UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

DIPARTIMENTO DI AGRONOMIA ANIMALI ALIMENTI RISORSE NATURALI E AMBIENTE

DIPARTIMENTO DI STUDI LINGUISTICI E LETTERARI

CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN SCIENZE E CULTURA DELLA GASTRONOMIA

# I FOOD INFLUENCER.
## ANALISI DELLA COMUNICAZIONE NELLE SVARIATE ESPRESSIONI DELLA CUCINA.

Relatore:
Dott. ENRICO ZUCCHI

Laureando:
MARIA TONELLO
Matricola n. 2007635

ANNO ACCADEMICO 2024-2025

INDICE

Ringraziamenti

Introduzione

1 La storia della lingua del cibo
1.1 Gli studi relativi alla lingua del cibo fatti fino ad oggi
1.2 La ricostruzione cronologica e spaziale del lessico culinario
1.3 Scambi e conflitti linguistici tra globalizzazione e tradizione
1.4 Il cibo nel panorama cinematografico
1.5 La lingua del cibo direttamente nei nostri salotti
1.6 Dalla stampa al web

2.0 Le ricette e la loro integrazione nel web 2.0
2.1 La regina della cucina semplice, casalinga e "Furba": Benedetta Rossi, Fatto in casa da Benedetta
2.2 La portatrice della vera cultura gastronomica siciliana: Giusi Battaglia, Giusina in cucina
2.3 Si fa così!; Bruno Barbieri, Bruno Barbieri chef
2.4 Lo spirito creativo dei giovani e la loro poca esperienza; Valerio Braschi, Vale Braschi
2.5 La cucina vegana non è noiosa; Carlotta Perego, Cucina Botanica
2.6 Un invito a non sprecare non sempre così cordiale; Alessio Cicchini, Rucoolaaa
2.7 Dalla cucina al balcone; Ruben Bondì, Cucina con Ruben
2.8 Un cuoco shaky shaky: Alessio Pellizzoni
2.9 La cura nella relazione e di noi; Raffaele Del Piano e Caterina Piccirilli, 2foodfitlovers
2.10 I Maestri dell'illusione; Alessandro Granatelli e Niccolò Pau, 2Men1Kitchen

3.0 Oltre alle ricette
3.1 La vita lontano dai riflettori ma vicino alla quotidianità
3.2 Facciamo pubblicità

Conclusioni
Bibliografia

**Ringraziamenti**

Desidero esprimere i miei più sinceri ringraziamenti, in primo luogo ai miei genitori che mi hanno sempre appoggiato, sostenuto e incoraggiato ad affrontare tutti gli ostacoli che mi si sono presentati finora e anche per quelli che si presenteranno in futuro. Ringrazio poi i miei fratelli Elena e Riccardo che mi sono sempre stati accanto, in particolare quando non avevo nessuno a cui appoggiarmi. Ringrazio inoltre anche tutto il resto della mia famiglia, nonni, zii, cugini che in questo genere di occasioni e non solo mi sono sempre stati vicini.

Ringrazio poi tutti i miei amici perché grazie al loro affetto, gentilezza e allegria hanno reso questo percorso di studi più sereno e divertente; tutti i miei cari amici "acquisiti" (Niccolò, Lisa, Luigi, Chiara S., Veronica, Giulia e Laura), gli eccellenti artisti del collettivo Pictor (Sofia, Davide, Lisa, Alice, Pietro, Elia, Michelangelo e Arancia). Non dimentico poi tutta la Gang del Karaoke/Gruppo Cesuna (Arancia, Chiara R., Luca, Alessandro, Francesca, Irene, Francesco V., Lavinia, Mantide, Stefano e Luna). Ci tengo a ringraziare anche la grandissima parrucchiera Elisa che nonostante siano passati molti anni continua starmi vicino.

Inoltre, anche se ora non ci vediamo più, tutte le fantastiche ragazze (Francesca N., Concetta, Irene, Sara, Maria Luisa e Valeria) dell'Apprendo che mi hanno dato gli strumenti per gestire le mie difficolta' e non solo, e grazie alle quali sono riuscita a raggiungere questo importante traguardo.

## Introduzione

Negli ultimi anni grazie all'affermazione di social network, come Facebook, Instagram, Tik Tok disponiamo di nuovi mezzi di comunicazione per trasmettere la cultura gastronomica italiana. Col tempo il cibo ha assunto un ruolo principale in queste piattaforme, soprattutto grazie all'ingresso di nuove figure professionali, i Food Influencer. Per capire di chi parliamo prenderemo come riferimento la definizione data nel blog di Inflead: "I "food influencer" non sono semplici appassionati di cucina che condividono ricette: sono veri e propri trend setter[1] che plasmano il gusto collettivo e orientano le scelte di consumo del pubblico"[2].

Si tratta di un gruppo mediatico eterogeneo; cuochi professionisti, casalinghe, appassionati di cucina e personaggi mediatici che in principio non avevano nulla a che fare con il settore alimentare, pensiamo a Benedetta Parodi[3]. Ognuno ha il proprio stile e cerca di raccontare dei valori. Possono trasmettere un'idea di cucina semplice o più elaborata, possono usare il cibo per mostrare ideali come tradizione innovazione sostenibilità salute e economicità. Di certo la protagonista di questa classe mediatica, perlomeno in Italia, è la celebre casalinga marchigiana Benedetta Rossi, divenuta famosa per la sua cucina semplice alla portata di tutti. Ha iniziato pubblicando le sue ricette nel suo canale YouTube "Fatto in casa da Benedetta", per poi passare a scrivere libri, creare un blog di cucina, aprire i profili Instagram e Facebook, e addirittura avere un programma televisivo.

Per influenzare le scelte e i gusti degli utenti non basta solo saper cucinare e avere delle competenze fotografiche di base, ma bisogna anche riuscire a curare l'aspetto comunicativo; sia rispetto alla sfera verbale con l'uso di tecnicismi, dialettismi o espressioni più comuni, di frasi di inizio e fine video; sia rispetto ad elementi non verbali e para verbali, quali le strutture architettoniche, la gestualità, il tono di voce e

[1] Una persona o un gruppo che contribuisce a rendere noto su larga scala e diffondere un fenomeno, un gusto, un modo di vestire, un movimento, un'idea politica, uno stile di vitae che per farlo sfrutta la credibilità e l'influenza di cui gode presso le proprie cerchie (Inflead Srl, 2024, *Food Influencer: Chi Sono i Migliori e Come Collaborare*).

[2] Inside Marketing, 2025, *Chi sono i trendsetter e che ruolo hanno.*

[3] Ha iniziato la sua carriera come giornalista presentatrice di Studio Aperto e nel 2008, si è dedicata alla sua rubrica Cotto e Mangiato.

l'abbigliamento. Tutto ciò per dedurre, per esempio, se si sta facendo una cucina professionale o casalinga.
Nei prossimi capitoli avremo modo di osservare la comunicazione di dieci Food Influencer di varie categorie: giovani, adulti, più o meno conosciuti e con diversi stili. Prima faremo un breve excursus storico sulla lingua del cibo in Italia[4], successivamente analizzeremo delle video ricette, una per ogni Influencer scelto, facendo riferimento anche ad altre video ricette pubblicate da quest'ultimo che possono contenere ulteriori elementi comunicativi caratteristici. Nell'ultimo capitolo vedremo altri aspetti, non necessariamente legati ai piatti, ma ad aspetti come la sfera famigliare o tutta la questione della pubblicità, pensiamo alle collaborazioni tra gli youtuber o i contenuti riguardanti la carriera televisiva dell'influencer in questione.

Nelle conclusioni faremo un resoconto dei dati raccolti e scopriremo se il modo di comunicare di questi personaggi mediatici sia davvero sia sempre affidato a un linguaggio standard, o se fanno sempre uso di meccanismi strategie comunicative diverse per rivolgersi ad un certo tipo di target.

[4] Useremo come riferimento letterario il seguente libro; Frosini G. Lubello S. 2023. *L'Italiano del cibo*, Roma, Carocci.

## 1 La storia della lingua del cibo

### 1.1 Gli studi relativi alla lingua del cibo fatti fino ad oggi

Innanzitutto, quando parliamo della lingua del cibo non ci riferiamo solo alla nomenclatura legata alle materie prime, ma anche alla loro trasformazione e ai piatti che si ottengono. Si tratta di un gergo caratterizzato dall'assenza di univocità, per cui si può definire un linguaggio settoriale e non specialistico in quanto è influenzato dai mezzi di comunicazione di massa, dallo scorrere del tempo e da dove ci troviamo. Pensiamo all'importazione della cucina francese nel Settecento e all'abbondante presenza di geosinonimi, come nel caso dei Crostoli. Infatti, questi famosissimi dolci tipici del carnevale assumono differenti nomenclature a seconda della regione e/o provincia in cui ci troviamo; ad esempio, nelle zone del Trentino, Veneto e Friuli sono chiamati generalmente sono chiamati Crostoli, ma nello specifico a Padova, Venezia e Verona sono per lo più chiamati Galani. Tutto ciò ha fatto in modo che si sia ridotta la regolarità e la tecnicalità del lessico, nonostante la riluttanza dei professionisti.

Negli ultimi decenni questo settore linguistico è diventato oggetto di molti studi. Negli anni Ottanta, tra gli apripista, abbiamo sicuramente Maria Catricalà con le sue ricerche sui *I Banchetti et compositioni di vivande et apparecchio generale*[5] di Cristoforo Messisbugo[6], e quelle di Adriana Rossi_sui nomi dei pesci nella trattatistica del Cinquecento[7]. Entrambe studentesse della scuola fiorentina di Arrigo Castellani. Quest'ultimo approfondì testi di genere pratico, come intuiamo anche dal suo articolo nel consuntivo della polemica Ascoli-Manzoni[8], uno dei rari approfondimenti sulla *Scienza in cucina e l'arte di mangiar bene*, prodotti con l'obiettivo di far conoscere l'italiano comune d'origine fiorentina.

Negli anni Novanta, questo tipo di riflessione viene riproposta in una ricerca lessicografica e lessicologica su un'opera affine a quella di Artusi: il *Libro di spese per*

---

[5] Catricalà M. 1981. *Atti del Convegno Nazionale sui lessici tecnici del Sei e Settecento*, Firenze**,** a cura di G. Cantini.

[6] Messisbugo C. 1549. *Banchetti, compositioni di vivande et apparecchio generale,* Ferrara**,** per Giovanni de Buglhat et Antonio Hucher compagni

[7] Rossi A. 1984. *I nomi dei pesci, dei crostacei dei molluschi nei trattati cinquecenteschi in volgare di culinaria, dietetica e medicina*, *Studi di lessicografia italiana*, 6, 67-232

[8] Castellani A. 1986. *Consuntivo della polemica Ascoli-Manzoni*, *Studi linguistici italiani,*105-129

*la Mensa dei Priori di Firenze nel quinto decennio del secolo XIV* di Giovanna Frosini[9]. Con l'ingresso degli anni Duemila, sono stati prodotti numerosi contenuti innovativi di studiosi di diverse età, grazie a cui si può vedere l'evoluzione della lingua del cibo, dal punto di vista temporale e spaziale. Un grande contributo è stato dato da Sergio Lubello, grazie alle sue analisi e considerazioni su basi metodologiche, pratiche editoriali e testi innovativi[10]. In particolare, ha cercato di rispondere a un dilemma spinoso di questi studi, confermare la vera origine dei testi gastronomici.

Nel 2007 ci fu il convegno *Storia della lingua e storia della cucina*[11], che segnò una svolta negli studi della lingua del cibo, in quanto espose gli studi precedenti e quelli che si avevano in programma di fare. A questo susseguirono altri due importanti convegni, uno sulla *terminologia agroalimentare*[12] e uno su *Il secolo artusiano*[13], dove si mette in luce l'epoca in cui vive l'autore, ma soprattutto la sua cultura, compresa quella linguistica, non tanto focalizzandosi sulle ricette, ma sulle sue opere letterarie, analizzandole dal punto di vista grammaticale e lessicale.

In questo stesso periodo, e in seguito, si sono formati molti lavori collettivi, con differenti obiettivi, come i progetti "AGAM"[14], "DAGI"[15], "L'italiano in cucina, per un Vocabolario storico della lingua italiana della gastronomia", riguardante il periodo post-unificazione, e la sezione dedicata alla lingua della cucina nel "Portale VIVIT"[16].

---

[9] Frosini G.1993. *Il cibo e i signori. La mensa dei priori di Firenze nel quinto decennio del sec. XIV*, Firenze, Accademia della Crusca

[10] Bertolini L. & Redon O.1993. *Problemi testuali dei libri di cucina: l'organizzazione del testo nella tradizione dei "XII ghiotti"*, *Bullettino senese di storia patria*, 47-81

[11] Frosini G. e Robustelli C. 2009 *Storia della lingua e storia della cucina. Parola e cibo: due linguaggi per la storia della società italiana. Atti del VI Convegno ASLI* (VI Convegno Internazionale ASLI), Modena, 20/09/2007-22/09/2007, Firenze, Franco Cesati Editore

[12] Chessa F. De Giovanni C. Zanola M. T. 2014. *Cibo e agricoltura: parole per denominare. La terminologia dell'agroalimentare.* (XXIV Convegno Ass.I.Term), Cagliari, 23/05/2014-24/05/2014, Milano, FrancoAngeli

[13]Frosini G. e Montanari M. 2012. Convegno di studi *Artusi100: Il secolo artusiano. Celebrazioni per il centenario della morte di Pellegrino Artusi*, Firenze-Forlimpopoli, 30/03/2011-2/04/2011, Accademia della Crusca

[14]Silvestri D. 1988. *Atlante Generale dell'Alimentazione Mediterranea*

[15]Lubello S. 2000. *Prolegomena al DAGI: Dizionario dell'antica gastronomia italiana*, Tübingen, Sergio Lubello

[16] Vivi italiano VIVIT, 2011, *"VIVIT: VIVI ITALIANO"*

## 1.2 La ricostruzione cronologica e spaziale del lessico culinario

Questo linguaggio è caratterizzato da una connessione significativa con il quotidiano, oltre ad essere in grado di rappresentare diversi valori e significati. Il cibo così diventa un mezzo per tramandare le tradizioni e la storia di un paese, compresa quella della sua lingua, lo stesso vale per l'italiano. Vediamo la transizione tra una prima forma stabile e standardizzata di produzione scritta e letteraria, nata grazie a Dante, e i suoi successivi cambiamenti dovuti anche a condizionamenti dialettali, e stranieri. In seguito all'unità d'Italia abbiamo che un'unione linguistica, grazie ad una maggior interazione fra idiomi locali e nazionali, condizionando così anche le denominazioni alimentari. Riflettiamo sulle molteplici espressioni regionali che sono entrate a far parte del parlato comune, perfino a livello mondiale, pensiamo alla Pizza.

Gli unici strumenti con cui possiamo apprendere i mutamenti lessicali sono le fonti testuali di varia natura: verbale, iconografia o mediatica, che possiamo affiancare alle tracce visive, osservando ad esempio l'ultima cena. Nel settore gastronomico, quando parliamo di scritti passati ci riferiamo a documentazioni pratiche come i ricettari, ma anche a libri di spesa, di memorie, produzioni farmaceutiche e citazioni letterarie, prevalentemente in novelle e poesie comiche.

Analizziamo ad esempio i mutamenti del genere del ricettario. Nel Medioevo, si trattava di semplici assemblamenti di ricette più o meno connesse fra loro. Con l'arrivo del Rinascimento, siamo passati ad avere strutture più complesse, nello specifico trattati, come *I Banchetti et compositioni di vivande et apparecchio generale*. Esso conteneva elementi supplementari come l'elenco, il menù e la cronaca del banchetto. A fine Settecento vengono introdotti trattati enciclopedici come *l'Apicio moderno*[17]. Nel 1821 arrivo la *Scienza in cucina*[18] di Artusi, che oltre a dare indicazioni precise sulle preparazioni, riesce a raccontare delle storie legate indirettamente ai piatti.

Questa ricostruzione diacronica delle fonti fornisce una base di riferimento che possiamo analizzare dal punto di vista morfologico, sintattico, contenutistico e specialmente

[17] Leonardi F. 1790. *L'Apicio moderno ossia l'arte di apprestare ogni sorta di vivande*, Roma

[18] Artusi P. 1891. *La scienza in cucina e l'arte di mangiar bene. Manuale pratico per le famiglie. Igiene, economia, buon gusto, La cucina per gli stomachi deboli*, Firenze, Artusi P.

lessicale. Ciò ci permette di chiarire l'epoca in cui sono stati prodotti gli scritti. A questo scopo è nato il progetto "AtLiTeG"[19] sviluppato in tre fasi:

1-La raccolta in una banca dati di tutti i testi gastronomici italiani scritti prima dell'epoca artusiana, di ogni edizione.

