



La ricetta liberata

Convegno di studi
9 – 10 ottobre 2020
Forlìmpopoli

“La ricetta sull’etichetta” – Gianfranco Marrone, Università di Palermo

RICETTE, ETICHETTE, PACKAGING¹

TRE INDICAZIONI PRELIMINARI

Mi è stato chiesto di occuparmi delle ricette che sono presenti nelle etichette dei prodotti alimentari: trattandosi di etichette, si tratta dunque di prodotti, o meglio dire merci, confezionate, e dunque in vario modo industriali, legate al mercato e alla produzione su larga scala. Il che richiede tre brevi osservazioni introduttive. La prima riguarda proprio l’etichetta. Va detto che, in generale, oggi l’etichetta non esiste praticamente più, se non in quei supporti d’alimentari come le bottiglie di vetro (vino, olio, alcuni sughi e poco altro) dove di ricette non se ne trovano. Per ragioni di spazio, piene come sono di marchi e diciture rese necessarie dalle varie normative in proposito. Ma soprattutto per ragioni di etichetta, nell’altro senso del termine: ossia che non sta bene e non ha senso parlare di ricette per i vini o gli olii. C’è, come dire, un’etichetta dell’etichetta, una piccola morale, una lista implicita di buone maniere che occorre seguire quando si ha a che fare con la comunicazione alimentare, e dunque anche con le etichette. Ma la considerazione può essere ribaltata.

A essere precisi, non è che l’etichetta sia scomparsa dalle merci alimentari, forse, semmai, si è espansa a dismisura, s’è come allargata, prendendo piede pressoché in tutta la confezione dei prodotti; e mi riferisco ovviamente a quelli di massa, da supermercato generalista, come quelli che il nostro governo considera luoghi ‘necessari’, dove si può e si deve andare anche in piena pandemia per rifornirsi dei cosiddetti “beni di prima necessità” (nozione tutta da definire). In altri termini, sino a non molto tempo fa c’era un supporto qualsiasi e un’etichetta che vi veniva giustapposta, appiccicata, come un corpo estraneo su di esso; da cui la nozione di *label*. Oggi invece c’è il packaging, che è una confezione per conservare e trasportare prodotti ma è soprattutto un veicolo di senso, un’interfaccia mediatica fra prodotto e consumatore, mediazione che è operata, come sappiamo, non più dalle label ma dai brand. E sui packaging troviamo invece tantissime ricette: le confezioni dei prodotti alimentari sono il luogo dove le buone maniere pedagogico-culinarie si possono esercitare al meglio. Motivo per cui questo mio intervento riguarderà le ricette nelle confezioni/packaging, sostituto postmoderno delle etichette d’antan.

Seconda indicazione generale: non in tutti i pack ci sono ricette. Dobbiamo difatti escludere i pack dal design più raffinato, tipici dei prodotti se non di lusso comunque di fascia alta, dove riportare delle ricette non sta bene, appunto per una questione di etichetta. La loro estetica è minimal, pulita, tendente al togliere più che all’aggiungere: meglio dir poco che troppo. Analogamente, vanno esclusi i pack completamente opposti, quelli dei prodotti low cost, da hard discount, dove si il pack si riduce alla semplice confezione funzionale, spesso mal fatta e poco resistente, che segnala la funzionalità, la indica semioticamente senza necessariamente esserlo – quando non scompare del tutto, il pack, per far emergere, con un capitolombolo economico-concettuale, lo chic dello sfuso: nella mitologia dello sfuso – tendenza antibrand *très à la page* – non c’è bisogno di ricette, chi compra lo sfuso sa già come cucinare i prodotti.

¹ Ringrazio Ilaria Ventura Bordenca, specialista di packaging, che mi ha molto aiutato in questa ricerca.

Ciò porta al fatto quasi inevitabile – ed è la terza indicazione preliminare – che, se le ricette presenti nei pack stanno a mezzo fra lusso e povertà (più o meno reali o esibiti a scopi comunicativi), anche la loro estetica lo sarà, un'estetica che dunque potremmo chiamare, un po' per celia, da Midcult, dunque tendenzialmente *kitsch*, di palese cattivo gusto. Motivo per cui le immagini su cui lavoreremo saranno assai bruttine, tutt'altro che gradevoli, esteticamente di serie b.

