

1. Osservazioni preliminari

Questo saggio affronta il tema del legame tra dimensione sensoriale-percettiva e linguaggio a partire dai sensi chimici, l'olfatto e il gusto, per sottolinearne l'intrinseca linguisticità e rilevarne il valore cognitivo. Per inquadrare questo discorso partiremo da una breve premessa. Noi tutti siamo cresciuti ed educati in una cultura che ci ha abituati a percepire, a pensare e a rappresentarci la realtà in termini prevalentemente visivi e uditivi, trascurando le informazioni preziose forniteci, spesso inconsapevolmente, da olfatto e gusto, e in parte anche dal tatto (incluso quello orale). Questa svalutazione ha una lunghissima storia e le ragioni che la sorreggono da oltre duemila anni risiedono nella variabilità, nella fugacità, nella soggettività e quindi nella 'privatezza' delle sensazioni olfattive e gustative, nella loro eccessiva compromissione con la corporeità, con il piacere (alimentare e sessuale) e con le emozioni, nel loro carattere prossimale, e non ultimo nella difficile traducibilità verbale dei sapori e specialmente degli odori, tutti fattori che li renderebbero inaffidabili dal punto di vista della conoscenza. Tuttavia, negli ultimi trent'anni, un certo numero di evidenze empiriche e di dati scientifici di varia provenienza disciplinare ha permesso di rivalutare l'olfatto e il gusto, i sensi più carnali, dimostrando come essi, non meno della vista e dell'udito, contribuiscono – già dall'epoca fetale – alla nostra conoscenza del mondo circostante, con un accento loro proprio che influenza altresì i nostri comportamenti sociali, emozionali, sessuali e alimentari¹.

2. Olfatto e gusto ai limiti del linguaggio

Pur costituendo un ambito d'indagine non totalmente inedito, la sensorialità chimica non riscuote grande interesse né tra i filosofi né tra gli studiosi di scienze del linguaggio e della mente, proprio per quel carattere sfuggente, intimo e scarsamente condivisibile che induce a considerare le esperienze olfattive e gustative distanti dalle forme più 'nobili' della conoscenza, e difficilmente esprimibili in parole. Solo per citare qualche esempio, Platone attribuiva all'imperfezione dell'olfatto e all'instabilità degli odori stessi l'impossibilità di classificarli e di denominarli: «due, quindi, e senza nome sono i gruppi di odori, per il fatto che non sono composti da un numero determinato di specie semplici, ma vengono chiamati nei soli due modi in cui si possono distinguere qui, 'piacevoli' e 'spiacevoli'» (*Timeo* 67a). Kant considerava olfatto e gusto due sensi strettamente connessi ("entrambi ci procurano sensazioni chimiche"), al servizio più del godimento che del sapere: l'olfatto tuttavia è «il senso organico più ingrato» e pertanto non vale la pena coltivarlo, sebbene insieme al gusto ci permetta di evitare l'ingestione di cibi avariati; il gusto, a differenza dell'odorato, poco incline alla socievolezza, promuove invece la condivisione del cibo e del godimento che esso procura (1798: 578-581).



La linguisticità dei sensi chimici: il caso della degustazione

Rosalia Cavalieri

Studiare la sensorialità a partire dai sensi cosiddetti 'minori', i più radicati nell'esperienza corporea, significa tuttavia riconoscere pari dignità gnoseologica a tutti i dispositivi sensoriali e mostrare da una prospettiva meno consueta, più nuova e originale (epperò, secondo noi, più interessante per un filosofo del linguaggio) l'intreccio tra sensibilità, cognizione e linguaggio. Se tutti i contenuti del nostro sentire (esperienze sensoriali, estetiche, affettive) oltrepassano il potere della parola, entro cui pure sono fissati, conservando un margine di irriducibilità linguistica – donde il conflitto con la presunta 'onnipotenza semantica' del linguaggio, almeno nella sua versione forte –, questo vale a maggior ragione per l'olfatto e un po' anche per il gusto: l'esperienza comune ci insegna che descrivere un odore e raccontare un sapore non sono esperienze semplici. E questa difficoltà, entro certi limiti, non risparmia neppure gli esperti: *sommeliers*, analisti sensoriali, creatori di profumi, critici gastronomici. Parlare di un sapore o di un profumo, passando dal dominio della sensazione soggettiva a quello del linguaggio e dello scambio intersoggettivo, significa altresì confrontarsi con i limiti culturali interni alle lingue stesse in materia di espressione.

