atto alimentare in sé); dall'altro, in concomitanza con l'olfatto, ci aiuta a selezionare le sostanze naturali adatte a divenire alimenti, informandoci sulla loro commestibilità (*ibidem*, pp. 73–4; cfr. Rozin 1976, pp. 53–4; Cavaliere 2011, p. 38). Esso, inoltre, ci consente di distinguere i sapori fondamentali, grazie a organi come la lingua, il palato, le guance e la cavità retronasale (*ibidem*, p. 42).

Occorre ricordare, tuttavia, che non si tratta di un processo puramente fisiologico (di per sé già assai complesso, in particolare in virtù del suo carattere sinestetico), bensì di un «dispositivo multimodale incorporato nel nostro essere, fuso con la nostra identità, relazionale, continuamente rimodellabile e plasmabile» (Perullo 2010, p. 74). Si pensi, a titolo esemplificativo, all'operazione di «riconoscimento» presupposta dall'esperienza gustativa: a fronte di una vastissima gamma di molecole sapide presenti negli alimenti<sup>(3)</sup>, si sono imposte, nel tempo e in base alle culture, diverse categorie di base per la distinzione e descrizione dei sapori. Se per Aristotele vi erano sette sapori di base (dolce, agro, aspro, astringente, acido, pungente, amaro), più due derivati (il grasso, originato dal dolce, e il salato, derivato dell'amaro), verso la

(3) Brillat–Savarin parla a questo proposito di un numero infinito di sapori: «Le nombre des saveurs est infini, car tout corps soluble a une saveur spéciale qui ne ressemble entièrement à aucune autre. Les saveurs se modifient en outre par leur agrégation simple, double, multiple; de sorte qu'il est impossible d'en faire le tableau, depuis la plus attrayante jusqu'à la plus insupportable, depuis la fraise jusqu'à la coloquinte» (1834 [1825], pp. 79–80).

metà del 1700 Linneo arrivò a ipotizzare ben dieci qualità gustative (l'umido, l'asciutto, l'acido, l'amaro, il grasso, l'astringente, l'agro, il dolce, il salato e il mucoso), e solo verso la fine del 1800 iniziò a emergere il più circoscritto modello ancora oggi adottato dalla fisiologia del gusto occidentale, basato su dolce, amaro, acido e salato, cui recentemente è stato aggiunto l'umami<sup>(4)</sup>.

E, nonostante la grande variabilità individuale, l'appartenenza sociale e culturale è fondamentale rispetto al modo in cui si sviluppa la sensibilità gustativa (cfr. Perullo 2008). È proprio su questo punto che si manifesta, secondo Italo Calvino (1986), il legame tra “sapore” e “sapere”, ovvero tra il lato *ricettivo* — l'impressione sensoriale, corporea — e quello *cognitivo* — vero e proprio strumento di conoscenza e relazione con l'altro — del gusto. Una distinzione per certi versi simile a quella introdotta più recentemente da Gianfranco Marrone (2013) tra *gustoso* e *saporito*: «sede di “ragionamenti” sensoriali a sé stanti, che opera tramite processi percettivi [...] legati [...] a una presa in carico diretta delle qualità sensibili proprie alle sostanze gastronomiche — in rapporto fra loro per contrasti sintagmatici o per rinvii» (*ibidem*, p. 119), quest'ultimo reinterpreta in chiave semiotica le tematiche della cosiddetta analisi sensoriale; «sistema di senso che si instaura grazie al riconoscimento sensoriale di figure del mondo già note[, d]i modo che, assaggiando qualcosa, siamo in grado — con competenze variabili a seconda delle specializzazioni individuali o delle situazioni contestuali — di individuare che cosa stiamo mangiando o bevendo grazie ai nostri schemi semantici e culturali» (*ibidem*, p. 119), il primo richiama invece proprio i nessi tra sapore e sapere, partendo dal percettivo per muoversi verso il cognitivo.

In questo senso, il gusto implica «il problema del passaggio da un'esperienza di per sé soggettiva a un sapere condiviso attraverso la parola» (Cavalieri 2011, p. VIII). A questo proposito, Jean-Jacques Boutaud

---

(4) Scoperto nel 1909 da Kikunae Ikeda, l'umami è in realtà presente nell'alimentazione umana da secoli, dal momento che numerosi alimenti (come i formaggi stagionati, il pomodoro, le verze, gli asparagi, il latte, i brodi di carne, ecc.) sono naturalmente ricchi di glutammato monosodico (l'amminoacido che lo origina, oggi largamente usato come additivo per esaltare la sapidità di particolari alimenti, in particolare nella cucina asiatica). Secondo Cavalieri (2011), il difficile riconoscimento di questa sensazione dipende dal fatto che essa viene percepita solo dopo un certo periodo di permanenza del cibo nella bocca e ancora meglio dopo la sua deglutizione; per questa ragione spesso l'umami è stato più propriamente descritto come “retrogusto” (v. Yamaguchi 1998; Lindemann *et al.* 2002).