2-La creazione di un voSLIG[20] dall'età medievale all'età moderna, che sarà il punto di riferimento per il lavoro sul corpus OVI[21], su cui si baserà la creazione del TLIO[22].

3- La strutturazione dell'Atlante per mostrare le mutazioni della lingua del cibo dal punto di vista cronologico e spaziale.

[19] Frosini G. e De Blasi N. 2024. *Atlante della lingua e dei testi della cultura gastronomica italiana dall'età medievale all'Unità*, Siena, Università per Stranieri di Siena

[20] Vocabolario storico della lingua italiana della gastronomia

[21] Opera del vocabolario italiano

[22] Tesoro della lingua italiana delle sue origini

### 1.3 Scambi e conflitti linguistici tra globalizzazione e tradizione

Nel Novecento e nei primi anni Duemila siamo testimoni di molteplici mutamenti della lingua del cibo. In un primo momento viene riproposto lo stile letterario di Artusi, ma in una maniera meno marcata, copiando alcune espressioni lessicali entrate nel patrimonio linguistico nazionale, quali alzare il bollore o fare un battuto. Tuttavia, questa tendenza non ha fatto scalpore.

Invece, grazie alla rivalorizzazione di identità culinarie locali, riacquisiscono importanza anche i dialetti, che entrano sempre di più a far parte della parlata comune, arrivando anche al punto di non ricordare più la vera origine di questi idiomi, come nel caso della Risotto, che in verità è un piatto originario del Piemonte. L'uso di queste terminologie non si è esteso solo all'Italia, bensì anche a livello internazionale. Questo fenomeno è scaturito dall'evoluzione dei mezzi di produzione e distribuzione industriale a causa della globalizzazione. Tuttavia, i nomi dei prodotti importati talvolta vengono modificati, anche trasformandoli in riproduzioni mediocri, come per Parmesan, o in invenzioni poco originali come il Freddocino.

Questo scambio si effettua anche al contrario, grazie alle novità arrivate nel nostro paese in questo periodo storico come viaggi internazionali, internet, e l'arrivo di diverse cucine etniche nella ristorazione. Non alludiamo unicamente alla lingua francese, solitamente considerata più connessa all'alta ristorazione, ma anche alla diffusione di quella inglese dovuta alla tendenza italiana, in particolare dei giovani, di eguagliare lo stile di vita anglosassone, come la ormai popolare abitudine di mangiare al fast food.

Questo condizionamento linguistico si enfatizza con l'arrivo dei media, soprattutto nel web. Infatti, la perenne mancanza di un lessico del cibo ben definito, ha promosso l'uso di formule innovative, immediate e coinvolgenti, e di numerosi anglicismi, anche se in realtà sono utilizzati eccessivamente e spesso insensatamente. Il blog è un classico mezzo in cui si possono osservare questi nuovi schemi, grazie alla presenza di componenti iperbolici tipici di un linguaggio amichevole e inviti informali fatti ai lettori di scrivere le loro esperienze culinarie e non solo. Si coinvolgono così gli utenti, ma si trascurano le specifiche proprietà di questo settore linguistico. L'invasione dei forestierismi entra in conflitto con l'uso dei dialetti caratteristici della tradizione culinaria locale e familiare; questa disputa è sempre stata una costante nella storia della cucina.

## 1.4 Il cibo nel panorama cinematografico

L'alimentazione gioca un ruolo rilevante nel cinema italiano, non solo in film tematici come quando il protagonista è uno chef, ma anche in pellicole in cui i piatti sono legati alla trama o dove la presenza del cibo è costante e fondamentale.

Tra le opere cinematografiche gastronomiche più emblematiche abbiamo sicuramente *Pranzo di Ferragosto*[23] dove vediamo Gianni alle prese con la preparazione del pasto per sua madre e altre anziane signore. Questo pasto collettivo sarà un modo per prendersi cura di loro, ma anche un'occasione di avere un incontro tra generazioni e recuperare le tradizioni casalinghe nella loro semplicità, curando dettagli come la crosticina della pasta al forno e la scelta di ingredienti km 0. Un'altra pellicola di rilevanza culinaria, è *Lezioni di cioccolato*[24], dove l'incrocio di due culture ha conseguito un esito positivo: in un concorso per cioccolataio presso la Perugina ha vinto il cioccolatino-bacio italo egiziano, di Mattia e Kamal.

In altri casi, come abbiamo già accennato, il cibo diventa un mezzo indispensabile per la narrazione, in quanto è correlato alla storia dei personaggi e al contesto. Infatti, in *Tutte le donne della mia vita*[25] vediamo questa connessione con le origini e la sensualità del protagonista. Ad esempio, nella scena dove a Davide, tornando nella sua terra natale, viene in mente il pesce che gli fu offerto da un pescatore sulla spiaggia, o quando cerca di riconquistare le sue ex prendendole per la gola con un Cous Cous ai fiori di gelsomino, noti per il loro potere afrodisiaco.

Nei vari film di genere gastronomico troviamo specialità di tradizione italiana, come gli gnocchi al pomodoro in *Perfetti sconosciuti*[26], oppure di alta cucina come in *La Grande bellezza*[27] dove vediamo anatre ai funghi o conigli alla ligure. Addirittura, troviamo piatti esotici come la zuppa Ukha in *Io sono l'amore*[28]. Assumono però una posizione dominante dei piatti regionali e locali diventati nazionali, come i rigatoni all'amatriciana nella pellicola *Divo*[29]. Questo fenomeno si rispecchia anche nella lingua utilizzata,

[23] Opera prima di Gianni Di Gregorio, 2008
[24] Claudio Cupellini, 2007 si tratta della risposta italiana al film Chocolat di Hallstrom del 2000
[25] Simona Izzo, 2007
[26] Paolo Genovese, 2016
[27] Paolo Sorrentino, 2013
[28] Luca Guadagnino, 2009
[29] Paolo Sorrentino, 2009

soprattutto se consideriamo i dialetti centromeridionali, pensiamo al film *Baarìa*[30] col famoso timballo del Gattopardo. Tra questi cibi tipici i dolci occupano sicuramente una posizione di rilievo nel cinema italiano; vediamo ad esempio le siciliane iris alla ricotta in *La mafia uccide solo d'estate*[31].

Anche i momenti in cui si pranza o si cena in compagnia acquisiscono centralità in diverse opere cinematografiche, in particolare in quelle di Ozpetek. Consideriamo *Mine vaganti*[32] dove il Salento non si rispecchia solo nell'ambientazione, ma anche nei piatti dei pranzi domenicali come la Ciceri e tria, nella tendenza ad esagerare, e nel fatto che lo stare a tavola diventa un'occasione per avere incontri, scontri, confessioni, e far emergere lo stereotipo del Sud accogliente. Anche la traduzione estera del titolo del film rimanda all'alimentazione; che in polacco diventa "O mitos'ci i makaronach" che tradotto significa "In amore e pasta". In altre pellicole del registra italo turco sono mostrate scene dove si prepara da mangiare insieme. Ad esempio, in *Finestra di fronte*[33] la cucina veicola l'avvicinamento tra i protagonisti, come quando Davide mostra a Giovanna l'enorme tavolata di dolci e la convince a cucinare con lui una torta di cioccolato agli agrumi.

Nella cinematografia moderna il cibo diventa anche uno strumento per riuscire a narrare nuove tematiche o riportare in vita le vecchie. Per la cucina semplice pensiamo alla dieta degli emigranti siciliani in *Nuovo Mondo*[34], per i disturbi alimentari come l'anoressia al film *Briciole*[35]. Oltre tutto in molte produzioni cinematografiche le preferenze alimentari possono alimentare i contrasti tra Nord e Sud Italia o tra le diverse popolazioni; prendiamo *Incantesimo napoletano*[36] che parla della bambina di due napoletani che per rifiuto delle sue origini detesta la pastiera della madre e l'impepata di cozze, ma ama la cucina dei Milanesi e sorprendentemente ha anche il loro accento. Oppure in innumerevoli film assistiamo alle classiche situazioni che vive un italiano all'estero, di come l'italianità venga falsata; ricordiamo la scena in *Quo vado*[37] in cui Checco assaggia quei pessimi spaghetti in un ristorante italiano in Norvegia. L'assenza di cibo e la

[30] Giuseppe Tornatore, 2004
[31] Pif, 2013
[32] 2010
[33] 2003
[34] Emanuele Crialese, 2007
[35] Ilaria Cirino, 2005
[36] Luca Miniero e Paolo genovese, 2002
[37] Gennaro Nunziante, 2016

discriminazione sociale sono un altro gruppo di temi trattati frequentemente nell'universo delle pellicole a tema gastronomico, ad esempio in *Civico zero*[38] in cui i ragazzi sono costretti a racimolare del cibo dalla spazzatura per sopravvivere. Ritroviamo spesso anche accenni a mafie ambientali come in *Gomorra*[39] quando le pesche vengono buttate perché provengono da campi contaminati da rifiuti tossici, oppure riferimenti rispetto alla sostenibilità e ai prodotti naturali nel corto *Pastorale cilentana*[40] ambientato nel medioevo, facendo uno zoom sul cibo delle povere comunità di agricoltori e pescatori per incentivare il ritorno a questo rapporto tra uomo e natura.

[38] Francesco Maselli, 2007
[39] Matteo Garrone, 2008
[40] Mario Martone, 2008

## 1.5 La lingua del cibo direttamente nei nostri salotti

La cucina e il cibo fanno il loro ingresso anche nella televisione italiana. Nel 1952 nacque *Vetrine* (1952-57), il primo programma italiano condotto da una donna dove Luisa Ruggeri dispensava consigli anche riguardo la cucina, in particolare alle casalinghe. Da qui si è dato inizio ad una lunga serie di trasmissioni italiane sulla cucina di cui Soldati fu una colonna portante con il suo reportage enogastronomico *Viaggio nella valle del Po* (1957-58) dove girava tra trattorie e ristoranti, chiedendo di dargli le ricette e raccontare come erano legate al territorio e alla sua storia. Un altro emblema della televisione gastronomica italiana è Luigi Veronelli con il suo programma *A tavola alle 7* (1971-77)[41] che si può considerare l'antenato dei talent show gastronomici contemporanei; oltre a dare suggerimenti per cucinare si svolgevano gare di cucina regionale tra cuochi amatoriali.

Successivamente, con la messa in onda di *La prova del cuoco* (2000-20)[42] abbiamo assistito all'evolversi di questo format. Rispetto ai precedenti e agli attuali si svolgeva in un ambiente più casalingo, rilassato, e continua essere così tuttora. Nel frattempo, abbiamo visto arrivare il primo emittente televisivo a tema gastronomico: *Gambero Rosso Chanel* (1999)[43]. Col passare del tempo sono spopolate anche le trasmissioni in stile tutorial, alle quali Benedetta Parodi diede un enorme contributo, con programmi come *Cotto e mangiato* (2008-11), *I menù di Benedetta* (2011-13) e *Bake Off Italia* (2018)[44].

Il 2011 ha segnato uno stravolgimento della tradizione televisiva italiana vista finora, in particolare con l'arrivo di *Masterchef Italia* (2011)[45]. Come i talent precedenti anche questo riporta l'elemento della sfida tra cuochi dilettanti; tuttavia, le ricette e la tradizione culinaria passano in secondo piano e ci si concentra maggiormente sul contesto narrativo, le storie dei personaggi e i rapporti fra giudici e concorrenti. Anche *Bake Off Italia*, *Cucine da incubo* (2013), *4 ristoranti* (2015) e *Cuochi d'Italia* (2017) sono sulla stessa lunghezza d'onda, probabilmente influenzati dai reality show nati nello stesso periodo.

[41] 1971-77 Insieme ad Ave Ninchi prima su Rai 1 e poi su Rai 2
[42] 2000-20, un programma Rai condotto da Antonella clerici, si basa su un format della BBC, Ready Steady Cook
[43] 1999, il nome deriva dall'nome dell'osteria di Pinocchio
[44] 2008-11 su Italia 1, 2011-13 su LA7, dal 2018 Real Time
[45] Questo Format si era già affermato nel 1990 in Inghilterra

L'introduzione di alcuni vocaboli innovativi nel lessico gastronomico la dobbiamo a queste nuove gare di cucina, come afferma anche Francesca Cupelloni:

"Proprio a Masterchef si deve peraltro la fortuna di alcuni neologismi come impiattamento e impiattare, che insieme a termini di utensili (si pensi all'immancabile cloche, vero e proprio status symbol del programma: francesismo non adattato con il significato di "coperchio metallico in forma di campana che si pone sopra al piatto di portata"), contribuiscono a veicolare un'immagine di raffinatezza e internazionalità."[46]

La popolarità di questi cooking show è arrivata al punto da entrare nelle denominazioni dei piatti, pensiamo al film *Cena di Natale* (2016)[47] dove vediamo portate come la lasagna *Prova del cuoco* oppure il risotto crema di zucca e cannolicchi *Master chef*, causando così un netto allontanamento dalle ricette casalinghe e tradizionali.

Al contrario dei generi televisivi affrontati precedentemente ci sono ancora poche serie che girano attorno alla cucina, tra queste troviamo la serie americana *The Bear* (2022)[48] in cui il protagonista cerca di mandare avanti il suo locale specializzato in Italian beef a Chicago, oppure recentemente è stato introdotto il primo dinner talk *Indovina chi viene a cena* (2022)[49].

[46] Istituto dell'Enciclopedia Italiana Giovanni Treccani S.p.A., 2025, *Nuovi nomi per cibi antichi: la lingua del cibo in televisione e nei social*
[47] Marco Ponti, 2016
[48] Di Cristopher Storer
[49] Condotto da Maria Latella

## 1.6 Dalla stampa al web

Col passare del tempo le riviste gastronomiche hanno acquisito sempre più rilevanza in Italia e sono diventate una risorsa potente per far conoscere e pubblicizzare prodotti di nicchia e specialità italiane, consigliare cantine e ristoranti da provare, approfondire le origini delle ricette locali e regionali. Prendiamo il magazine di *Melaverde*[50] dove non ci sono tracce di termini stranieri ma in compenso vengono usati numerosi dialettismi per designare prodotti o piatti regionali e locali, grazie all'interesse tornato in vita ultimamente per questi ultimi. Lo stesso vale per il mensile di *Cotto e mangiato*, precisamente nella rubrica *Eccellenze tricolori*.

La cultura del cibo ha ottenuto una certa celebrità anche grazie all'inserimento a volte eccessivo di sezioni dedicate alla cucina in diversi giornali, come ad esempio *Vanity Fair*, il cui target è prevalentemente giovane. Ciò si intuisce dalla molteplice presenza di ricette internazionali e gourmet, dall'attenzione alla loro estetica, e dall'uso frequente degli anglicismi. Lo schema linguistico della rivista *Oggi* è totalmente l'inverso: il suo pubblico è adulto, è avverso all'uso dai forestierismi, o essi vengono italianizzati, in particolare quelli francesi. La gastronomia viene discussa anche in articoli di riviste scientifiche come *Focus* riguardo argomenti come l'impatto economico del cibo, la storia dell'alimentazione e le indicazioni mediche; spesso per renderli chiari a più lettori possibili, viene fatto un glossario per spiegare i vari tecnicismi.

Adesso iniziamo a introdurre le basi dei prossimi capitoli. È evidente che la transizione dalla stampa al web ha fatto prendere altre direzioni alla lingua del cibo. L'uso dei social network ha avviato il fenomeno di "vetrinizzazione sociale": in pratica ora lo scopo di andare al ristorante non è più unicamente mangiare bene, ma vivere un'esperienza da ricordare e raccontare.

Con la comparsa di questi nuovi strumenti, i libri di ricette sono sempre meno consultati; ora per sapere il procedimento per preparare una crostata o una pasta si guarda un video su YouTube o su altre piattaforme mediatiche.

