

deSignis | HORS
SERIE 03

Cocina, gusto, identidad

Coordinado por Francesco Mangiapane, Carina Perticone e Ilaria Ventura Bordenca



COMITÉ PATROCINANTE: ARGENTINA: Tomás Maldonado† (Politécnico de Milán MIP), Eliseo Verón† (Universidad de San Andrés UDESA); BÉLGICA: Jean-Marie Klinkenberg (Universidad de Lieja ULIEJE); ESPAÑA: Román Gubern (Universidad Autónoma de Barcelona UAB); FINLANDIA: Eero Tarasti (Universidad de Helsinki HY/HU); ITALIA: Umberto Eco† (Universidad de Bolonia UNIBO), Paolo Fabbr† (CCIS-Universidad de Urbino UNIURB); PERÚ: Desiderio Blanco (Universidad de Lima ULIMA) †.

COMITÉ DE REDACCIÓN: ARGENTINA: Gastón Cingolani (Universidad Nacional de las Artes), María Teresa Dalmaso (Universidad Nacional de Córdoba UNC), Lucrecia Escudero Chauvel (Universidad Nacional de Rosario UNR), Claudio Guerri (Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo Universidad de Buenos Aires UBA), Guillermo Olivera (Universidad de Stirling, Reino Unido), Oscar Steimberg (Universidad Nacional de las Artes UNA); BRASIL: Clotilde Pérez (Universidad de San Pablo USP), Mónica Rector (Universidad North Carolina UNC), María Lucía Santaella (Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo PUCSP); COLOMBIA: Armando Silva (Universidad del Externado UE); CHILE: Rafael del Villar (Universidad de Chile UC), Elizabeth Parra (Universidad de Concepción UDEC); ESPAÑA: Charo Lacalle (Universidad Autónoma de Barcelona UAB), Cristina Peñamarín (Universidad Complutense de Madrid UCM), José María Paz Gago (Universidad de La Coruña ULC), Carlos Scolari (Universidad Pompeu Fabra UPF), Teresa Velázquez García-Talavera (Universidad Autónoma de Barcelona UAB); MÉXICO: Alfredo Tenoch Cid Jurado (Universidad Autónoma de México- Xochimilco), Lydia Elizalde (Universidad Autónoma del Estado de Morelos UAEM); PUERTO RICO: Eliseo Colón Zayas (Universidad de Puerto Rico UPR); REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY: Fernando Andacht (Universidad de la República, UR); REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA: Rocco Mangieri (Universidad de Los Andes ULA)

COMITÉ CIENTÍFICO: Winfried Nöth (Universidad de Kassel UK, Alemania), Herman Parret (Universidad Católica de Lovaina KULeuven, Bélgica), Yong Xiang Wang (Chinese Semiotics Studies, China), Carmen Bobes (Universidad de Oviedo UNIOVI, España), José Romera Castillo (UNED, España), Manuel Ángel Vázquez Medel (Universidad de Sevilla US, España), Anne Henault (Université de Paris Sorbonne, Francia), Jacques Fontanille (Université de Limoges UNILIM, Francia), Erik Landowski (Centre National de la Recherche Scientifique CNRS, Francia), Patricia Violi (Universidad de Bolonia UNIBO, Italia), Oscar Quezada Macchiavello (Universidad de Lima UL, Perú), Paul Colby (Middlesex University MDX, Reino Unido), Bernard McGuirk (Universidad de Nottingham NTU, Reino Unido), Greg Philo (Universidad de Glasgow UG, Reino Unido), José Enrique Finol (Universidad del Zulia LUZ).

COMITÉ ASESOR: ALEMANIA: Stephanie Averbek-Lietz (Universidad de Bremen UB) ; AUSTRIA: Jörg Türschmann (Universidad de Viena UNIVIE); ARGENTINA: Betty Amman (Universidad Nacional de Córdoba UNC), Mario Carlón (Universidad de Buenos Aires UBA), Olga Corina (Universidad Nacional de Rosario UNR), José Luis Fernández (Universidad de Buenos Aires UBA), Susana Frutos (Universidad Nacional de Rosario UNR), María Ledesma (Universidad de Buenos Aires UBA), Isabel Molinas (Universidad Nacional del Litoral UNL), Gabriela Simón (Universidad Nacional de San Juan UNSJ), Marita Soto (UNA), Sandra Valdetaro (Universidad Nacional de Rosario UNR);BOLIVIA: Víctor Quelca (Universidad Autónoma Gabriel René Moreno UAGRM); BRASIL: Ana Claudia Alves de Oliveira (Pontificia Universidad Católica de São Paulo PUCSP PUC SP), Luiz Carlos Assis lasbeck (Universidade Católica de Brasília UCB), Beth Brait (Pontificia Universidad Católica de São Paulo PUCSP), Heloisa Duarte Valente (Universidad de São Paulo), Yvana Fecine (Pontificia Universidad Católica de São Paulo PUCSP), Irene Machado (Universidad de São Paulo SP), Eufrasio Prates (Universidad de Brasília UB), Darcilia Simoes (Universidad Estadual de Rio de Janeiro UERJ); BULGARIA: Christian Bankov (Universidad de Sofia US); COLOMBIA: María Cristina Asqueta (Uniminuto), Gladys Lucía Acosta Valencia (Universidad de Medellín UDEM), Andrea Echeverri (Universidad de los Andes UA), Douglas Nino (Universidad Jorge Tadeo Lozano UJTL), Claudia Maya (Universidad de Medellín UDEM), Eduardo Serrano (Universidad del Valle UNIVALLE), Álvaro Góngora (Universidad Javeriana UJ); CHILE: Rubén Ditrus (Universidad Central de Chile UCC), María José Contreras (Pontificia Universidad Católica de Chile PUC), Paulina Gómez Lorenzini (Pontificia Universidad Católica de Chile PUCU), Jaime Otazo (Universidad de La Frontera UFRO), Héctor Ponce de la Fuente (Universidad de La Frontera UFRO), Claudio Cortés (Universidad de Chile UC), Carlos del Valle (Universidad de La Frontera UFRO); ECUADOR: Jorge Andrés Díaz (CORDICOM), Alberto Pereira Valarezo (Universidad Central del Ecuador UCE); ESPAÑA: Eva Aladro (Universidad Complutense de Madrid UCM), Ricardo Carniel Buggs (Universidad Autónoma de Barcelona UAB), Pilar Couto (Universidad de A Coruña ULC), Héctor Fouce (Universidad Complutense de Madrid UCM), Rayco González (Universidad de Burgos UBU), Asunción López Varela (Universidad Complutense de Madrid UCM), Miguel Martín (GESC, Madrid), José María Nadal (Universidad del País Vasco UPV), José Manuel Pérez Tornero (Universidad Autónoma de Barcelona UAB), Félix Ríos (Universidad de La Laguna ULL), Raúl Rodríguez (Universidad de Alicante UA), Vanessa Sainz (Universidad Complutense de Madrid UCM), Marcello Serra (GESC, Madrid), Santos Zunzunegui (Universidad del País Vasco UPV); FRANCIA: Luca Acquarelli (Universidad de Lille), Juan Alonso (SciencesPo), Claude Chabrol (Universidad Sorbonne Nouvelle), Patrick Charaudeau (Universidad de Paris XIII), François Jost (Universidad Sorbonne Nouvelle), Guy Lochar (Universidad de Paris VIII), Marta Severo (Universidad de Nanterre); REINO UNIDO: Alexandra Campos (Universidad de Nottingham UN); ITALIA: Paolo Bertetti (Universidad de Siena UNISI), Patrizia Calefato (Universidad de Bari UNIBA), Massimo Leone (Universidad de Torino UNITO, Universidad de Shanghai SHU), Anna Maria Lorusso (Universidad de Bolonia UNIBO), Giovanni Manetti (Universidad de Siena UNISI), Gianfranco Marrone (Universidad de Palermo UNIPA), Roberto Pellerrey (Universidad de Génova UNIGE), María Pía Pozzato (Universidad de Bolonia UNIBO); MÉXICO: Jacob Bañuelos (Instituto Tecnológico de Monterrey Campus Ciudad de México ITM CCM), Alberto Betancourt (Universidad Nacional Autónoma de México UNAM), Carmen de la Peza (Universidad Autónoma Metropolitana UAM – X), Roberto Flores (Instituto Nacional de Antropología e Historia INAH), Tanius Karam (Universidad Autónoma de la Ciudad de México, UACM), Raymundo Mier (Universidad Autónoma Metropolitana UAM X), María Eugenia Olavarriá (Universidad Autónoma Metropolitana UAM – A), Marta Rizo García (Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Silvia Tabachnik (Universidad Autónoma de México UAM); PERÚ: José David García Conto (Universidad de Lima UNILIMA), Celia Rubina Vargas (Pontificia Universidad Católica de Perú PUCP); PUERTO RICO: Silvia Álvarez Curbelo (Universidad de Puerto Rico UPR); REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA: Luis Javier Hernández (Universidad de Los Andes ULA), Alexander Mosquera (Universidad del Zulia. LUZ), Dobrila de Nery (Universidad del Zulia LUZ) RUSIA: Inna Merkoulova (Universidad Estatal Académica de Humanidades, Moscú).