(1997) ha proposto l'idea di "concetto gustativo", poi riformulata nei termini di "immagine gustativa" (Boutaud 2005), come risultato dell'interrelazione tra tre diversi livelli: l'*immagine del sapore*, in cui la dimensione sensoriale e percettiva consentono il dispiegamento delle sensazioni interne (dirette o riprodotte); l'*immagine dell'alimento*, ovvero la dimensione figurativa e discorsiva che si estrinseca mediante lo sviluppo delle rappresentazioni e dei discorsi sul cibo; e l'*immagine della scena alimentare*, dove il contesto e l'azione spostano l'attenzione sulla dimensione pragmatica e performativa (*ibidem*, trad. it. 2012, pp. 122–31; per alcuni sviluppi più recenti, v. anche Boutaud 2024).

È dunque necessario adottare un approccio multi-prospettico per l'analisi dell'esperienza gustativa, che sia in grado di cogliere la differenza tra il semplice atto del "mangiare", finalizzato al nutrimento e comune a diverse specie, e il "degustare", operazione cognitivamente più complessa che implica una valutazione consapevole e attenta.

Proprio a partire da simile consapevolezza, nel corso dei secoli XVII e XVIII, è emersa un'ulteriore accezione del termine gusto, per cui esso rimanda alla «capacità di intendere, riconoscere e apprezzare il bello, e spec. la bellezza dell'arte» (Treccani 2024). In questo senso, ad esempio, David Hume lo descrive, ne *La regola del gusto e altri saggi* (1741), come una sorta di facoltà autonoma insita nella natura umana; d'altra parte, esso deve essere «ravvivato, affinato, educato dalla "pratica", ossia dallo studio, dall'analisi attenta e continua» (Prete in Hume 1741, trad. it. 2006, p. 108). Questa stessa tensione si ritrova nella contrapposizione tra l'impostazione di pensatori come Wagner (1994) [1867], il quale descrive il gusto come inclinazione naturale, immediata, universale, senza regole né concetti, e quella del semiologo Roland Barthes (1964; 1970; 1973), che rifiuta invece l'idea di gusto come giudizio immediato in favore di una concezione della bellezza come elaborazione complessa di codici in un'opera, avente pertanto un carattere *relativo, culturale e storico* (cfr. Volli 2015, pp. 41–2).

Oltre a simile concezione del gusto come facoltà di giudizio estetico, infine, è andata attestandosi nel tempo anche una sua valorizzazione in senso più marcatamente *etico*: secondo Hans-Georg Gadamer (1960), è stato Baltasar Gracián y Morales (1983) [1647] a introdurre l'idea di gusto come capacità di distinguere il Bene e cogliere la "giusta misura"

delle cose. Shaftesbury (1999) [1711] e Vauvenargues (1746) avrebbero poi esteso ulteriormente questa concezione, descrivendo il gusto come facoltà essenziale della coscienza umana che permette di «giudicare rettamente gli oggetti del sentimento» (*ibidem*, p. 17), ricollegandosi dunque nuovamente a parametri di natura socioculturale.

## 2.2. *Il disgusto: sensorialità, cultura, estetica ed etica*

Analogamente a quanto visto per il concetto generale di gusto, anche la sua specificazione nei termini di *disgusto* è definita in primis in relazione alla sfera sensoriale e corporea, come «una sensazione sgradevole al gusto, ripugnanza fisica a cibi, bevande, ecc.» (Treccani 2024, s.v. “disgusto”, con marcato riferimento alla prima accezione di “gusto” sopra considerata). Anche in questo caso, inoltre, a essere coinvolte sono diverse sensorialità, dal momento che tale sensazione

si riferisce a qualcosa di ripugnante, in primo luogo in rapporto al senso del gusto, sia che venga percepito al momento sia che se ne abbia un vivo ricordo; e in secondo luogo a qualsiasi cosa provochi una sensazione analoga attraverso il senso dell’odorato, del tatto o anche della vista. (Darwin (1998) [1872], trad. it. 1999, p. 281)<sup>(5)</sup>

