

VALERIA CARUSO<sup>1</sup>, LUCIA DI PACE<sup>1</sup>

## I saperi alimentari e la loro descrizione linguistica e multimodale. Esempi da *ALMA: Atlante Linguistico Multimediale della diversità Alimentare bio/culturale*

### *Abstract*

Multimodality is an essential component in the analysis and description of the language used to talk about food. It is almost impossible to describe the types of bread produced in certain geographical areas without showing their images – examples are given in the paper. It is also difficult to understand food practices and traditions without seeing them or listening to the descriptions of their producers and practitioners. Furthermore, the packaging of all industrial food products uses a specific language and paralinguage. With the aim of representing the complexity of food language, this paper illustrates the features of *ALMA: Atlante Linguistico Multimediale della diversità Alimentare bio/culturale* (*ALMA: Multimedia Linguistic Atlas of Bio/Cultural Food Diversity*), an online resource currently being implemented. ALMA contains two types of lexicographical records to illustrate the “words for food” (everyday and technical/specialised language) and the “words for choosing food” (language and paralinguage used for marketing), both of which will be dealt with in the paper.

### *Introduzione<sup>2</sup>*

I canali informativi del web più popolari – dai social a Wikipedia – diffondono notizie servendosi di diversi tipi di supporti multimediali e l'informazione scritta è quasi sempre accompagnata da immagini e video che rendono i processi informativi esperienze compiutamente multimodali. Il così detto “sapere operativo” (Tarp 2008), che guida le abilità pratiche e i processi esecutivi per realizzare operazioni concrete, non è stato mai così accessibile e documentabile ma resta sostanzialmente inesplorato tra le discipline che, come la lessicografia e la terminografia, dovrebbero occuparsene. Un contributo in questa direzione è Lew (2010), mentre alcuni atlanti linguistici-etnografici hanno cominciato, in anni recenti, a rendere accessibili documentazioni multimediali di saperi procedurali, anche di tipo alimentare, come l'*Atlante Linguistico della Sicilia* (Ruffino 1995) e, in particolare, il *Vocabolario Atlante Multimediale della Sicilia* (VAMS, si veda anche Matranga

---

<sup>1</sup> Università degli Studi di Napoli 'L'Orientale'.

<sup>2</sup> Il contributo è frutto della ricerca condivisa delle autrici. Sono di Valeria Caruso i parr. 1, 2, 4; di Lucia di Pace i parr. 5, 5.1, 5.2; i parr. 3 e 6 sono stati elaborati insieme, mentre la metodologia lessicografica descritta nel par. 5.2 è da attribuirsi a Valeria Caruso.

2011)<sup>3</sup>. Di contro, appaiono poco credibili le premonizioni più estreme, come quella di Talib (2009) che aveva immaginato dizionari specialistici multimedia- li non linguistici, in grado di svolgere una funzione compiutamente informativa usando esclusivamente file con audio e video sprovvisti di qualsiasi forma di parla- to. L'indicizzazione dei contenuti, che è la funzione essenziale dei dizionari e delle risorse informative in genere, può essere infatti assolta solo da codici comunicativi basati su segni discreti che siano, preferibilmente, anche doppiamente articolati. Un'opera multimodale, che sia anche non linguistica, deve necessariamente indi- cizzare i propri contenuti utilizzando un codice comunicativo che, tuttavia, sarà sempre meno efficiente di una lingua naturale.

Le lingue, di contro, codificano informazioni multimodali sin dal livello micro- linguistico, grammaticalizzando informazioni sulla realizzazione delle azioni o deg- li eventi attraverso specifiche relative al tempo, al modo o all'aspetto nei predicati enunciativi. Com'è noto, queste dimensioni sono ampiamente studiate nelle rifles- sioni linguistiche, mentre le codifiche di conoscenze multimodali più complesse, relative ad aspetti anche etnoantropologici, vengono indagate da prospettive per lo più sociolinguistiche e pragmatiche. È il caso delle ricerche più recenti sulla lingua del cibo e delle pratiche alimentari (Rüdiger & Mühleisen 2020; Tovaes & Gordon 2020), analizzate per lo più in ottica discorsiva come istanze di negoziazione dello status sociale.

Studi precedenti di Silvestri (1999, 2006, 2007a, 2007b, 2009; Silvestri *et al.* 2002) hanno invece delineato un metodo di analisi organica per esplorare in par- ticolare la lingua dell'alimentazione, dai livelli micro- a quelli macro-linguistici. Queste ricerche rappresentano il punto di partenza da cui si è partiti per la costru- zione di *ALMA: Atlante Linguistico Multimediale della diversità Alimentare bio/ culturale*, una risorsa online in corso di implementazione, che intende promuovere l'interculturalità e la conoscenza delle lingue attraverso lo studio delle pratiche ali- mentari di aree emblematiche per le loro tradizioni. Oggetto del presente contribu- to è la descrizione della struttura generale di *ALMA* e del suo database, assieme alle voci lessicografiche che organizzano i dati raccolti.

È stata in tal senso condotta una esplorazione-pilota sul territorio campano che ha consentito di corredare le tipologie di descrizioni proposte da Silvestri con con- tenuti multimediali inediti per illustrare diversi aspetti della multimodalità legata agli alimenti e lessicalizzata dalle "parole per il cibo": dalle forme ai colori, dalle procedure di elaborazione dei prodotti a tutti i rituali connessi alla sfera alimentare. Alcuni dei dati ricavati da circa sette ore di interviste a panificatori campani saran- no presentati in queste pagine per illustrare l'*Atlante*, il cui nome è evocatore delle componenti bio/culturali che si intendono mettere in risalto: *alma* assume signifi- cati diversi in diverse lingue e culture, ad esempio, in latino è 'nutriente', in italiano antico 'anima', 'mela' in ungherese.

---

<sup>3</sup> Si ringrazia un revisore anonimo per averci indicato queste opere di pregio e le ricerche ad esse col- legate.

Accanto all'illustrazione multimediale delle "parole per il cibo", un ulteriore elemento di novità introdotto da *ALMA* è l'analisi della lingua e della paralingua che viene usata per la commercializzazione dei prodotti alimentari, indagata a partire da quelle che vengono qui chiamate le "parole per scegliere il cibo". Queste ultime, pur sempre collegate alle "parole per il cibo" (fig. 2), compendiano tutti gli aspetti linguistici del confezionamento alimentare che guidano i consumatori nei loro acquisti. Si è deciso di denominare questa sezione attraverso l'impiego del verbo *scegliere* con riferimento a un'ampia letteratura che si è sviluppata in diverse scienze sociali sulle motivazioni delle scelte alimentari. La parola *scelta* è una parola chiave e caratterizzante di tali studi, a partire da quelli citati nel presente contributo, come Shepherd & Raats (2006), Cavazza & Guidetti (2020, cfr. § 5).

Le due tipologie di voci saranno oggetto di una illustrazione specifica, offrendo una visione d'insieme dei dati linguistici che la ricerca metterà a disposizione.

