

“I libri, quelli vivi, non finiscono quando compare la parola FINE”: è proprio allora che cominciano davvero, oltre le pagine scritte, nella testa dei lettori che li rielaborano. E così, il curioso saggio LA CINEGUSTOLOGIA E IL MEDIA ENTERTAINMENT, firmato da Marco Lombardi con l’apporto scientifico di Mihaela Gavrilă, Christian Ruggiero e Vincenzo Russo, uscito recentemente per Fausto Lupetti editore, ci conferma, a partire proprio dalle sue conclusioni, di essere un lavoro decisamente personale che offre un metodo interpretativo libero in grado di raccontare qualsiasi genere di prodotto artistico attraverso i sensi che, se spettacolarizzati all’interno di ogni soggetto fruitore, possono calcare infiniti palchi di percezione. La figura dell’autore, rinomato critico cinematografico ma anche esperto enogastronomico che si diverte, in maniera ragionata, a trasmettere la sua esperienza plurisensoriale a partire dalla visione di alcuni film collegandoli “per associazione” (e non per abbinamento) a pietanze e vini in sintonia concettuale e artistica (le correnti letterarie e filosofiche cui fa riferimento sono la base della sua chiave di lettura), si compenetra alla figura del ricettore che, armato di memoria, sensazioni e ragionamenti, riesce a provocare su ogni opera analizzata una sorta di “lectio-magistralis” assolutamente originale e a sé stante, con la quale immedesimarsi (se si ha occasione di viverla alla sua pari) o dalla quale distanziarsi a piacimento. Il filo narrativo su cui si dipana questa aggrovigliata matassa sinestetica è proprio quello di portare ad un metodo soggettivo di analisi per non vincolare il “prodotto” (in questo caso l’opera cinematografica, il piatto immemorabile gustato al ristorante o il calice di nettare introvabile degustato in un ambito unico e irripetibile) alla trasmissione di se stesso per quello che è, ma di moltiplicare le sue proprietà e potenzialità linguistiche proprio attraverso corpo e mente. Se il cinema copre i due sensi di vista e udito e l’enogastronomia si avvale dei tre rimanenti (gusto, olfatto e tatto), la “penta-compenetrazione” è fondamentale all’analisi cinegustologica proposta da Lombardi ma anche affine alla scienza della “Neurogastrofisica” espressa con impeccabile rigor logico nel capitolo a cura di Vincenzo Russo, che pone alla base di ogni nostra decisione (e conseguentemente anche di giudizio) un ponderato e subliminale cocktail di calcoli ed emozioni. Questo giustifica sicuramente le scelte maturate a livello cognitivo nella corrispondenza provocata da Lombardi ma che ognuno di noi lettori può applicare ai modelli che esploriamo quotidianamente, tanto gli esempi forgiati dall’arte quanto i momenti vissuti nel quotidiano. Ecco perché, indispensabile alla completezza di questo libro, l’autore ha deciso di avvalersi del contributo di un apparato neuroscientifico, in grado di studiare modelli e valori del volontario e involontario percettivo (dalla matematica al ricordo emotivo), come anche di far introdurre a livello storico-sociologico il clou del discorso da due professori universitari che rilevano come i cambiamenti antropologici del soggetto moderno, tanto nel rapporto di ex sopravvivenza col cibo quanto di attuale inter-relazione con le arti visive, si sia “mediamorfizzato” proprio in virtù di un surplus comunicativo dei nuovi mezzi tecnologici di un illusorio edu-tainment. Sono i programmi televisivi o i social media ad influenzare le nostre scelte di contenuti e a limitare l’approfondimento dei nostri giudizi o gli stimoli subconscio-sensoriali a noi innati e filtrati da una totalmente personale attività biologico-cognitiva?

Non si pongono domande in questo saggio, si illustrano spaccati e si propongono alternative di fruizione e giudizio a quello che è diventato un “iperspettatore” la cui autonomia di cambiare canale o digitare un tasto su

smartphone benché prevalga liberamente sulla dittatorialità del passato in ambito di palinsesti, è divenuta irrefrenabile e senza una logica costruttiva, a rischi di deteriorare e friggere l'intelligenza psichica, mix di passione e ponderata riflessione. È per questo che giunge in soccorso, una fra tante possibilità, la "Cinegustologia" di Marco Lombardi (un metodo, un'iniziativa forse un po' futuristica ma già applicata con successo in festival, eventi e format radiofonici): una sintomatica crasi tra cultura del gusto e media entertainment che necessita di una giusta comunicazione tra gli apparati e meccanismi cognitivi per aiutarci a riprendere possesso delle nostre sensazioni primarie purché calibrate ed irradiate da un engagement culturale ragionato. Un saggio utile, infine, a chi si professa "giornalista culturale", figura trasversale che va ben oltre gli esperti amatoriali o gli attuali blogger, youtuber o influencer, perché ha insiti professionalmente gli stilemi e i meccanismi di produzione e ricezione di un'opera d'arte completa.