DUE LIVELLI DI SENSO

Le ricette che considereremo, allora, fanno parte nel cosiddetto discorso istruttivo del packaging, il quale solitamente trova posto sul retro della confezione, insieme a cose come elenchi degli ingredienti, tabelle nutrizionali (calorie, grassi, carboidrati etc.), consigli d'uso, suggerimenti per il consumo (es. come abbinare il vino), descrizioni sulla provenienza e la produzione (es. da dove viene il grano per la pasta, come è prodotto il chicco di riso etc.) e quant'altro. Questa collocazione, in cui si trovano le ricette presenti nei packaging dei prodotti alimentari, non è casuale né è priva di significati. Svela, anzi, il valore che la ricetta ha nel funzionamento comunicativo complessivo del packaging, testo che è una delle tante manifestazioni di un brand. Mentre sul fronte della confezione solitamente si trova uno stile comunicativo sintetico e più d'impatto visivo, pensato in linea di principio per agganciare il consumatore, fargli individuare subito tipo di prodotto e brand di appartenenza nel marasma degli altri packaging in un supermercato, al retro (o ai lati) della confezione sono tradizionalmente deputati compiti informativi e/o istruttivi². Compiti istruttivi e informativi che in linea di principio non servirebbero al momento della decisione di acquisto, quanto piuttosto alla fase successiva di consumo (cosa non sempre del tutto vera³)

Ma in che modo le ricette forniscono le necessarie istruzioni culinarie? Possiamo analizzarle tenendo due punti di vista diversi. Innanzitutto osservando il testo ricetta in sé, e dunque il modo in cui struttura e organizza le procedure culinarie che il consumatore/lettore dovrebbe eseguire. Vedremo che anche qui, come nei ricettari tradizionali, la principale caratteristica della ricetta sta nel diverso modo di rivolgersi al lettore e quindi di definirlo come più o meno competente in cucina. In secondo luogo allargheremo lo sguardo per includere, oltre alla ricetta in sé, il modo in cui viene inglobata in generale nel packaging, nel discorso che esso tiene al consumatore e nelle sue conseguenti funzioni. Chi chiederemo perciò: quanto il contesto in cui questo testo istruttivo si trova ne fa variare la funzione e l'obiettivo comunicativo?

STRUTTURA DELLE RICETTE: IL CASO DEL RISOTTO

Iniziamo dal primo punto. Per limitare un po' il nostro campo di osservazione, estremamente ampio per non dire infinito, ho scelto di lavorare sui pack del riso. (Del resto l'analisi testuale insegna che più ci si concentra su casi particolari, se non su dettagli, più si scoprono regole e procedure che, poi, possono essere ritrovare in altri casi e altri dettagli, sino ad arrivare a saturare l'insieme per ridondanza: come dire che quel che vale nella profondità di un caso varrà anche nella superficie del tutto di cui fa parte).

Dal punto di vista della loro strutturazione interna, si sa, le ricette in generale non sono tutte uguali. Diversamente dal luogo comune secondo cui le ricette sarebbero pure indicazioni procedurali senza alcun guizzo testuale – un po' come le istruzioni per l'uso di una lavatrice che vengono scritte direttamente dai programmi informatici – e perciò prive di qualsiasi interesse letterario, o anche soltanto comunicativo, le ricette sono il luogo testuale dell'estrema differenziazione, e richiedono perciò una grande cura nella loro compilazione. Questa loro differenza sta nel modo in cui sono strutturati i contenuti informativi (le procedure, i tempi, i modi, gli incastri fra gruppi di azioni...) ma soprattutto nel modo in cui ci si rivolge al lettore, in quel che si dice ma anche e soprattutto in quel che non si dice.

Ci sono ricette che si rivolgono a (cioè sostanzialmente costruiscono) un lettore molto competente, dando per scontate molte informazioni – dal solito q.b. o 'filo d'olio' alle procedure base (friggere/soffriggere, pelare, dadolare, sino a cose più complesse come lardellare o preparare un fondo bruno) che perciò vengono taciute. E ce ne sono altre che viceversa forniscono informazioni dettagliate sulle procedure da mettere in pratica, rivolgendosi a un lettore poco competente.