Tra tutti i sensi, l'olfatto è considerato il più distante dal linguaggio, l'unico al quale viene attribuito l'appellativo di «senso muto» (Ackerman, 1990: 2), laddove il gusto è a nostro avviso (insieme all'udito, ma per ragioni diverse) 'il più linguistico dei sensi', quello più coinvolto nella parola. Nel primo caso, si parla di 'senso muto' non solo a causa della mancanza, almeno nelle lingue occidentali², di una terminologia specifica per gli odori, cioè di parole con cui denominare, descrivere con precisione e condividere pienamente le nostre esperienze olfattive, ma anche a causa di quella difficoltà a identificarli e quindi a descriverli che è nota come «fenomeno dell'odore sulla punta del naso» e della parola 'sulla punta della lingua' (il riconoscimento della familiarità

di un odore è accompagnato dalla difficoltà a identificarlo e quindi a denominarlo – Lawless, Engen 1977; Engen 1982) e che ci costringe a definire genericamente gli odori come ‘buoni’ o ‘cattivi’, ‘forti’ o ‘deboli’, e ancora a parlarne in modo vago, approssimativo, impreciso (‘è come’, ‘rassomiglia a’, ecc.)

Nel caso del gusto, invece, pur condividendo con l’olfatto la difficoltà a tradurre verbalmente le sensazioni intime che lo attraversano – anche a causa di quella mentalità ‘visiva’ che ci porta ad essere distratti dalla vista di ciò che gustiamo, impedendoci di descrivere le sensazioni avvertite dal palato –, le lingue occidentali dispongono di un certo numero di termini specifici (dolce, salato, acido, amaro, sapido, piccante, astringente, acre, aspro, grasso, acerbo, ecc.), sebbene ristretto rispetto all’infinita ricchezza di sapori percepibili dal nostro palato. Il connubio tra gustare e parlare (due attività che pur essendo filogeneticamente distanti condividono gli stessi organi) è suggellato comunque dal rito della convivialità: la consumazione del cibo per gli animali umani è un’esperienza sociale nel corso della quale si parla anzitutto del cibo che si sta gustando, del suo sapore, di tutto ciò che vi è connesso a vario titolo e degli argomenti più disparati. L’esercizio della parola trova perciò nella tavola uno dei suoi luoghi d’elezione perché il gusto è il senso che maggiormente la sollecita: si può restare silenziosi davanti a un dipinto o all’ascolto di un brano musicale ma non davanti al sapore di una pietanza o di un vino. Il piacere sensoriale che essa procura, reduplicato dalla socializzazione del consumo e dalla conversazione che ne scaturisce, obbliga, i buongustai specialmente, a superare la vaghezza e l’incertezza espressiva del ‘mmm..., è buono!’.

La complicità tra assaporare e parlare è poi attestata dal fatto che l’apprezzamento e la valutazione di un cibo o di un vino, caratteristici dell’atto del gustare, si realizza e si precisa attraverso il linguaggio: il sapore di una pietanza, le singole sensazioni racchiuse in un boccone che prendono vita sulle nostre papille, e le emozioni che esso suscita all’intelligenza del palato si definiscono nel momento in cui li convertiamo in parole, condividendole con gli altri commensali. Il legame tra la lingua che assaggia e la lingua che parla rivela così l’intrinseca vocazione linguistica dell’atto del gustare e maggiormente, come si dirà più avanti, del degustare. Il ragionamento verbale favorisce dunque l’apprezzamento e la qualificazione del cibo gustato, una prerogativa esclusiva degli animali umani in quanto animali parlanti (sulla linguisticità del gusto cfr. Cavalieri 2012, 2012a).