### 1. Metodologia di *ALMA*

Il presupposto metodologico delle analisi di Silvestri consiste nel considerare gli alimenti come "prodotti" di una filiera, scandita da diverse "procedure", o lavori, necessari alla loro creazione e al consumo (fig. 1). Come sostiene Silvestri (2010), "ogni nome di alimento si riferisce sempre al punto apicale [...] di un processo di elaborazione", spesso suddiviso in fasi diverse, o "specificazioni contestuali". Per esempio, prendendo in considerazione l'alimentonimo *pane*, possiamo suddividere i diversi momenti della sua produzione in "livelli di elaborazione successivi" e identificare, al secondo di questi livelli (fig. 1, secondo livello), la *macinazione*, *selezione*, *macerazione* e altri, indicati nell'elenco che segue:

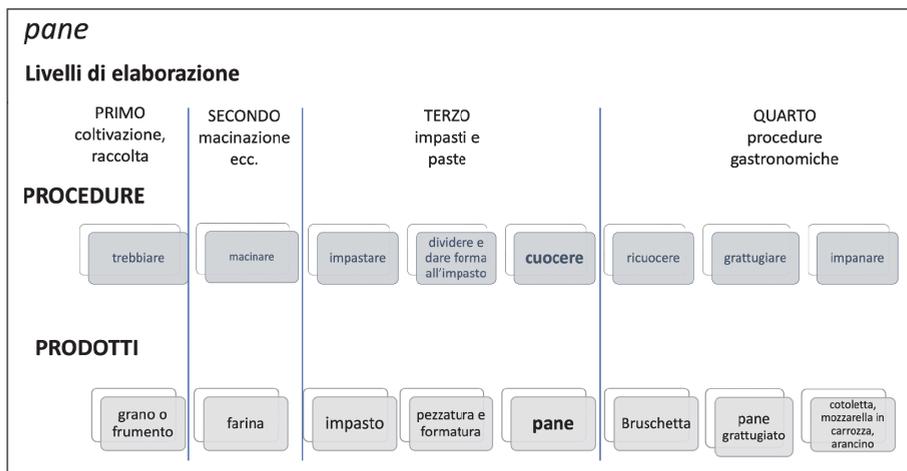
- 2.1 macinazione
  - 2.1.1 farina o frumento
  - 2.1.2 crusca
- 2.2 selezione
- 2.3 macerazione
- 2.4 tritatura
- 2.5 torrefazione
- 2.6 decorticazione
- 2.7 brillatura ecc.

Nella lista compaiono anche due prodotti della *macinazione*, la *farina* (o *frumento*) e la *crusca*, indicati come un suo sottolivello. Altri prodotti delle diverse "specificazioni contestuali" potranno essere aggiunti non appena verranno identificati con la raccolta dei dati.

Questa modalità descrittiva ambisce ad una ricognizione estensiva delle parole che compongono le filiere produttive di alimenti di base per una specifica cultura. Punto di partenza delle ricognizioni di *ALMA* è infatti il pane, assieme alle procedure e ai prodotti necessari alla sua elaborazione. Tutti i termini identificati

nei diversi “livelli di elaborazione” diventano perciò i nodi di una rete di relazioni iperonimiche, che Silvestri immaginava come un “albero di generazione lessicale” (*ib.*) per designare tutti i prodotti alimentari. Il punto apicale dell’albero sono le procedure dell’ingestione, ovvero i pasti, che portano a termine la filiera produttiva.

Figura 1 – *Albero di generazione lessicale usato in ALMA*



Proprio i pasti possono diventare infatti lessicalizzazioni cariche di implicazioni etnolinguistiche. Silvestri cita al riguardo due parole abruzzesi, la *panarda* e la *scàzzeca*, alimetonimi di due rituali connotati in senso opposto: il primo, è un pranzo invernale in cui i commensali devono ingerire una lunga serie di portate (anche cinquanta!), il secondo è il magro pasto dei mietitori a base di pane unto d’olio, alici salate e vino fresco (Silvestri 2010).

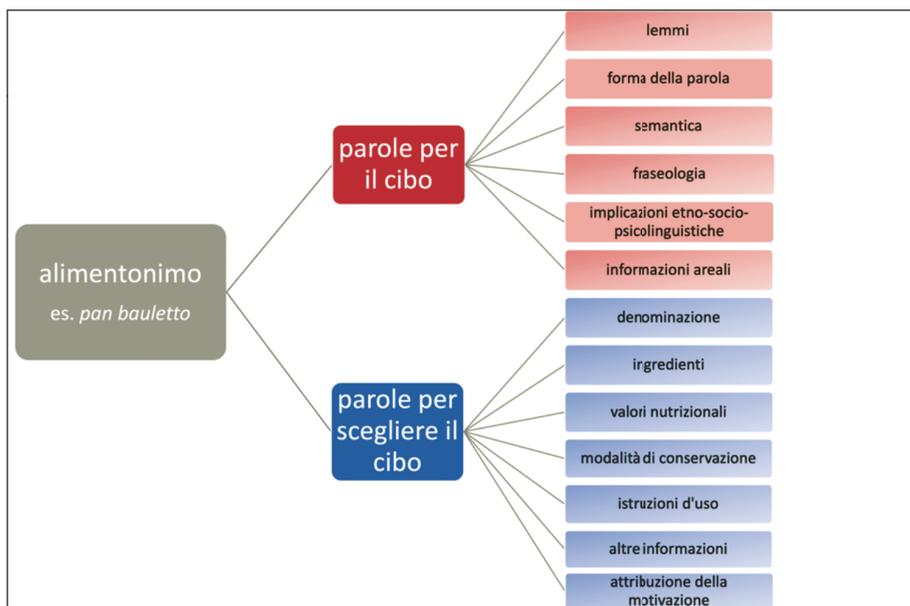
Attraverso questa metodologia è quindi possibile descrivere la lingua del cibo e delle tradizioni alimentari, catturandone anche la complessità multisensoriale, come gli odori e i sapori associati a ogni livello di elaborazione, ma anche i saperi procedurali codificati linguisticamente.

Accanto a questi, ulteriori elementi di novità per la descrizione linguistica emergeranno in relazione alle “parole per scegliere il cibo”. Ad esempio, i nomi comuni degli alimenti possono coincidere o differenziarsi rispetto alle denominazioni merceologiche, che rappresentano “i nomi che la legge ha dato ai prodotti alimentari” (Germanò *et al.* 2020: 34). Questi termini, in aggiunta a tutti quelli che compaiono sulle etichette delle confezioni alimentari, consentono infatti di analizzare aspetti legali e commerciali, espressi con segni linguistici e paralinguistici (es. pittogrammi e loghi).

## 2. Struttura generale di ALMA

Come illustrato dallo schema della figura 2, le componenti di *ALMA* rappresentano due diverse possibilità descrittive degli alimonimi, che sono la chiave di accesso a tutte le componenti della risorsa.