I social tornano molto utili anche alle aziende alimentari, in quanto danno la possibilità di creare contenuti pubblicitari efficienti, che aiutano ad avere un contatto emotivo con i clienti attraverso foto, video, musica ma soprattutto grazie ai food influencer e ai food

[50] Un famoso programma televisivo su canale 5

blogger, pilastri di queste piattaforme. Nello specifico Instagram è considerato il social dove il settore alimentare ha avuto più successo, soprattutto a livello di immagini. La rilevanza della gastronomia nel settore mediatico ha portato anche alla creazione di app innovative come Snapfood, dove si possono postare foto relative a ristoranti o ricette che si possono recensire.

Tuttavia, da questa collaborazione tra le imprese alimentari e queste nuove figure mediatiche sono emerse anche problematiche relative a conflitti di interesse e alla pubblicità occulta. Si è iniziato a preoccuparsi maggiormente di questi aspetti dopo lo scandalo relativo a Chiara Ferragni e la promozione del panettone Balocco[51].

Nel 2017 l'Antitrust aveva già sottolineato l'importanza dell'uso adeguato degli advertising, dichiarando frequentemente che la pubblicità occulta è vietata sempre, anche sui social network, ma con la stesura e l'emissione da parte dell'AGCOM[52] delle linee guida sul rispetto da parte degli influencer delle disposizioni del testo unico sui servizi di media audiovisivi[53], quest'aspetto è stato sottoposto a normative ancora più rigide. Ciò è accaduto a causa di un elevato numero di contenuti commerciali pubblicati dagli influencer nelle differenti piattaforme mediatiche, dove non viene specificato lo scopo pubblicitario di essi; si può confutare anche grazie alla pubblicazione della commissione europea dei risultati di uno screening effettuato sui post di 576 influencer presenti sui principali social media[54].

L'introduzione di queste nuove direttive ha fatto sì che gli influencer debbano sottostare agli stessi obblighi legislativi a cui sono soggetti gli editori. Attualmente queste normative valgono solo per influencer con più di un milione di follower, risultanti dalla somma degli iscritti sulle varie piattaforme e social media. Inoltre, devono aver pubblicato almeno 24 contenuti pubblicitari e generato un engagement rate[55] superiore al 2% negli ultimi 6 mesi, almeno su una piattaforma o social media. Tuttavia in futuro L'AGCOM potrebbe

---

[51] Il Fatto Alimentare, 2025, *"Chiara Ferragni e Balocco multati per pratica commerciale scorretta"*.

[52] Autorità per le garanzie nelle comunicazioni

[53] -2024. Delibera dell'AGCOM, 10.1.2024, n.7/24/CONS. *Linee-guida volte a garantire il rispetto delle disposizioni del Testo unico da parte degli influencer e istituzione di un apposito Tavolo tecnico*, Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, Serie generale, 16 Gennaio

[54] Commissione Europea (European Commission), 2024, *Influencers and online advertising: Commission identifies areas for improvement in transparency*

[55] È il tasso di coinvolgimento generato da una pagina social, da un contenuto o da un'attività prendendo in considerazione il numero di interazioni. Tenendo conto cosa ogni piattaforma social considera "interazioni" (like, commenti, condivisioni, clic ecc.). Si calcola dividendo il numero totale di interazioni per il numero di follower e moltiplicando il risultato per 100, (Italiaonline S.p.A., 2024, *Engagement Rate: cos'è e come si calcola?*).

decidere di applicare queste linee guida anche a influencer con un pubblico più ristretto e ad altri soggetti mediatici. Nel frattempo, questo esonero ha portato a dei dissensi da parte dei soggetti che al contrario sono dovuti a rispettare questi obblighi; anche Max Mariola, un importante food influencer italiano, ha dichiarato il suo disaccordo riguardo questo limite delle linee guida in un'intervista di *Gambero rosso*:

> Quindi per lei le linee guida vanno bene così come sono?
>
> Le renderei applicabili a tutti, non solo agli influencer al di sopra del milione di follower: chiunque prenda dei soldi dalle aziende, anche un euro, dovrebbe esplicitarlo perché in caso contrario metti il follower nella posizione di non capire se il prodotto è consigliato o sponsorizzato[56].

Dunque, per evitare che continuino a presentarsi nuovi casi di pubblicità occulta nell'universo mediatico, queste linee guida hanno stabilito che per pubblicare contenuti pubblicitari debba essere ben segnalato il loro scopo, come viene ribadito da Gambero Rosso in uno dei suoi articoli.

Gli influencer, in base alle nuove regole, dovranno rendere chiaramente riconoscibile un video di natura commerciale, attraverso la scritta "Pubblicità" che dovrà apparire in caratteri grandi e maiuscoli[57].

Facendo riferimento ai food influencer, quest'ultimi quando realizzano una ricetta usando i prodotti di un marchio con cui ha accordi commerciali, dovranno dichiararlo chiaramente. Lo stesso vale nel caso ci sia lo scopo di pubblicizzare un hotel o un ristorante.

Oltre a stabilire degli obblighi riguardanti la pubblicità mal dichiarata, queste nuove leggi stabiliscono anche dei principi generali che la comunicazione degli influencer deve rispettare:

- I contenuti non devono istigare il pubblico a commettere reati o giustificare reati.
- I creator sono obbligati a rispettare la dignità umana e non devono diffondere, incitare, propagandare oppure giustificare minimizzare o in altro modo legittimare la violenza, l'odio o la discriminazione nei confronti di persone, in particolare se ci riferiamo al ruolo delle minoranze.

---

[56] Gambero Rosso S.p.A., 2024, *Intervista a Max Mariola: "Basta pubblicità occulta dei food influencer. Bene Agcom, ma la stretta riguardi tutti"*

[57] Gambero Rosso S.p.A., 2024, *Rivoluzione nel mondo dei food influencer: da adesso non potranno fare più le "marchette"*

- I contenuti pubblicati non possono svolgere “vittimizzazione secondaria”, deresponsabilizzare chi compie atti di violenza, odio e discriminazione, o addirittura dare parte di quella responsabilità alle vittime.
- È necessario rispettare le norma a tutela dei minori, evitando di pubblicare contenuti nocivi allo sviluppo fisico, psichico o morale dei più giovani oppure utilizzando gli strumenti forniti dalle piattaforme mediatiche, se disponibili, per indicare che il contenuto è inadatto ai minori
- Inoltre, è di primaria importanza che gli influencer presentino contenuti che garantiscano la veridicità, la correttezza e l’obiettività delle informazioni, specificando le fonti utilizzate e contrastare la disinformazione online.
- Infine, è necessario che i creator rispettino il diritto d’autore e della proprietà intellettuale.

Le ammende consistenti stabilite da queste nuove direttive, sicuramento sono un ulteriore spinta a rispettare quest’ultime. Infatti, nel caso della pubblicità occulta le multe possono arrivare a 258.288 euro, e arrivano anche a 600 mila euro nel caso di violazione delle norme sui minori.

## 2.0 Le ricette e la loro integrazione nel web 2.0

Nel corso di questo capitolo avremmo modo di analizzare le strategie comunicative usate da diversi food influencer (come è stato accennato nell'introduzione) quando realizzano una video ricetta. Prima di iniziare è necessario definire gli obiettivi e le strutture dei ricettari, in particolare bisogna spiegare le dinamiche in cui quest'ultimi si sono tradotti all'interno dei social media, blog ecc. In modo da poter individuare anche da quali aspetti partire per iniziare la nostra analisi[58].

Esattamente come altri generi letterari legati alla sfera gastronomica, anche i ricettari sono sempre stati incostanti (come analizzato nel paragrafo 1.2) a causa delle numerose reinterpretazioni, perfezionamenti continui e per l'esistenza di molteplici ideologie di cucina. Tuttavia, degli elementi sono rimasti stabili: le ricette sono basate su una trasmissione di conoscenze gastronomiche da un soggetto competente a un altro che generalmente è meno esperto. Per farlo è necessaria una traduzione da un certo tipo di comunicazione, ad un'altra, ad esempio se si passa dal linguaggio orale allo scritto o a quello audiovisivo, che avremmo modo di approfondire a breve. In verità, lo scopo di questi testi non è solo quello di istruire ma anche di narrare una storia. Infatti, sono presenti dei personaggi che eseguono determinate azioni con certi strumenti e ingredienti in specifiche scene, che seguono un determinato ordine cronologico e portano alla realizzazione di un piatto e al suo assaggio.

Adesso che abbiamo chiarito il concetto di ricettario, passiamo a spiegare come questo genere letterario si sia approcciato alle svariate piattaforme mediatiche che sono state portate dall'arrivo del web 2.0[59]. Se già in principio il cibo aveva assunto un ruolo da protagonista nella rete internet, l'arrivo dei social network e blog ha fatto in modo che la cucina diventi non solo una passione comune ma anche un linguaggio, un concetto compreso da tutti, non solo dagli esperti del settore. In particolare nel periodo del covid in cui eravamo tutti reclusi in casa e avevamo più tempo per cimentarci in cucina.

---

[58] Per farlo ho presso come riferimento il seguente articolo accademico e scientifico riguardate la semiotica del cibo; Sanfilippo M. 2023. *Ricette social. Forme del fare-culinario fra Instagram e Tik Tok*, EC – Rivista dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici Roma: Carocci.

[59] È uno stadio di evoluzione di internet (in particolare del world wide web) che consiste nell'insieme di tutte quelle applicazioni online, permettono uno spiccato livello di interazione online (blog, social media, mail ecc.), (Cosmobile S.r.l., 2024, *Cos'è il Web 2.0 e come sfruttarlo*).

Infatti, fra i vari profili di food influencer, non ci interfacciamo solo con i professionisti del settore, anzi troviamo sempre di più persone comuni, che dichiarano chiaramente di non essere dei cuochi ma solo degli appassionati di cibo e social. Infatti, al contrario dei soggetti precedenti, non hanno l'obiettivo di istruire, ma desiderano solo preparare piatti che li soddisfino, condividere ricette, storie, divertirsi e intrattenere gli utenti allo scopo di creare delle interazioni, così da poter fidelizzare il pubblico.

L'esistenza di questi due approcci alla comunicazione della cucina nei social media ha generato dibatti e antagonismi sia tra questi due gruppi che nel gruppo stesso, tra i creator e gli utenti e addirittura tra gli utenti stessi. Un dissapore nato negli ultimi tempi è sicuramente relativo ai commenti negativi e offensivi della food blogger Chiara Cajelli[60] e degli utenti presentati nei confronti delle ricette di Benedetta Rossi e i suoi follower.

L'ex concorrente di *Bake of Italia* Chiara Cajelli recentemente ha pubblicato un articolo sul *Dissapore* intitolato *Le peggiori dieci ricette di Fatto in casa da Benedetta*[61] in cui ha denigrato alcune proposte culinarie della celebre food influencer marchigiana:

"Mi riferisco alle ricette che sono toste dal punto di vista nutrizionale (come i fagottini qui proposti), quelle fatte per scena e senza molto amore per la materia in se (come i la pizza qui proposta), quelle che – se solo ci si soffermasse un minimo sulla reazione degli ingredienti, cosa che dovrebbe essere a carico di chi li cucina – sono immangiabili (come il gelato qui sotto) Quelle infine, presentate con nomi sacri della cucina e preparate invece con tecniche buffissime (non vi spoilero la medaglia d'oro)."

Possiamo infatti vedere quest'ultimo giudizio quando si riferisce all'uso errato del lievito nella preparazione del pan di spagna.

Se pur in prima battuta l'autrice abbia tentato di sottolineare di non avere nulla contro Benedetta, le sue doti imprenditoriali e il suo stile casalingo impacciato e sempliciotto, non ha sicuramente mantenuto queste premesse in seguito; anche quando dice d'aver tralasciato "il trionfo di vanillina, fialette aromatiche, olio e grassi, sproporzioni tra lievito e farina, panna già zuccherata e sfoglia confezionata". Infatti successivamente esplicita il suo parere contrario nel recensire le ricette. Ad esempio definendo i fagottini con wurstel e patatine fritte "una bomba malsana di unto e grassi e carboidrati", oppure svalutando l'uso della pasta sfoglia confezionata per fare la pizza rustica, in quanto a detta sua è piena

[60] Si tratta di una ex concorrente della di Bake off Italia del 2020

[61] Dissapore Media S.r.l., 2023, *Le peggiori 10 ricette di Fatto in casa da Benedetta*,

di grassi vegetali; troviamo molte altre contraddizioni continuando con la lettura. A riprova di ciò che è stato scritto nell'articolo anche le considerazioni lasciate dagli haters seguono la stessa linea d'onda.

Tuttavia, l'aspetto rilevante di queste critiche che ha spinto la food blogger casalinga a reagire tramite un video pubblicato sul suo profilo IG[62], non è tanto che abbiano criticato le sue scelte gastronomiche riguardo le ricette e gli ingredienti e le sue scarse competenze e conoscenze culinarie che lei stessa ha sempre confermato di non avere, ma l'ha fatta scattare l'accanimento verso i suoi followers.

Benedetta, infatti, leggendo commenti come "Utilizza il tonno in scatola e viene seguita da quella gente lì, tutte persone che utilizzano la pasta sfoglia pronta" oppure "In tv la guardano solo quelli che comprano i surgelati, quelli che la seguono pensano che una torta vera si possa fare con la panna zuccherata e la vanillina; che roba!" si è sentita in dovere di difendere la sua community, in quanto questi commenti discriminano un'intera categoria di persone che compra ingredienti economici di bassa qualità, già pronti, confezionati, surgelati e che non sono fatti in casa; e cucinano in maniera banale e non coerente con le regole della cucina. La sua risposta a queste cattiverie gratuite è stata spiegare a questi "fighetti" / "snob", come li definisce lei, come per molti sia complicato avere le risorse economiche per poter comprare prodotti di alta qualità, o il tempo di fare preparazioni complesse e lunghe a causa della mancanza di tempo o della stanchezza dopo aver lavorato per ore. Dunque specifica come è solo contenta per chi non ha queste limitazioni e può permettersi di cucinare come vuole tutto il tempo, con gli ingredienti che desidera, ma queste persone non si devono permettere di offendere chi non ha queste possibilità.

Mi sento però di fare un'osservazione sul fatto che in verità non stiamo parlano di critiche fatte da veri professionisti del settore; si tratta sempre di persone comuni che magari si dilettano in cucina come Benedetta Rossi, ma non hanno mai frequentato corsi di cucina o lavorato in cucine professionali, come invece ha fatto lei quando ha lavorato all'agriturismo di famiglia[63]. Compresa Chiara Cajelli che ha partecipato a Bake off Italia nel 2020 e attualmente lavora nel campo del giornalismo gastronomico e non come pasticcera e quindi non ha nessuna professionalità nel settore.

---

[62] https://www.youtube.com/watch?v=MYRTNiyz32M

[63] La *Vergara* che si trova in provincia di Fermo

Un caso in cui uno chef professionista è stato criticato negativamente nei commenti sotto il post di una ricetta, è quello di Bruno Barbieri con la sua Panzanella[64] scomposta[65]; infatti, quest'ultimo mangiando a fine video la Frisella[66] (che era parte del piatto) con forchetta e coltello si è inimicato il pubblico pugliese, che lo ha giudicato in maniera più o meno aggressiva (fig. 1). Quasi subito dopo l'arrivo di queste critiche ha pubblicato la risponda a uno di questi commenti: "*Amori miei, lo so che la frisella va mangiata con le mani. Ma sono uno chef elegante e in questo caso forchetta e coltello ci sta, dai"*. In questo modo ha messo le mani avanti riguardo al sapere già che normalmente la Frisa si mangia con le mani, giustificando il suo gesto come derivante dal suo ruolo.

Ora che abbiamo capito come funzionano i rapporti che tra i food influencer e tra quest'ultimi e gli utenti, torniamo ad analizzare con quali strumenti e strategie questi personaggi mediatici riescono ad attrare e fidelizzare il pubblico. Intanto si è notato come i video siano diventati i mezzi più efficaci nell'epoca contemporanea per catturare l'attenzione e narrare l'esperienza del cibo. Soprattutto grazie all'arrivo di nuove applicazioni che danno la possibilità di creare nuovi contenuti che danno ancora più spazio alle componenti audiovisive, come le stories e i reel su IG, le dirette su Facebook e Instagram, clip di Tik Tok e gli shorts su YouTube. Sono apprezzati in particolare i video-clip, che al contrario dei vecchi tutorial pubblicati su YouTube, sono brevi e con un ritmo del montaggio molto accelerato, anche se talvolta alcuni influencer pubblicano entrambi i contenuti. Per quanto queste affermazioni sembrino surreali, questo genere di linguaggio si basa su meccanismi comunicativi particolari e complessi, che messi in atto fanno in modo che questi testi possano trasmettere molteplici sensazioni e significati, come spiega anche Isabella Pezzini

La problematica dell'estensione va quanto meno incrociata con quella dell'intensità, e cioè della forza, dell'energia, della passione. Uno stesso breve tempo, una stessa estensione si può riempire secondo strategie e intensità differenti (Pezzini, 2002)[67].