Fatta questa premessa, per discutere del nesso tra sensorialità chimica, cognizione e significato ci concentreremo sulla degustazione (e su quella del vino in particolare), un’attività di conoscenza incarnata, e per di più linguistica, in cui il naso e il palato lavorano in stretta sinergia per valutare e interpretare oggetti alimentari, cioè particelle di mondo che immettiamo letteralmente dentro di noi, ridando senso a questi ‘oggetti alimentari conosciuti’ attraverso le parole.

3. Degustare e parlare

Cominceremo col dare qualche definizione. *Degustare* è una complessa esperienza sinestetica di assaggio, analisi e valutazione attenta di un cibo o di un vino per discriminarne e poi descriverne le caratteristiche organolettiche (acidità, alcolicità, profumi dei vini, sapori, equilibrio, ecc.), per valutarne qualità e difetti, interpretando le molteplici e varieguate informazioni fornite dai nostri sensi, specialmente quelle provenienti dall’olfatto e dal gusto. Quest’attività culmina nella verbalizzazione delle sensazioni soggettive registrate, cioè nel saper denominare e descrivere con un vocabolario convenzionale, ampio e comprensibile le qualità organolettiche di ciò che si degusta, ma anche sensazioni, emozioni e piaceri sensoriali suscitati dall’assaggio. La degustazione rappresenta un caso esemplare in cui la complessa esperienza sensoriale dell’assaporare diviene pienamente conoscenza: analisi, discernimento, riconoscimento, comparazione, interpretazione, riattribuzione di senso alla cosa degustata attraverso le parole, trasformando l’impulso naturale a bere e a mangiare in un processo cognitivo frutto di un ‘sapere’ che è anche un ‘saper fare’ e specialmente un ‘saper fare linguistico’.

C’è molta differenza tra il bere e il degustare. I buoni vini, i grandi vini – precisa Emile Peynaud (1980: 14), uno dei maestri dell’enologia mondiale – non sono bevande che si ingeriscono: si assaporano; perciò non si bevono mai come si può fare con una bevanda dissetante, a grandi sorsi, per cogliere la sola sensazione tattile del liquido che rinfresca la gola. [...] Il gesto di bere il vino e il suo significato non sono quelli del bevitore istintivo, la tecnica del bere è molto diversa: si impara. [...] Risultato di molte fatiche, di scienza e di pazienza, il buon vino, il grande vino, merita impegno da parte di colui che lo vuol conoscere, affinché giunga a lui, degustatore, il messaggio di coloro che l’hanno elaborato per il piacere degli altri. *La degustazione serve a decifrare questo messaggio e a codificare le sensazioni gustative.* Per bere è sufficiente il piacere fisico, per degustare ci vuole anche intelligenza e competenza.

A dimostrazione che il naso e il palato dei professionisti della degustazione dal punto di vista sensoriale non sono diversi da quelli degli altri individui e che *sommelier* non si nasce ma si diventa, la capacità di valutare un vino richiede una competenza raggiungibile anzitutto attraverso un’educazione sensoriale e un affinamento di tutti i sensi, specialmente dell’olfatto e del gusto, un’istruzione formale, l’esercizio della memoria (in particolare di quella olfattiva, pilastro della degustazione), capacità di concentrazione e di riflessione, abilità linguistiche, ma richiede altresì conoscenze enologiche, viticole, conoscenze concernenti l’universo del vino e la sua geografia regionale, la storia di un vino e la biografia degli individui che l’hanno prodotto. Attività sociale e ‘parlante’, la degustazione, in quanto «codificazione di una piacevole attività conviviale» (Gho, Ruffa 1993: 27), non si addice agli amatori solitari: l’assaggio invita

al confronto, alla discussione, alla comparazione, all'interpretazione dei significati da attribuire alle proprie percezioni, allo scambio delle conoscenze, attraverso la ricerca delle parole efficaci e adeguate a esprimere ciò che un vino trasmette. Insomma, una sfida all'indicibilità della competenza sensoriale.