Figura 2 – Struttura del database di *ALMA* e informazioni contenute nelle voci lessicografiche delle “parole per il cibo” e “parole per scegliere il cibo”



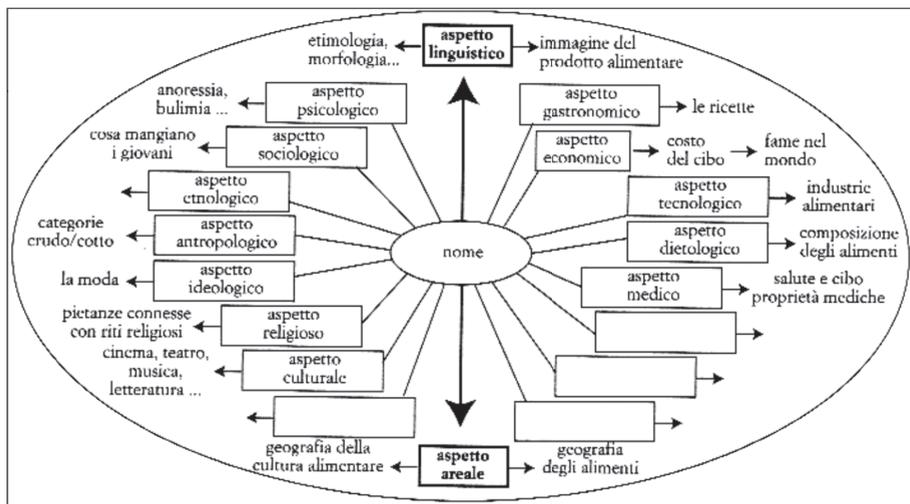
Da un lato, le “parole per il cibo” sono quelle del linguaggio comune (es. *pancar-ré*) e tecnico-specialistico (es. *stampare*, vedi oltre), che abbracciano un ricchissimo patrimonio lessicale, descritto in *ALMA* anche su base areale. Dall’altro, le “parole per scegliere il cibo” sono i termini tecnico-specialistici dell’ambito merceologico – ma non solo – legati alla commercializzazione e al marketing alimentare. Questa duplicità di prospettive offre una descrizione estesa del mondo dell’alimentazione e ambisce a fare di *ALMA*, da una parte, un riferimento per la descrizione etnoantropologica delle tradizioni alimentari locali e, dall’altra, partendo dalla prospettiva commerciale, aiuta a focalizzare l’attenzione sul modo in cui l’industria trasforma le abitudini alimentari, creando prodotti, e termini, che non esistono al di fuori della produzione industriale. Ad esempio, il *pane proteico* è una denominazione di tipo descrittivo di un alimento nato grazie alle tecnologie industriali, quindi non reperibile nelle tradizioni locali (cfr. § 5.1).

In senso generale, l’estensione degli ambiti connessi alla cultura alimentare è stata sintetizzata da Silvestri (2007; vedi fig. 3) in una rappresentazione schematica ad ellisse, nella quale diversi aspetti culturali sono disposti sulla sinistra, mentre quelli tecnico-scientifici occupano maggiormente la porzione destra della figura.

Indipendentemente dalla partizione da noi proposta, lo schema appare utile per sintetizzare, con modalità grafiche, la complessità dell'ambito alimentare e le diverse prospettive d'indagine che esso pone e che sono illustrate tanto nella sezione "parole per il cibo" quanto in quella "parole per scegliere il cibo".

Le caratteristiche che saranno oggetto d'analisi all'interno di *ALMA* verranno descritte avvalendosi di risorse multimediali per rappresentare la complessità delle entità e delle procedure descritte. File audio e video serviranno a descrivere i referenti o le procedure lemmatizzate tra le "parole per il cibo", offrendo trascrizioni delle fonti orali da cui sono stati ricavati diversi termini della risorsa (§ 4.1). La sezione delle "parole per scegliere il cibo" ha invece come base dell'analisi le immagini degli imballaggi alimentari segmentati e analizzati secondo una procedura specifica (§ 5.1 e 5.2).

Figura 3 – *Ellissi cognitive, ripresa da AGAM-General Atlas of Mediterranean Food (Silvestri, 2007), sulle diverse dimensioni del cibo*



### 3. Le voci lessicografiche di *ALMA*

Le potenzialità descrittive di *ALMA* e la ricchezza dei dati che essa mette a disposizione per ulteriori ricerche emergeranno illustrando le voci lessicografiche della risorsa, collegate agli alimentonimi lemmatizzati. Lemmi come *pan bauletto* (in fig. 2) consentono di accedere alle due schede, "parole per il cibo" e "parole per scegliere il cibo", perché l'alimentonimo in questione, sebbene nato come denominazione commerciale, è ormai diffuso nella lingua comune. Si vedano in tal senso alcuni usi ricavabili da corpora dell'italiano contemporaneo (itTenTen20), in cui vi sono riferimenti a "fettone enormi stile pan bauletto" oppure "panbauletto con metodo Tang Zhong" o altri casi in cui il pan bauletto viene indicato come un equivalente o sostituto del pancarré:

- (1) Grazie infinite, finalmente basta *panbauletto* industriale!!!!
- (2) Purtroppo [le Fette Biscottate Integrali Bio] si presentano in fettone enormi stile *pan bauletto*, che non riesco ad inserire a colazione, a pranzo o cena, troppo grandi e quindi caloriche per chi deve stare attento all'alimentazione.
- (3) Il *panbauletto* con metodo Tang Zhong è un pane in cassetta sofficissimo
- (4) Una volta che la melanzana è pronta, una parte va tenuta a cubetti e una parte va invece frullata con pan carrè (o *pan bauletto*) a pezzettini, un po' di pane grattugiato, prezzemolo, sale, pepe, pecorino grattugiato (o qualsiasi formaggio) [...].
- (5) Lo zucchero di canna è comunemente usato per realizzare biscotti, muffin e *panbauletti*, garantendo un sapore più forte.
- (6) Prendiamo per esempio un *pan bauletto*/pan carrè con idratazione che si aggiri tra il 55% ed il 60% [...].

In altri casi, la denominazione commerciale può non coincidere con il nome comune. Questo viene opportunamente segnalato nel campo lemma/denominazione delle voci lessicografiche, come nel caso di *BeviSoia*, una *Bevanda a base di Soia Biologica*. Questa informazione viene chiarita nella denominazione secondaria riportata sull'etichetta, mentre nella voce lessicografica “parole per scegliere il cibo” viene indicata la corrispondenza con la parola del lessico comune *latte di soia*, lemmatizzata tra le “parole per il cibo” (vedi tab. 1 e fig. 5).

Tabella 1 – Rimandi tra le voci delle “parole per il cibo” e le “parole per scegliere il cibo”

voce “parole per il cibo”		
Lemma	<i>latte di soia</i>	→ parole per scegliere il cibo [più opzioni]
voce “parole per scegliere il cibo”		
Denominazione principale	<i>BeviSoia</i>	→ parole per il cibo [latte di soia]
Denominazione secondaria	<i>Bevanda a base di Soia Biologica</i>	→ parole per il cibo [latte di soia]

Nei paragrafi che seguono vengono descritte le voci lessicografiche di *ALMA*, offrendo in questo modo degli esempi per riflettere sulla complessità della lingua usata per parlare del cibo. Tuttavia, gli approfondimenti sugli aspetti più intricati e promettenti dell'indagine dovranno essere necessariamente rimandati a successive riflessioni ad essi dedicate.

#### 4. Le “parole per il cibo”

La descrizione delle “parole per il cibo” abbraccia, come è stato già detto, prodotti e procedure in tutte le loro implicazioni antropologiche e culturali.

I diversi *item*<sup>4</sup>, o costituenti, delle voci relative alle “parole per il cibo” possono essere ricondotti a quattro campi informativi principali, ovvero: i) aspetti formali del lemma (le sue varianti, la descrizione morfologica), ii) la dimensione semantica, iii) quella fraseologica, iv) e le sue implicazioni etno-socio-antropologiche. Le notizie sulla dimensione areale sono invece presentate sia in un campo specifico (*area geografica*), sia attraverso l’indicazione dei codici ISO e *Glottologue* delle lingue per i lemmi che presentano delle varianti geografiche. Nello specifico, osservando la voce *Cappello di prete* (fig. 4), viene indicata, accanto ad essa, la forma originaria napoletana della parola (*Cappiell ro monaco*<sup>5</sup>) con i codici della lingua. Inoltre, poiché il lemma è stato ricavato da una intervista orale, nell’*area geografica* viene specificato il luogo dell’intervista e le sue coordinate, che consentiranno la geolocalizzazione della parola su mappa.