² Per "compiti informativi e/o istruttivi" intendo ovviamente effetti di senso dell'organizzazione enunciativa del testo e non funzioni preesistenti: come dire che è il testo del pack a decidere cosa deve essere 'insegnato' e cosa no.

³ Prova ne sia che sempre più spesso le tabelle con elenco ingredienti e calorie sono state spostate sul fronte: perché sono divenute ancora più importanti nella nostra cultura dietetica per decidere quale cibo acquistare e quale no (vale soprattutto per prodotti pronti come merendine, barrette, dolciumi etc.). Il fatto che questo tipo di informazioni siano state spostate sul fronte segnala insomma la maggiore importanza dei valori nutrizionali già al momento della scelta del prodotto.

Ovviamente si tratta di una scala graduale dove, per semplificare in termini quantitativi, più si dice meno il lettore è competente, meno si dice più il lettore è competente: il risotto di Artusi prende cinque righe, quello di Cracco due pagine e mezzo.

Andando dunque ai pack di riso, e perciò alle ricette del risotto (che si trova in quasi tutte le confezioni di riso in un qualunque supermercato), occorre andare a vedere se e come nelle varie versioni siano presenti le operazioni base nella sua preparazione: *tostatura*, *tiratura* e *mantecatura*. In generale, si tratta di ricette molto sintetiche, che quindi in linea di principio devono condensare in poche righe i passaggi basilari della preparazione del piatto, anche in virtù del fatto che lo spazio a disposizione sul pack è ridotto. Ma ciò è vero fino a un certo punto: al di là dei limiti materiali del pack, ogni ricetta, esattamente come accade per nei ricettari veri e propri, struttura diversamente il sapere del proprio lettore.

Prendiamo in considerazione alcune ricette che si differenziano proprio per il modo in cui danno per scontati o al contrario illustrano i diversi passaggi della preparazione del risotto. Procedendo dalla prima (*Despar*) che nella descrizione del risotto “zucchine e gamberetti” salta alcune fasi principali, passando per la ricetta del risotto “cacio e pepe” (*Flora*) che limita al minimo i dettagli, fino alla più dettagliata (*Cuore mediterraneo*) che invece si dilunga facendo una digressione sulla preparazione del brodo (stile ricettario di Allan Bay).

Ecco le immagini:



Ed ecco, per comodità, le ricette ricopiate:

- *Despar* “risotto zucchine e gamberetti”
“Affettate la cipolla e fatela soffriggere in poco olio, aggiungete le zucchine tagliate a fettine piuttosto sottili, salate, pepate e versate il riso. Fate brillare a fiamma vivace, poi aggiungete il vino, lasciate evaporare, poi procedete alla cottura del risotto aggiungendo mano a mano il brodo vegetale. A metà cottura aggiungete i gamberetti, a fine cottura il prezzemolo tritato”
- *Flora* “risotto cacio e pepe con zucchine e fiori di zucca”
“Tostare il riso in casseruola. Sfumare con vino bianco. Lasciar evaporare ed aggiustare di sale. Far cuocere il riso con brodo bollente. A cottura ultimata, togliere dal fuoco e mantecare con burro, pecorino, pepe a piacere e la zuccina e due fiori di zucca finemente tagliati. Mescolare bene fino a giusta consistenza”
- *Gallo Riserva* “Risotto alle patate, scarola, crescenza e pancetta tostata”
“Rosolate con metà del burro lo scalogno e la scarola, aggiungete poi il riso e fatelo tostare leggermente, sfumate quindi con il vino. Aggiungete poco alla volta il brodo bollente mescolando e continuate la cottura per 8-9 minuti. A questo punto aggiungete le patate precedentemente sbianchite. Terminate la cottura e mantecate con il parmigiano, la crescenza e il burro rimasto. Servite il risotto decorato con il trito di erbe fatto al momento e la pancetta tostata”
- *Cuore mediterraneo* “Risotto agli asparagi”
“Tagliare gli asparagi a tocchetti, eliminando la parte bianca e più dura. Tritare la cipolla e farla rosolare in un filo d’olio e una noce di burro in una casseruola capiente, quando inizia ad appassire aggiungere gli asparagi, farli insaporire qualche minuto ed aggiungere il riso. Lasciarlo tostare 3 minuti e cominciare la cottura versando brodo fino a coprire, aggiungendo man mano in modo che il riso risulti sempre coperto (il brodo si può fare con il dado apposito, oppure facendo rosolare una cipolla a tocchi e qualche gambo di asparago ed aggiungendo abbondante acqua e sale, la cosa migliore sarebbe utilizzare brodo di carne). La cottura è di 16-18 min., va controllata bene (anche a seconda dei gusti). Quando il riso vi pare cotto aggiungete l’altra noce di burro e il parmigiano grattato, mescolate bene e lasciate riposare un paio di minuti prima di servire”