---

[64] è un piatto tipico della Toscana e dell'Italia centrale, Si tratta di una zuppa fredda composta da pane, pomodori, cipolla e cetrioli. (La Cucina Italiana, 2025, *Panzanella, la ricetta classica*)

[65] Ricetta QuBì, 2025, *Bruno Barbieri la panzanella la fa così, ma non sfugge alle critiche: la reazione dello chef.*

[66] La frisella detta anche frisa è un tipo di pane di origine pugliese a base di grano duro fatta con la stessa ricetta del pane solo che dopo la prima cottura viene tagliata a metà e rimessa in forno per renderla più croccante (Agricola Borrelli – Olio Extra Vergine d'Oliva, *La frisella pugliese. Cos'è la frisella e le sue origini*)

[67]Pezzini I. 2002. *Trailer, spot, clip, siti, banner. Le forme brevi della comunicazione audiovisiva*, Roma, Meltemi Editore

Ora passiamo dunque capire quali sono questi gli aspetti della comunicazione che rendono questi contenuti così funzionali:

- L'ordine in cui sono svolte le diverse azioni ovvero l'aspettualizzazione,
- Sono fondamentali da considerare l'agogia[68], ovvero le variazioni di movimento delle operazioni svolte; se seguono un'andatura più lenta o più veloce. Ci ricolleghiamo così al concetto di ritmo, vale a dire la percezione sensoriale complessiva che viene generata dall'organizzazione di varie componenti; si tratta di un intreccio del contenuto con aspetti legati ai tempi, gli spazi, le tematiche e i personaggi presenti.
- Tutto ciò che riguarda la registrazione e il montaggio del video, le inquadrature, i movimenti di macchina. Ad esempio se viene inquadrato anche il volto di chi cucina durante le preparazioni o se è ripreso solo il piano di lavoro e le mani.
- Le personalità dei food influencer, i loro valori, le storie che raccontano degli attori coinvolti nei racconti culinari, valori culinari, l'abbigliamento e il loro approccio. Tutti questi elementi vanno a identificare lo stile di questi personaggi; infatti nell'analisi delle video ricette troveremo la figura del cuoco/a-amico/a come anche quella del cuoco/a-confidente, del cuoco/a-palestrato/a, del cuoco/a che ha partecipato a Masterchef ecc.
- La lingua che viene utilizzata, se si parla l'italiano corrente o in dialetto, se si tratta di un linguaggio settoriale o comune oppure se si dà importanza alla dizione[69].
- Poi c'è tutta la parte riguardante l'architettura degli ambienti, i colori presenti, gli strumenti utilizzati, la mise en place, ecc. che rende ancora più chiaro il tipo di cucina.
- La sollecitazione sensoriale, tipica del food porn[70] che ci porta ad avere l'acquolina in bocca. Però, oltre a riferirci al cibo prendiamo in considerazione

[68] Il termine agogia o agogica fu introdotto nella moderna terminologia musicale da H. Riemann, ma si può applicare anche nel campo audio visivo (*Istituto dell'Enciclopedia Italiana, Treccani*)
[69] è il modo in cui si leggono o recitano testi rispettando le esigenze del testo stesso. Questo comporta un'attenzione particolare alla pronuncia corretta dei suoni e delle parole e alla giusta intonazione del testo (Teatro per Tutti, Dizione).
[70] È un termine gergale che si riferisce a immagini o video che sono visivamente appetibili e stimolanti (Fully Digital, 2023, Food come strumento di marketing)

anche chi cucina, il suo tono di voce, come lui o lei o altri eventuali personaggi entrano in contatto col cibo e gli ambienti in cui ci si ritrova, se si è in una cucina o all'aperto, in montagna o sul balcone di casa. Al di là degli input visivi (ad esempio pensiamo alla visione della mozzarella filante dopo aver tagliato un arancino) e uditivi, siamo sottoposti anche a stimoli tattili, gustativi e olfattivi grazie alla natura sinestetica di questi format audiovisivi. Ad esempio, grazie alle riprese lente panoramiche ravvicinate, pensiamo banalmente al taglio di un pane croccante, oppure quando il cuoco parla di quando mangiava un certo piatto e delle sensazioni che percepiva facendoci rimembrare il gusto e l'odore[71]. Tuttavia, rispetto al passato è sempre sfruttata e apprezzata la componente sonora, forse grazie alla diffusione della moda di video ASMR[72]. Ci riferiamo a parole, sussurri, musica, storie, suoni che evidenziano le proprietà organolettiche degli ingredienti, delle preparazioni e delle pietanze finite dando maggiore enfasi alla componente verbale o suoni che provengono dall'esterno.

- Le grafiche utilizzate.
- Se durante la registrazione e il montaggio si presta attenzione all'inquadrare dettagliatamente la preparazione del cibo e i movimenti fluidi e consapevoli di chi cucina, questi contenuti possono diventare una sorta di spettacolo rilassante e soddisfacente. Come quando viene decorata una torta o se ne taglia perfettamente una fetta.

Per ogni videoricetta che osserveremo nei prossimi paragrafi analizzeremo la sua struttura narrativa. Spesso per questo genere di analisi si utilizza lo schema narrativo canonico sviluppato da Greimas[73] che si compone di quattro fasi differenti.

- La manipolazione, vale a dire quando il soggetto della storia viene motivato ad agire.
- In seguito, quest'ultimo acquisisce le competenze per poter agire

[71] Considerando il ruolo fondamentale dell'olfatto retronasale per riconoscere il sapore del cibo
[72] Autonomous Sensory Meridian Response, "risposta sensoriale meridiana autonoma", una definizione che sta a indicare la sensazione di lieve formicolio in diverse parti del corpo e di rilassato benessere che alcune persone provano in risposta a determinati stimoli uditivi (Santagostino Psiche, 2024, *Cos'è l'ASMR e perché è interessante per la psicologia*,)
[73] Greimas A., 1974, *Semantica strutturale. Ricerche di semiotica* (*Sémantique structurale. Recherche de méthode*, 1966), Bologna

- Quindi fa la sua performance
- Infine il suo operato viene valutato positivamente o negativamente da lui/lei stesso al momento della sanzione.

In questo caso useremo il modello elaborato da Calabrese e Volli riadattato da Marrone in riferimento all'articolazione narrativa delle notizie dei telegiornali[74], che si basa comunque su quello appena spiegato. Nel panorama specifico delle video ricette si nota come tutte le quattro fasi elencate siano sempre presenti, ma solitamente ce n'è una che domina sulle altre, definendo così le quattro tipologie di ricette in formato audiovisivo che possiamo trovare nei social media:

- Virtuali, in cui è maggiormente presente l'azione del cuoco mirata a manipolare lo spettatore per farsi che si che questo desideri seguirlo e provare le sue preparazioni.
- Potenziali, dove una buona parte del tempo viene spesa a impartire insegnamenti.
- Performativi, in quanto si dà maggior spazio a mostrare la performance del cuoco ai fornelli, il suo stile culinario e comunicativo.
- Cerimoniali, dove emerge fortemente il giudizio del fare culinario nostro e altrui (come nel caso di Gordon Ramsay). Anche se normalmente l'autovalutazione ha sempre un esito positivo.

[74] Calabrese, O., Volli, U. 1979. *Come si legge un testo*, Milano
Marrone G. 1998. *Estetica del telegiornale*, Torino

## 2.1 La regina della cucina semplice, casalinga e "Furba": Benedetta Rossi, Fatto in casa da Benedetta

Come abbiamo già accennato nei paragrafi precedenti, Benedetta Rossi è una casalinga marchigiana[75] che ha spopolato nell'universo mediatico diventando così la food influencer più seguita in Italia[76]. Grazie al sostegno e l'aiuto del marito Marco, Benedetta l'8 gennaio del 2011 ha avviato il proprio canale YouTube *Fatto in casa da Benedetta*[77]. Nello stesso anno ha aperto anche il suo blog dandogli il medesimo nome. Nel 2016 ha pubblicato il suo primo libro di ricette denominandolo sempre come il suo canale YouTube e poi ha continuato a scrivere e pubblicare altri libri fino ad arrivare a nove. Successivamente è entrata a far parte anche del panorama televisivo con il suo programma *Fatto in casa per voi* (2018).

La sua popolarità è dovuta principalmente alla divulgazione delle sue ricette semplici, veloci ed economiche e alla portata di tutti e di consigli relativi ad altri aspetti della sfera domestica[78], anche grazie al suo carattere umile (come analizzato del paragrafo 2) e amichevole. I piatti che presenta sono spesso tipici della sua infanzia e di altri momenti della sua vita, oppure provenienti da diverse tradizioni culinarie italiane; in altri casi sono inventate da lei. I suoi contenuti possono raccogliere molti tipi di ricette incentrate sullo stesso tema, ingrediente o preparazione.

Ora andremo ad analizzare la video ricetta di una tra le tante torte furbe emblematiche della nostra blogger, la torta furba al limone[79]. Tutte queste ricette seguono sempre uno schema molto simile, che consiste nel fare un crema molto semplice fatta di panna già zuccherata (aspetto già analizzato del paragrafo precedente) o crema pasticcera inserendo l'ingrediente che richiama il titolo della torta. Poi la mette tra gli strati di pan di spagna inzuppati con la bagna e decora il tutto con il resto della farcitura e con qualche ciuffo di panna e l'ingrediente protagonista. Le ricette di questi dolci, come quelle di altri piatti, sono definite furbe proprio per la loro preparazione facile, veloce e versatile, che però

[75] Nata nel 1972, originaria di Altidona nella provincia di Fermo
[76] Follower; Facebook 8,3 Mln, Instagram 5,2 Mln, YouTube 3,34 Mln, TikTok 1,3 Mln
*Questi dati sono stati controllati precisamente in data 2/09/2025
[77] In passato aveva già creato un canale YouTube per spiegare le ricette che si facevano nell'agriturismo di famiglia
[78] contenuti relativi a preparazione di saponi, bevande e consigli casalinghi, oltre a tutorial su lavori manuali e progetti fai-da-te
[79] https://www.youtube.com/watch?v=aMSm0C2PLcw

produce dei risultati apprezzabili e che esteticamente danno l'impressione di essere più complessi da raggiungere.
Si può notare che il video è diviso in diverse fasi; il saluto iniziale, la spiegazione di cosa sono le torte furbe, il procedimento, i consigli sulla preparazione e sulle diverse alternative relative agli ingredienti utilizzati, la decorazione e lo scorrimento della foto della torta con la fetta tagliata e poi della fetta singola.
Benedetta evidenzia più volte l'importanza che dà ai valori comunità e inclusione in modo esplicito ed implicito;

- Con frasi del tipo "Facciamo insieme" all'inizio o "Me l'avete chiesta in tantissimi".
- Utilizzando un lessico semplicistico e non settoriale della lingua italiana, senza far esaltare eccessivamente l'accento e il dialetto marchigiano.
- Usando utensili e prodotti che tutti si possono procurare facilmente e offrendo consigli intuibili da un pubblico competente ma anche principiante, in modo da venire incontro a questo target di persone.
- Suggerendo versioni o ingredienti alternativi soddisfando quindi le diverse richieste dei suoi follower, ad esempio sostituendo la bagna alcolica con una analcolica o fornendo le indicazioni per fare il dolce senza glutine.
- Poi quando parla della variabilità della parte decorativa esprime il suo desiderio di vedere le foto del dolce rifatto dai suoi followers mostrando così interesse per quest'ultimi.
- Alla fine, Benedetta si mette a disposizione per dare altri suggerimenti se richiesti.
- Inoltre dopo la sua ormai iconica richiesta di mettere un like con il suo iconico gesto del pollice in su, conclude dicendo "Noi ci rivediamo alla prossima ricetta" dando quasi l'impressione che sarà un incontro tra amici/amiche.

Generalmente il contesto in cui trasmette richiama tranquillità, semplicità, naturalità e mette gli spettatori a proprio agio, grazie al tono di voce calmo, amichevole e informale. E' accompagnato da un sottofondo musicale rassicurante che sostituisce il rumore delle fruste, e dai sorrisi di Benedetta. Anche gli aspetti ambientali richiamano queste proprietà;

- L'eccellente illuminazione che intuiamo provenga dalla finestra intravista all'inizio, ma probabilmente sono state usate anche delle luci artificiali.

- La presenza di una semplice e minimale cucina casalinga, in modo che all'osservatore venga trasmessa un'idea di familiarità e sicurezza, essendo un luogo in cui sa già come muoversi e dove nascono le sue relazioni affettive.
- Le componenti cromatiche, i materiali[80] e l'arredamento che compongono la cucina. Prevalgono sicuramente i toni del bianco, del marrone del legno con delle macchioline verdi, rosa e blu per la presenza dei fiori e di piante. Infatti, le sfumature di bianco presenti, oltre ad accentuare l'effetto luminoso, sono spesso associate ad aspetti come purezza, innocenza, minimalismo, affidabilità, comfort e neutralita'. Tuttavia, a volte viene ricollegato all'eleganza e alla freddezza, visto il carattere estremamente soggettivo di questo genere di associazioni. Il legno e i vasi di fiori aiutano a percepire dei contesti naturali che, a parte meravigliare, generano un clima caldo, confortevole, sicuro e calmante. Inoltre questa visione riesce a mitigare la percezione di gelo del bianco e viceversa creando il giusto equilibrio.

Possiamo vedere come spesso venga sottolineata l'importanza del fattore tempo con affermazioni quali "in meno di mezzora la torta sarà pronta" e "sono bastati solo 15 minuti di cottura proprio perché il pan di spagna è basso", visto che la food blogger stessa è consapevole di come la velocita delle preparazioni sia fondamentale, soprattutto se parliamo di famiglie e lavoratori con una breve pausa pranzo o che quando tornano a casa non hanno né tempo ne voglia di cucinare (analizzato nel paragrafo 2.0).
Benedetta in molteplici occasioni fa passare il messaggio direttamente e indirettamente che lei non è per niente competente in cucina, ad esempio attraverso la scritta non so cucinare sul grembiule, usando un righello per tagliare in quadrati perfetti il pandispagna invece di farlo ad occhio.
In verità si crea una contradizione tra il suo voler identificarsi come una persona che non sa cucinare e quello che invece dimostra di sapere di cucina. Certo è evidente che le sue capacità non siano elevatissime ma non può definirsi neanche un'incompetente in quanto dimostra delle abilita tecniche non scontate, come quando leviga la torta col coltello.

[80] Queste informazioni sono contenute in questi siti le utilizzeremo anche nelle prossime analisi; (Flexprint.it, *Effetti emozionali dei colori*), (ViViGreen, 2024, 2.5 Elementi Naturali nel Design: Uso di Materiali Naturali e Sostenibili)

Soprattutto perché altrimenti non si spiegherebbe la fama che ha acquisito sui social e in tv.

A riprova di quanto detto precedentemente, il suo stile culinario è molto semplice, come si intuisce dai pochi e basilari utensili ed elettrodomestici sullo sfondo della cucina o usati nella preparazione. Nonostante il suo livello di competenza sia medio basso, presta attenzione ad alcuni dettagli rispetto all'atteggiamento del corpo, al vestiario e alla pulizia tipici dei cuochi esperti: mantiene sempre una struttura eretta, ha le mani curate e pulite, parla con calma senza mangiarsi le parole mantenendo una buona dizione, lavora su un piano pulito e indossa il grembiule.

Per quanto riguarda la registrazione e il montaggio Benedetta viene inquadrata per intero, con lo sfondo della cucina solo alla fine di una fase della preparazione per introdurre la successiva e deve dare dei consigli tecnici a fine video. Invece durante le riprese viene inquadrata dal busto in giù, mentre la sua voce fuori campo dà le indicazioni, mettendo così al centro l'elemento del cibo. In particolare ciò si nota dai suoi video integrali, panoramici e ravvicinati delle preparazioni e della torta e della fetta tagliata che oltre far venire fame, hanno un effetto ipnotico, come le riprese dell'accrescimento del pan di spagna in forno. Poi probabilmente, a voler sottolineare la semplicità delle sue ricette e la sua scarsa dimestichezza tecnologica, usa dei font molto semplice per scrivere le indicazioni che appaiono nel corso del video.