DIRECCIÓN: Lucrecia Escudero Chauvel (Universidad Nacional de Rosario UNR, Argentina)

SUBDIRECCIÓN: Teresa Velázquez García-Talavera (Universidad Autónoma de Barcelona, UAB, LAPREC, España)

DIRECTOR EJECUTIVO: Gastón Cingolani (Universidad de las Artes, UNA, Argentina); Pablo Porto López (Universidad de Buenos Aires, UBA; Asistente técnico <pabloportolopez@gmail.com>

COMITÉ DE EDICIÓN: María Teresa Dalmaso (Universidad Nacional de Córdoba UNC – CEA, Argentina), directora; Eliseo Colón Zayas (Universidad de Puerto Rico UPR), codirector

SECCIÓN PERSPECTIVAS: Mariano Dagatti (CONICET – Universidad de San Andrés, Argentina), <onairamdagatti@gmail.com>

SECCIÓN LECTURAS: Miguel Martín (GESC Universidad Complutense de Madrid, UCM, España), <kmiguelmartink@gmail.com>

SECRETARÍA DE REDACCIÓN: Cristina Peña Marín (Universidad Complutense de Madrid, UCM, España), Guillermo Olivera

SECRETARÍA: Sebastián Gastaldi (Universidad Nacional de Córdoba UNC – CEA, Argentina), <comiteeditorialdesignis@gmail.com>

SECRETARÍA FINANCIERA: Verónica Luz Báez (LAPREC-UAB, España), <veronicalunabaez@gmail.com>

TRADUCCIONES: Carolina Casali (CEA Universidad Nacional de Córdoba UNC, Argentina) <coordinadora, carocasali84@gmail.com>

DIRECTOR DE MEDIOS DIGITALES: Sebastián Moreno Barreneche (Universidad ORT, Uruguay), <Sebamoreno87@outlook.com>

ASISTENTE TÉCNICO: André Peruzzo (Universidad de Sao Paulo USP, Brasil), <info@designisfels.net

WEBMASTER: Iria Caballero Ullate <www.designisfels.net> sobre un concepto de Horacio Weinhouse

deSignis | HORS
SERIE 03

Cocina, gusto, identidad
Cuisine, taste, identity

—
Coordinado por / Edited by:

Francesco Mangiapane, Carina Peticone e Ilaria Ventura Bordenca

En resumen, los lugares de consumo alimentario constituyen un interesante caso de estudio porque son el espejo de los flujos urbanos, de los modos de vida en los barrios, de las prácticas sociales y convivenciales. Y, por supuesto, de sus transformaciones.

Notas

1. Para una introducción al tema de la espacialidad como forma de lenguaje (con ejemplos extraídos también del mundo de la restauración), véase Giannitrapani (2013).
2. Sobre la relación entre comida y ciudad, véase Giannitrapani (ed., 2021).
3. Sobre las relaciones entre sala y cocina cfr. Padovani, Padovani (2011), que recuerdan la práctica inaugurada por Marchesi de salir de su cocina al finalizar la comida.
4. La distinción entre escenario y bastidores se remonta a Goffman (1971) y ha sido recordada con respecto a la relación entre la sala y la cocina por Appelbaum (2011), Ribbat (2016).
5. Para una carta semiótica del Noma cfr. Mangiapane (2015).
6. El concepto de orientación hacia adelante y hacia atrás es de Lotman y Uspenskij (1975).