Figura 4 – Una voce esemplificativa delle “parole per il cibo”

	Lemma	<b>Cappello di prete</b> <b>Cappiell ro monaco</b> [napoletano; nap ISO 639-3; neap1235]
	Morfologia	nome, polirematica
	Tipo	Prodotti: Pane metafora
	Significato	<i>Forma di pane di farina di semola, costituita da una pagnotta rotonda al centro e diversi panini disposti lateralmente</i> c'è il classico cappello di prete, come chiamato dalle nostre zone, e consiste nel fare una pagnotta rotonda al centro e con tanti panini nei lati
	Sinonimi/antonimi Olonimi/meronimi	pagnotta; panino
	Fraseologia:	
	Fonte	orale: 6/4/2022
	Livelli precedenti e seguenti:	2 macinazione; 4 procedure gastronomiche
	Etimologia: Implicazioni etno-socio-pscilinguistiche:	Forma di pane di semola prodotta solo la domenica
	Osservazioni:	La variante napoletana <i>cappiell ro monaco</i> è stata ricavata dalle pagine web del produttore che non la nomina durante l'intervista
Area geografica:	Via Roma, 80050 Casola di Napoli NA 40.694809518100904, 14.529312499999996	

La descrizione semantica offerta nella voce fa invece riferimento all’organizzazione ontologica dei dati di *ALMA*, presentando sinteticamente i diversi “livelli di elaborazione” (nella scheda “livelli precedenti e seguenti”), la dimensione paradigmatica (sinonimi/antonimi, olonimi/meronimi) e il tipo di parola, ovvero se essa lessicalizza un prodotto o una procedura e se la lessicalizzazione è realizzata come metafora,

<sup>4</sup> La terminologia qui impiegata segue quella coniata da Wiegand per le descrizioni strutturali dei dizionari all’interno della sua *General Theory of Lexicography* (vedi § 5.2).

<sup>5</sup> Le convenzioni per trascrivere le voci dialettali sono ancora in corso di discussione e saranno oggetto di uno specifico approfondimento futuro.

metonimia o sineddoche. Queste specifiche consentiranno infatti di realizzare ricerche mirate nel database, al fine di ottenere elenchi dei lemmi che corrispondono alle tipologie menzionate.

Tutti i dati ricavati da interviste o da registrazioni audio e video sono corredati da file multimediali. Nel caso del *Cappello di prete*, la voce lessicografica riporta una sintesi delle *informazioni etno-socio-psicolinguistiche* che sono state fornite dall'informante e che possono essere fruite integralmente ascoltando il file audio accessibile nello stesso campo. Una trascrizione dell'audio viene fornita sotto forma di sottotitolo<sup>6</sup> di accompagnamento come nell'esempio seguente:

la domenica, soltanto la domenica, si impasta il...la farina di...di semola... che, avendo delle forme particolari, dato che noi impastiamo e facciamo a forma di pagnotte e possiamo avere delle forme più particolari, ad esempio c'è il classico *cappello di prete*, come chiamato dalle nostre zone, e consiste nel fare una pagnotta rotonda al centro e con tanti panini nei lati.

I file multimediali, in particolare i video, si rivelano molto utili per comprendere i saperi operativi legati alle procedure degli ambiti specialistici. Si consideri il caso di *stampare*, una operazione che consiste nell'applicare uno stampo per dare forma all'impasto del pane. Guardando il video dell'intervista in cui questa procedura viene descritta è possibile seguire le operazioni realizzate da un apposito macchinario per la pezzatura<sup>7</sup> del pane. L'informante spiega in questo modo la procedura da seguire:

Panificatore: OK, qua viene messo tutto... l'intero pezzo di impasto. Facendo questo movimento qua ti dà la forma sferica che tu poi dopo averlo fatto lievitare, il panino, vai a *stampare*.

Intervistatrice: Ah... Non avevo proprio idea che questo fosse stampato così.

Panificatore: Quindi la tartaruga, la rosetta viene fatto questo processo qua. Tu metti il tuo, il tuo impasto che sia di 3 chili 4 chili a seconda di quanto vuoi che venga grande questa sfera, questo, questa forma, se tu vuoi un 100 grammi, queste sono 37 sfere fai di un peso di 3 chili e 7, lo metti qua, te lo spezzi e vai ad avere una forma o di tartaruga o di rosetta poi successivamente, capito?

## 5. *Le parole per scegliere il cibo*

Come già anticipato, *ALMA* presenta una sezione dedicata alle “parole per scegliere il cibo”, in cui vengono raccolti gli aspetti linguistici e paralinguistici che emergono dall'analisi delle etichette dei cibi confezionati. In quest'ottica, i prodotti alimen-

<sup>6</sup> In questa fase preliminare del lavoro, il parlato viene trascritto in maniera quanto più possibile normalizzata per consentirne un'analisi e una lemmatizzazione con strumenti di elaborazione automatica del linguaggio. Per questo motivo gli esempi riportati sono trascritti come un semplice sottotitolaggio.

<sup>7</sup> “Pezatura o stagiatura: si fa dopo la prima lievitazione e consiste nel dividere l'impasto, con l'aiuto di una spatola o tarocco, in porzioni di peso desiderato” (*Glossario della panificazione*).

tari diventano merci e, in quanto tali, devono necessariamente sottostare a tutti gli obblighi imposti dal legislatore. A partire dunque dai nomi dei prodotti agroalimentari, che in quest'ulteriore prospettiva diventano più propriamente "denominazioni merceologiche" (vedi più avanti), risultano pertinenti anche tutti gli altri aspetti relativi alla commercializzazione dei prodotti confezionati, che sono sottoposti a etichettatura. La procedura dell'etichettatura degli alimenti (normata dal Regolamento UE n. 1169/2011) è qualcosa di estremamente articolato e composito. Per "etichettatura" si intende infatti

qualsunque menzione, indicazione, marchio di fabbrica o commerciale, immagine o simbolo che si riferisce a un alimento e che figura su qualunque imballaggio, documento, avviso, etichetta, nastro o fascetta che accompagna o si riferisce a tale alimento (Capo I, art. 2 del Regolamento sopra citato).

Obiettivo del progetto *ALMA* è analizzare nel dettaglio le diverse componenti dell'etichettatura per mettere in evidenza: a) le diverse denominazioni dei prodotti e le loro tipologie; b) l'impiego di strategie di marketing per orientare le scelte d'acquisto; c) gli aspetti di ambiguità e scarsa leggibilità insiti nelle informazioni. Anche in questo caso, la dimensione multimodale si manifesterà nella sua rilevanza, dal momento che nell'archivio saranno riportate e analizzate in modo sistematico tutte le componenti presenti sull'imballaggio, espresse sia attraverso il codice verbale scritto (nomi, stringhe testuali descrittive, slogan) sia quello visivo in senso lato (immagini, pittogrammi, loghi), nonché dalla loro interazione.