Imprescindibile, inoltre, è anche in questo caso il rimando alla dimensione *culturale e sociale*: “è curioso” — continua Darwin (1998) [1872] — «vedere quanto facilmente susciti questa sensazione qualsiasi cosa insolita — nell’aspetto, nell’odore o nella natura — rispetto al nostro cibo ordinario» (trad. it. 1999, p. 285). A riprova di ciò, lo studioso riporta un episodio vissuto nella Terra del Fuoco, quando un indigeno toccò con un dito la carne fredda conservata che stava mangiando: l’usanza di consumare il cibo a quelle temperature provocò un forte disgusto nell’uomo, non avvezzo a tale costume; il ricercatore, da parte sua, fu invece molto disgustato dal fatto che il suo pasto fosse stato toccato da un aborigeno nudo, benché le sue mani non sembrassero

---

(5) Per approfondimenti sul carattere marcatamente sinestetico del disgusto, si vedano in particolare altri passaggi dello stesso Darwin (1998) [1872], Plutchik (1962), Tomkins (1963; 1982). Per una sintesi di carattere generale, v. Mazzocut–Mis (2015) e Stano (2017; 2018; 2020).

sporche. Di qui i significati figurati del termine disgusto, che rimandano alla sensazione di «repulsione, fastidio, senso di stanchezza o di ripugnanza» (Treccani 2024, s.v. “disgusto”) e, meno comunemente, al senso di “dispiacere” (*ibidem*), sancendo un’apertura verso la sfera *estetica*, e per estensione anche a quella *etica* (cfr. Mazzocut–Mis 2015) — con evidente vicinanza a quanto descritto sopra per il gusto in senso lato.

L’aspetto *cognitivo* è invece stato messo in particolare evidenza da Rozin e Fallon (1987), secondo cui il disgusto può essere considerato come un impulso di repulsione nei confronti dell’incorporazione di oggetti “dannosi” o “offensivi” (in termini materiali, ma anche simbolici), in base a un’idea di *contaminazione* che presuppone l’esistenza di una sorta di «essenza disgustosa che, attraverso tracce o per somiglianza, si propaga dagli oggetti disgustosi a quelli di per sé accettabili» (Stracciari 2014, p. 36). Come nota Darwin (1998) [1872], infatti,

è interessante vedere quanto facilmente e rapidamente alcune persone siano portate alla nausea e addirittura al vomito al solo pensiero di aver mangiato qualche cibo inconsueto [...] quand’anche tale alimento non contenga niente che giustifichi una sua espulsione dallo stomaco. (trad. it. 1999, p. 286)

Nessuna ragione di ordine fisico o percettivo causerebbe dunque in simili casi la reazione di rigetto del cibo, rifiutato ed espulso esclusivamente in funzione di associazioni di ordine cognitivo.

In perfetta continuità con quanto discusso nel paragrafo precedente, sembrano dunque esservi tre aspetti all’origine del disgusto: la percezione *sensoriale* di un agente cui si attribuiscono proprietà negative a causa del sapore, odore, consistenza o parvenza visiva sgradevole; l’anticipazione, a livello *cognitivo*, delle conseguenze che tale agente è in grado di provocare nell’individuo sia a livello fisico, sia a livello sociale e morale; una serie di “fattori ideativi” che riguardano le conoscenze pregresse, ma ancor più l’influenza di credenze e impostazioni *ideologico-culturali* riguardanti l’oggetto causa di disgusto (Mancini e Gragnani 2003, p. 38). Come — e ancor più del — l’apprezzamento gustativo, in altri termini, il disgusto non si configura esclusivamente come una sensazione

intrinsecamente corporea, ma si estende verso una dimensione più marcatamente socioculturale, estetica ed etica. È in questo senso che può essere considerato un’“emozione” (nei termini impiegati da Rozin e Fallon 1987), che si è evoluta al fine di consentire un adattamento dell’individuo alla cultura (Rozin 1982); un’emozione che, secondo Francesco Mancini e Andrea Gragnani (2003, p. 45), è «finalizzata [precisamente] alla trasmissione di valori culturali, sociali e morali».

### 3. Museificare il (dis)gusto: sperimentazioni, limiti, potenzialità

La complessa caratterizzazione del (dis)gusto, sopra brevemente tratteggiata, non ne facilita certamente la museificazione. Se sostanze, pratiche e usi alimentari sono in certa misura documentabili, o comunque riconducibili al formato dell’“oggetto” museale (sia esso un artefatto, una rappresentazione o una pratica), tale possibilità sembra venir meno, almeno in parte, quando si tratta della dimensione gustativa.