Referencias bibliográficas

- APPELBAUM, R.** (2011). *Dishing It Out*. Reaktion Books.
- BOUTAUD, J. J.** (2005). *Le sens gourmand*. Jean-Paul Rocher.
- COLAS-BLAISE, M.** (2013). L'expérience gastronomique: comment faire signifier la nourriture ? *E/C*, 14, 25-34.
- FISCHLER, C.** (1979). Gastro-nomie et gastro-anomie. *Communications*, 31, 189-210.
— (1990). *L'Homnivore*. Odile Jacob.
- FOUCAULT, M.** (1984). Des espaces autres. *Architecture, Mouvement, Continuité*, 5, 46-49.
- FRANCHI, M.** (2009). *Il cibo flessibile*. Carocci.
- GIANNITRAPANI, A.** (2013). *Introduzione alla semiótica dello spazio*. Carocci.
— (2014). Ristoranti & co. Identità e comunicazione dei luoghi conviviali. En G. Marrone (Ed.), *Buono da pensare* (pp. 261-292). Carocci.
— (2021). Dal tavolo alla città (e ritorno). En F. Montanari (Ed.), *Cucina politica. Il linguaggio del cibo tra pratiche sociali e rappresentazioni ideologiche* (pp. 257-269). Laterza.
— (Ed.). (2021). *Foodscape: cibo in città*. Mimesis.
- GOFFMAN, E.** (1971). *Relations in public*. Basic Books.
- LANDOWSKI, E.** (1989). *La société réfléchie*. Seuil.
- LOTMAN, J. Y USPENSKIJ, B.** (1975). *Tipologia della cultura*. Bompiani.
- MANGIAPANE, F.** (2015). L'invenzione della Cucina Nordica. *Lexia*, 19, 153-165.
- PADOVANI, C. Y PADOVANI, G.** (2011). *Italia Buon Paese*. Blu.
- POZZATO, M. P.** (2012). *Foto di matrimonio e altri saggi*. Bompiani.
- RIBBAT, C.** (2016). *Im Restaurant. Eine Geschichte aus dem Bauch der Moderne*. Suhrkamp.
- RITZER, G.** (1996). *The McDonaldisation of Society. An Investigation into the Changing Character of Contemporary Social Life*. Pine Forge Press.

El discurso de las dietas: regímenes de adelgazamiento en competencia / Dietetic Discourse: Communicative Strategies of Slimming Diets in Competition

Ilaria Ventura Bordenca ORCID 0000-0002-4889-0220

RESUMEN

¿Qué significa estar a dieta? ¿Cómo se articula la relación entre gastronomía y dieta? Hacer dieta es posterior y contrastivo: casi siempre va detrás de algo, a lo que suele oponerse. Las dietas abarcan enteras formas de vivir y regular, de elegir y organizar alimentos y tiempos, formas de cocinar y espacios de convivencia, materias primas y utensilios de cocina, menús diarios y relaciones familiares, listas de alimentos permitidos y modelos corporales. Los protocolos de adelgazamiento no son solo listas de alimentos y cantidades, sino que implican formas de articular la relación entre la condición 'excepcional' del tiempo de dieta y la nutrición 'ordinaria', las ideas de cuerpo, belleza, salud. Estudiar el modo en que determinados protocolos dietéticos, convertidos en marcas, comunican y promocionan sus proposiciones dietéticas nos permite reconstruir fenómenos de marketing y fenómenos semióticos más profundos de verdaderas propuestas de sentido a los consumidores.

Palabras clave: dietas, marca, publicidad, cuerpo, sociedad.

ABSTRACT

What does it mean to be on a diet? How is the relationship between gastronomy and dieting articulated? Dieting is by definition posterior and contrastive: it almost always comes after something, which it usually opposes. Diets encompass entire ways of living and regulating, choosing and organizing foods and times, ways of cooking and spaces of conviviality, raw materials and cooking implements, daily menus and family relationships, lists of permitted foods and body models. Slimming protocols are not just lists of foods and quantities, but imply ways of articulating the relationship between the 'exceptional' condition of diet time and 'ordinary' nutrition, ideas of body, beauty, health. Studying the way in which diet protocols, which have become brands, communicate and promote their dietary propositions in advertising allows us to reconstruct, on the one hand, marketing phenomena and, on the other, deeper semiotic phenomena of real proposals of meaning to consumers.

Keywords: diets, brands, advertising, body, society.

Iliaria Ventura Bordenca es investigadora en Semiótica en la Universidad de Palermo, donde enseña “Metodología socio-semiótica” y “Semiótica alimentaria”. En la misma universidad también imparte un taller sobre “Diseño profesional de una campaña publicitaria”. Es subdirector de E|C, revista de la AISS –Asociación Italiana de Estudios Semióticos. Ha impartido clases de “Lenguajes de la gastronomía” en la Universidad de Ciencias Gastronómicas de Pollenzo y de “Marketing” en la Universidad de Palermo. Ha escrito los libros *Food Packaging* (Franco Angeli, 2022), *Essere a dieta. Regimi alimentari e stili di vita* (Meltemi, 2020), *Che cos'è il packaging* (Carocci, 2014). Se ocupa de teoría socio-semiótica, y de los campos de la gastronomía, el branding, el diseño y los lenguajes de la realidad virtual. E-mail de contacto: ilaria.venturabordenca@unipa.it.

FECHA DE PRESENTACIÓN: 20/06/2023 FECHA DE APROBACIÓN: 18/07/2023

1. Dietas-brand

Basta con ir a una librería, echar un vistazo en Internet, hojear algunas revistas, preguntar, para descubrir la impresionante variedad de instrucciones dietéticas diseñadas para hacernos perder peso: la dieta del “supermetabolismo”, la dieta hiperproteica, la dieta del ayuno, la dieta “cero cereales”, la dieta baja en carbohidratos, la dieta de control de las porciones, la dieta rápida, la dieta de los colores, la dieta del grupo sanguíneo, la dieta del índice glucémico, la dieta anticáncer. La multiplicidad de criterios y métodos demuestra, por una parte, la existencia de un público variado, formado por curiosos que desean emprender un camino de adelgazamiento, pero también por insatisfechos que buscan sin cesar su dieta ideal que por fin funcione, y, por otra, alimenta las necesidades comerciales de las industrias editorial y farmacéutica, que encuentran en el sector de las dietas un mercado importante y en constante expansión.