In generale questi elementi sono presenti in tutte le video ricette ideate da Benedetta. Consideriamo però che quella appena analizzata è stata progettata secondo lo schema di un video tutorial lungo più diffuso alle origini di questa applicazione. Con l'arrivo di nuovi social media e nuovi servizi audiovisivi strumenti, questi contenuti sono diventati sempre più brevi (analizzati nel paragrafo 2.0) o sono pubblicati in entrambe le versioni come in questo caso. Con l'inserimento di solo piccole parti dei passaggi completi.

Col passare del tempo anche altre proprietà audio visive delle ricette di benedetta sono mutate con l'attivazione della casalinga marchigiana nelle nuove piattaforme social come Instagram e nel suo programma televisivo *Fatto in casa per voi*:

- Presta più attenzione alla sua estetica truccandosi con maggior cura o facendosi truccare nel caso della trasmissione e vestendosi meglio con camice più eleganti.
- Introduce l'elemento della famiglia raccontando durante la preparazione come le ricette sono legate alla sua vita con Marco, sua mamma e le sue zie, cucinando

con loro o lasciando che cucinino da soli, mentre lei li assiste assaggiando e giudicando il piatto insieme a loro, aumentando l'idea di convivialità.

- Viene aggiunta anche la fase di taglio e assaggio e il suo giudizio positivo col suo solito pollice in su.
- In tv accompagna questo gesto pronunciando la frase richiamata dal titolo.
- Utilizza elettrodomestici più innovativi e sponsorizzati da lei entrando in contrasto col concetto di semplicità.
- Ora quando si mostra interamente fa vedere anche l'intero piano di lavoro.
- Adatta le ricette anche al pubblico vegetariano e vegano, visto l'esponenziale aumento di questo target.

In conclusione possiamo definire che l'obiettivo principale di Benedetta è quello di istruire il pubblico trasmettendo le competenze che possiede che si considera pur sempre una principiante.

*Fig. 2.1.1;* L'Inquadratura iniziale di Benedetta con alle spalle la sua cucina

*Fig. 1.1.2;* La schermata usata per introdurre la preparazione, composta dalla foto del dolce e della fetta tagliata e la grafica della scritta "Torta furba al limone"

*Fig. 2.1.3;* Il pan di spagna mentre viene cotto in forno, aumentando dunque di volume.

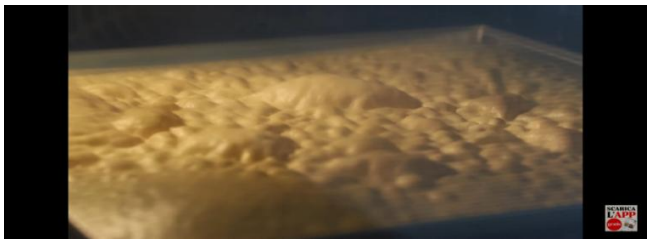


*Fig. 2.1.4;* Benedetta sta levigando la torta

*Fig. 2.1.5;* Vediamo una foto di Benedetta con la cucina alle spalle mentre prepara il rotolo di frittata in una puntata del programma *Fatto in casa per voi*

## 2.2 La portatrice della vera cultura gastronomica siciliana: Giusi Battaglia, Giusina in cucina

Passiamo ora ad osservare le strategie comunicative usate da Giusi Battaglia[81]. Nel 2005 si è laureata alla facoltà di giornalismo e ufficio stampa a Palermo e ha lavorato per alcuni anni come addetta presso l'ufficio stampa di Milano. Dopo qualche anno si è messa in proprio con la sua agenzia di comunicazione, curando l'ufficio stampa di grandi idoli dello spettacolo[82]. Solo nel 2020, con l'arrivo del lock down, la celebre cuoca palermitana è entrata a far parte dell'universo mediatico culinario. Il covid ha portato nel suo settore un momento di crisi e ciò l'ha spinta a riscoprire quest'altra sua grande passione. Ha iniziato a mettere video tutorial di ricette siciliane tramandate dalla sua famiglia nel suo canale YouTube *Giusina in cucina,* con l'aiuto del marito Sergio[83] che in passato era un cameraman. Grazie alla popolarità dei suoi contenuti, di lì a poco ha catturato l'attenzione di *Food Network* e *Real Time* che le hanno dato l'opportunità di gestire un programma di cucina siciliana tutto suo con il medesimo nome. Negli anni ha proseguito questa via diventando protagonista di altre due trasmissioni[84], scrivendo tre libri di ricette[85], creando il proprio blog e i suoi profili social su IG e Facebook[86].

La ricetta che andremo ad analizzare sarà quella del Timballo di riso e melanzane[87]. Si tratta di un piatto tipico della Sicilia e di Napoli, una sorta di sformato a base di riso, melanzane, pomodoro e scamorza che vengono stratificati dentro uno stampo circolare o a ciambella e messo in forno.
Il video inizia con una sorta di sigla iniziale, poi appare una pagina introduttiva in cui c'è scritto il nome della pietanza e la frase "Ci pensa Giusina". Si vede Giusi nella sua cucina che presenta e loda il piatto: in un'altra schermata l'immagine è divisa a meta verticalmente: da un lato scorre un video degli ingredienti dall'altro c'è la loro

[81] Nata a Palermo nel 1976.
[82] Cannavacciuolo, Benedetta Parodi, Alessandro Siani e molti altri
[83] Con cui ha avuto due gemelli nel 2016, Marco e Luca
[84] *Ci vediamo al bar* (2022), *Una manciata di Sicilia* (2023)
[85] *Giusina in cucina* (2021), *Viaggio in Sicilia* (2022), *Le ricette della mia vita* (2023)
[86] Follower; Facebook 132.185, Instagram 160 Mila, YouTube 46,800, TikTok 38.560
*Questi dati sono stati controllati precisamente in data 2/09/2025
[87] https://youtu.be/bGUS8cmAuPc?si=mFM0p_iicmZuwuEK

trasposizione letterale. Poi appare il video della preparazione mentre scorrono le spiegazioni scritte. Successivamente la cuoca impiatta, taglia, assaggia e giudica il suo operato. Infine rimane la schermata con tutti gli ingredienti e il video degli ingredienti di prima è sostituito da una panoramica del piatto e, come si fa di consueto, chiede di seguirla sui suoi social.

Dunque stavolta come apertura abbiamo una specie di sigla presentata con una serie di clip, provenienti dalle fasi di preparazione e di assaggio delle ricette pubblicate precedentemente. Si tratta di quei retroscena dove Giusi canta, balla, fa facce strane, interagisce con il marito che la registra e le riprese che non sono andate a buon fine, come quando gli lanciano il macinino e lo prende per un pelo. Sono quel genere di scene che danno allo spettatore una visione spensierata e comica dell'atto del cucinare e della cuoca. Infatti, come Benedetta Rossi, cerca di creare un contesto entusiastico, passionale e che fa sentire a proprio agio gli interlocutori, usando i seguenti sistemi:

- Mantiene un tono rilassato e felice ed è molto sorridente perlomeno all'inizio e alla fine del video, dato che durante la preparazione non è lei c'è lei che parla.
- Usa una colonna sonora allegra.
- Si trova in una classica cucina di casa come si può notare anche dalla classica presenza del frigo con le calamite che si intravede in una clip della sigla (Analizzato nel paragrafo 2.1).
- I colori dell'arredamento tendono generalmente al bianco e c'è una presenza abbondante di mobilio, di utensili in legno e di piante (Analizzato nel paragrafo 2.1). Anche le tonalità cromatiche usate nella grafica influiscono sulla percezione di un clima allegro e sicuro; il blu degli sfondi e delle transizioni tra le fasi del procedimento trasmette caratteristiche come affidabilità, sincerità in quanto ricorda elementi naturali come il cielo e il mare e induce gli spettatori a essere più sereni. In altri casi il blu può renderci tristi, visto che si tratta sempre di un colore freddo. Per quanto riguarda il rosso usato per le scritte e le linee di contorno, oltre a evocare il più comune significato negativo legato al pericolo, la guerra e l'agitazione, esso porta in vita elementi positivi come passione, calore e amore.

Per di più questi due colori primari rappresentano anche l'identità siciliana della ricetta e di Giusina. Il blu richiama il cielo e il mare che circondano l'isola e viene associato alla visione di purezza e protezione del culto mariano. Invece il rosso è il colore della prima

meta della bandiera siciliana, che rappresenta Palermo[88] ed è legato alla grande produzione e popolarità dei vini rossi[89] di questa regione. Non sono però presenti molti elementi o simboli particolarmente iconici della Sicilia, tranne in una breve inquadratura iniziale in cui si può intravedere una testa e una pigna siciliana.

Anche in questo caso la nostra blogger da peso alla convivialità e inclusività del pubblico, formulando le frasi "Il nostro timballo" oppure "Ce lo mangiamo" e usando espressioni appartenenti all'italiano comune invece che dialettali. Però al momento preciso dell'assaggio questo aspetto viene smentito quando dice "Intanto io mi assaggio il mio timballo".

Contrariamente all'analisi fatta precedentemente in cui emerge il carattere umile della casalinga marchigiana, qui emerge in maniera più o meno esplicita che la cuoca palermitana sia consapevole delle sue doti culinarie. Non esalta solo la cucina siciliana ma anche sé stessa e le sue competenze nel cucinare i piatti della sua tradizione anche con un pizzico di egocentrismo;

- Ad esempio, con la scritta "Ci pensa Giusina" in apertura arriva il messaggio che lei sa fare, ed è l'unica che figurativamente parlando ci può salvare spiegandoci perfettamente la ricetta tradizionale del Timballo.
- Le stesse intenzioni le esprime dopo aver impiattato il Timballo, quando ci pone la domanda "E' Carino no?" auto rispondendosi "No perché secondo me è bellissimo", con lo stupore manifestato dal voilà pronunciato al taglio della fetta e la sua recensione positiva data dall'espressione facciale.
- Gli strumenti che utilizzati sono praticamente comuni a tutte le cucine casalinghe, viene messa però della cura e dell'eleganza nella mise en place usando un piatto color oro, enfatizzando così la pietanza e di conseguenza la cuoca che l'ha preparata.
- Un altro dettaglio che vediamo ripetersi e che fa percepire la professionalità e la serietà della cuoca è la buona postura, l'eccellente pronuncia e la sua presentazione esteticamente pulità. Notiamo però che non indossa un grembiule ma solo una maglietta (vedi il paragrafo 2.1).

[88] Il rosso e il giallo simboleggiano l'unione dei comuni di Palermo e Corleone nella rivoluzione dei Vespri contro gli angioini (Regione Siciliana, 2021, *La Bandiera*)
[89] Come il Nero d'Avola e l'Etna Rosso

Poi c'è la costante presenza di elementi che ci danno un senso di soddisfazione legati al food porn e alla manualità di Giusina, in particolare nei frame finali, come il momento in cui il Timballo esce perfettamente dallo stampino mostrando tutti gli strati o quando la scamorza fila al momento del taglio, anche se in questo caso non essendoci stata una ripresa ravvicinata la scena perde molta della sua grandiosità.
Come già accennato in precedenza, Giusi Battaglia si fa vedere in faccia e parla solamente a inizio e fine video; viene inquadrata da davanti e dietro di lei appare una minuscola parte della sua cucina in cui si vede anche la finestra coperta dalla tenda e affacciata sulle case davanti. Quindi non entra molta luce dall'esterno ma tutto è illuminato da una luce artificiale.
Forse l'assenza della voce può essere una strategia per far distrarre lo spettatore dall'arte del cucinare. In questo lasso di tempo si alternano riprese dall'alto come se la telecamera fosse attaccata alla testa di Giusina, dando quasi la sensazione di essere noi a cucinare, per cui si vedono solo le sue mani e il piano di lavoro e laterali e frontali dove si vede anche la cucina e il suo busto.
Inizialmente sul piano di lavoro, oltre alla superficie del tavolo e il tagliere di legno ci sono gli ingredienti e il canovaccio che rendono la tavola molto simile a un'opera d'arte per i colori e per la loro distribuzione che sembra seguire una logica spaziale precisa invece di essere disposti randomicamente. Questo sistema studiato sembra perdersi nel corso della preparazione per poi ritornare nella fase di impiattamento. Come per la ricetta della torta al limone anche qui sembra che le preparazioni vengano registrate e montate senza grandi tagli.
Tuttavia, allo stesso modo delle video ricette di Benedetta Rossi, non esiste una costanza nella loro progettazione. Infatti la nostra creator pubblica svariate videoricette applicando parametri audiovisivi talmente incostanti che è difficile definire cronologicamente i cambiamenti stilistici. Ad esempio, questa appena analizzata è stata pubblicata tre anni fa, quando evidentemente veniva inserita la sigla all'inizio, mentre ora non più. Poi si può notare come in altri contenuti si vede la faccia e si sente la voce di Giusina mentre cucina, oppure che le riprese subiscono più tagli per ottenere un formato breve soprattutto se parliamo di pubblicazioni fatte su IG, Facebook o nel formato shorts di Youtube.
Se poi andiamo a e guardare lo spazio televisivo che si è conquistata la food influencer siciliana per eccellenza col suo programma *Giusina in cucina,* individuiamo delle

differenze sostanziali, anche grazie ad un'inquadratura allargata della cucina. Innanzitutto, emerge in maniera più esplicita l'origine siciliana sua e dei prodotti che cucina:

- Ci sono nuovi elementi appartenenti alla cultura siciliana come le maioliche siciliane[90], ad esempio le mattonelle, le teste di moro, i piatti e le pigne. Vediamo come anche le presine riprendono le stesse fantasie e tonalità cromatiche. Lo stesso vale per le grafiche; vediamo infatti dei motivi ornamentali floreali bianchi[91] ispirati allo stile barocco siciliano, delle teste siciliane e anche qualche spazio giallo che caratterizza la seconda meta della bandiera siciliana che rappresenta la città di Corleone.
- È spiegata meglio l'origine dei piatti, le loro nomenclature dialettali, la storia che c'è dietro; racconta anche aneddoti personali relativi al piatto presentato, in particolare quelli legati alla sua infanzia.

Spicca maggiormente anche l'aspetto pubblicitario ed estetico; notiamo di più l'attenzione al vestiario con l'uso di camicie più eleganti e dai colori vivaci, e sullo scaffale della cucina vediamo i diversi libri che ha scritto.

Tirando le somme notiamo che, anche in questo caso, l'obiettivo del food creator è quello di trasferire delle competenze al pubblico, con la differenza che stavolta la cuoca riconosce il proprio potenziale.

[90] È un tipo di ceramica smaltata dipinta, si distinguono per i colori vivaci, la presenza di motivi floreali, animali e solitamente sono utilizzate per rappresentare i simboli della cultura siciliana (Traghetti Per Sicilia, 2024, *La maiolica siciliana: colori e sapienza artigiana*)

[91] Nasce nel XVII secolo, ha diverse influenze architettoniche e artistiche tra cui il gotico, il rinascimento e il barocco italiano. Si distingue per l'uso abbondante di decorazioni, curve sinuose, contrasti cromatici e dettagli elaborati (Immobiliare.it, 2024, *Stile barocco in architettura: storia e tutte le caratteristiche*)

*Fig. 2.2.1;* La foto sottostante è un frame di una delle clip che compongono la sigla in cui vediamo ballare Giusi Battaglia

*Fig. 2.2.2;* La Grafica che vediamo dopo la sigla

*Fig. 2.1.3;* L'inquadratura iniziale dall'alto e frontale del ripiano di lavoro

*Fig. 2.2.4;* Giusina taglia con evidente soddisfazione una fetta di timballo e ce la mostra

*Fig 2.2.5;* Vediamo una foto proveniente dalla ricetta dei Mulinciani Sciatri e Matri registrata nella trasmissione di *Giusina in cucina*

## 2.3 Si fa così!; Bruno Barbieri, Bruno Barbieri chef

È evidente che anche il celebre chef bolognese Bruno Barbieri[92] appartiene alla cerchia di food influencer, nella quale ovviamente si distingue recitando un ruolo primario[93], visto il suo stile culinario e non solo. Le sue ricette raccontano la sua vita, le origini e le passioni, l'amore per la cucina bolognese e italiana, i numerosissimi viaggi per la penisola italiana ma soprattutto all'estero, la spinta a creare e conoscere nuovi piatti, la moda e il glamour che lo hanno sempre contraddistinto per i suoi vestiti, come si muove in cucina e la cura che mette per rendere perfetta l'estetica dei piatti. Inoltre, è sempre stato apprezzato per la sua personalità di cuoco severo e intransigente che è sicuro di sapere cos'è giusto e sbagliato in cucina.