Il nuovo regolamento sull'etichettatura nasce dall'esigenza di fornire al consumatore informazioni precise e chiare che ne tutelino la salute e che gli consentano di operare scelte consapevoli in relazione a particolari scelte etiche, sociali e così via. È immediatamente evidente come l'insieme di tutte queste informazioni, ciò che abbiamo etichettato come "parole per scegliere il cibo", vada a collocarsi in diversi campi presenti nell'ellissi cognitiva elaborata da Silvestri, e già descritta (§ 3), configurandosi come complementare ad altri aspetti presenti nella cultura alimentare.

In questa seconda sezione del database compariranno una serie di campi (si veda fig. 2): "denominazione", "ingredienti", "valori nutrizionali", "istruzioni per l'uso" ecc., che riprendono per lo più quelle che nel regolamento 1169/2011 sono considerate informazioni tanto obbligatorie quanto facoltative. Una chiave di lettura per valutare la valenza culturale di queste informazioni è rappresentata dall'individuazione della motivazione che guida la scelta, da parte del produttore, di presentare un certo contenuto in etichetta, con l'obiettivo di far leva sulle inclinazioni di una specifica tipologia di consumatore. Nelle voci di *ALMA* questo componente, o *item*, viene indicato come "attribuzione della motivazione".

Sulle motivazioni delle scelte alimentari si è sviluppata una letteratura molto ampia (a partire da Steptoe *et al.* 1995) che mette in luce come il consumatore possa essere guidato da considerazioni che riguardano: a) la salute (ricerca di una corretta nutrizione o di cibi ritenuti più salutari di altri); b) la naturalità (preferenza per cibi per i quali non vengono usati pesticidi, conservanti, ecc.); c) l'attrattiva legata ai sensi (scelta dei cibi legata non solo al sapore, ma anche all'odore e all'aspetto); d) il controllo del peso (scelta sulla base

delle indicazioni caloriche ecc.); d) la familiarità (tendenza a preferire ciò che è avvertito come familiare, non nuovo); e) l’etica (attenzione all’ambiente in senso ampio, scelta di non mangiare carne ad es., ma anche preferenza per alimenti confezionati con materiali riciclabili); f) la convenienza ed altre ancora (sistematizzazione presente in Cavazza & Guidetti 2020: 15-16). Nelle voci lessicografiche delle “parole per scegliere il cibo” i diversi *item* dell’etichetta verranno sistematicamente ricondotti a specifiche motivazioni.

### 5.1 Esempi dalle voci lessicografiche “parole per scegliere il cibo”

#### *La questione della denominazione*

In questa sezione di *ALMA*, le voci lessicografiche introducono delle “denominazioni”, come indicato dall’apposita etichetta (vedi figg. 5 e 6), mentre nella sezione “parole per il cibo” si trovano genericamente dei “lemmi” (fig. 4). La denominazione dell’alimento è la prima e la più importante delle informazioni che per legge devono comparire sulla confezione, dal momento che serve proprio a garantire la sua identità rispetto ad altri prodotti simili con cui non deve essere confuso. Tuttavia, è opportuno precisare che sia la legislazione sia le interpretazioni e gli usi dei termini da parte degli esperti di diritto alimentare non appaiono chiari in materia. Ne è prova la semplice constatazione del fatto che la formula “denominazione dell’alimento” è usata in modo sinonimico rispetto ad altre come “denominazione di vendita”, “denominazione merceologica”, “denominazione legale”. Nel già citato regolamento, ripreso, ma non sufficientemente esplicitato e commentato in diversi testi di diritto alimentare, si sancisce l’esistenza della pluralità delle denominazioni:

La denominazione dell’alimento è la sua denominazione legale. In mancanza di questa, la denominazione dell’alimento è la sua denominazione usuale; ove non esista o non sia utilizzata una denominazione usuale, è fornita una denominazione descrittiva. (Capo IV, art. 17).

Tuttavia, non viene chiarito in cosa consista la differenza, in particolare tra le prime due: della “denominazione usuale” si asserisce che è quella denominazione “accettata quale nome dell’alimento dai consumatori dello Stato membro nel quale tale alimento è venduto, senza che siano necessarie ulteriori spiegazioni”. Si può dedurre che le denominazioni usuali facciano riferimento a prodotti, e quindi nomi/denominazioni tipiche di una specifica cultura nazionale o anche regionale. Sottolineando ancora gli aspetti di incoerenza terminologica, si rimarca l’inadeguatezza della formula “denominazione legale”, dal momento che anche le altre intervengono per legge, in mancanza della prima. Peraltro, non è di poca importanza far presente che non esiste un elenco di “denominazioni legali” fissato a livello di CE, o a livello dei singoli Stati membri. Inoltre, la legge prevede che a questa prima denominazione (sia essa legale, usuale o descrittiva), se ne possa aggiungere un’altra di tipo commerciale – che non potrà sostituire quella legale –, vale a dire ciò che nel lessico metalinguistico si definisce come “marchionimo”.

Per questo motivo, nelle voci lessicografiche delle “parole per scegliere il cibo” possono comparire molteplici denominazioni: la prima viene indicata come “denominazione principale”, in quanto è quella che compare sul campo visivo principale dell’imballaggio,

cioè quella esposta “al primo sguardo del consumatore al momento dell’acquisto e che permette al consumatore di identificare immediatamente il carattere e la natura del prodotto” (Capo I, art. 2). A questa possono accompagnarsi altre denominazioni, di diversa tipologia, collocate in luoghi diversi della confezione. Per esemplificare la varietà delle denominazioni si veda la figura 5.

Figura 5 – *Pluralità di denominazioni sugli imballaggi*

	Denominazione principale	<b>Zefiro</b>	
	Morfologia	<b>nome</b>	
	Tipo	<b>marchionimo</b>	
	Denominazione secondaria	<b>Zucchero</b>	→ parole per il cibo
	Denominazione principale	<b>Passata</b>	→ parole per il cibo
	Morfologia	<b>nome</b>	
	Tipo	denominazione usuale	
	Denominazione secondaria	<b>Passata di pomodoro (RETRO)</b>	
	Denominazione principale	<b>Bevi Soia</b>	
	Morfologia	<b>nome, composto</b>	
	Tipo	<b>marchionimo</b>	
	Denominazione secondaria	<b>Bevanda a base di Soia Biologica</b>	→ parole per il cibo
	Tipo	<b>denominazione descrittiva</b>	

È evidente come le voci della sezione “parole per scegliere il cibo” siano interfacciabili con quelle della sezione “parole per il cibo”: *zucchero*, denominazione legale, è anche un nome comune, così come *passata* è una denominazione usuale ormai lessicalizzata e in uso sull’intero territorio nazionale – ellittica del sintagma dipendente: *di pomodoro*. Si precisa come quest’ultima rimandi ad una voce delle “parole per il cibo”, relativa a una procedura che fa riferimento alla pratica di ‘schiacciare’ o ‘frullare’ diversi prodotti ortofrutticoli, simile al processo delle *vellutate*. Il ‘passare una verdura’ può realizzarsi attraverso strumenti diversi: un tradizionale passaverdure, un passaverdure elettrico, o un frullatore potente (un minipimer, per intenderci), che rende la passata particolarmente cremosa, dall’aspetto simile al velluto. Ma non si dimentichi che si può *passare* un alimento anche al setaccio: si vede dunque come, a partire da un alimentonimo, sia esso una parola della lingua comune (lemma nel database) o un termine del linguaggio commerciale (denominazione nel database), si generino svariati alberi lessicali.