Pensiamo, ad esempio, al caso dello spazio museale dedicato al gusto nell’ambito del parco urbano culturale e creativo *Hongmei* a Shenyang, nella Cina nord-orientale. Ideato nel 2019 da Diameter Narrative Design, il “Taste Museum” si estende su un’area di circa 6000m<sup>2</sup>, includendo, oltre alla lobby (che ospita l’installazione artistica “Our Taste”, ideata per richiamare il processo di progressivo affinamento degli organi e delle capacità gustative avvenuto in parallelo all’evoluzione delle specie), tre sale espositive:

- “Taste Lab”, dedicata agli aspetti “scientifici” del gusto, con pannelli e postazioni interattive che rimandano in primis alla biologia e alla fisiologia;
- “Taste Road”, legata alla “cultura” del gusto, intesa in termini di merci (in particolare, spezie e aromi) consumate e scambiate nel tempo, a seguito dei grandi cambiamenti che hanno attraversato lo sviluppo della civiltà umana;
- “Taste Art Gallery”, consacrata alle diverse forme artistiche (dalla letteratura alla fotografia, dalla musica al cinema) che consentono di dare espressione all’esperienza gustativa.

Per quanto richiami diversi degli aspetti che caratterizzano l'esperienza gustativa, dalla dimensione corporea a quella più propriamente discorsiva e culturale, simile proposta museale non sembra tuttavia riuscire a restituirne la complessità. Si avverte, infatti, uno sguardo essenzialmente "oggettivante", che incardina il gusto in discorsi di vario tipo (da quello scientifico a quello storico o artistico), privilegiando — in termini boutaudiani (v. *supra*) — l'immagine dell'alimento a discapito dell'immagine del sapore e dell'immagine della scena alimentare.

Al fine di superare tale limite, sono sorte alcune sperimentazioni, come quella in atto presso il "Museo Diffuso del Gusto", ente museale "a cielo aperto" (<https://openairtastemuseum.eu/museo-diffuso/>) che, nel territorio piacentino, offre ai propri visitatori diversi momenti di degustazione, recuperando così il legame con l'ambito dell'esperienza percettiva. D'altro canto, in questo caso (così come in molti altri simili ad esso) è la caratterizzazione socioculturale e intersoggettiva dell'esperienza gustativa che sembra cadere in secondo piano. Se è vero, infatti, che sostanze e ricette sono costantemente riportate alla cultura del territorio e delle sue tradizioni enogastronomiche, lo è anche che si tratta perlopiù di una serie di "istruzioni" (spesso affidate a poster, brochure e supporti di simile natura, o tuttalpiù alla voce di una guida) che tendono a rimanere sullo sfondo dell'esperienza del visitatore. La stessa descrizione del museo riportata online, in effetti, lo tratteggia come «un viaggio attraverso la storia, la cultura e la conoscenza *collettiva*, oltre che un percorso *individuale* nell'esplorazione dei sensi» (enfasi nostra), sancendo esplicitamente la cesura tra queste due dimensioni.

Una prospettiva differente, e per vari versi innovativa, la si trova passando dal gusto al disgusto. Prendiamo ad esempio il "Disgusting Food Museum", inaugurato a Malmö il 29 ottobre 2018, oggi noto a livello internazionale per gli ottantacinque "orrori culinari" che mette in mostra. Si tratta di piatti provenienti da diverse cibosfere, abituali al loro interno ma generalmente ritenuti "disgustosi" altrove: dal peruviano *cuy* ("porcellino d'India") arrosto al *casu martzu* (lett. "formaggio marcio") sardo, dal *surströmming* (lett. "aringa acida" o, più propriamente "fermentata") amato dagli svedesi al *balut*, piatto tipico dell'Asia sud-orientale consistente in un uovo fecondato e bollito nel suo guscio poco prima della schiusa, quando l'embrione al suo interno è quasi

completamente formato, ecc. Probabilmente in virtù della “contaminazione” sopra descritta, il percorso museale si dimostra in questo caso in grado — come testimoniano diversi documentari e video disponibili sul web<sup>(6)</sup> — di coinvolgere attivamente il pubblico, sia a livello sensoriale (tanto che i biglietti d’ingresso sono stampati su *vomit bag*, soprattutto in vista della “degustazione” prevista prima dell’uscita, e il conteggio dei giorni passati dall’ultima volta in cui qualcuno vi ha fatto ricorso tenuto dal Museo tende a rimanere fermo a zero), sia a livello cognitivo, con un forte accento posto sugli aspetti socioculturali, in particolare in riferimento alla dimensione estetica e a quella etica (come dimostra la lunga riflessione degli ideatori di tale proposta sia rispetto ai cibi da inserire nel percorso museale sia in relazione alla natura delle pratiche tramite cui il visitatore è chiamato a interagire con essi<sup>(7)</sup>). D’altra parte, ci troviamo in questo caso di fronte a una sorta di paradosso: l’esperienza museale presuppone di fatto una “negazione”, dal momento che si realizza attraverso un vero e proprio movimento di “rigetto”<sup>(8)</sup> rispetto a quanto propone.