Benché la conoscenza e l'apprezzamento delle qualità di un vino sia un'esperienza sinestetica tra le più totalizzanti (impegna l'occhio, il naso, il palato e la lingua), i sensi decisamente più coinvolti nella degustazione sono proprio quelli pregiudizialmente considerati meno teorici: il gusto e specialmente l'olfatto. Se l'occhio e l'orecchio sono largamente riconosciuti come i sensi più intellettuali e anche come i più artistici, permettendoci di apprezzare le arti visive, plastiche e musicali, nella degustazione si assiste alla riscossa dell'olfatto che diventa la più importante fonte cognitiva ed estetica, seguito dal gusto e dal tatto orale, poi dalla vista (che ha un ruolo secondario ma non trascurabile d'introduzione all'assaggio) e infine – ma molto marginalmente – dall'udito.

La *degustazione professionale* (quella dell'assaggiatore provetto) si distingue ovviamente da quella *amatoriale* (che è semplicemente un'esperienza edonistica, una ricerca del piacere estetico, una soddisfazione sensoriale non affidata tuttavia al caso). L'esperto dispone infatti di una tecnica formale di ricerca, di controllo, di comparazione, finalizzata al giudizio, alla conoscenza del valore e all'apprezzamento obiettivo di un vino (cfr. Peynaud 1980: 14-16). Basandosi sull'immediatezza delle conoscenze fornite dai sensi, la degustazione si articola in tre fasi, l'*esame visivo*, l'*esame olfattivo* e l'*esame gusto-olfattivo* (comprendente l'esame gustativo e quello delle sensazioni finali gusto-olfattive), segue uno schema codificato (sebbene non sia priva né di condizionamenti soggettivi, né di condizionamenti esterni) e prevede diversi momenti: l'osservazione sensoriale, la descrizione delle sensazioni, la comparazione di un vino con altri vini già noti e classificati in relazione alle norme apprese, e infine il giudizio motivato. E poi coinvolge tanto il ragionamento induttivo quanto quello deduttivo: dalla percezione globale bisogna risalire alle singole sensazioni, scomponendo un'impressione complessa nelle sue singole componenti, individuando la natura, l'ordine e l'intensità degli stimoli che agiscono sui nostri recettori sensoriali. E ancora: occorre registrare anche le minime variazioni d'intensità di un colore, di un odore, di un aroma, di un sapore, di una consistenza, per poterne cogliere le differenze, ricomponendo alla fine questo lavoro di analisi in una sintesi valutativa che conservi la totalità espressiva del vino. Tutto ciò esige, com'è ovvio, un alto livello di attenzione e di concentrazione, e una grande capacità di attesa, concedendo al vino il tempo per esprimersi in tutta la sua ricchezza.

Studi recenti sulla percezione neurologica del vino confermano quanto già si conosce delle reali competenze di un assaggiatore professionale. Avvalendosi dei risultati

di *neuroimaging*, la ricerca neuroscientifica ha mostrato che, rispetto al cervello di comuni bevitori impegnati in compiti di assaggio di vini diversi, il cervello dei *sommeliers* compie un'attività maggiore all'altezza dell'emisfero sinistro (l'emisfero logico-analitico e linguistico) e in particolare di aree coinvolte in compiti che richiedono l'uso di strategie cognitive di tipo analitico, connesse a processi mnemonici, linguistici e decisionali, oltre a un'accresciuta attività nelle aree in cui convergono *input* gustativi e olfattivi. Insomma, per i *sommeliers* l'apprezzamento e la valutazione di un vino è un'esperienza che coinvolge funzioni cognitive superiori (cfr. Castrìota Scanderbeg *et al.* 2003).