Per terminare le osservazioni relative alla questione delle “denominazioni”, vogliamo in questa sede accennare al fatto che le cose si complicano quando, trattando di altre “denominazioni” – le “denominazioni di origine controllata” (DOC), le “denominazioni di origine protetta” (DOP) – gli addetti ai lavori tendono a metterle in contrapposizione con le “denominazioni generiche” (si veda ad es. Ambrosio *et al.* 2022: 91 e segg.). Ci si chiede pertanto se queste ultime non siano altro che le “denominazioni legali”, cioè i nomi comuni degli alimenti. D’altra parte, che ci sia sovrapposibilità tra le diverse denominazioni emerge anche in relazione ad altri marchi, come i “Prodotti Agroalimentari

Tradizionali” (PAT)<sup>8</sup>, dei quali un esperto di diritto alimentare sostiene che si possano usare come denominazioni usuali, precisando anche:

*Altrettanto dicasi per le denominazioni di origine protetta (DOP) e le indicazioni geografiche protette (IGP), i cui nomi possono venire utilizzati come denominazione dell'alimento solo quando i consumatori possano intenderne il significato. (Dongo 2022)*

Da quanto detto finora, emerge come la questione sia molto intricata e richieda uno studio dedicato.

## 5.2 Esempi dalle voci lessicografiche “parole per scegliere il cibo”

### Analisi dell’imballaggio

L’aspetto della denominazione è solo uno, sebbene quello più complicato, della descrizione delle etichette. Come già anticipato, nelle voci lessicografiche vengono presentate analisi dettagliate delle diverse parti dell’imballaggio: *fronte, retro, lato 1, lato 2, parte alta, parte bassa*, che possono riportare informazioni di varia natura e che sono numerate in modo progressivo a partire da una segmentazione dell’etichetta (vedi fig. 6.2).

Venendo all’esempio già proposto di *Pan Bauletto*, si veda la voce generale di presentazione del prodotto, che contiene tutte le sue denominazioni e altre informazioni di carattere generale. Questa voce è collegata ad altre, relative alle diverse parti costituenti dell’imballaggio, attraverso rimandi ipertestuali contenuti nel campo *imbollaggio* (parte bassa della voce, fig. 6.1).

Figura 6 – Voci lessicografiche di “Parole per scegliere il cibo”:  
voce generale (1), voce del FRONTE (2)

	Denominazione principale	<b>Pan Bauletto</b> → <a href="#">parole per il cibo</a>
	Morfologia	<b>nome, composto</b> metafora Pan Bauletto [Pan] → denominazione legale
	tipo	nome commerciale
	Denominazione secondaria tipo	Pane di tipo «0» Denominazione legale
	Descrizione	<i>Ogni Pan Bauletto di questa confezione contiene farina di grano tenero ottenuta nel rispetto della Carta del Mulino, il disciplinare di coltivazione sostenibile redatto insieme al WWF che porta qualità nei prodotti, supporta il lavoro della comunità di agricoltori e protegge la biodiversità favorendo anche gli insetti impollinatori. [retro confezione]</i>
	Produttore	Mulino Bianco
	Luogo	Melfi (PT)
	Modalità di indicazione del TMC	data
	Imballaggio	→ <a href="#">FRONTE</a> → <a href="#">RETRO</a> → <a href="#">LATO 1</a> → <a href="#">LATO 2</a>

<sup>8</sup> Si precisa che i PAT non sono, come i DOC, DOP, IGT, STG, stabiliti a livello di CE, ma inseriti in un registro curato e aggiornato a livello di MiPAFF (Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali).

2

Denominazione <b>Pan Bauletto</b> → <a href="#">parole per il cibo</a>		
Imballaggio	<b>FRONTE</b> → <a href="#">RETRO</a> → <a href="#">LATO 1</a> → <a href="#">LATO 2</a>	
Stringa testuale-Componente grafica	Tipo	Motivazione scelta
<b>Mulino Bianco [1]</b>	marchio fabbrica	
<b>Pan Bauletto Bianco [2]</b>	Nome commerciale	
<b>Il più morbido di sempre* [3]</b>	slogan	attrattività legata ai sensi
<b>*rispetto alla ricetta precedente (lato 1)</b>		
<b>Con farina di grano tenero da agricoltura sostenibile [4]</b>	pittogramma con testo	etica
<b>Osservazioni generali:</b>		

Il metodo di analisi e descrizione degli imballaggi segue quello introdotto da H. E. Wiegand in ambito lessicografico, che usa l'approccio strutturalista della scomposizione funzionale<sup>9</sup>. Ad un primo livello di analisi si identificano dei macrocostituenti, nel nostro caso le "facce" degli imballaggi, che vengono poi scomposti e analizzati in singoli *item*, ovvero unità dotate di una funzione specifica e ulteriormente segmentabili. Gli *item* che compaiono sempre sono le informazioni prescritte dalla legge, come le indicazioni sulla composizione e/o ingredienti, le modalità di conservazione, la data di scadenza. Altre tipologie di componenti possono invece avere finalità più vaghe, spesso riconducibili a strategie di marketing, come i loghi o i pittogrammi, ma anche testi di varia natura come *La Carta del Mulino Bianco*, che compare sul *retro* del Pan Bauletto del produttore omonimo<sup>10</sup>.

Seguendo la metodologia descritta, le voci delle diverse parti costituenti dell'imballaggio descrivono i loro componenti, o *item*, come in fig. 6.2, in cui il *fronte* della confezione è stato segmentato in 4 *item*. Ad esempio, il terzo ([3] *il più morbido di sempre*) rappresenta uno slogan, caratterizzato dalla presenza di una iperbole, tratto tipico del linguaggio pubblicitario. Inoltre, l'uso dell'asterisco sollecita il consumatore/lettore a guardare anche il *lato 1* della confezione. Le informazioni sono poi categorizzate secondo la loro tipologia ("tipo", seconda colonna della voce lessicografica, fig. 6.2): marchi, denominazioni, stringhe testuali o pittogrammi e così via. Da notare la terza colonna ("motivazione scelta") che correla l'informazione con una specifica inclinazione del consumatore, che può essere guidato dal gusto [3],

<sup>9</sup> Si vedano almeno Wiegand (1984) e Wiegand & Smit (2013), tra i numerosissimi studi del linguista tedesco, la cui bibliografia completa è consultabile sul sito: <http://www.herbert-ernst-wiegand.de>.

<sup>10</sup> Questo il testo che compare: "La Carta del Mulino prevede il rispetto dei criteri di sostenibilità ISCC Plus ed è stata scritta insieme al WWF e al Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agro-Alimentari dell'Alma Mater Studiorum – Università di Bologna. Scopri di più su [...]."

da questioni etiche [4] o da tutte le altre tipologie di motivazioni discusse in precedenza (§ 5).

Si segnala come nelle voci lessicografiche di alcune sezioni dell'imballaggio possa comparire più di un'opzione nella colonna "motivazione scelta": è il caso, ad esempio, degli ingredienti, riportati sul RETRO dell'imballaggio che qui, per semplificazione espositiva, riportiamo come particolare di immagine nella figura 7. L'indicazione degli ingredienti, che deve essere puntuale e precisa, risponde principalmente a fattori di tutela della salute, ma è altrettanto essenziale per il rispetto degli stili alimentari dettati da motivazioni di tipo etico: un vegano, ad esempio, sceglierà di non mangiare un pane morbido se contiene latte.