È come se, in altri termini, vi fosse una sorta di “impossibilità” di fondo di museificare il gusto, inteso come stimolo percettivo e al tempo stesso costruito socioculturale: se alcuni percorsi, puntando sulla dimensione socioculturale, sembrano annullare, o comunque ridurre fortemente, quella sensoriale, quelli che privilegiano quest’ultima paiono invece caratterizzarsi per una sostanziale inconciliabilità con la prima, relegandola sullo sfondo di un’esperienza che tende a rimanere essenzialmente individuale (come nel caso del “Museo Diffuso del Gusto”) o risentendo di una sorta di “dissonanza” tra il livello fisico–corporeo e livello cognitivo (come nel caso del “Disgusting Food Museum”).

Va ricordato, tuttavia, che non si tratta di una impossibilità totale e definitiva. Come mostreremo nel paragrafo che segue, infatti, il ricorso a tecnologie digitali e immersive, sempre più comune in ambito

(6) Si veda, a titolo esemplificativo, quello realizzato da *NowThis*, disponibile al link <https://www.youtube.com/watch?v=HcXZFvKlXTA> (consultato il 16/12/2024).

(7) V. l’intervista rilasciata dallo stesso fondatore del Museo, Samuel West, al “New Yorker”, <https://www.newyorker.com/magazine/2021/05/17/the-gatekeepers-who-get-to-decide-what-food-is-disgusting> (consultato il 16/12/2024).

(8) Numerosi video di visitatori, così come quelli di diverse redazioni giornalistiche, in effetti, sottolineano proprio come questo sia inevitabile (a livello fisico–corporeo), quand’anche vi sia l’intenzione di superarlo (a livello cognitivo).

museale come in altri domini della nostra vita quotidiana, lascia intravedere nuove possibilità di intervento in tale ambito, aprendo la via a sperimentazioni sempre più efficaci.

#### **4. Verso nuovi orizzonti “gastro–museali”: il ruolo delle nuove tecnologie digitali e immersive**

Digitalizzazione e immersività sono progressivamente emerse come parole d’ordine in ambito museale, non solo in risposta a situazioni emergenziali come quella pandemica (v. in particolare Castellet 2021/2022; Giannini e Bowen 2022; Raimo *et al.* 2022; Vilardo e Mazali 2022), ma a seguito di un più generale ripensamento del museo e delle pratiche legate alla sua fruizione (v. in particolare Bonacini 2011; 2020; Parry 2013; Rérat e Bonnefoit 2017; Giannini e Bowen 2019; Virtual Museum Forum 2024). Di particolare interesse, rispetto alle dinamiche trattate in questo saggio, è soprattutto il ricorso alla cosiddetta “realtà estesa” (*Extended Reality*, XR), nelle sue tre articolazioni: la “realtà virtuale” (*Virtual Reality*, VR), basata su dispositivi quali visori, occhiali 3D e strumenti di *imaging*, che consentono la simulazione di situazioni e ambienti virtuali; la “realtà aumentata” (*Augmented Reality*, AR), volta al potenziamento della percezione sensoriale umana mediante la sovrapposizione (e dunque una certa continuità) tra oggetti virtuali e mondo reale; e la “realtà mista” (*Mixed Reality*, MR), sorta di sintesi delle precedenti due, che offre una più marcata mescolanza tra mondo reale e mondo digitale (v. Speicher *et al.* 2019).

Si tratta di tecnologie che hanno acquisito un ruolo sempre più importante anche nell’ambito dell’alimentazione *tout court*, interessando tanto la dimensione più propriamente nutrizionale (talvolta con fini terapeutici, soprattutto in relazione al trattamento dei Disturbi del Comportamento Alimentare) quanto quella gustativa — non di rado intrecciandole tra loro. Si consideri, ad esempio, “Project Nourished”, una piattaforma nata con l’obiettivo di «massimizzare le qualità terapeutiche e funzionali di alimenti, bevande e medicinali, contenendone al contempo l’impatto ambientale e l’uso di risorse naturali» (<https://projectnourished.com/>, traduzione nostra). Se tale obiettivo rimanda