Nella degustazione, alla vista spetta il compito preliminare, sebbene non primario, di svelare le prime impressioni sul vino: il colore fornisce numerose informazioni sulla sua salute, sul suo stato evolutivo, sulla sua alcolicità, sulla sua struttura e sulla sua tipologia. All'olfatto e al gusto, in successione, l'onere della scoperta e in genere della conferma di ciò che l'occhio ha annunciato. Il ruolo più difficile e intrigante tocca indubbiamente al naso, «l'organo principale della degustazione» (Peynaud 1980: 27, 57; cfr. anche Poupon 1975: 45), coinvolto sia nell'identificazione dei sentori di un vino, sia in quella degli aromi di bocca al momento dell'assaggio e della deglutizione, e infine nella descrizione della natura dei profumi e dei sapori, mentre il gusto propriamente detto ha una funzione più modesta, limitata ai quattro sapori fondamentali (dolce, salato, acido, amaro), e alle numerose sensazioni tattili e termiche (descrizione, quest'ultima, necessaria per valutare l'eventuale presenza di sapori anomali e specialmente di alterazioni e, cosa ancora più importante, la struttura del vino e l'equilibrio dei sapori di base). Nella fase conclusiva della degustazione, in sinergia con l'olfatto, il gusto svolge ancora un lavoro di sintesi e di valutazione dell'equilibrio complessivo di un vino. Secondo alcune stime, l'apprezzamento di un vino (ma anche di un cibo) per l'80% è determinato dall'olfatto e in particolare dall'olfatto retronasale.

Momento cruciale della degustazione di un vino è la discriminazione e la descrizione delle diverse sfumature odorose distinte in *profumi primari* (provenienti dal vitigno e dalle uve), *profumi secondari* (sprigionati durante il processo di fermentazione alcolica grazie all'azione dei lieviti), *profumi terziari* (derivati dall'evoluzione degli aromi nel corso dell'invecchiamento del vino prima in botte e poi in bottiglia), complessivamente definiti *bouquet* per la loro complessità ed eterogeneità e tipici dei vini di classe. L'identificazione degli aromi e dei sapori di un vino è la fase più complicata, più coinvolgente e più emozionante della degustazione, quella in cui i *sommeliers* si trovano impegnati in un arduo compito cognitivo: sfidare l'inesprimibilità degli odori riconosciuti attribuendo loro un nome. Se l'atto del bere è un atto istintivo che si compie in silenzio, al più di un vino si dice che 'è buono' o 'è cattivo', la degustazione che lo

commenta è invece un'atto pensato (di memoria, attenzione, comparazione, riflessione) e inevitabilmente linguistico. La bellezza e la bontà di un vino presuppongono di fatto l'uso di un linguaggio inteso a tradurre questa speciale esperienza edonistica, estetica e sinestetica. Tuttavia, una delle maggiori difficoltà per chi degusta sta proprio nel trovare le parole adatte a descrivere e a raccontare in modo efficace e attendibile le impressioni del palato e specialmente quelle del naso, un compito la cui difficoltà è legata in larga misura alla mancanza di un vocabolario specifico per gli odori e alla scarsa abitudine, almeno nella cultura occidentale, a parlare delle nostre sensazioni olfattive più in generale e di quelle legate alla consumazione degli alimenti e delle bevande in particolare.

Chi non si è sentito impotente nel dover definire i componenti così diversi e fugaci del *bouquet* di un grande vino? Quando si vuole parlare in modo approfondito di un vino, ci si scontra subito con la povertà dei mezzi di espressione, con la barriera dell'inesprimibile; si vorrebbe poter dire l'indicibile. Noi assaggiatori ci sentiamo traditi dal linguaggio, perché ci sembra impossibile descrivere un vino senza semplificarne e deformarne l'immagine. Non resta che un'abile risorsa: giocare con il valore evocatore delle parole (Peynaud 1980: 170).

Il criterio seguito per descrivere un odore è in genere quello del riconoscimento per analogia o per comparazione con altri odori conosciuti e somiglianti che lo evocano ('di acacia', 'di ribes', 'di confettura', 'di pepe', 'di incenso', 'di caffè', 'sa di funghi freschi', 'sa di erba tagliata', 'sa di terra bagnata' ecc.), riconducibili a grandi famiglie (e ai relativi sottocomponenti che permettono di descrivere nel dettaglio le singole note odorose) così classificate: floreale, fruttata (frutta fresca, secca, confettura), vegetale, speziata-aromatica, empirumatica (tostato, affumicato, pietra focaia, ecc.), animale, eterea (smalto, vernice, ecc.), chimica (solvente, ecc.), balsamica (cedro, sandalo, ecc.), legnosa, sentori diversi (lieviti, crosta di pane, burro, miele, ecc.). I paragoni sono tuttavia astratti, se pensiamo che quando si parla, per esempio, di un odore di rosa o di un odore di pera, nonostante tutti sappiano di cosa si tratta, in realtà non si specifica di quale varietà particolare di rosa o di pera. Eppure ciascuna di esse ha uno specifico odore. Nella descrizione olfattiva è dunque inevitabile un certo margine di approssimazione, tanto più che i vini, specialmente quelli di grande qualità, non hanno odori semplici bensì profumi, composti di aromi dove gli odori tendono a coprirsi reciprocamente o comunque a mescolarsi producendo originali combinazioni. La complicazione più grande, anche per gli esperti, sta perciò non tanto nell'individuare singoli odori, quanto piuttosto nell'identificare e nel descrivere i profumi di un miscuglio complesso come il vino (Jinks, Laing 2001). Per superare l'*impasse* del fenomeno dell'odore 'sulla punta del naso' e della parola identificativa che