Figura 7 – *Ingredienti e modalità di conservazione sul retro dell'imballaggio del Pan Bauletto del Mulino Bianco*



Proprio la sezione dedicata agli ingredienti offre la possibilità di fare osservazioni riguardanti aspetti di vaghezza o di scarsa leggibilità delle informazioni offerte ai consumatori. Anche se il Regolamento già citato recita che:

1. Le informazioni sugli alimenti non inducono in errore [...]
2. Le informazioni sugli alimenti sono precise, chiare e facilmente comprensibili per il consumatore (art. 7),

l'analisi fin qui condotta ci ha permesso di cogliere svariati punti in direzione opposta a tali norme. Nella figura 7, ad esempio, emerge l'uso del grassetto per alcuni ingredienti, senza che in alcun luogo della confezione sia chiarito il suo significato<sup>11</sup>. L'espressione "Trattato con alcool etilico in superficie" risulta poco chiara in virtù del fatto che non si capisce in cosa consista il trattamento, né si dice nulla circa la quantità di alcool usato. L'alcool inoltre è da considerarsi a tutti gli effetti un ingrediente, ma viene indicato in una sezione successiva rispetto all'elenco degli ingredienti. Inoltre, anche la formula "Può contenere tracce di" è caratterizzata da aspetti di vaghezza, a partire dall'impiego di un verbo che indica 'possibilità' in termini generali, ma con una forza assertiva sicuramente maggiore rispetto ad un eventuale uso del condizionale *potrebbe* (si veda Bianco 2016: 51, sull'indeterminatezza in

<sup>11</sup> Il grassetto è usato per indicare gli allergeni, ma non c'è una norma consolidata. Il Regolamento prescrive che gli ingredienti che possono indurre intolleranze o allergie debbano essere segnalati attraverso una loro evidenziazione, che può realizzarsi attraverso espedienti diversi: l'uso del grassetto, del carattere maiuscolo, di un colore diverso, di uno sfondo.

altri testi normativi). Inoltre, il nome *tracce* ha un significato del tutto indeterminato, riferendosi a dosi minime non quantificabili (*Vocabolario Treccani*). D'altra parte, l'Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare (EFSA) ha confermato che è impossibile stabilire quale sia la soglia di contaminazione da ingredienti allergeni, al di sotto della quale sia da escludere il rischio di reazioni allergiche. È infatti obbligatorio indicare sempre, e in modo esplicito, la presenza di qualsiasi potenziale allergene, mentre le formulazioni citate non sembrano andare in questa direzione.

Per concludere, anche le informazioni sulla modalità di conservazione contengono altri aspetti di vaghezza, dal momento che il suggerimento di riporre il pane "in luogo fresco e asciutto" risulta poco utile in mancanza di indicazioni precise sulla temperatura o il tasso di umidità del luogo di conservazione.

Si segnala che la presenza di indeterminatezza e vaghezza, insita anche nel linguaggio ordinario, suscita molte perplessità quando viene rilevata in testi normativi (si veda Bathia *et al.* 2005), come le etichette degli alimenti. Questi elementi di scarsa chiarezza vengono riportati nel campo "osservazioni generali" delle voci "parole per scegliere il cibo" e saranno consultabili dagli utenti nel database di *ALMA*.

## 6. Conclusioni

L'illustrazione delle due componenti di *ALMA* – le voci lessicografiche delle "parole per il cibo" e delle "parole per scegliere il cibo" – ha dimostrato la centralità di un approccio multimodale all'analisi della lingua per il cibo.

Sembra infatti impossibile discernere tra i diversi tipi di pani prodotti in specifiche aree geografiche senza mostrarne le immagini, come nel caso di *Cappello di prete*. Così come sarebbe difficile comprendere le procedure e le consuetudini alimentari di una certa comunità se non le si vedessero realizzare o raccontare da chi le pratica. L'esempio qui fornito del verbo *stampare*, essendo privo del video di accompagnamento, riesce solo in parte a chiarire la procedura in oggetto e fa emergere l'importanza di una risorsa come *ALMA*, che non si limita a definire termini o a stabilire nomenclature, ma ambisce a recuperare la complessità socio-culturale del cibo.

È stata pertanto dimostrata la necessità di identificare delle metodologie descrittive, basate su opportune riflessioni teoriche, per inventariare i diversi tipi di saperi alimentari. Due metodi diversi si sono resi necessari per descrivere opportunamente gli ambiti scelti sin qui, identificabili sinteticamente attraverso le "parole per il cibo" e le "parole per scegliere il cibo". Si è dimostrato peraltro che l'esplorazione di queste due componenti consente di descrivere in modo articolato il mondo dell'alimentazione, facendo dialogare le tradizioni locali con gli aspetti legali, e non solo, della commercializzazione del cibo.

Come si è visto, ad esempio, non vi è sempre corrispondenza tra i due ambiti. Spesso le etichette alimentari mostrano più di una denominazione del prodotto e, talvolta, il nome comune è menzionato solo accanto alla lista degli ingredienti. Sul fronte dell'imballaggio compare invece spesso un marchionimo che rende il prodot-

to più riconoscibile, come nel caso di *BeviSoia* o *Pan Bauletto*. Il successo commerciale del secondo ha trasformato il suo nome di fabbrica in un nome comune, facendo nascere un nuovo tipo di pane in cassetta, di cui è possibile trovare svariate ricette per produrlo anche in casa o per usarlo come base di preparazioni più complesse (esempi 3 e 5). Il grado di lessicalizzazione di questo nome nella lingua comune è comunque ancora oscillante e, sebbene i corpora indichino un uso preponderante della forma grafica con due parole distinte, *pan bauletto*, il plurale, ancora scarsamente attestato, registra 10 forme unverbizzate, *panbauletti*, contro le 6 disgiunte, *pan bauletti* (si veda tab. 2).

Tabella 2 – *Attestazioni in iTenTen20 di pan bauletto e sue possibili varianti*

Singolare	n.	n.	Plurale
pan bauletto	475	6	pan bauletti
panbauletto	140	10	panbauletti
pane bauletto	92	2	pani bauletto
panebauletto	0	0	panebauletti panibauletti panibauletti
pan-bauletto	0	1	pan-bauletti
pane-bauletto	0	0	pane-bauletti

Tutte le varianti più attestate (sing. *panbauletto*, *pane bauletto*; pl. *panbauletti*; *pan bauletti*) vengono quindi riportate accanto al lemma della corrispondente voce delle “parole per il cibo”: *Pan bauletto*.

Inoltre, grazie all’analisi delle “parole per scegliere il cibo” sono emersi nuovi spazi per la riflessione metalinguistica, dal momento che la lingua del legislatore si dimostra vaga, se non contraddittoria. Sono emerse infatti diverse incongruenze nelle formulazioni di legge e si è dimostrato come, allo stato attuale, non sia possibile dirimere le differenze tra i diversi termini coniatati dal legislatore: al moltiplicarsi delle denominazioni (legali, di vendita, usuali, descrittive, generiche) non corrispondono definizioni inequivocabili.

Proprio questi aspetti legali evidenziano l’importanza di ragionare sulla lingua per il cibo da diverse prospettive, poiché tutte risultano rilevanti per esplorare il complesso mondo dell’alimentazione.

### *Ringraziamenti*

Si ringrazia Anna De Meo per aver deciso di dar vita al progetto *ALMA* e di avervi contribuito nella sua ideazione e successiva strutturazione.