innanzitutto a quella che, in termini flochiani (cfr. Floch 1990), potremmo definire una valorizzazione *pratica*, il funzionamento della piattaforma sembra invece spostare l'attenzione sul livello percettivo, enfatizzando una serie di aspetti *ludico-estetici*. Si tratta, infatti, di una tecnologia che punta a “ingannare” i commensali — in termini greimasiiani, potremmo parlare di una *menzogna* o *illusione* —, manipolando gusto, olfatto, tatto, udito e vista mediante dispositivi sofisticati (un diffusore aromatico, un visore VR, un trasduttore a conduzione ossea in grado di emettere i suoni della masticazione, uno strumento giroscopico e delle sostanze insapori prodotte con stampanti 3D) che mirano a «convincere i sensi delle persone [coinvolte] che il cibo “finto” che stanno mangiando è in realtà un pasto gourmet» (Çöl *et al.* 2023, p. 6, traduzione nostra).

Analogamente, il progetto “The Digital Lollipop”, sviluppato da Nimesha Ranasinghe e dal suo team nel 2012, utilizza la stimolazione elettrica e termica per simulare sensazioni gustative sulla lingua (v. Aoyama *et al.* 2017), modificandone l'intensità e consentendo la personalizzazione dell'esperienza gustativa, con interessanti risvolti tanto a livello di ricerca medica e sensoriale, quanto nei confronti dell'industria alimentare. E potremmo citare diversi altri esperimenti simili, da “Virtual Cookie”, che sfrutta tecnologie di realtà virtuale e mista per l'alterazione della percezione gustativa (v. Stelick *et al.* 2018), a “Vocktail”, che mediante un bicchiere da cocktail dotato di elettrodi, diffusori di aromi, LED sul bordo e un pannello di controllo sul fondo riesce a “trasformare” della comune acqua in una qualsiasi bevanda scelta dall'utente (v. Ranasinghe *et al.* 2017), da “Ultraviolet”, che si avvale di applicazioni VR basate sulla trasmissione di suoni, immagini e odori per “giocare” con alterazioni percettive e mutevolezza dell'ambiente (v. Yemsi–Paillessé 2020) ad “Aerobanquets RMX”, un progetto sviluppato dall'artista Mattia Casalegno in collaborazione con i partner del Flavor Five Studio e la James Beard Foundation, che propone ai propri utenti “pasti futuristi” sfruttando tecnologie di realtà mista e invitandoli a «esplorare, mangiare e impegnarsi in un mondo stravagante che alterna distopia e speranza» (<https://www.aerobanquets.com/>, traduzione nostra).

Sebbene al momento utilizzate principalmente per scopi educativi, terapeutici e di ricerca (scientifica e di mercato), simili tecnologie

sembrano avere un incredibile potenziale rispetto alla museificazione del (dis)gusto. Non solo, infatti, esse consentono di “re-inventare” materie e sostanze alimentari, alterandone le nostre percezioni con un grado di sperimentazione prima inimmaginabile, ma, così facendo, promettono di fornirci nuovi strumenti per riflettere sul confine tra tali materie e sostanze e i processi socioculturali che ne modellano accettabilità e apprezzabilità, ovvero tra il livello dell'impressione corporea (*sapore*) e quello della cognizione (*sapere*), coinvolgendo al tempo stesso la dimensione sensoriale e percettiva, quella figurativa e discorsiva, e finanche quella pragmatica e performativa. È così che si apre uno scenario in cui sensi e senso, discorsi e pratiche, esperienza e immaginazione sembrano essere destinati a “confondersi” sempre più gli uni con gli altri, aprendo la strada a un livello di innovazione e variabilità fino ad ora sconosciuto. Uno scenario ancora nascente e non certo privo di ostacoli (in primis di natura tecnica), ma che promette di condurci verso esperienze “gastro-museali” non solo possibili, ma sempre più coinvolgenti ed efficaci.

## Riferimenti bibliografici

- AOYAMA K. *et al.* (2017) *Galvanic tongue stimulation inhibits five basic tastes induced by aqueous electrolyte solutions*, “Frontiers in Psychology”, 8: 2112.
- BARROS D.L.P. (1997) “Gosto bom, gosto ruim”, in E. Landowski e J.L. Fiorin (a cura di), *O gosto da gente o gosto das coisas. Abordagem semiótica*, EDUC, São Paulo 1997, 163–76.
- BARTHES R. (1961) *Pour une psychosociologie de l'alimentation contemporaine*, “Annales ESC”, XVI(5): 977–86 (trad. it. “L'alimentazione contemporanea”, in *Scritti: società, testo, comunicazione*, Einaudi, Torino 1998, 31–41).
- . (1964) *Essais critiques*, Éditions du Seuil, Paris.
- . (1970) *S/Z*, Éditions du Seuil, Paris.
- . (1973) *Le plaisir du texte*, Éd. du Seuil, Paris.
- BIANCIARDI L. (2011) *Il sapore di un film. Cinema, sensi e gusto*, Protagon, Siena.
- BONACINI E. (2011) *Il museo contemporaneo: fra tradizione, marketing e nuove tecnologie*, Aracne, Roma.
- . (2020) *I musei e le forme dello Storytelling digitale*, Aracne, Roma.