s'arresta 'sulla punta della lingua', e sopperire alle lacune del linguaggio letterale, paradossalmente impotente e limitato quando si tratta di raccontare sapori e maggiormente odori, tutti gli assaggiatori professionisti devono diventare 'nasi e palati linguistici', attraverso un esercizio particolare e costante che richiede anche l'acquisizione di una microlingua, cioè un uso particolare della lingua proprio di un ambito professionale (un metalinguaggio o *linguaggio settoriale* – cfr. Serianni 2005, p. 79 e ss.) caratterizzato da una terminologia codificata, ricca e quanto più possibile chiara ai fini della comprensione reciproca degli esperti e della condivisione di un'esperienza soggettiva, una microlingua comunque flessibile e aperta alla variabilità degli usi. Le espressioni utilizzate devono rinviare a un significato o a un riferimento comune e oggettivo, evitando derive semantiche, ambiguità e fraintendimenti.

Di fronte alla reale difficoltà di verbalizzare singolarmente la complessità e la varietà di sensazioni ricevute nel corso di un assaggio tecnico, la lingua della degustazione appare esoterica, stravagante e immaginifica ai non addetti ai lavori, ma in realtà trasforma e altera parole abituali e comuni, conferendo loro un senso figurato ed evocativo ricorrendo ripetutamente a *metafore* ('vino onesto', 'ben vestito', 'rugoso', 'severo', 'scolpito', 'naso avvolgente', 'bocca rotonda'), a *sinestesie* – trasferimenti di significato da una sfera sensoriale a un'altra – ('vino vellutato', 'vino asciutto', 'gusto pungente', 'gusto di pietra focaia', 'gusto largo', 'naso soffice'), a *metonimie* ('naso fresco' al posto di 'profumo', 'bocca fruttata' e 'palato pieno' al posto di 'gusto'), a *similitudini* e associazioni (odore di viola, sapore di miele, profumo di tabacco, o espressioni del tipo 'avvolgente come un tessuto', 'gli si vede la trama', 'sa di terra'), e ancora costruendo nuovi significati o rideterminandone altri (si pensi alla 'cattiveria' del vino, una qualità tutt'altro che negativa, legata all'acidità e al tannino e sinonimo di grinta e di determinazione; o all'aggettivo 'molle', contrapposto non già a 'duro', come nella lingua comune, e pertanto non riconducibile alla 'morbidezza' data da zuccheri, alcol e polialcoli, quanto piuttosto alla mancanza di corpo e di consistenza di un vino) e utilizzando *sinonimi* (pesante, robusto, solido, per indicare i 'vini di corpo'; spigoloso, angoloso, tagliente, appuntito, quando in un vino prevale la 'durezza' dell'acidità e dei tannini), in uno strenuo tentativo di descrivere oggettivamente le caratteristiche sensoriali di un vino e di formulare un giudizio finale. D'altra parte, se è vero che i fenomeni sinestetici e quelli metaforici trovano campo fertile lì dove la monosensorialità perde terreno (H. Werner 1934, citato in Mazzeo 2005: 302), il ricorso alle metafore e alle sinestesie è assolutamente naturale quando si parla di un'esperienza polisensoriale come il gusto del vino.