Hablamos de las dietas clásicas, aquellas diseñadas para que alcancemos nuestro peso ideal. Dada la variedad y amplitud de este fenómeno social y comunicativo, hemos decidido fijarnos en algunas de las más conocidas de los últimos años. Observaremos en qué se diferencian unos de otros, qué tipo de dieta proponen, cómo estructuran el ritmo diario de las comidas y, al hacerlo, qué tipo de ideas sobre la alimentación, sobre la relación hombre-alimentación, sobre el cuerpo, ponen de manifiesto. Consideraremos, de entre todas las posibles, las dietas *de la Zona*, *Weight Watchers*, *Dukan* y *Tisanoreica*. Cada una de ellas se caracteriza por tener su propio método, por estar estructurada en fórmulas y fases específicas, y por ir acompañada de un amplio y complejo aparato comunicativo —manuales, libros, recetarios, páginas web, anuncios, logotipos, etc.—, del que nos nutriremos de vez en cuando para su análisis. En efecto, en el maremágnum de dietas anónimas prescritas por el nutricionista o el dietista, entre las vociferadas en las revistas, rapidísimas y supuestamente

eficaces, que hay que hacer a toda prisa antes o después de las vacaciones para recuperar la línea, cada día vomitadas por el experto de turno, o recomendadas porque las hace la diva más glamurosa, hay otras que tienen la peculiar característica de ser más reconocibles, estructuradas, a menudo identificables con su inventor —un médico, un científico, un coach, un experto en dietética y fitness, sobre todo. Despliegan una comunicación organizada, estratégica, orientada a una determinada forma de entender la nutrición y el adelgazamiento, en un sentido estricto, pero en un sentido más amplio también la gestión de la vida cotidiana, el propio tiempo, la cocina, las relaciones sociales.

Son dietas que planifican y realizan campañas publicitarias, producen y venden manuales, libros, recetarios, pero también suplementos, alimentos dietéticos específicos y lo que sea. Son verdaderas marcas, no porque baste con hacer publicidad para serlo, o baste con un logotipo, sino porque, al contrario, estas dietas proponen sistemas de valores bajo el paraguas de tal o cual marca: vendiendo instrucciones alimentarias, libros o suplementos cada una hace una propuesta de sentido, se presenta como un enunciador autorizado a partir del cual se construye un discurso coherente, que manifiesta manifestaciones concretas en el plano de la expresión y otros tantos significados —temáticos, figurativos, valorativos, narrativos— en el del contenido (Marrone, 2007). Como escribe Mangano, el mundo de los regímenes alimentarios se solapa con el de las marcas no solo porque comercializan y promocionan cosas, objetos, productos alimentarios, sino por la “multiplicidad de facetas que, como fenómenos sociales, poseen” (Mangano, 2013, p. 17). Aunque no sean abiertamente filosofías alimentarias, ni tengan nada que ver con regímenes dietéticos de base religiosa, eso no significa que subyacentes a los regímenes de adelgazamiento no podamos descubrir filosofías de vida, concepciones del cuerpo, modos de ser, es decir, formas profundas que abrazamos más o menos conscientemente cuando decidimos embarcarnos en un programa de adelgazamiento. Y que reúnen, al igual que las marcas de coches o de ropa, comunidades de adeptos, practicantes entusiastas, obesos desilusionados, madres estresadas, fanáticos del fitness que se reúnen en encuentros temáticos, convenciones, foros en línea y chats de diversa índole. Las dietas, pues, al igual que las marcas, dialogan constantemente con la sociedad, cada una de las cuales capta y relanza instancias sociales, modas de consumo, imaginarios de belleza, conceptos de cocina. Al igual que las marcas no son solo logotipos, productos y gráficos, del mismo modo las dietas no son solo sistemas de instrucciones alimentarias, sino discursos que se articulan en torno a fenómenos heterogéneos e implican cosas, prácticas, herramientas, personas, formas de hacer que tienen en común el hecho de funcionar, en conjunto, como constructores de identidad, de tal modo que seguir una u otra implica la adhesión a una determinada filosofía de vida.

2. Estrategias y saberes presupuestos

Así pues, las distintas dietas de adelgazamiento compiten más o menos abiertamente entre sí. Lo que está en juego es el funcionamiento de la propia dieta: encontrar aquella eficaz que finalmente nos haga adelgazar *de verdad*. Si este es el Objeto de

Valor común, cada una lo hace de manera diferente, proponiendo tal o cual método, horarios específicos, fórmulas particulares, estrategias opuestas. Así es como pueden coexistir en las revistas y en las estanterías de las librerías las dietas *low carb*—como la dieta Scarsdale, de moda en los años 80, la dieta Atkins, desarrollada a principios de los 2000, o la *paleo diet*— y sus contrarias, que proponen un alto consumo de hidratos de carbono—por ejemplo, existe la dieta *Carb lover's*, que promete esbeltez a base de pasta y pizza—; hay dietas basadas en las grasas, como la *keto diet*, y viceversa, otras con cantidades mínimas—como la dieta *DASH*, acrónimo de *Dietary Approaches to Stop Hypertension*—; las que pretenden hacernos perder peso en pocos días, o las que hay que comprometerse a seguir durante semanas o meses; las que se basan en criterios muy estrictos, como la dieta del grupo sanguíneo, y otras que abogan por dietas basadas en el color de los alimentos—la dieta roja, la dieta de los tres colores, o la dieta roja y azul—; y así siguiendo, con una increíble proliferación de trucos alimentarios. No solo intervienen los criterios más diversos y a veces francamente contradictorios, sino que también varía el tipo de valores que explícitamente pone en juego el régimen específico. Mientras que hay algunos que se centran en la dimensión médico-sanitaria, otros están explícitamente orientados a adquirir una buena forma exterior—para adelgazar los físicos más gorditos—, por lo tanto, en la dimensión estética. En principio, estos tipos de valores son opuestos, pero hay que decir que muchos tienden a conseguirlos juntos: así, las dietas de adelgazamiento más frívolas también sirven para desintoxicarnos y sentirnos mejor, y las que son perfectas para mantener a raya nuestra salud también consiguen que recuperemos la línea pronto y de forma saludable.

Hay otra diferencia importante entre los distintos sistemas de adelgazamiento y es lo que podríamos llamar el grado de precisión y científicidad del método propuesto. Algunos, de hecho, se sitúan en el polo de la máxima científicidad, proponiendo dietas basadas en la genética, el control hormonal, el cálculo de calorías, porcentajes de nutrientes y demás. Por ejemplo, la dieta *SIRT* propone un régimen basado en la activación de cierto tipo de genes, llamados sirtuinas, capaces de estimular el metabolismo y, por tanto, de hacernos quemar más energía: entre los alimentos más sirtuínicos están, al parecer, el vino tinto y el chocolate. Incluso la dieta Zona, que veremos más adelante, tiene una base fisiológica muy sólida, que luego se traduce en una fórmula numérica precisa. Hay muy poco que hacer con estas dietas: la prescripción dietética es inflexible, la fuente de la regla es poco cuestionable—¿quién sabe de genética, entre la gente corriente?—, los conocimientos proceden de oscuros y complejos estudios científicos, a menudo elaborados en desconocidos laboratorios universitarios estadounidenses.