- BOUTAUD J.-J. (1997) *Sémiopragmatique du goût*, “Revue Internationale de l’imaginaire”, 245: 49–60.
- . (2005) *Le sens gourmand. De la commensalité – du goût – des aliments*, Jean–Paul Rocher Éditeur, Paris (trad. it. *Il senso goloso*. ETS, Pisa 2012).
- . (2024) *Le figuratif de l’alimentation*, “Signata”, 15/2024, <https://doi.org/10.4000/127wu>, consultato il 12/12/2024.
- BRILLAT–SAVARIN J. A. (1834) [1825] *Physiologie du goût, ou Méditations de gastronomie transcendante: ouvrage théorique, historique et à l’ordre du jour dédié aux gastronomes parisiens*, Passard, Paris (trad. it. *Fisiologia del gusto o meditazioni di gastronomia trascendente*, Rizzoli, Milano 1985).
- CALVINO I. (1986) *Sotto il sole del giaguaro*, Garzanti, Milano.
- CASTELLET G. (2021/2022) *Musealità online prima e durante il Covid–19: la realtà virtuale*, Tesi di laurea, Università di Padova, Padova.
- CAVALIERI R. (2011) *Gusto. L’intelligenza del palato*, Laterza, Roma–Bari.
- ÇÖL B.G. et al. (2023) *Virtual reality and augmented reality technologies in gastronomy: A review*, “eFood”, 4(3): 1–16.
- DARWIN C. (1998) [1872] *The Expression of Emotions in Man and Animals*, 3a ed., Harper Collins, London (trad. it. *L’espressione delle emozioni nell’uomo e negli animali*, Bollati Boringhieri, Torino 1999).
- FLOCH J.–M. (1990) *Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes, les stratégies*, PUF, Paris.
- GADAMER H.–G. (1960) *Wahrheit und Methode. Grundzüge einer philosophischen Hermeneutik*, Mohr, Tübingen.
- GIANNINI T. e J.P. BOWEN (2019) *Museums and Digital Culture. New Perspectives and Research*, Springer, New York.
- . e ———. (2022) *Museums and Digital Culture: From Reality to Digitality in the Age of COVID–19*, “Heritage”, 5(1): 192–214, <https://doi.org/10.3390/heritage5010011>, consultato il 27/11/2024.
- GRACIÁN Y MORALES B. (1983) [1647] *Oráculo manual y arte de prudencia*, Guara, Zaragoza.
- HUME D. (1741) *Essays, Moral and Political*, Kincaid, Edinburgh (trad. it. *La regola del gusto e altri saggi*, Abscondita, Milano 2006).
- LINDEMANN B. et al. (2002) *The Discovery of Umami*, “Chemical Senses”, 27(9): 843–44.
- MANCINI F. e A. GRAGNANI (2003) *Disgusto, contagio e cognizione*, “Psichiatria e Psicoterapia”, 22(1): 38–47.