Schematizzando le tre principali fasi principali della preparazione del risotto, si ha la tabella seguente:

tostatura	<i>Despar</i>	Fate brillare a fiamma vivace
	<i>Flora</i>	Tostare il riso in casseruola.
	<i>Gallo riserva</i>	aggiungete poi il riso e fatelo tostare leggermente
	<i>Cuore mediterraneo</i>	aggiungere il riso e lasciarlo tostare 3 minuti [in una casseruola capiente]
tiratura	<i>Despar</i>	poi aggiungete il vino, lasciate evaporare e poi procedete alla cottura del risotto aggiungendo mano a mano il brodo vegetale
	<i>Flora</i>	Sfumare con vino bianco. Lasciar evaporare e aggiustare di sale. Far cuocere il riso con brodo bollente.
	<i>Gallo riserva</i>	sfumate quindi con il vino. Aggiungete poco alla volta il brodo bollente mescolando e continuate la cottura per 8-9 minuti
	<i>Cuore mediterraneo</i>	cominciare la cottura versando brodo fino a coprire, aggiungendo man mano in modo che il riso risulti sempre coperto (il brodo si può fare con il dado apposito, oppure facendo rosolare una cipolla a tocchi e qualche gambo di asparago ed aggiungendo abbondante acqua e sale, la cosa migliore sarebbe utilizzare brodo di carne). La cottura è di 16-18 min., va controllata bene (anche a seconda dei gusti)
mantecatura	<i>Despar</i>	----
	<i>Flora</i>	A cottura ultimata, togliere dal fuoco e mantecare con burro, pecorino, pepe a piacere e la zuccina e due fiori zucca finemente tagliati. Mescolare bene fino alla giusta consistenza.

	<i>Gallo riserva</i>	Terminate la cottura e mantecate con il parmigiano, la crescenza e il burro rimasto.
	<i>Cuore mediterraneo</i>	Quando il riso vi pare cotto aggiungete l'altra noce di burro e il parmigiano grattato, mescolate bene e lasciate riposare un paio di minuti prima di servire

Sebbene in certi casi queste ricette siano molto condensate, al punto da eliminare interamente alcuni passaggi importanti (come la mantecatura in *Despar*) e quasi sempre piuttosto sbrigative sulla fase della tiratura, anche in queste compaiono i più comuni "errori" comunicativi di qualsiasi ricetta: a volte interrompendo il flusso con *lunghe digressioni* (come in *Cuore mediterraneo*), altre volte dando per scontate alcune basilari decisioni da prendere a monte circa la *consequenzialità o la concomitanza temporali* (cosa dire prima e cosa dopo di procedure che potrebbero essere anche fatte contemporaneamente): per es. in *Flora* non si sa se le zucchine vadano cotte prima; in *Gallo riserva* le patate andavano sbianchite prima, stessa cosa per la pancetta da saltare in padella per renderla croccante.

Ecco dunque una gradualità che rinvia a quattro lettori/cucinieri assai diversi: dobbiamo con questo trarre delle conclusioni sulle differenze socio-culturali dei consumatori delle rispettive marche? Mi sembra prematuro. Si tratta semmai di una preziosa indicazione per una ricerca ulteriore, anche per vedere se per caso le marche si mettano in competizione fra loro, rispettando o meno il loro posizionamento, anche sul piano delle competenze culinarie implicite dei loro target

TESTO E CONTESTO COMUNICATIVO

Il fatto che le ricette stiano un po' defilate, ossia sul retro della confezione, sembrerebbe dirci che non sono molto importanti rispetto ai ruoli comunicativi principali del packaging: attirare, informare rapidamente, far identificare brand e prodotto, in una parola differenziare. Ciò pone una questione generale circa il valore delle ricette che si trovano nelle confezioni. Il contesto comunicativo in cui si trovano influisce sul poco valore che questi piccoli testi sembrano avere, per es. rispetto a manuali di cucina e ricettari più tradizionali? Come dire: "ma poi, diciamoci la verità, chi le legge queste ricette? E soprattutto, chi le usa? chi prepara quei piatti con quei prodotti là? E possiamo rispondere: "non certo un gourmet, un vero soggetto competente" (si ricordi il Midcult estetico).