Del lado opuesto, se encuentran las dietas que reducen al máximo la complejidad de la fórmula, para dar una impresión de simplicidad y facilidad de aplicación de las reglas dietéticas: he aquí, por ejemplo, la “dieta de los cuatro puñados”, de la dieta *Sense*, cuyo nombre es muy claro: cada comida debe constar de cuatro puñados de alimentos diferentes, lo más equilibrados posible desde el punto de vista nutricional. La composición de la comida, en cuanto a cantidad y tipo, se deja a criterio del sujeto, y es por

tanto vaga, orientativa, más bien libre, basada en la intuición personal, o simplemente en el propio gusto. También porque: ¿a cuánto correspondería un supuesto “puñado”? Es un poco como el *saber implícito* de las recetas de cocina: el “cuánto es suficiente”, la “pizca”, el “puñado”, son unidades de medida vagas, imprecisas, y por esta razón sin embargo importantes en la construcción de una cierta relación con el Enunciador, que en este caso es definido como competente (Marrone, 2014, 2016).

Desde nuestro punto de vista, en efecto, este tipo de diferencias entre regímenes dietéticos concierne a la manera diferente en que se constituye la *competencia presupuesta del Enunciatarario*: reducida y totalmente confiada al Enunciador-dieta, por un lado, o *desembragada*¹ hacia el Enunciatarario, presupuesto competente en su autorregulación.

La competencia entre las dietas comerciales se produce, por lo tanto, en varios niveles:

- en el nivel de la *expresión*, por las distintas sustancias alimenticias elegidas y favorecidas frente a otras—hasta el punto de que existen curiosas dietas de una sola comida, como la dieta *minestrone* o la dieta de la piña— o por la distinta articulación del tiempo diario—regulación del número y el horario de las comidas; número de tentempiés; duración del ayuno, etc.—;
- mientras que, en el nivel del *contenido*, las distintas dietas pueden distinguirse en función de distintos sistemas de valores—salud *vs* estética—; o competencias discursivas en el nivel enunciativo—competente frente a incompetente; conocimiento explícito frente a implícito. Las competencias discursivas de enunciador y enunciatario inscritas en cada dieta no son figuras abstractas que permanecen como tales, sino que reverberan concretamente en la dieta diaria, en la forma en que uno elige y organiza las comidas, en la puesta en práctica de las instrucciones del manual, y quizá incluso en la disposición pasional del sujeto, que se encuentra enjaulado con mayor o menor fuerza dentro de un sistema de reglas orientado a determinados objetivos.

3. “Esta no es una dieta”

Hacer dieta responde, de hecho, a una lógica narrativa muy clara, en la que el papel de la propia dieta cambia según el punto de vista con que se mire. Las dietas, en general, se basan en un sistema de regulación al que uno se adhiere y que debe seguir, so pena de no alcanzar el objetivo final. Antes de ponerse a dieta, como escribe Grignaffini (2013), el sujeto es un *bricoleur* (Lévi-Strauss, 1962). La famosa distinción de Lévi-Strauss entre la lógica del *bricoleur* y la lógica del *ingeniero* ya ha sido adoptada en la semiótica (Floch, 1995), también en la semiótica del gusto (Marrone, 2016, 2022), y se refiere a la forma diferente en que un sujeto se relaciona con el mundo cuando tiene que realizar una tarea. El *bricoleur* es alguien que utiliza lo que tiene a su disposición, reinventando según sus necesidades y para un determinado uso herramientas, objetos,

elementos, que no han sido específicamente diseñados para ese fin. El *ingeniero*, en cambio, es alguien que predispone las acciones y herramientas adecuadas, previendo una para cada tarea y, sobre todo, habiéndolas diseñado precisamente para ese fin. En definitiva, *bricoleur* e *ingeniero* son dos formas de pensar, de actuar, de vivir.

El *bricoleur* pre-dieta es alguien que come sin plan, guiado por los placeres o los disgustos, por los excesos —demasiado o demasiado poco—, y en quien predominan las pasiones de la imprevisibilidad y la intensidad. Es este el tipo de Enunciario construido por el discurso de las dietas. Estas proponen un *Contrato*, un pacto con el sujeto y actúan como Destinatario de sus acciones, sobre la base de instancias valorativas que, como hemos dicho, pueden ser de diversos tipos —estéticas, médicas, morales, etcétera. Corresponde al sujeto seguir el régimen, prestar atención a las prohibiciones y respetar las prescripciones, para alcanzar el objetivo deseado —la línea, la salud, el bienestar. Aquí es donde cambia la lógica con la que abordamos la alimentación y la organización de las comidas: ya no improvisadas, sino planificadas, con una subdivisión precisa del menú de cada día y, sobre todo, una despensa llena *ad hoc*. Una vez iniciado el programa dietético, si se violan las reglas establecidas por el pacto, el sujeto se sale del sistema de valores establecido y son las fuerzas antagónicas las que ganan la partida, es decir, la obesidad, la enfermedad, las manchas, la gordura, con consecuencias negativas sobre el ego del sujeto, pero también sobre sus relaciones sociales y sus *certezas* morales. La dieta, por definición, se basa en el *tener que hacer*, en el *querer ser*, de ahí todas las dificultades para el glotón, el *viveur* o en general para el que se ve obligado a cambiar su forma de ser en la mesa. El *modo deóntico* es el más pertinente en la dinámica de las dietas de adelgazamiento, con todas las consecuencias en la relación con el sujeto a dieta.

Si esta es la situación manipulativa —marcada por un tener-que-hacer-para-querer-ser—, desde un punto de vista pragmático, la dieta también puede ser vista como una herramienta, es decir, como un programa narrativo que el sujeto preliminarmente, y necesariamente, lleva a cabo con el fin de alcanzar su propio Objeto de valor: el adelgazamiento puede, en ciertos casos, ser parte de un camino más amplio, existencial, en el que la pérdida de peso significa una nueva vida, un renacimiento, la liberación de una cáscara que trae dolor físico y emocional (Ventura Bordenca, 2020).

La lógica de la no dieta y de la *negación del deber* caracteriza a las dietas de adelgazamiento. Ya lo registra Boutaud (2013), según el cual el problema de toda dieta es cada vez más el de negarse a sí misma, no hablar de obligaciones y prohibiciones y no presionar al comensal aburrido por otras dietas o que no puede garantizar el esfuerzo y la perseverancia. En uno de los manuales de la dieta de la Zona, por ejemplo, leemos:

la dieta de la Zona no es a corto plazo y no hay alimentos prohibidos. No tiene nada que ver con la privación, porque siguiendo mi programa disfrutarás de una condición mental y física excepcional mientras comes los alimentos que te gustan.