- MARRONE G. (2013) *Livelli di senso: dal gustoso al saporito*, “E|C”, VII(17): 128–36.
- . (2014) *Gastromania*, Bompiani, Milano.
- MAZZOCUT–MIS M. (a cura di) (2015) *Dal gusto al disgusto. L'estetica del pasto*, Raffaello Cortina, Milano.
- MIHALACHE I.D. e N. LEVENT (a cura di) (2017) *Food and Museums*, Bloomsbury, London.
- PARRY R. (2013) *Museums in a Digital Age*, Routledge, New York.
- PERULLO N. (2008) *L'altro gusto. Saggi di estetica gastronomica*, ETS, Pisa.
- . (2010) *Filosofia della gastronomia laica. Il gusto come esperienza*, Meltemi, Roma.
- PLUTCHIK R. (1962) *The Emotions: Facts, Theories, and a New Model*, Random House, New York.
- RAIMO N. et al. (2022) *Digitalization in the cultural industry: evidence from Italian museum*, “International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research”, 28(8): 1962–74.
- RANASINGHE N. et al. (2017) “Vcocktail: A virtual cocktail for pairing digital taste, smell, and color sensations”, *Proceedings of the 25th ACM Multimedia Conference*, Association for Computing Machinery, New York, 1139–47.
- RÉRAT M. e R. BONNEFOIT (a cura di) (2017) *The Museum in the Digital Age New Media and Novel Methods of Mediation*, Cambridge Scholars Publishing, Newcastle upon Tyne.
- ROZIN P. (1976) *The Selection of Food by Rats, Humans and Other Animals*, “Advances in the Study of Behavior”, 6: 21–76.
- . (1982) “Human Food Selection: The Interaction of Biology, Culture and Individual Experience”, in L.M. Barker (a cura di), *The Psychobiology of Human Food Selection*, AVI, Bridgeport, CT, 225–54.
- . e A.E. FALLON (1987) *A Perspective on Disgust*, “Psychological Review”, 94: 23–41.
- SHAFTESBURY A.A.C. (EARL OF) (1999) [1711] *Characteristics of Men, Manners, Opinions, Times*, Cambridge University Press, Cambridge.
- SHIELDS–ARGELÈS C. (2017) “Anthropology on the Menu: Cultural Perspectives on Food and Taste in Museums”, in I.D. Mihalache e N. Levent (a cura di), *Food and Museums*, Bloomsbury, London, 21–39.
- SPEICHER M. et al. (2019) “What is Mixed Reality?”, in S. Brewster et al. (a cura di), *CHI '19: Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors*

- in *Computing Systems*, Association for Computing Machinery, New York, <https://doi.org/10.1145/3290605.3300767>, consultato il 27/11/2024.
- STANO S. (2015) *Note per una semiotica del cibo*, “Lexia”, 19–20: 17–36.
- . (2017) *Gli “aspetti” del cibo: meditazioni semiotiche su gusto e disgusto*, “Lexia”, 27–28: 415–39.
- . (2018) *Mauvais à regarder, bon à penser: il food porn tra gusti e disgusti*, “E|C”, XII(23): 1–7.
- . (2020) “Des sens au sens : Goût, dégoût et processus de signification”, in M. Bernoussi (a cura di), *La Culture culinaire marocaine : Sémiotique, histoire et communication*, Editions CAPITAL, Meknès, 58–81.
- STELICK A. et al. (2018) *Dynamic context sensory testing: A proof of concept study bringing virtual reality to the sensory booth*, “Journal of Food Science”, 83(8): 2047–51.
- STRACCIARI A. (2014) *Gusto e disgusto*, il Mulino, Bologna.
- TOMKINS S. (1963) *Affect, Imagery, Consciousness*, vol. II, *The Negative Affects*, Springer, New York.
- . (1982) “Affect Theory”, in P. Ekman (a cura di), *Emotions in the Human Face*, 2a ed., Cambridge University Press, Cambridge, 353–95.
- VAUVENARGUES (DE CLAPIERS) L. (1746) *Introduction à la connaissance de l'esprit humain*, ora disponibile al link [http://classiques.uqac.ca/classiques/vauvenargues/intro\\_connaissance/vauvenargues\\_intro\\_conn.pdf](http://classiques.uqac.ca/classiques/vauvenargues/intro_connaissance/vauvenargues_intro_conn.pdf), consultato il 27/11/2024.
- VILARDO G. e T. MAZALI (2022) *La virtualizzazione dei Musei alla prova del Covid-19. Un caso studio*, “Mediascapes journal”, 19/2022: 177–203.
- VIRTUAL MUSEUM FORUM (2024) *Virtual Museums – A Plea: Around the Clock, Around the World*, De Gruyter, Berlin–Boston.
- VOLLI U. (2015) *Du goût alimentaire au goût esthétique... et retour*, “Lexia”, 19–20: 37–47.
- WAGNER R. (1994) [1867] “Die Meistersinger von Nürnberg”, in P. Carnegie, *Cambridge Opera Handbooks*, Cambridge University Press, Cambridge.
- YAMAGUCHI S. (1998) *Basic properties of umami and its effects on food flavor*, “Food Reviews International”, 14(2–3): 139–76.
- YEMSI-PAILLISSÉ A–C. (2020) “Multisensory restaurants, Art and Tourism: Case study on Ultraviolet by Paul Pairet”, in P. Mura, K.K.H. Tan e C.W. Choy (a cura di), *Contemporary Asian Artistic Expressions and Tourism. Perspectives on Asian Tourism*, Springer, Singapore.