4. Note conclusive

Degustare è perciò un 'sentire' che diventa riconosci-

mento, scoperta, valutazione, scambio di conoscenze, linguaggio, quindi un atto di produzione di senso che richiede inevitabilmente la traduzione in parole appropriate e la formulazione di un giudizio credibile. Obiettivo finale della degustazione è perciò la trasmissione e la condivisione di questo sapere sensoriale attraverso il racconto che lo svela, lo incarna e lo precisa: la parola detta e quella scritta rappresentano l'inevitabile, quanto naturale, prolungamento di questa complessa esperienza sensoriale. Si passa da una dimensione soggettiva di percezione individuale – un'operazione cognitiva di valutazione, di discernimento e di interpretazione di ciò che si degusta: colori, profumi, aromi, sapori, consistenze – a una dimensione linguistica di verbalizzazione, quindi di condivisione di un'esperienza. La percezione dei sensi (una trasmissione di conoscenza al soggetto) (ri)diventa significato nella descrizione linguistica del degustatore, in quel racconto di un'esperienza che ciascuno allestisce nel proprio 'laboratorio privato' finalizzandolo a un obiettivo cognitivo: determinare, come s'è già detto, il valore di un oggetto alimentare e renderlo pubblico attraverso uno sforzo di oggettivazione e di comunicazione intersoggettiva. Ben sapendo tuttavia che, come osserva Sandro Sangiorgi, professionista dell'educazione alla sensorialità e artista della degustazione:

nel momento in cui si scelgono e s'impiegano le parole, non è facile rinchiuderle in un recinto dai confini ben definiti: ogni termine è duttile e accoglie diverse connotazioni, cosicché possiamo collocarlo a cavallo di un concetto senza far torto al suo significato primario. Il problema si pone quando quest'ultimo viene travisato e una parola finisce per assumere un'intonazione diversa dalla sua funzione originaria, generando così la pigra e comoda consuetudine di servirsene senza badare alla sua vera natura (2011 p. 90).

Non è infrequente perciò che il parlante comune trovi le descrizioni dei vini poco trasparenti o comunque di difficile interpretazione, benché suggestive ed evocative. Riportiamo, in conclusione, due esempi di linguisticità del naso e del palato destinati a riviste specializzate o a guide enologiche. Pur affidandosi a un linguaggio tecnico, questi testi tradiscono una certa soggettività descrittiva caratterizzata da elaborazioni retoriche e dal ricorso a un registro elevato – non esente da connotazioni emotive che coinvolgono il lettore nell'esperienza dell'assaggio –, tale da racchiudere tutto il sapore e la bellezza di un racconto. Il racconto, per l'appunto, della degustazione di un vino:

Carema Etichetta Nera 1971 (DOC piemontese: Nebbiolo 100%)

Colore granato con riflessi mattone, crepuscolare. Naso appeso a un filo, delicato di caffè d'orzo e fiori secchi, poi liquirizia e goudron, mostra la sua età senza smagliature, lascia trapelare una soavità commovente. In bocca cogliamo senza indugi la nobilissima fragilità di

Carema: il liquido è ancora scattante, pungente, eppure ha la coscienza del proprio mutamento, illuminato dai ritorni odorosi e reso concreto dalla lieve corposità che sfocia in un finale morbido e lunghissimo. Colpisce l'evoluzione della sostanza minerale, il vino sa di aver perso qualcosa durante il suo viaggio ma non ha smarrito unità e nitida persistenza; questo è uno dei casi in cui i tannini si stanno realmente avvicinando al cuore dell'equilibrio. Una delle annate memorabili del secolo appena trascorso. La calma olimpica con cui questo vino affronta la tavola merita un controfiletto in salsa di gorgonzola naturale e maggiorana (Fonte: Sandro Sangiorgi).