Il presente lavoro è parte di una ricerca finanziata dal Dipartimento di Studi Letterari, Linguistici e Comparati dell'Università degli Studi di Napoli "L'Orientale": *ALMA: Atlante Linguistico Multimediale della diversità Alimentare bio/culturale*, coordinata da Anna De Meo (DR n. 0007984 del 01/02/2022 rep. 75/2022).

### *Bibliografia*

- Ambrosio, Giuseppe & Saija, Roberto & Carrara, Laura. 2022. *Prodotti alimentari di qualità. Regole, casi e questioni*. Milano: Wolters Kluwer.
- Bathia V.K. & Engberg J. & Gotti M. & Heller D. (eds.). 2005. *Vagueness in Normative Texts*. Bern: Peter Lang.
- Bianco, Anna Vita. 2016. Vaghezza, indeterminatezza e incertezza nei foglietti illustrativi dei medicinali in inglese e in italiano. *Lingue e Linguaggi* 19, 41-60.
- Cavazza, Nicoletta & Guidetti, Margherita. 2020. *Scelte alimentari*. Bologna: Il Mulino.
- Dongo, Dario. 2022. I prodotti PAT come la 'nduja devono specificare la denominazione legale? *Il Fatto Alimentare* 5 settembre 2022. <https://ilfattoalimentare.it/prodotti-pat-nduja-denominazione.html>.
- Germanò, Alberto & Ragionieri Maria Pia & Rook Basile, Eva. 2020. *Diritto agroalimentare. Le regole del mercato degli alimenti e dell'informazione alimentare*. Torino: Giappichelli.
- Lew, Robert. 2010. Multimodal lexicography: The representation of meaning in electronic dictionaries. *Lexikos* 20, 290-306.
- Matranga, Vito. 2011. *Concetti alimentari complessi e sistemi nominali in geografia linguistica. Le focacce siciliane*. Palermo: Centro di studi filologici e linguistici siciliani.
- Rüdiger, Sofia, and Susanne Mühleisen (eds.). 2020. *Talking about Food: The social and the global in eating communities*. John Benjamins Publishing Company.
- Ruffino, Giovanni (a cura di). 1995. *Percorsi di Geografia linguistica. Idee per un Atlante siciliano della cultura dialettale e dell'italiano regionale*. Palermo: Centro Studi Filologici e Linguistici Siciliani.
- Shepherd, R. & Raats, M. (eds.). 2006. *The Psychology of Food Choice*. Cabi (UK).
- Silvestri, Domenico & Marra, Antonietta & Pinto, Immacolata. 2002. Introduzione. In Silvestri, Domenico & Marra, Antonietta & Pinto, Immacolata (a cura di) *Saperi e sapori mediterranei. La cultura dell'alimentazione e i suoi riflessi linguistici* voll. I-III. Quaderni di AION n.s.3, 9-12. Napoli: Il Torcoliere.
- Silvestri, Domenico. 1999. Per un progetto di indagine sulla terminologia alimentare nel mondo antico. In Domenico Vera (a cura di) *Demografia, sistemi agrari, regimi alimentari nel mondo antico*. Bari: Edipuglia, 345-365.
- Silvestri, Domenico. 2006. *Emblemi alimentari mediterranei (da un punto di vista linguistico)*. In Nicola Grandi e Gabriele Iannàcaro (a cura di) "Zhi". *Scritti in onore di Emanuele Banfi in occasione del suo 60° compleanno*, prefazione di Tullio De Mauro, Cesena/Roma: Caissa Italia editore, 371-381.
- Silvestri, Domenico. 2006. *Saperi e sapori mediterranei. La cultura dell'alimentazione e i suoi riflessi linguistici*. In Giovanni Manetti, Paolo Bertetti, Alessandro Prato (a cura di) *Semiofood. Comunicazione e cultura del cibo*, 59-73. Torino: Centro Scientifico Editore.

Silvestri, Domenico. 2007a. L'Atlante Generale dell'Alimentazione Mediterranea ed alcuni aspetti della situazione linguistica italiana. *AIQΝ Linguistica* 29, 45-69.

Silvestri, Domenico. 2007b. La cultura mediterranea dell'alimentazione. Ricognizioni etimologiche tra dati (più) antichi e dati (più) recenti. In Marina Castiglione e Giuliano Rizzo (a cura di) *Parole da gustare. Consuetudini alimentari e saperi linguistici*. Materiali e ricerche dell'atlante linguistico della Sicilia 19, 347-354.

Silvestri, Domenico. 2009. L'Atlante Generale dell'Alimentazione Mediterranea ed alcuni aspetti della situazione linguistica italiana. In Cecilia Robustelli e Giovanna Frosini (a cura di) *Storia della lingua e storia della cucina. Parola e cibo: due linguaggi per la storia della società italiana*, 53-73. Firenze: Franco Cesati Editore.

Silvestri, Domenico. 2010. Parole per mangiare, parole per contare, parole per parlare. In Nadia Pantera, Antonio Mendicino, Cinzia Citraro (a cura di) *Parole. Il lessico come strumento per organizzare e trasmettere gli etnosaperi*, Università della Calabria, Centro Editoriale e Librario (testo in CD).

Steptoe, A. & T.M. Pollard & J. Wardle. 1995. Development of a Measure of the Motives Underlying the Selection of Food: The Food Choice Questionnaire. *Appetite* 25, 265-284.

Talib, I.S. 2009. Towards a Multimodal Dictionary of Narration. In Ooi, V.B.Y., A. Pakir, I.S. Talib and P.K.W. Tan (eds.) *Perspectives in Lexicography: Asia and Beyond. New and Selected Papers from the Fourth Asialex International Conference*. National University of Singapore: Papers on Lexicography and Dictionaries, vol. 1, 249-258. Tel Aviv: K Dictionaries.

Tarp, Sven. 2008. *Lexicography in the borderland between knowledge and non-knowledge*. Lexicographica Series Maior. Berlin: De Gruyter.

Tovares, Alla, and Cynthia Gordon (eds.). 2020. *Identity and ideology in digital food discourse: Social media interactions across cultural contexts*. Bloomsbury Academic.

Wiegand, Herbert Ernst. 1984. On the Structure and Contents of a general Theory of Lexicography. In Hartmann, Reinhard Rudolf Karl (eds.) *LEX'eter '83 Proceedings*, 13-30. Tübingen: Max Niemeyer.

Wiegand, Herbert Ernst & Smit, Maria. 2013. Microstructures in printed dictionaries, in: Gouws, Rufus H. & Heid, Ulrich & Schweickard, Wolfgang & Wiegand, Herbert Ernst (Hrsg.), *Dictionaries. An International Encyclopedia of Lexicography: Supplementary volume. Recent Developments with Special Focus on Computational Lexicography*, 149-214. Berlin: Mouton de Gruyter.

## Dizionari

*Atlante Linguistico della Sicilia*, diretto da Giovanni Ruffino, <http://atlantelinguisticosicilia.it/cms/>, consultato 20 novembre 2023.

*Glossario della panificazione*, <https://blog.giallozafferano.it/nonsolodolcedilorena/glossario-della-panificazione/>, consultato 10 settembre 2023.

*Vocabolario Atlante Multimediale della Sicilia*, diretto da Vito Matranga, <https://www.vocabolarioatlantemultimediale.com>, consultato 20 novembre 2023.

*Vocabolario Treccani* online, <https://www.treccani.it/vocabolario/>, consultato 10 settembre 2013.