En la página web de Weight Watchers, una dieta fundada en los años sesenta, muy popular en las dos décadas siguientes y que ahora vuelve a estar de moda, se dice que no hay alimentos prohibidos, que “puedes comer con los demás en los restaurantes, no tienes que privarte” y que la clave es “Comer más inteligentemente sin comer menos”. El Enunciario no es, por tanto, alguien que se ve obligado a sacrificar su vida social, no pudiendo asistir a cenas fuera con amigos o teniendo que hacerlo pidiendo solo un pequeño plato de verduras hervidas, sino una persona inteligente, alguien que sabe cómo ponerse en la forma deseada sin privarse de lo que le gusta.

Incluso la llamada Tisanoreica, una dieta fundada por el empresario italiano Gianluca Mech, en la que las comidas se sustituyen o complementan con preparados de hierbas, por extrema que sea —no puede durar más de cuarenta días—, niega claramente ser un régimen dietético real —“No estoy a dieta, estoy a Tisanoreica” es uno de los eslóganes—. Los menús Tisanoreica “permiten —con un poco de imaginación y creatividad— llevar a la mesa platos sabrosos: fusilli Tisanoreica con calabacines y gambas, salmón con cebolletas frescas, grisines Tisanoreica, mousse de crema de vainilla y cereales e incluso tiramisú, lo que demuestra que se puede comer con satisfacción incluso a dieta”.

Como hemos observado en otro lugar (Ventura Bordenca, 2020), los principales problemas de las dietas, que son también sus características fundamentales, es decir, la reducción de las cantidades y la privación de ciertas cualidades gustativas, son denegadas, son camufladas, aunque se trate efectivamente de programas que predicen inevitablemente qué y cuánto comer. Cuanto más se borra o se niega algo, más resulta importante, significativo y culturalmente relevante.

En el lenguaje común, sin embargo, dieta sigue siendo siempre un término marcado —hacer dieta, estar a dieta, seguir una dieta— y se sigue entendiendo como un régimen alimentario con restricciones o limitaciones, que puede ser eufórico o disfórico para quien lo sigue y que inevitablemente sigue cargado de un significado muy fuerte porque influye en nuestra vida cotidiana y social, en la cocina casera, en los hábitos familiares y en los tiempos y formas de convivencia.

Las dietas modernas, pues, aprovechando la ideología nutricionista imperante y explotando la difusión mediática de la cultura científica, han contribuido a transformar los alimentos en sumas de nutrientes, de modo que el pan y la pasta son porciones de hidratos de carbono, los huevos raciones de proteínas y colesterol, las verduras fibra y agua, y así sucesivamente, en una nueva clasificación de los alimentos que de *unidades integrales*, es decir, elementos unitarios reconocibles como individuos, pasan a contarse como *totalidades partitivas*, es decir, sumas de elementos individuales. De ahí que, para calcular las calorías, mantener el azúcar bajo control, reducir el colesterol, las dietas conciben estrategias y métodos, instrucciones y lenguajes para manipular datos y normas químico-físicas. ¿Cómo se simplifica? ¿Cómo dar a la persona que pretende seguir la dieta la oportunidad de hacerlo sin demasiada dificultad? ¿Cómo pedirle que se adhiera a un programa que inevitablemente nos obliga a mirar de otra manera los

alimentos que comemos? No los colores, los sabores, los olores, sino las calorías, los números, las sustancias invisibles y no cuantificables a nuestros ojos –“un bloque de proteínas puede ser 30 gramos de lonchas de carne, o dos claras de huevo o 45 gramos de queso blando bajo en grasas u 85 gramos de tofu. Para tu cuerpo no hay diferencia”, escribe el fundador de la dieta de la Zona, Barry Sears–. No se trata solo de pesar los alimentos, sino también de saber lo que contienen, numéricamente hablando. Es decir, hay un problema de lenguaje y de instrucciones, una cuestión de traducción entre sistemas de sentidos. Algunos lo resuelven adoptando un lenguaje espacial –pirámides, bloques de nutrientes, etcétera–, otros con un lenguaje numérico –puntos disponibles, cálculos y sumas, etcétera– y otros con la metáfora de la guerra –“ataque” a la grasa, “conquista” del peso, “consolidación”, “cruce”, etcétera–.

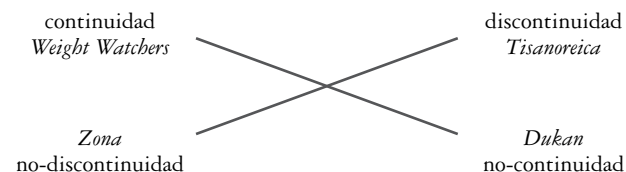
4. Formas de la prescripción

Es posible establecer una clasificación mínima entre los regímenes dietéticos, según el modo en que cada uno de ellos transforma los hábitos alimentarios de los individuos, es decir, bien apartándose bruscamente del modo en que se come habitualmente (*discontinuidad*), bien adaptándose en la medida de lo posible a los hábitos del sujeto (*continuidad*). Tisanoreica, sin duda, se sitúa en el polo de la discontinuidad porque establece una clara diferencia entre los alimentos que define como “comunes” o “cotidianos” y los productos de su línea, vendidos en kits preenvasados, para ser utilizados como sustituto o complemento de otros. No solo eso, sino que la discontinuidad también es fuerte en las prohibiciones: absolutamente nada de azúcar e hidratos de carbono, utilizar solo determinados condimentos, etcétera. Siguiendo a Greimas (1983), en lo que respecta a la modalidad del deber, nos encontramos ante la interdicción –deber no hacer–.

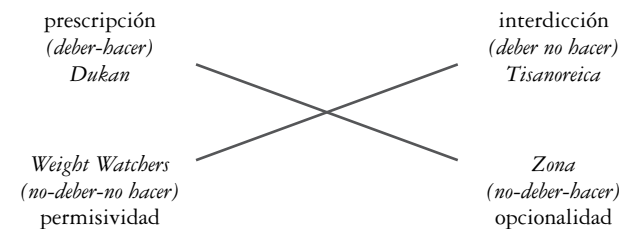
Por el contrario, Weight Watchers se presenta en el polo de la continuidad porque no propone cambios radicales, sino que, al contrario, promete adelgazar sin alterar gustos ni hábitos. No hay alimentos explícitamente prohibidos, ni obligaciones de comer tal o cual alimento. Ciertamente, como régimen de adelgazamiento hipocalórico, Weight Watchers se basa en el límite de la puntuación diaria, pero en la forma de rearticular los alimentos hay un discurso basado en la *permisividad* –no tener que no hacer–. El sistema Dukan, en cambio, niega esta continuidad –no continuidad– porque prevé el abandono a todos los efectos de los alimentos que no sean proteínas y verduras pertenecientes a la categoría de los “100 alimentos fundadores de la especie humana, los de los primeros humanos, cazadores y recolectores, 72 de los cuales proceden de la especie animal y 28 de la especie vegetal”. De nuevo, por tanto, como en el caso de Tisanoreica, el periodo de dieta implica una suspensión temporal de los hábitos anteriores. Y aunque, dentro de estos 100 alimentos, se pueda comer sin restricciones cuantitativas, constituyendo un aparente estado de permisividad, se trata de una libertad controlada, es decir, delimitada por fuertes fronteras –los 100 alimentos– que acaba constituyendo una situación de *prescripción* para el sujeto –tener que hacer–.