Bruno ha vissuto la sua infanzia con sua madre Ornella, che lavorando nel settore tessile gli ha trasmesso la passione per la moda, e sua nonna materna Mina o Mimi, come l'ha sempre chiamata, dalla quale ha appreso le sue prime nozioni di cucina, che lo hanno spinto a desiderare di lavorare in questo campo. Non ha invece avuto grandi rapporti col padre visto che quest'ultimo si è trasferito in Spagna quando lui era piccolo

Si è diplomato all'istituto alberghiero di Bologna nel 1979, ha iniziato subito la sua carriera facendo la sua prima stagione a Milano Marittima nel ristorante Zì Teresa e poi ha lavorato come sous chef nelle navi da crociera, così da poter apprendere nuove culture culinarie[94]. Da lì ha proseguito a lavorare in diversi ristoranti d'Italia, non solo nella riviera romagnola, salendo di posizione e seguendo corsi di perfezionamento. Ha affiancato celebrità come Igles Corelli, che Bruno ha sempre dichiarato essere il suo unico mentore; tutto ciò l'ha portato ad aprire i suoi ristoranti in Italia e fuori[95] fino a diventare lo chef pluristellato che conosciamo oggi.

Bruno ha fatto il suo ingresso anche nell'ambiente televisivo soprattutto in programmi in cui rivestiva il ruolo di giudice severo e in qualche modo anche quello di maestro di cucina, come *Masterchef Italia, Bruno Barbieri 4 hotel* (2018) e *Cuochi d'Italia* (2020).

---

[92] Nasce a medicina il 12 gennaio 1962
[93] Follower; Facebook 1,2 Mln, Instagram 1,7 Mln, YouTube 504 Mila, TikTok 1.6 Mln
*Questi dati sono stati controllati precisamente in data 2/09/2025
[94] L'America Latina, i Caraibi e gli Stati uniti.
[95] Il primo fra tutti è stato l'Arquade, nell'hotel Villa del Quar a San Pietro in Cariano

Si è fatto spazio anche tra l'editoria pubblicando numerosi libri di ricette: *Polpette che passione* (2008)*, Via Emilia vai da casa* (2015), *Pasta al forno e gratin* (2020) ecc.

Nel corso del paragrafo approfondiremo le capacità comunicative di questo mito della cucina nel campo audiovisivo analizzando la videoricetta di un piatto che richiama le origini romagnole dello chef, i Passatelli coi frutti di mare[96]. Questo tipo di pasta è a base di Parmigiano Reggiano, pan grattato, uova, buccia di limone e noce moscata. In genere si serve in brodo di gallina o cappone, ma in realtà in principio questa preparazione è stata ideata dai pescatori romagnoli che usavano invece il brodo di pesce. Poi quando hanno importato questo piatto in Emilia si è iniziato a usare quello di carne, come sottolinea anche Barbieri quando introduce la ricetta.

Stavolta l'impostazione scenografica non segue esattamente l'andamento tipico delle narrazioni; infatti, si inizia direttamente dalla scena dell'assaggio finale in cucina, subito dopo viene riavvolto il nastro della video camera posizionata al lato destro. In seguito, è presentata una breve sigla del video: si vede Bruno che bussa alla fotocamera si allontana da essa e con uno sfondo blu alle spalle dice "Ragazzi volete sapere come si fa". Vengono mostrate le clip in cui usa il ferro per passatelli e scuote la pentola per mescolare i frutti di mare. Adesso ritorniamo allo scenario precedente dove lo chef risponde alla domanda iniziale con l'espressione "Si fa così!" che e' il nome della playlist di ricette dove si trova questa[97]. La stessa frase viene visualizzata con "Si fa" in giallo e "Così" in blu contornate di bianco e accompagnata dalle dita dello chef mentre appare. In seguito la frase rimane sempre ma scompare lo sfondo con Bruno che viene sostituito da grafiche diverse; si tratta di tre angoli sovrapposti con i vertici in basso a destra con le aree degli stessi colori del font. Poi lo schermo diventa totalmente blu con tre scritte bianche:

- Viaggio in Italia in una grafica simile alla targa delle auto forse per ricordare la passione per i viaggi dello chef.
- La regione di provenienza.
- Il nome.

[96] https://youtu.be/VtCaqS5eRRk?si=Ll3VupjsX4tsE3o5
[97] Ci sono tutte le ricette spiegate nel suo libro chiamato "Si fa così"

Arriviamo in cucina dove ci racconta la storia del piatto lodandolo e illustra gli ingredienti e spiegando ciò che sta facendo. Poi vediamo il momento dell'assaggio e successivamente il video si divide in due: una parte a sinistra con gli ingredienti scritti in bianco sullo sfondo blu e a destra una parte con il video panoramico del prodotto finito. Infine c'è solo la panoramica a schermo intero dei prodotti.

In numerose occasioni entra in gioco la figura del cuoco-giudice severo di masterchef, sicuro di saper che ciò che fa è perfetto, e per questo si sente in dovere di impartire insegnamenti con questo tono imperativo:

- Già l'espressione "Si fa così" chiarisce da subito il concetto, ma lo stesso accade anche con altre affermazioni come "La grattata di limone ci va sempre!"
- La presenza di colori come blu e giallo delle grafiche[98], che rispettivamente rappresentano i significati di affidabilità e cautela.
- Nella schermata con i tre angoli sovrapposti l'ultimo è quello con l'area gialla che rappresenta quasi un riflettore che illumina la scritta "Si fa così".
- All'interno del contesto prevale molto nero in particolare nella cucina e in piccola parte anche nel gilet. Troviamo anche delle tracce rosse date dalla camicia, gli occhiali dello chef e la pentola. Queste tonalità cromatiche solitamente si identificano con la rabbia e il pericolo.

Conoscendo il personaggio in questione non possono mancare dei richiami alla sua professionalità, competenza ed eleganza, che hanno sempre contraddistinto la sua rappresentazione mediatica;

- Abbiamo già evidenziato la sua attenzione alla moda quando mette un gilet nero che è sempre stato considerato un colore che trasmette eleganza e che fa esaltare i colori che si mettono a fianco. Accade per la camicia bianca in sigla e quella rossa durante la preparazione e indossando un anello e un braccialetto. La stessa logica vale per pareti, mensole, bancone e i colori accesi di piante, utensili della cucina e sopramobili di vario tipo. Ovviamente queste influenze possono esistere

[98] Comprese quelle della transizione tra la preparazione del brodo e quella dei Passatelli.

anche tra arredamento e vestiario. Viene presa anche la piccola accortezza di usare una pentola rossa in modo che si abbini alla camicia e gli occhiali.

- Inserisce accenni della lingua francese che è sempre stata considerata un elemento indispensabile per parlare di moda e cucina di lusso, utilizzando termini come voilà o presentando gli ingredienti sotto una cloche.
- Ovviamente si mantengono elementi come l'eccellente postura e parlata. Tuttavia, al contrario dei video precedenti non si vede il grembiule. Forse ha un grembiule senza pettorina ma non si capisce, perché nelle riprese vediamo solo dalla vita in su e in ogni caso sono meno efficienti dal punto di vista igienico sanitario. Mantiene sempre il piano di lavoro pulito e le mani curate, anche se indossa un anello e un braccialetto che non sarebbe consentito in cucina.
- Usa delle terminologie tecniche, ma in questo caso neanche troppo trattandosi di una preparazione poco complessa. Specifica la provenienza dei prodotti, mette in pratica le sue conoscenze e abilità ovviamente cucinando, spiegando i processi della ricetta in maniera chiara, sicura, raccontando la storia del piatto, dando consigli relativi all'aggiunta della mortadella nell'impasto dei passatelli, se fatti in un brodo di carne.
- Nella cucina, oltre al solito tagliere in legno, vediamo strumenti che anche noi abbiamo a casa ma per i materiali che li compongono e i colori sgargianti danno l'idea che siano più dispendiosi, basta considerare le padelle in rame. Ci sono elementi che invece richiamano di più la cucina tradizionale come il mortaio, evidenziando che si è persa l'abitudine di usare gli strumenti tradizionali che richiedono fatica e tempo. Ai giorni d'oggi molti usano sughi pronti o vanno direttamente a frullare tutto col mixer o il frullatore a immersione.
- Al momento dell'assaggio assume un'espressione concentrata per gustare nella maniera migliore.
- Mostra le sue skills, ad esempio, nel pulire i gamberi velocemente o nell'impastare.
- Utilizza spesso le pinze per non toccare gli ingredienti.

È evidente che in questo frangente Barbieri ha l'obiettivo di esprimere l'amore che prova per la sua Romagna, non solo riguardo le tradizioni culinarie. Quando vede gli ingredienti,

li cucina e assaggia il piatto e vuole trasmettere la meraviglia e l'eccitazione che prova a parole e non solo:

- Con esaltazioni come "Voilà", "Wow", "Incredibile" o "Che meraviglia nella mia terra"
- Cantando il nome della sua terra seguendo con le dita la musica che ha messo di sottofondo
- Gesticolando estasiato con le mani
- Parlando con l'accento romagnolo
- Si complimenta con pescatori per il piatto che hanno creato e per il modo con cui lo mangiano, che approfondiremo a breve
- Ha sempre il sorriso e parla con un tono sempre molto allegro quando parla della sua regione
- Racconta le origini del piatto
- Fa degli apprezzamenti all'ambiente marittimo e al contesto sociale a cui era abituato da giovane come anche adesso

Insieme al legame così profondo con la sua regione emerge anche l'indispensabile connessione con la famiglia e la sua gioventù: racconta un aneddoto riguardo sua nonna che diceva che la farina andava nell'impasto ma per lui no. "Ma siccome la nonna è la nonna" mette comunque un mezzo cucchiaio. Accenna anche qualcosa riguardo alle serate pazzesche che passava fuori durante la sua adolescenza.

Emergono spesso valori relativi alla convivialità e all'inclusione nei confronti del pubblico; crea un ambiente sereno e felice, mitigando quindi anche il ruolo negativo del giudice intransigente:

- Non accentua eccessivamente il dialetto romagnolo e usa terminologie tecniche ma non esageratamente
- Interagisce con gli utenti, chiede "Dove ci troviamo?" oppure "Volete sapere come si fa?"
- Viene portato alla luce anche il contesto del mangiare in casa a cui siamo abituati; quando serve i passatelli come facevano i pescatori in passato. Lascia tutto nel tegame e spiega che in principio prendevano il piatto, si versavano un mestolo dal

pentolone e si mangiava tutti insieme; ma in questo caso Barbieri sta assaggiando direttamente con un cucchiaio

- Anche l'arredo aiuta a far percepire che siamo in una cucina casalinga: le ciotole con la frutta, candele, portafoto, piantine, libri di ricette sopra le mensole
- Riaffiorano sempre proprietà rilassanti da elementi come il bianco del muro, la camicia e le scritte, l'andamento calmo, la musica classica di sottofondo che ricorda le melodie suonate col pianoforte, la parlata tranquilla e amichevole dello chef, la luce che sembra essere almeno in parte naturale essendoci una finestra e la vegetazione presente
- La musica molto ritmata e divertente della sigla
- La personalità talvolta esuberante ed esultante dello chef quando sorride, assume un tono allegro, balla, canta, agita le mani quando rimembra la sua cultura regionale
- I colori degli oggetti e delle grafiche di certo assistono nella trasmissione di queste sensazioni; in particolare il giallo che rappresenta un'allegria quasi infantile, il rosso che valorizza l'energia, la passione e l'amore per la cucina e le origini.

Durante il video appare l'annuncio che pubblicizza il libro da cui provengono le ricette, indirizzando a schiacciare il link in descrizione per acquistarlo, aggiungendo così un po' di marketing.

Per quel che concerne le registrazioni e il montaggio, nella sigla Barbieri viene registrato per intero. Invece mentre cucina e presenta gli ingredienti si sente la sua voce che spiega in tempo reale, ma si vede quasi sempre solo il busto e le braccia o le riprese panoramiche ravvicinate delle preparazioni e degli ingredienti. Fa' eccezione solo quando dà consigli o riporta delle storie o assaggia il piatto. Le registrazioni delle preparazioni sembrano abbastanza complete e quindi piuttosto lunghe. Come è stato spiegato nei casi precedenti, su YouTube si ha ancora l'abitudine di pubblicare contenuti più lunghi al contrario di Facebook e IG. Nel caso di Barbieri, egli sfrutta poco questi ultimi due social, almeno per le ricette.

Le inquadrature sono fatte da tre angolature diverse e si alternano, una frontale, una ferma sul lato destro di Bruno che inquadra anche la finestra che pare sia coperta sia dalla tenda che da un telo bianchi per regolare la luce che entra. Ritorna poi l'elemento del food porn,

incoraggiato dalle riprese ravvicinate del cibo e in questo caso dal colore rosso della pentola e l'abbigliamento, perché è considerato un colore che enfatizza l'appetibilità. Ora iniziamo a ricevere, sempre a causa dell'avvicinamento della videocamera, non solo stimoli visivi ma anche uditivi come lo sfrigolio dell'olio. Anche l'azione di mangiare direttamente dalla pentola pare che aumenti la bontà del cibo.

Ora che abbiamo di fronte uno chef professionista, la soddisfazione che suscitano i suoi movimenti fluidi e tutte le azioni svolte aumenta, per esempio quando usa le pinze perfettamente, pulisce i gamberi in modo facile e veloce o crea la forma perfetta dei passatelli.

Nonostante l'analisi però, non dimentichiamo che i contenuti degli chef sono ovviamente molto mutevoli a livello cronologico e per la tipologia di contenuto e social, soprattutto se parliamo di inquadrature. Generalmente gli altri elementi non sono molto diversi da quelli già osservati, come in questo caso.

Dunque, si è capito che lo scopo principale di questi contenuti è quello di dare delle istruzioni in maniera quasi imperativa, marcando così la consapevolezza del cuoco delle sue competenze.

*Fig. 2.3.1;* Si tratta della scena della sigla dove Bruno Barbieri finisce di accompagnare con il dito la scritta *Si fa così*

*Fig. 2.3.2;* Vediamo Bruno entusiasta di preparare una ricetta della sua terra

*Fig. 2.3.3;* La scena dell'assaggio finale direttamente dal pentolone

*Fig. 2.3.4;* La ripresa ravvicinata della pentola con il brodo e passatelli

## 2.4 Lo spirito creativo dei giovani e la loro poca esperienza; Valerio Braschi, Vale Braschi

Andiamo adesso ad approfondire le strategie mediatiche usate da uno degli chef italiani più popolari delle nuove generazioni[99]; Valerio Braschi. Questo giovane romagnolo[100] dopo aver vinto la sesta edizione di *Masterchef Italia*' a soli diciott'anni ha acquisito tanta fama non solo per aver raggiunto questo traguardo alla sua età ma per il carattere frizzante, creativo, autentico, profondo, raffinato, irrefrenabile, innovativo e curioso di lui e dei suoi piatti, che ha mantenuto anche in seguito lavorando in diverse cucine professionali.