Ma forse la domanda non è corretta. Bobbiamo piuttosto porci il problema della *credibilità* dell'autore, ossia, meglio, dell'autorevolezza di chi parla (o scrive), da una parte, e dunque della *fiducia* che chi legge - e che dovrebbe eseguire la ricetta - gli attribuisce. E per farlo, dobbiamo mettere a fuoco quella che la *dimensione discorsiva* di queste ricette. Esse non si trovano dentro un ricettario vero e proprio, non sono scritte da un cuoco o da un esperto di gastronomia. Ma sono un chiaro strumento del marketing. Esse non sono altro che uno degli elementi del discorso di marca, e a questo, più che al discorso culinario, devono essere ricondotte per comprenderne il valore comunicativo. Esse sono enunciate all'interno del discorso del brand, che è a tutti gli effetti il loro reale 'autore', il quale non è detto che sia dotato di reali competenze culinarie). Così, valori commerciali e promozionali si mescolano apertamente con i valori culinari e gastronomici. E comunque, all'interno di questa mescolanza tra valori commerciali e culinari, abbastanza ovvia tutto sommato, è possibile individuare delle differenze.

Restando al caso del packaging del riso, e dunque delle ricette di risotti e insalate (che vanno per la maggiore), al cambiare del tipo di prodotto e delle sue caratteristiche (tenuta della cottura, qualità del chicco etc.), cambierà anche il tipo di ricetta e i valori in essa iscritti. Ad esempio:

- Riso Gallo "versatile per tutte le ricette" che "cuoce in 5 minuti" presenta sia la ricetta di un "Risotto al limone" sia quella di un "Insalata di riso radicchio e noci" per dimostrare proprio il valore della "versatilità" del chicco di riso in questione.
- Riso Gallo "carnaroli chicchi pregiati" invece dà una ricetta più elaborata: "Risotto alle patate, scarola, crescenza e pancetta tostata", teoricamente in linea con una valorizzazione gastronomica più raffinata del riso presentato appunto come "pregiato".
- Stessa cosa anche "Gran Gallo", 100% italiano lavorato a pietra, che fornisce la ricetta del "Risotto con scampi e melanzane croccanti".
- E mentre il riso Despar per "Insalate e contorni" dà la ricetta di una comune insalata di riso, quello "rosso integrale", invece, fornisce la ricetta di un'insalata nizzarda, posizionando i due tipi di riso, a fronte del medesimo tipo di pietanza, in due universi differenti, uno più domestico, l'altro più esotico e particolare.



La presenza della ricetta è funzionale al racconto promozionale del prodotto. In primo luogo serve implicitamente a classificare un certo prodotto alimentare come possibile oggetto gastronomico, materia per una trasformazione culinaria futura: la ricetta sul packaging serve più a catalogare il tipo di utilizzo e il tipo di prodotto come culinario e gastronomico, che non a fornire un reale sapere al consumatore. In secondo luogo la ricetta è specifica per un tipo preciso di prodotto: il riso "ideale per risotti" non avrà ricette qualsiasi, ma solo ricette di risotti; idem quello per le insalate; e così via per il riso per minestre o per dolci. Infine, il tipo di ricetta serve a corroborare il valore iscritto (la caratteristica non ontologica ma il significato che a esso viene attribuito) in quel prodotto: versatilità, rapidità, raffinatezza, tenuta della cottura etc. La ricetta nei pack, insomma, non serve a fornire un sapere su come cucinare un tipo di piatto, ma a comunicare un modo per magnificare al meglio proprio quel riso lì o quella pasta lì.