Collio Bianco Vigne 2009 (DOC friulana, vigne Zuani: Friulano 25%, Chardonnay 25%, Pinot Grigio%, Sauvignon 25%)

Dal manto paglierino sfavillante si librano aromi intensi di gardenia, artemisia, iris, pesca bianca, albicocche acerbe, frutto della passione, muschio bianco e salvia, incalzati da svolazzi minerali che ricordano la pietra di sale. Dal sorso emerge uno stile superbo, tecnicamente perfetto ed emotivamente esaltante: l'approccio al palato è nitido e lineare, eppure complesso, intessuto di mille vibrazioni, articolato in un intreccio di staffilate agrumate e sapide di grande lucidità. Persistenza incontentabile, giocata sull'alternanza di fiori bianchi e frutta acidula. Sosta in acciaio per 7 mesi e si candida a partner ideale di crostacei nobili e carni bianche (*Duemilavini*, Il libro guida ai vini d'Italia, Bibenda Ed., Roma, 2011).

Note

1 Per una rivalutazione cognitiva dell'olfatto e del gusto, in un ottica multidisciplinare, ci permettiamo di rinviare a due nostri contributi: Cavalieri 2009 e 2011.

2 Le ricerche condotte nell'ambito dell'Antropologia sensoriale, e di quella dell'olfatto in particolare, rilevano l'esistenza di culture extraoccidentali olfattivamente orientate, le cui lingue sono dotate di un lessico olfattivo specializzato. Un esempio è quello della lingua africana li-Waanzi, parlata da un gruppo etnico del Gabon che, vivendo in un ambiente tropicale deve necessariamente ricorrere a un largo impiego dell'olfatto per adattarsi all'ambiente e per trarre da esso informazioni e conoscenze veicolate in genere dalla vista. La lingua dei Waanzi possiede quattordici termini specifici per gli odori, semanticamente autonomi dagli oggetti o dalle fonti stesse degli odori medesimi (cfr. Mouélé 1997).

Bibliografia

- Ackerman, D., 1990, *Storia naturale dei sensi*, trad. it. Frassinelli, Milano, 1992.
- Castriota Scanderbeg, A. et al., 2003, *La percezione del vino nei sommelier: uno studio mediante Risonanza Magnetica funzionale*, in AA.VV., 2003, *Sensi di vini. Il segreto del cervello nella degustazione*, Ed. Enoteca Italiana, Siena, pp. 55-60.
- Cavalieri, R., 2009, *Il naso intelligente. Che cosa ci dicono gli odori*, Laterza, Roma-Bari, 2009.
- Cavalieri, R., 2011, *Gusto. L'intelligenza del palato*, Laterza, Roma-Bari, 2011.
- Cavalieri, R., 2012, *Gustare e parlare*, "Rivista italiana di filosofia del linguaggio", n. speciale su *Un conto aperto. Il neoculturalismo dopo la svolta cognitiva*, 2012, pp. 65-73.
- Cavalieri, R., 2012a, *La natura linguistica del gustare*, "Bollettino della Società Filosofica Italiana", n. 205 gennaio/aprile 2012, pp. 49-63.
- Gho P., Ruffa G., 1993, *Il piacere del vino*, Slow Food Editore, Bra (CN), 2ª ed. 2003.
- Jinks, A., Laing, D.G., 2001, *The analysis of odor mixtures by humans: evidence for a configurational process*, "Physiology & Behavior", 72: 51-63.
- Kant, I., 1798, *Antropologia dal punto di vista pragmatico*, trad. it., in *Scritti morali*, Utet, Torino, 1970, pp. 535-757.
- Mazzeo, M., 2005, *Storia naturale della sinestesia. Dalla questione Molyneux a Jakobson*, Quodlibet, Macerata.
- Mouélé M. 1997, *L'apprendissage des odeurs chez les Waanzi: note de recherche*, "Enfance", n. 1, pp. 209-222.
- Peynaud, E., 1980, *Il gusto del vino*, tr. it. Bibenda Ed., Roma, 2004.
- Platone, *Timeo*, trad. it. BUR, Milano, 2003.
- Poupon, P., 1975, *Nouvelles pensées d'un dégustateur*, Bibliothèque de la Confrérie des Chevaliers du Tastevin, France.
- Sangiorgi, S., 2011, *L'invenzione della gioia. Educarsi al vino: sogno, civiltà, linguaggio*, Porthos Edizioni, Roma.
- Serianni, L., 2005, *Italiani scritti*, il Mulino, Bologna.