Ha avuto la passione per la cucina fin da piccolo, grazie al contributo della famiglia, la nonna in particolare, e ai viaggi fatti insieme che l'hanno portato a conoscere nuove culture culinarie, non solo italiane. L'amore per la cucina l'ha portato addirittura ad avere un piccolo incidente quando aveva tre anni: mentre leccava la crema pasticcera dal minipimer l'ha avviato accidentalmente ferendosi così il labbro superiore. Subito dopo la vincita Barbieri gli offri' un lavoro, Valerio però voleva crearsi una carriera in autonomia per non far credere che il suo percorso lavorativo derivasse dalla fortuna. Dopo aver concluso il liceo scientifico frequenta l'istituto alberghiero da privatista e nel 2018 è stato ambasciatore italiano a Nuova Delhi nella settimana della cucina italiana nel mondo. Nel 2019 ha iniziato a lavorare al *ristorante 1978* di Roma; è partito dal basso e col tempo è riuscito ad assumere il ruolo di executive chef, grazie a cui è riuscito ad esprimere il suo spirito creativo attraverso preparazioni come la lasagna nel tubetto e la carbonara liquida. Queste proposte gastronomiche hanno ovviamente dato vita a numerosi commenti che hanno definito questi piatti un affronto alla tradizione culinaria italiana, nonostante Valerio affermi che la sua intenzione è solo di omaggiarla rivisitando le sue ricette pur sempre utilizzando gli ingredienti originali, non rimpiazzarla. Quest'indole innovativa ha portato sia Valerio sia il ristorante a ricevere diversi premi e riconoscimenti[101]. Ha tentato

[99]Follower; Facebook 209.195, Instagram 256 Mila, YouTube 45 Mila, TikTok 171.986
*Questi dati sono stati controllati precisamente in data 2/09/2025
[100]Nato nel 1997 e cresciuto a Sant'Arcangelo di Romagna
[101] Ad esempio, il riconoscimento speciale tradizione futura da parte di Gambero rosso, in collaborazione con Moet&Chandon dato al *1978* e la nomina di giovane dell'anno per la guida dell'espresso data a Valerio.

di mettersi in proprio nel 2023 apprendo il *Vibe* a Milano ma il ristorante ha chiuso in meno di un anno e le ragioni sembrano non essere ben definite[102]. In pochi mesi poi, affacciato al duomo di Milano, ha aperto il *The View Milano*. Ha scelto questa location per riuscire ad eliminare il pensiero di molti italiani riguardo al fatto che qui si mangia male.

I suoi piatti non son influenzati solo dalla tradizione italiana e nello specifico quella romagnola, ma anche da quella di altri paesi in cui ha avuto l'occasione di conoscere il loro patrimonio gastronomico, in particolare il Giappone. Lo scopo che persegue e' quello di eseguire dei piatti che rappresentino l'equilibrio tra tecnica, gusto, qualità e la spettacolarità.

Analizzeremo le strategie comunicative audiovisive che attua Valerio sulle piattaforme mediatiche partendo dalla video ricetta dei gamberi blu della Nuova Caledonia e finferli e Tom Yam[103]. In questo caso il piatto ha influenze italiane date dai finferli, australiane visto la provenienza dei gamberi e thailandesi grazie alla presenza della Tom Yam[104], alla quale Valerio fa delle piccole variazioni come l'aggiunta del latte di cocco. Tuttavia i veri protagonisti sono i gamberi, non solo per il colore e il sapore, ma anche per la loro rarita' infatti sono patrimonio dell'UNESCO coltivati con cura e in quantità limitate come specifica Valerio nella descrizione del video.

Il video già abbastanza corto è stato pubblicato in due volte, come per quasi tutti i contenuti di Valerio. Nella prima parte prepara i finferli e i gamberi, nell'altra si occupa della preparazione e delle variazioni personali fatte alla zuppa e all'impiattamento. Per rendere l'analisi più lineare considereremo le due parti unite.

---

[102] Forse per le disavventure finanziarie del socio di maggioranza Edoardo Maggiori, il cui gruppo di ristorazione SunTzu era in liquidazione. Oppure perché a Valerio non è stata data carta bianca dal socio.
[103]https://www.youtube.com/shorts/nX9x5oVxmpQ https://www.youtube.com/shorts/mQH9pyz8FuM
[104] Una zuppa agro piccante thailandese, a base di lemongrass, radice di galanga, succo e foglie di lime combava, salsa di pesce e peperoncino che solitamente si serve con i gamberi ma possono essere sostituiti da frutti di mare misti o pollo, che avere. Inoltre, si può dividere in due ulteriori versioni, in brodo chiaro e cremosa (La Cucina Italiana, 2018, *La tom yam, intrigante zuppa thailandese*,).

La prima cosa che notiamo è l'evidente stravolgimento dell'ambientazione rispetto ai casi precedenti: ci troviamo in una vera e propria cucina di un ristorante. Si parte con Valerio che presenta gli ingredienti spingendo in avanti la mano sinistra con appoggiati i gamberi della Nuova Caledonia e sul piano di lavoro davanti a lui c'è una cassetta di legno con dentro i finferli locali, specificandone quindi la provenienza e affibbiandogli superlativi assoluti; "Stupendi" o "Fantastici". Conclude questa prima scena dicendo "Andiamo a farci insieme un piatto Fotonico", continuando quindi a sottolineare la straordinarietà degli ingredienti e indirettamente del piatto, anche mettendo questi attributi in maiuscolo nei sottotitoli. Nella clip successiva Valerio saluta il pubblico, si presenta, spiega che si trova al *Vibe* e introduce la fase di preparazione con "Oggi vi presento un'altra delle mie ricette, andiamo a prepararla". Poi si passa alle fasi di preparazione e impiattamento, durante le quali prosegue ad esaltare gli ingredienti. Dopo un taglio delle riprese vediamo Valerio con il gomito appoggiato al tavolo che tiene il piatto finito in mano e afferma che è il suo. Mentre fa una ripresa ravvicinata del piatto sentiamo in sottofondo che da' finalmente il nome alla preparazione. Infine si ritorna all'inquadratura precedente e Valerio ci augura buon appetito.

Le inquadrature rimangono all'incirca le stesse per tutto il video: Valerio con davanti il piano di lavoro, con alle spalle un altro ripiano e diversi elettrodomestici della cucina. Eccetto in alcune occasioni in cui la videocamera fa dei piccoli zoom tra le fasi del video o fa vedere la zuppa che scende dal cucchiaio, oppure durante la pulitura dei gamberi in cui inquadra solo il tagliere e le mani che lavorano. Parla quasi sempre mentre cucina, solo quando mostra la Tom Yam e ne parla dal punto di vista sensoriale si sente la voce in sottofondo. Prosegue ad elogiare gli ingredienti utilizzati anche durante la spiegazione del procedimento. Si nota poi come nelle scene mostri una gestualità accentuata allo scopo di enfatizzare il suo stupore per i prodotti e la loro preparazione, o per mettere incisività nella comunicazione delle spiegazioni in modo che siano più chiare. Nel montaggio viene inserita una colonna sonora vivace, forse per richiamare il carattere dello chef, oltre che per coprire il rumore della cappa d'aspirazione.

A prima vista Valerio dà l'idea di essere un cuoco professionista, come vediamo dalla bravura nel pulire i gamberi, la postura eretta, la cucina professionale in cui è, l'uso delle

pinze per impiattare, l'uso di un linguaggio settoriale, la pulizia personale e dell'ambiente, la casacca da cucina nera col nome e il cappello nero[105], seppur non sia la classica toque ma un semplice berretto con la visiera, magari per evidenziare la sua giovane età.

Tuttavia ci sorprende l'assenza di alcune spiegazioni necessarie per rendere chiara la ricetta, considerando anche che utilizza alimenti che sono poco comuni soprattutto a causa del fattore economico e lo svolgimento di preparazioni per niente scontate. Ad esempio non ci viene detto cosa rende speciale questa specie di gambero; la sua rarità è approfondita solo nella descrizione del video e le sue qualità sensoriali non sono minimamente accennate. Addirittura il procedimento per cucinare il Tom Yam viene completamente saltato, è vero riferisce la sua piccola variazione per addolcirla e ne descrive il sapore, ma non spiega come preparare questa zuppa. Forse lo scopo di ciò è mettere maggiormente sotto i riflettori il suo stile culinario innovativo e creativo.

Contribuisce a rendere ulteriormente marcate queste mancanze è la sporadica presenza di elementi inclusivi; l'accento romagnolo poco accentuato, una buona pronuncia delle parole, l'uso di un gergo tecnico ma non troppo, il fatto che utilizza strumenti abituali eccetto per le pinze e parla in prima persona plurale.

Rimangono pur sempre costanti alcuni aspetti messi in atto per tentare di creare un clima tranquillo: il tono calmo, un approccio informale e amichevole che notiamo già per il "Ciao amici", l'espressione rilassata. Quando parla degli ingredienti o del piatto parla a voce bassa e profonda quasi a volergli dare un valore inestimabile e comunicare la meraviglia che viene trasmessa da essi. Anche alla fine utilizza lo stesso timbro di voce quando ci augura buon appetito.

Appaiono alcuni dettagli che danno al video lo scopo pubblicitario: specifica che si trova al suo ristorante il "Vibe di Milano", il nome cucito sulla casacca e l'utilizzo degli aggettivi possessivi Mio e Mie riferendosi al piatto e le sue ricette.

[105] Un colore che rappresenta sempre l'eleganza. Riprendendo così anche lo stile di Barbieri.

Incontriamo nuovamente scene legate al food porn: quando Valerio fa scendere la zuppa dal cucchiaio per evidenziare la sua fluidità, lo sfrigolio dei funghi che si arrostiscono e in particolare la panoramica ravvicinata al piatto finito. Al fattore sensoriale contribuiscono in piccola parte le espressioni verbali, per esempio quando prende in mano i finferli e li elogia; "Che odore che hanno c'hanno una roba che". Tuttavia, come accennato in precedenza, le qualità organolettiche dei prodotti non sono particolarmente approfondite.

Analogamente all'analisi delle video ricette di Barbieri assistiamo alla dimostrazione delle competenze professionali di Valerio, come quando pulisce velocemente il gambero. Skills che, se messe in atto spesso, stupiscono e danno un senso di soddisfazione allo spettatore.

In questo frangente abbiamo una tipologia di contenuto che possiede una struttura narrativa tipica di una videoricetta virtuale, con il tentativo continuo di attirare l'attenzione degli utenti usando alimenti rari e preparazioni complicate, provenienti da diverse culture gastronomiche.

*Fig. 2.4.1;* Valerio ci mostra i due ingredienti principali della ricetta: i finferli e i gamberi blu della Nuova Caledonia

*Fig. 2.4.2;* Valerio è intento ad impiattare usando le pinze

*Fig. 2.4.3;* La panoramica finale del piatto finito

## 2.5 La cucina vegana non è noiosa; Carlotta Perego, Cucina Botanica

Se parliamo di cucina vegetale è inevitabile tirare in ballo Carlotta Perego[106]. Questa ragazza milanese, grazie all'enorme successo della sua *Cucina botanica* (2018), ha dato il via alla divulgazione mediatica del veganesimo. Questo progetto è stato presentato per mezzo di un blog e in seguito è stato inglobato in altre piatteforme mediatiche[107]. L'obiettivo di Carlotta è sempre stato quello di condividere ricette semplici e vegetali, allo scopo di insegnare a preparare piatti sani, economici ed ecosostenibili, che restino pur sempre invitanti e appetitosi. Desidera smentire chi è scettico riguardo a questo genere di alimentazione e chi vede la cucina vegana come un mondo di prodotti e piatti limitati, insipidi, banali e privi dei nutrienti essenziali in particolare le proteine, e crede impossibile e insensato cercare di ricreare sapori e consistenze di cibi di origine animale. Carlotta spiega come molti si focalizzano su ciò che viene tolto e non sulla scoperta degli ingredienti che ci rimangono, come il seitan o il tofu, e come la loro scarsa varietà consente di dare più spazio alla creatività e alla novità. Sottolinea che anche dai prodotti di origine vegetale riusciamo a fornire il giusto fabbisogno nutrizionale, ovviamente mettendo insieme più elementi come si fa con quelli animali. Specifica che spesso chi segue questo stile di vita lo fa per ragioni legate alla sostenibilità[108] e non per rinunciare alle qualità organolettiche di ingredienti e piatti di origine animale.

Carlotta ha sempre avuto la passione per la cucina e l'universo vegetale, ma prima di crearsi una carriera in questo settore lavorava nel campo della moda e lo si nota anche dall'attenzione all'estetica presente nei suoi contenuti. Si è resa conto che il suo impiego la rendeva infelice e per questo motivo ha deciso di abbandonarlo per andare a Los Angeles dove ha studiato cucina vegetale per poi lavorare come assistente presso Plantlab e infine diventare insegnante di cucina vegetale.
Quando è tornata in Italia ha dato vita a questo progetto, ha avuto modo di pubblicare il suo primo libro *Cucina botanica; vegetale, buona e consapevole* (2020) e in seguito altri cinque. Nel 2023 è stato dedicato anche a lei uno spazio televisivo su *Food network*:

[106] Nata a Monza nell'1993.
[107] Follower; Facebook 211.255, Instagram 1,3 Mln YouTube 582000, TikTok 3,6 Mln
*Questi dati sono stati controllati precisamente in data 2/09/2025
[108] Ambientale, economica e sociale

*L'orto di Carlotta*. La fama di *Cucina botanica* si deve anche al carattere allegro e rilassato e all'eleganza di Carlotta che avremo modo di osservare nel corso dell'analisi.

Riprende spesso la filosofia di Benedetta Rossi aggiungendo al titolo delle ricette aggettivi come veloce, sane, facili, economiche, facendo anche video in cui spiega più ricette da fare con un ingrediente o le diverse versioni che può avere uno stesso genere di piatto. Viene ripresa poi una formula che spopola nel marketing alimentare: la preposizione "senza" con accanto gli alimenti o nutrienti assenti come uova e latte anche se parlando di cucina vegana è scontato che non ci siano. Inoltre quest'aggiunta perlomeno verbale, non rafforza l'idea che questa cucina non è noiosa.

Prenderemo a titolo d'esempio la video ricetta della pasta al ragù di seitan[109], il cui obiettivo è evidentemente riproporre la preparazione tipica bolognese in chiave vegetale. Prima di tutto definiamo la sequenza narrativa;

- Osserviamo che viene in quadrata la padella dove viene mescolata la pasta col sugo poi abbiamo la pasta impiattata. Successivamente vediamo la mano di Carlotta che da una forchettata e dopo vediamo lei che assaggia appoggiandosi al tavolo e dando le spalle alla cucina. Durante questa breve parte introduttiva abbiamo la voce di Carlotta in sottofondo che dice "Io vi assicuro che questo ragù vi ricorderà quello delle vostre nonne, però è cento percento vegetale ma se non glielo dite e probabile che non se ne accorga nessuno"
- Si passa poi alla fase di preparazione, durante la quale abbiamo solo l'inquadratura del piano di lavoro e di una piccola parte del pavimento mentre ascoltiamo Carlotta che illustra la ricetta, anche se probabilmente la sua voce è stata registrata in un secondo momento.
- Sempre riprendendo solo le preparazioni, impiatta la pasta con una spolverata di grattugiato vegetale e nel frattempo afferma che "Il nostro ragù è pronto per buttarci la pasta che preferiamo e per stupire amici e parenti". Conclude facendo apparire in grafica il nome del piatto in bianco

[109] https://youtube.com/shorts/eJYs20OWXUo?si=__fmnYoeboeIX3kk

Riprendendo ciò che è stato accennato in precedenza viene presentato un clima tranquillo, calmo e amichevole grazie alla personalità della food influencer e all'ambiente dove ci troviamo:

- Carlotta mostra subito un sorriso al pubblico, ha un tono pacato e dolce ricordando quello usato da chi si occupa di creare contenuti ASMR. Indossa un abito bianco suscitando emozioni legate alla sfera del relax tipiche di questo colore.
- La medesima logica cromatica la vediamo in parte anche nel ripiano della cucina. Ritroviamo poi elementi che rimandano a contesti naturali da cui emergono le stesse sensazioni, oltre a ricordare i temi che ricordano le ricette come il legno di taglieri, tavolo e pareti, le piante per terra e nella cucina. Il piatto usato per impiattare ha quasi la forma di un fiore, i capelli ramati ricordano le sfumature rossicce delle foglie autunnali, il marmo del piano di lavoro e la luce proveniente probabilmente dall'esterno visto la necessita'delle piante di stare al sole, i riflessi che si intravedono sulle foglie.

Oltretutto assistiamo ad uno sfoggio di eleganza, bellezza dato da aspetti come il completo in tinta panna e gli accessori color oro, il cosiddetto trucco non trucco, la piega ondulata morbida dei capelli, la musica classica di sottofondo, l'abbinamento del bianco e nero della cucina e l'uso di una superficie in marmo.

Sono evidenziate nuovamente le componenti relative alla l'inclusività e convivialità quali l'uso implicito del pronome personale "Noi", di una terminologia generica, la quasi assenza di termini o accenti regionali. Vengono svolte operazioni poco complesse e utilizzate attrezzature che tutti hanno in casa, oppure elettrodomestici che rappresentano una scorciatoia per chi non ha molta voglia o tempo di cucinare, pensiamo al mixer che fa risparmiare il tempo per tagliare le verdure. Si mantengono poi comportamenti e atteggiamenti legati alla professionalità; la perfetta pronuncia, la postura eretta e la pulizia.