Si tratta più di più un testo promozionale che di un tradizionale testo istruttivo. In termini narrativi diremo pertanto che, dentro il discorso del brand, la ricetta è più parte della *manipolazione* che della *competenza*. E il contesto comunicativo (una confezione) fa variare il senso del testo (una ricetta) che dunque non ha mai un senso unico e predefinito ma varia a seconda della situazione comunicativa.

CORNICI VISIVE

Per chiudere, una osservazione circa alcune proprietà visive del nesso pack/ricetta.

Ogni brand si adopera in vario modo per separare e segnalare visivamente la differenza tra discorso propriamente gastronomico (la ricetta) e discorso dei valori generali del brand, costruendo talvolta una sorta di ricettario del brand, come ad esempio “Chicchiricchi” di Gallo o “Il ricettario di Flora” di Flora. In *Riserva Gallo* (riso carnaroli chicchi pregiati), la ricetta del “Risotto alle patate, scarola, crescenza e pancetta tostata”, si legge in calce, è “tratta dall’8° edizione della Guida Gallo”.

Questo scarto visivo è segnalato anche da altri espedienti: ora un piccolo logo (es. quello del ricettario di Flora), che serve a marcare diversamente lo spazio enunciativo dedicato alla trasmissione del sapere culinario; oppure il galletto di Gallo con tanto di cappello da chef in testa con padella e cucchiaio di legno in mano.



Tra l’altro, anche dal punto di vista visivo, le ricette sul packaging sono caratterizzate da una serie di scarti espressivi tipici: la cornice, pressoché sempre presente; l’imitazione dello spazio del foglio di carta, a ricordare le ricette tradizionali; il cambio di font, a imitare la scrittura a mano; la posizione in basso, come a dire che ‘alla fine’ di tutto il racconto del prodotto, arriva anche la sua trasformazione culinaria come ultimo atto. Da cui l’analogia semisimbolica: alto : basso = prodotto : consumo.



Soffermiamoci sul caso della cornice. Questa messa in cornice da una parte separa e dall'altra ha una un ruolo deittica, a ulteriore conferma della funzione manipolativa e di valorizzazione gastronomica fine a se stessa che la presenza della ricetta ha all'interno del packaging.

Ma cos'è in generale una cornice? La cornice, in linea di principio, è un congegno che delimita uno spazio – rettangolare, quadrato, rotondo o chissà come altro –, segnalando che cosa è semplice parete e che cosa invece può chiamarsi quadro, dunque immagine, dunque opera d'arte. Grazie a essa, gli spazi in gioco divengono tre: il primo è l'immagine, su cui si concentra lo sguardo dello spettatore; il secondo è tutto il resto, ossia tutto ciò che non possiamo dire immagine, non interessante e quotidiano; il terzo è la cornice stessa che, in senso stretto, non sta né nel primo né nel secondo spazio, garantendo surrettiziamente l'esistenza di ambedue. Essa è dunque quell'artificio che, separando il mondo della quotidianità da quello dell'artisticità, li mette al tempo stesso in contatto.

Inoltre, è possibile intravedere un parallelismo fra il meccanismo della cornice e quello delle virgolette: dispositivo linguistico, quest'ultimo, che di fatto incornicia alcuni tratti del flusso verbale facendone un discorso di secondo grado, un discorso riportato. Da cui una formula come: *(io dico che) egli dice che: "xyz"*, dove le parentesi e le virgolette entrano in tensione, facendo le une da peso al contrappeso delle altre. Più l'enunciatore avoca a sé la parola, meno valore hanno le virgolette, e viceversa. Si mette fra virgolette qualcosa per attestare la presenza di un altro enunciatore, e dunque per distaccarsi da ciò che si dice, per non prendersene talvolta la responsabilità. "Io dico questo, ma in realtà è lui che lo dice, a me non riguarda, anzi mi sembra del tutto assurdo!". Da cui la funzione ironica delle virgolette, la funzione di messa in dubbio – o in ridicolo – di ciò che si dice. Qualcosa come "... = per così dire. Così anche una cornice può avere una funzione ironica, può rappresentare una cosa e al contempo prenderne le distanze dicendo *per così dire*.

Se ne concluderà che le nostre ricette riportate sulla confezione sono a ricette tra virgolette, non ricette vere e proprie ma ricette *per così dire*, messe in cornice. Ironia o imprudenza comunicativa?