

# L'Università di Parma per Expo 2015

*Convegno/Laboratorio. Maggio 2015. Ricerca, impresa e territorio.*

**Area: Scienze umane**

**Coordinatori: Francesca Zanella – Michele Guerra**

**Titolo del tavolo: *Nutrire l'immaginario: forme e linguaggi del racconto del cibo***

Il Tavolo sarà introdotto da una riflessione teorica sul concetto di gusto a cui seguirà la presentazione dei temi quadro, una sequenza di flash dimostrativi del percorso che si intende condurre nel periodo 2014/2015.

## **1. La dimensione estetologica**

Rita Messori, *Il gusto tra natura e cultura*

Il concetto di gusto viene indagato come forma di relazione col mondo che rivela al contempo la naturalità dell'individuo e le forme di intersoggettività che si legano alla condivisione e alla comunicazione del gusto. Riflettendo su tali relazioni è possibile comprendere come si articolano, a partire dal rapporto natura/cultura, il complesso immaginario che muove dall'idea di gusto.

## **2. Temi quadro**

### **2a. Rapporto cibo-corpo-conoscenza**

Roberta Gandolfi, *Condividere il cibo: pratiche di convivialità e relazione nel teatro contemporaneo*

Alla ricerca di nuove modalità di relazione con i loro pubblici, molti teatri contemporanei in Italia e all'estero creano eventi che uniscono il racconto e l'evento scenico a momenti di convivialità culinaria. Il cibo diventa così un alleato del teatro per sperimentare dimensioni di coinvolgimento del corpo (attraverso il gusto e i sensi) nella percezione etica e estetica delle proposte artistiche.

### **2b. Cibo e territorio: Immagini e parole**

Davide Papotti, *I paesaggi del cibo: produzione alimentare, agricoltura e coscienza paesaggistica fra genius loci e marketing.*

Ciò che merita di essere riconsiderato è il rapporto che esiste fra le produzioni alimentari e le immagini territoriali che vengono utilizzate nella promozione turistica e nel marketing di prodotto.

Quali immagini paesaggistiche vengono utilizzate più di frequente nel marketing del cibo? Quali caratteristiche territoriali tendono ad enfatizzare? Quali immagini dei cibi vengono utilizzate più di frequente nel marketing territoriali e turistico? Con quali caratterizzazioni? Quali sono i fattori che promuovono una stretta compenetrazione fra immagini territoriali e marketing del cibo? E quali quelli che tendono ad essere controproducenti?

Vanja Strukelj, *Cibo e identità locale nel racconto delle guide*.

Le guide e la letteratura di viaggio possono rappresentare un interessante campo di indagine per cercare di testare, in una prospettiva storica, il ruolo che assume il “cibo” nel racconto di un territorio, nella costruzione mitica di una identità culturale.

Michele Guerra, *I tragitti mediali del cibo*.

In anni recenti e non solo, molti film, in larga parte documentari, pongono al centro del loro discorso il cibo come valore geo-culturale e antropologico e incontrano facilmente il favore di enti preposti alla valorizzazione mediale delle specificità territoriali. In altri termini, il cibo rimane un elemento decisivo nella connotazione culturale e realistica di prodotti che alimentano fortemente l'immaginario intorno a luoghi trasfigurati dal cinema e i tragitti mediali del “food” meritano di essere seguiti per comprendere la pervasività di veri e propri brand territoriali.

## **2c. L'alto e il basso. Tradurre il cibo attraverso l'immagine**

Gloria Bianchino, *Il pane o brioches? i ricchi e i poveri*

Francesca Zanella e gruppo di ricerca sulla pubblicità, *L'immagine del cibo nella comunicazione pubblicitaria: creativi vs committenti*.

Proseguendo l'indagine proposta in occasione delle giornate Parma Food Valley e partendo dalla comunicazione dell'Expo si intendono indagare i meccanismi di costruzione dell'idea di cibo, con attenzione al ruolo che l'immagine fotografica, con i suoi caratteri precipui, gioca in questa partita, e le tensioni tra tradizione/innovazione, dimensione globale e locale.

### **2.c 1 L'alto e il basso. Tradurre il cibo attraverso la parola**

Alberto Salarelli, *La gastronomia italiana: un itinerario bibliografico*

In questa linea di ricerca si vuole proporre una storia della gastronomia italiana attraverso un percorso di indagine bibliografica: in altre parole, si vogliono individuare alcune tappe fondamentali rappresentate da quei libri di cucina che si ritiene abbiano segnato un determinato periodo nella storia dell'Italia dal punto di vista del loro duplice ruolo di testimonianze di usi e costumi ma anche di discorsi attorno alla cultura della tavola. Si vogliono individuare quelle opere che i loro stessi autori, intenzionalmente, hanno redatto come testimonianze del rapporto tra la cucina e un ambito culturale più ampio, nel quale insistono fattori sociali, tecnici e materiali. Il termine *itinerario* ha proprio questa valenza: proporre uno specifico percorso bibliografico attraverso una selezione di quei testi che rappresentano gli snodi fondamentali del concetto di gastronomia italiana.