En cambio, la Zona opera presentándose como un estilo dietético que no está en discontinuidad –no *discontinuidad*– con los sistemas dietéticos más comunes –“el enfoque de la alimentación en términos hormonales es ciertamente revolucionario, pero comer según los principios de la Zona no lo es en absoluto”– y, como ya hemos visto, pretende potenciar la familiaridad entre el régimen dietético y el de las generaciones mayores –“si tu abuela podía hacerlo, ¿por qué no ibas a poder hacerlo tú también?”–. Incluso en la modulación del *deber* para con el sujeto, el discurso de la Zona, aunque repleto de fórmulas y cálculos, se cuida de no imponer prohibiciones absolutas –“no le aconsejo que prohíba por completo los hidratos de carbono en su mesa”, escribe Sears– ni obligaciones –“no defiendo que se llene de grasas”–, sino que ofrece “consejos” y pasa “buenos trucos” sobre cómo ingerir determinados elementos “con moderación”. En realidad, la distinción entre alimentos “favorables” y “desfavorables” no es exactamente una oposición entre alimentos permitidos y prohibidos, sino entre alimentos que pueden ayudar a entrar en la Zona y otros que no. Desde el punto de vista de la modalidad del deber, podemos concluir que la dieta Sears se sitúa en el polo de la *opcionalidad* –no tener que hacer–, lo que no significa que no haya ejercicio del deber –la dieta de adelgazamiento es por definición un sistema normativo–, sino que la persuasión para seguir los dictados de la dieta, más que con imposiciones o prohibiciones explícitas, tiene lugar con una estrategia basada en la transmisión de información científica, la puesta en común del conocimiento del método y la técnica de las advertencias prácticas. A continuación, es el sujeto quien elige. Como si dijéramos: yo te lo dije.

Así pues, podemos resumir la articulación de la categoría *continuidad vs discontinuidad* con respecto a la alimentación diaria tal y como surgió en el corpus de dietas de adelgazamiento observadas:



Mientras que, con respecto a la categoría de requerimiento –*tener que hacer vs no tener que hacer*, Greimas 1983– la situación puede articularse de esta manera:



Se trata, por supuesto, de tendencias dominantes, y no únicas, en la estrategia de relación del Enunciador. El aspecto interesante no es tanto el de la categorización en sí, sino el de la forma en que se entrecruzan las dos categorías, la de la relación con la comida y la del deber, se entrelazan: si en efecto es fácil imaginar una situación de prohibición en un régimen basado en un protocolo rígido –como Tisanoreica–, es más curioso descubrir que detrás de una aparente libertad se esconde en cambio un régimen prescriptivo –como Dukan.

5. Filosofías de regímenes dietéticos y modelos corporales

Las propias dietas, en los manuales, recetarios, libros de iniciación de sus inventores y en todos los textos que conforman el *discurso dietético* –incluidos por tanto también los de otros que hablan de él, como periodistas, blogueros, testimonios– definen en su interior otras tantas imágenes del sujeto y de su corporalidad. No se trata de meras representaciones mediáticas sin efecto concreto, sino de verdaderos simulacros comunicativos que constituyen al usuario potencial de la dieta e interactúan con el de carne y hueso, seduciendo o disuadiendo, motivando o consolando, reprendiendo o tranquilizando, dando más o menos espacio al caos y a los sobresaltos afectivos y somáticos del sujeto.

Si bien todas las dietas tienen como premisa la transformación del cuerpo del sujeto, no todas lo hacen de la misma forma y, lo que más nos interesa, no todas cuentan las etapas de este proceso de transformación en la misma modalidad.

Podemos, de hecho, identificar dos concepciones diferentes del cuerpo a dieta, *tener un cuerpo* y *ser un cuerpo*². Algunas dietas se centran en la funcionalidad del cuerpo, en reequilibrar sus partes, en mejorar sus capacidades, e instruyen a un cuerpo-máquina sobre el que los alimentos actúan como un fármaco, según una relación estímulo-respuesta, causa-efecto. El sujeto *tiene un cuerpo*, compuesto de metabolismo, respuesta hormonal, mecanismos digestivos, reacciones químicas, cambios de peso, y la dieta modifica lo que el cuerpo *hace*, y le provoca una transformación a nivel de las vísceras o de las características estéticas –tonicidad, tersura de la piel, reducción de la cintura, etcétera–. Estas dietas se distinguen por proponer un método con base científica que permite adelgazar precisamente gracias a los complejos mecanismos en los que se basa el cuerpo humano: control hormonal y gestión de la insulina –Zona–, reacciones metabólicas –Tisanoreica–. En otras palabras, el cuerpo es visto como una interacción entre los órganos y un sistema de equilibrios químicos, y sus cambios progresivos durante la dieta son el resultado de estas operaciones.

Es el *hacer* del cuerpo el que se sitúa en el centro del discurso de la dieta, su competencia y *performance*, al que corresponde un sujeto cuya tarea es observar, medir, evaluar las respuestas de este cuerpo. Como escribe Sears “si todos estos indicadores son positivos, puedes confiar: estás en la Zona”. Por lo tanto, además de calcular las calorías, hay que comprobar si se tiene apetito entre cuatro y seis horas después de comer, si uno se siente concentrado, anotar lo que se ha comido y planificar la próxima comida. Con-

vertirse, en definitiva, en un “investigador astuto de la alimentación”. Evidentemente, la dimensión cognitiva del tema resulta esencial: tengo un cuerpo y debo controlarlo.

Distinto es el enfoque de dietas como Dukan y Weight Watchers, en las que predomina la dimensión psicológica del sujeto, para quien la comida se describe en términos de “válvula de escape”, “comodidad”, etcétera, pero también como un conjunto de deseos, placeres y creador de convivialidad. En los manuales Dukan, uno se dirige a la persona con sobrepeso –interlocutor explícito y casi único– imaginando y describiendo sus estados de ánimo antes de iniciar la dieta –cansancio, resignación, frustración, etcétera–, mostrando comprensión y conocimiento de sus características psicológicas –inmadurez, debilidad, inconstancia, etcétera– y, sobre todo, destacando que, por estas razones, son sujetos a los que no se puede dejar solos durante la dieta, que deben recibir un apoyo adecuado –ofrecido, por supuesto, por el método Dukan–. Estamos en la dimensión del ser del sujeto, de sus estados de ánimo y de sus trastornos emocionales, que son siempre de tipo intersomático e intersubjetivo: la incomodidad de tener que afrontar la dieta frente a otras personas que, en cambio, disfrutarán de comidas festivas, la euforia por haber conseguido resistirse a un suculento plato, son consecuencias emocionales y reacciones concretas producidas por el entrelazamiento de deseos, placeres, rituales, constricciones a la vez sociales y corpóreas.

El mismo espíritu de empatía hacia las personas que hacen dieta anima la filosofía de Weight Watchers, pero, a diferencia de Dukan, que hace de la rígida secuencia de instrucciones uno de sus puntos fuertes, no se sitúa en una relación paternalista con el sujeto ni lo describe en términos disfóricos como alguien que carece de competencia emocional –*saber* y *poder ser*–, sino que abraza plenamente el estilo de vida –“sí a vivir tu vida”–, sobre todo dando una sanción positiva, tranquilizadora y alentadora: por ejemplo, con frases como “*Make weight loss fit your life*”, es decir, haz que la pérdida de peso se adapte a tu vida, y no al revés.

No se hace referencia a los nutrientes ni a los procesos metabólicos –que en Dukan, sin embargo, son explícitos, dando un trasfondo naturalista-objetivo a la dieta–, sino al “*real food*”, a la comida verdadera, es decir, la que se ama, se disfruta y se comparte. De ahí las imágenes, vídeos y relatos de la vida cotidiana, de alegres reuniones familiares, de aperitivos con amigos, en los que todo el mundo se dedica a comer, por supuesto, en un estado de euforia generalizada. Una vez más, por tanto, el modelo de corporeidad construido y relanzado por el discurso de Weight Watchers no se basa en el *hacer* del cuerpo y sus transformaciones orgánicas, sino en lo que siente y es, en el *ser* del sujeto, constituido por la intersección de gustos personales, hábitos perceptivos, tensiones corporales y situaciones intersubjetivas.

Conviene aclarar que también se trata de una dieta hipocalórica que se fundamenta en bases científicas, pues, como ya hemos visto, es un programa por puntos, calculado en función del peso ideal que se desea alcanzar, pero lo que nos interesa aquí es la estrategia de comunicación utilizada y, en consecuencia, el tipo de consumidor que emerge, el modelo de corporeidad que se pone en escena, la forma de identidad, en fin, a la que se pide adhesión.

Notas

1. Nota del trad.: la autora usa en italiano *debrayata*, palabra adaptada y adoptada del francés *débrayage*.
2. Para un examen de los modelos corporales construidos por las marcas –tener un cuerpo frente a ser un cuerpo–, véase Marrone (2010) sobre la publicidad de las marcas deportivas.

Referencias bibliográficas

- BOUTAUD, J.-J.** (2013). Dimagrire in regime mediatico. En D. Mangano y G. Marrone (Eds.), *Dietetica e semiotica* (pp. 19-37). Mimesis.
- FLOCH, J. M.** (1995). *Identités visuelles*. PUF.
- GREIMAS, A. J.** (1983). *Du sens II*. Seuil.
- GRIGNAFFINI, G.** (2013). Dieta: regime del senso e dei sensi. En D. Mangano y G. Marrone (Eds.), *Dietetica e semiotica* (pp. 39-50). Mimesis.
- LÉVI-STRAUSS, C.** (1962). *La pensée sauvage*. Plon.
- MANGANO, D.** (2013). Introduzione. En D. Mangano y G. Marrone (Eds.), *Dietetica e semiotica* (pp. 9-17). Mimesis.
- MANGANO, D. Y MARRONE, G.** (Eds.). (2013). *Dietetica e semiotica*. Mimesis.
- MARRONE, G.** (2007). *Il discorso di marca*. Laterza.
- (2010). Marche sportive e modelli di corpo. En P. Cervelli, L. Romei y F. Sedda (Eds.), *Mitologie dello sport. 40 saggi brevi* (pp. 225-231). Nuova Cultura.
- (2016). *Semiotica del gusto*. Mimesis.
- (2022). *Gustoso e saporito. Introduzione al discorso gastronomico*. Bompiani.
- (2014). (Ed.). *Buono da pensare*. Carocci.
- POLLAN, M.** (2008). *In defence of food*. Penguin.
- VENTURA BORDENCA, I.** (2020). *Essere a dieta. Regimi alimentari e stili di vita*. Meltemi.

Postfacio: Mapa de ruta sobre la producción bibliográfica sobre cocina, gusto e identidad* / Postface: Bibliographical Roadmap on Cuisine, Taste And Identity

Francesco Mangiapane y Carina Perticone

Francesco Mangiapane es investigador en Semiótica de la Universidad de Palermo, Italia, donde imparte cursos de Semiótica del Patrimonio Cultural y Semiótica de la Gastronomía. Es vicepresidente del Circolo Semiologico Siciliano y dirige, junto con Gianfranco Marrone, la serie Nuovi quaderni del Circolo Semiologico Siciliano para las ediciones del Museo Pasqualino. francesco.mangiapane@unipa.it

Carina Perticone. Universidad Nacional de las Artes, Área Transdepartamental de Crítica de Artes. Es doctoranda en Artes (orientación Historia y Teoría), Magister en Crítica y Difusión de las Artes y docente en la cátedra de Lenguajes Artísticos y en el Seminario de Investigación para Práctica Curatorial. Es egresada del Programa Especial de Posgrado en Antropología de la Alimentación (IDAES-UNSAM). carinaperticone@gmail.com

Como se anunciaba en la Introducción, este número nace con el objetivo de poner en relación las investigaciones y los estudios semióticos realizados sobre la alimentación a ambos lados del Atlántico, con el objetivo de constituir una bibliografía compartida de estudios sobre la semiótica de la alimentación, la cocina y el gusto. Concretamente, nos interesaba compartir orientaciones, enfoques, métodos, referencias y *corpus* de cara al reconocimiento de una comunidad semiótica cada vez más amplia e internacional, interesada en interactuar en torno a proyectos y propósitos comunes. Para avanzar en esta dirección, vale la pena volver sobre algunos supuestos epistemológicos, teóricos y metodológicos que constituyen el terreno sobre el que pretende avanzar esta investigación.