Riaffiorano considerazioni legate all'ambiente famigliare e all'infanzia, ad esempio frasi come "vi ricorderà quello delle vostre nonne" oppure "Il nostro ragù è pronto per buttarci

la pasta che preferiamo". Si nota infatti come la scelta del formato di pasta diventi una decisione famigliare, in quanto dipende dalle preferenze dei singoli membri della famiglia.

In molteplici occasioni Carlotta è intenta ad elogiare il piatto, inducendo a pensare che per i sapori e le consistenze sia simile all'originale per convincere che la cucina vegana non è affatto noiosa;

- Spiega che nonostante la preparazione sia cento percento vegetale è probabile che, se chi assaggia ne è ignaro non se ne accorgerà neanche
- Al momento dell'assaggio esprime in suo giudizio attraverso l'espressione stupita e il solito giro con la mano per enfatizzare la bontà del piatto
- Aggiunge che questa pasta riuscirà a stupire amici e parenti
- Dà l'idea che il cibo sia saporito grazie all'uso del rosmarino e salsa di soia per insaporire e indirettamente per la moltitudine di vasetti di spezie sulle mensole della cucina, nonostante ingredienti come la salsa di soia provengano dalla cultura asiatica

Tuttavia, per confermare che questo genere di pietanze siano gustose e che assomiglino davvero alla versione di origine animale, dobbiamo provarle.

Veniamo sottoposti ancora a stimolazioni relativi al food porn risaltate dalle riprese ravvicinate al piano di lavoro, in modo da attrare rendere maggiormente appetibile il cibo nella padella. Registrando il suono dello sfrigolio dell'olio o mostrando come la pasta si amalgama al sugo.

Ci troviamo di fronte ad uno YouTube short, composto dunque da una serie di clip estrapolate dalle diverse fasi della preparazione. Troviamo questa categoria di formati anche sui profili IG e Facebook di Cucina Botanica. Restano pur sempre anche i soliti tutorial di YouTube che consistono in video più lunghi ed esplicativi.

Anche in questo frangente troviamo delle leggere discrepanze tra la progettazione dei contenuti audiovisivi sui social e quelli trasmessi dal programma del food creator in questione *L'orto di Carlotta*:

- Ci immergiamo ulteriormente nelle tematiche trattate nei video valorizzando il fatto di avere l'orto e di stare in mezzo alla natura. Lo capiamo dal nome della trasmissione, la tonalità verde del ripiano della cucina e la sua collocazione esterna tra la vegetazione e con la luce naturale. Inoltre, come per la maggioranza delle trasmissioni gastronomiche, sono presentati gli ingredienti all'inizio e spesso sono inseriti in grafiche, che in questo caso sono caratterizzate da illustrazioni rappresentanti ortaggi.
- Carlotta si vede di più in faccia e la cucina viene in inquadrata prevalentemente per intero.
- Ritaglia più spazio alla spiegazione della ricetta, a dare consigli e illustrare proprietà nutritive degli ingredienti.
- È più valorizzato l'elemento della casa e della famiglia che possiamo carpire da cose come le calamite che bloccano le foto di lei col suo fidanzato sul frigo.
- Stavolta la vediamo con il grembiule addosso e con una camicetta di jeans, forse per adattarsi all'ambiente dell'orto dove di solito ci si veste più comodi che eleganti.

Possiamo dedurre che la strada intrapresa da Carlotta nei confronti degli spettatori non è tanto quella di dare indicazioni tecniche, ma tentare di cambiare la visione che hanno della cultura gastronomica vegana, rendendoli consapevoli che non è scontata e non rappresenta una rinuncia ma una scoperta.

*Fig. 2.5.1;* Vediamo Carlotta che assaggia soddisfatta la sua pasta

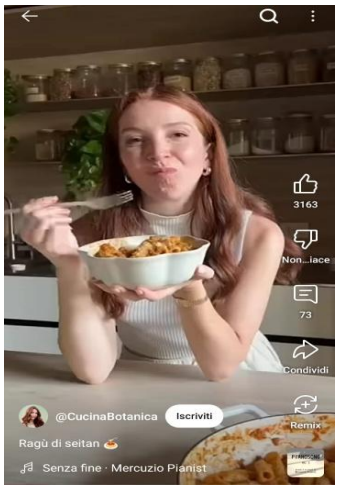



*Fig. 2.5.2;* Tutte le verdure e il seitan vengono tritati nel mixer

*Fig. 2.5.3;* Ci viene mostrato il Ragù da vicino prendendolo con il mestolo

*Fig. 2.5.4;* È una foto ripresa dalla ricetta della carbonara rivisitata trasmessa del programma *l'orto di Carlotta*

## 2.6 Un invito a non sprecare non sempre così cordiale; Alessio Cicchini, Rucoolaaa

Tra i tanti food influencer che propongono cucine vegane o vegetariane ce n'è uno che si distingue per il suo tentativo di comunicare un ulteriore messaggio: "Non Buttarloooo!" e, da quanto si intuisce dai numerosi followers, sembra arrivato forte e chiaro[110]. Parliamo di Alessio Cicchini[111] che con questa esclamazione e i suoi piatti vuole far comprendere il valore degli scarti alimentari, per mezzo di *Rucoolaaa*[112], spiegando che spesso ciò che viene buttano via credendo che non sia commestibile o mangiabile in realtà è assolutamente utilizzabile, per creare piatti nuovi e buonissimi, basta saper cucinarli ed essere creativi. Oppure si può riciclare come concime e addirittura per il regrowing[113], azione da cui è originata la sua cucina a base di scarti. Nello specifico ha iniziato a creare contenuti riguardanti l'utilizzo dei culetti o cooletti[114] come li chiama lui, per auto coltivarsi i prodotti, anche per avere una minima idea di quanto tempo, risorse e fatica ci vogliono per coltivare ciò che portiamo sulle nostre tavole. Lo scopo implicito di Alessio è educare e sensibilizzare gli spettatori a osservare le situazioni critiche a cui siamo sottoposti, a livello ambientale, sociale ed economico, ad esempio l'inquinamento, l'effetto serra, le carenze alimentari/nutrizionali, e ragionare su come nel nostro piccolo possiamo contribuire a ridurre queste problematiche. Non solo utilizzando i residui vegetali, ma informandosi sugli acquisti che facciamo, se rispettiamo la stagionalità dei prodotti[115] o guardiamo se la carne proviene da un allevamento intensivo[116]. Nei suoi contenuti usa frequentemente l'ironia per riuscire a rendere più leggeri argomenti così seri. Ha pubblicato anche un libro di ricette antispreco chiaramente chiamato *Non*

---

[110] Nato a Pescara nel 1993.
[111] Follower; Facebook 61, Instagram 231 Mila, YouTube 98.400, TikTok 2,7 Mln
*Questi dati sono stati controllati precisamente in data 2/09/2025
[112]Il nickname con cui si identifica nei differenti social media. In quanto questo ingrediente gli è sempre piaciuto e ha sempre creduto che lo rappresentasse per la sua amarezza, piccantezza e freschezza.
[113] una tecnica di coltivazione che consiste nell'utilizzare le parti di scarto di alcuni ortaggi (tendenzialmente quelle basali o apicali) per dare vita a un ortaggio clone dell'ortaggio madre. Si può fare dentro casa, senza terra, con poca luce, utilizzando un piccolo recipiente con dentro pochi millimetri d'acqua (Corriere della Sera, 2025, *Alessio Cicchini e le ricette che fanno bene al Pianeta: «Utilizzare uno scarto è il modo per sprecare meno in cucina»*).
[114] Rimanda al termine inglese "cool", che sta a significare divertente, fresco.
[115] Per produrre prodotti che non sono di stagione necessitiamo di usare maggiori risorse e anche molti pesticidi, che sono una delle cause principali dell'inquinamento ambientale.
[116] Si tratta di allevamenti dove lo scopo è massimizzare la produzione per unità di fattore produttivo, dove allevano tanti animali all'interno di spazi stretti, non garantendo però così la welfare animale.

*buttarlo!* e ha avuto modo di sensibilizzare le persone a questi temi parlandone ad eventi, talk oppure nelle scuole.

Alessio ha sempre avuto la passione per il cibo soprattutto grazie al padre, a cui da piccolo faceva compagnia mentre preparava le linee nella cucina del suo ristorante. Tuttavia il percorso di studi che ha intrapreso non ha nulla a che fare con la gastronomia; ha frequentato il liceo classico, si è laureato alla facoltà di lettere moderne e in seguito questo legame profondo con la cucina è tornato. Infatti ha lavorato per otto anni in un'agenzia di comunicazione su brand e per programmi tv relativi al cibo. Stare nel settore alimentare l'ha portato a far riaffiorare i ricordi di lui da bambino e l'ha convinto mettersi in proprio e rendere la cucina il suo lavoro, per arrivare quindi al famoso *Rucoolaaa*. Alessio spiega anche che forse l'amore per questa cucina di recupero è scaturita perché al ristorante suo padre gli dava dei pupazzetti fatti con ritagli di verdure per giocarci.

Tra i suoi contenuti ci sono anche preparazioni dove gli ingredienti sono usati quasi per intero, per fare un singolo piatto o da ogni componente del prodotto viene ideata una ricetta diversa, talvolta addirittura cucina dei dolci utilizzando le verdure e queste pietanze sono spiegate tutte nello stesso video. In questo caso prenderemo in considerazione per l'analisi la ricetta di una torta di mandarini[117], che sfrutta quasi completamente il frutto in questione.

Come per le altre videoricette di *Rucoolaaa*, all'inizio viene ripresa la questione degli scarti e come questi non siano valorizzati in cucina; vediamo un termosifone sopra cui vengono lanciate le bucce dei mandarini. Nel frattempo sentiamo Alessio che dice "Smettila di lasciare le bucce dei mandarini sul termosifone", ma solitamente urla l'iconico "Non buttarlo" dopo aver chiesto "Che ci fai con" e dice poi buccia, semi o altri residui ai quali si riferisce. Un attimo dopo l'inquadratura cambia, ora c'è Alessio con le scorze in mano, appoggiato alla cucina e con lo sfondo in penombra composto dal soffitto e le pareti bianche con il lampadario e i quadri, che dichiarando che ci mostrerà lui il modo di utilizzare le bucce in cucina.

[117] https://youtube.com/shorts/KMRsllOlG3k?si=D5Yjv-mq0i7zBzbF

Dopo uno zoom sulla faccia e un suono simile a quello riprodotto da una pistola che viene caricata e che spara si passa alla fase di preparazione durante la quale non viene inquadrato molto Alessio, ma il piano di lavoro di lato, riprendendo il ripiano in legno con le piante e il frigo verde dietro e il forno a fine video. Alessio è ripreso solo quando ribadisce che la buccia non va buttata, aggiunge il whisky e sforna la torta. In seguito a quest'ultima azione vengono fatte delle riprese zoomate e ravvicinate della torta e del sollevamento della fetta tagliata. Rispunta poi Alessio che annusa e assaggia la torta stupito e ne descrive il sapore. Mostra ancora la panoramica della torta integra, testa la consistenza con le mani e la definisce morbida riprendendo dà vicino solo la fetta e poi si ritorna a vedere Alessio mentre afferma che sa di mandarino. Infine, tenendo in mano il piatto con la fetta, sorride e ci saluta con la solita chiusura "Ciao rucoletto".

Durante il video di Alessio tutte le spiegazioni e i commenti sono sottotitolati in bianco, sia se la sua voce sia fuori campo sia che si veda lui che parla. Queste scritte includono l'uso delle emoji ed effetti visivi che aiutano a trasmettere efficacemente il messaggio per identificare metaforicamente un pericolo, come il triangolo giallo col punto esclamativo, o per sottolineare la necessità di usare mandarini con la buccia edibile e togliere i semi e il picciolo. Oppure a inizio video quando si vede il segnale di divieto d'accesso e la mano stop vicino alla parola "smettila" che aumenta e diminuisce di font di continuo. Vengono usate anche delle faccine come quella che si lecca i baffi, oltre a simboli come il mandarino.

Anche Alessio comunica al meglio le sue sensazioni ed emozioni con il viso e i gesti. Ad esempio, quando dice "Ti mostro io un modo per utilizzarla in cucina" assume un'espressione delusa, altezzosa e giudicante nei confronti di chi non pensa come la buccia possa essere utilizzata in cucina. Tutto ulteriormente enfatizzato dal rumore della pistola in contemporanea e dal suo tono un po' troppo saccente. Invece in altre occasioni fa facce stupite, sorridenti e comiche in momenti come la visione della torta, l'uscita della torta dallo stampino, durante la quale tira il respiro sperando che esca integra tutto accompagnato da una musica ansiogena in sottofondo. Quando aggiunge il whisky all'impasto appoggia l'indice alla bocca chiede di mantenere un segreto, per far intendere che è una specie di peccato mettere dell'alcol e far emergere il suo lato "pazzerello" che si vede anche quando inserisce una gif velocizzata di una ragazza che piroetta ormai

comune nei suoi video quando usa il frullatore “come se non ci fosse un domani”. Probabilmente usa questo stile ironico non solo per poter introdurre gli argomenti delicati visti prima, ma anche per provare che cucinare con gli scarti è divertente.

Si notano ancora una volta la cura riguardo dettagli utili per includere e mettere a proprio agio gli spettatori:

- Riferimenti alla natura e dunque alla serenità che emanano: il ripiano in legno, la luce quasi sicuramente naturale visto che si vede la cucina affacciata alla finestra, frigo verde ed evidentemente le piante. Oltre che richiami alla passione di Alessio per il regrowing.
- Non usa dialettismi abruzzesi e l’accento non è molto presente.
- Le termologie utilizzate sono parte di un linguaggio comune e non specialistico
- Svolge preparazioni poco complesse e con strumentazioni base per rendere le ricette a portata di tutti.
- La casa è arredata come tante altre senza grandi elementi decorativi.
- Tranne quando tira fuori la questione degli sprechi, usa un tono calmo e allegro.
- È vestito in modo semplice senza essere fuori luogo, ha un maglione a righe blu e arancioni, forse per avere una relazione cromatica con l’ingrediente protagonista della ricetta.
- Parla utilizzando la seconda persona singolare ma non in senso imperativo.

Per quanto riguarda la sua professionalità del cuoco, Alessio come abbiamo osservato per Carlotta Perego non indossa il grembiule, ma pronuncia le parole in modo chiaro, fa attenzione alla pulizia del suo aspetto ma anche della cucina e fa attenzione a tenere una postura eretta.

Sempre per incentivare le persone a credere che sono buonissimi anche i cibi nati dagli scarti, fa diverse riprese panoramiche e ravvicinate alle preparazioni e al prodotto finito. Non si sente la componente sonora provocata dalla manipolazione del cibo ma in compenso abbiamo la componente verbale che stuzzica l’appetito; ad esempio mentre mescola l’impasto dice “la consistenza è già golosa così” o in fase d’assaggio in cui afferma che:

“Quello che otterrai sarà una profumatissima torta antispreco, i mandarini rovesciati donano un tocco più sfizioso, il sapore mi ha davvero sbalordito, immagina delle camille ma ai mandarini è morbidissima.”

In seguito esprime quella che a prima vista potrebbe sembrare un’ovvietà; “Sa di mandarino”, però potrebbe esserci un secondo fine, quello di criticare i prodotti industrializzati e confezionati che, seppur nell’etichetta commerciale ci sia scritto che posseggono un certo aroma e sapore, questo non si sente mai così tanto, come si può constatare delle percentuali degli ingredienti al contrario delle torte fatte in casa e in questo particolare contesto quelle che hanno anche la buccia nell’impasto.

Nella struttura narrativa prevale ancora l’aspetto virtuale della video ricetta in quanto Alessio cerca di convincere gli utenti che gli scarti hanno sempre delle potenzialità in cucina e per questo motivo buttarli via rappresenta uno spreco inutile.

*Fig. 2.2.1;* Alessio afferma che ci mostra lui come utilizzare le bucce in cucina e subito dopo fa cadere sul tavolo quest'ultime

*Fig. 2.6.2;* Viene frullato l'impasto per la torta e nel montaggio e' stata sovrapposta la gif velocizzata di questa donna mentre balla

*Fig. 2.6.3;* Alessio ci fa una panoramica finale della torta

## 2.7 Dalla cucina al balcone; Ruben Bondì, Cucina con Ruben

Passiamo a parlare di questo giovane ventottenne romano, Ruben Bondì. Ha iniziato a spopolare nella web 2.0 con l'arrivo della quarantena dovuta al Covid. Quando ha iniziato a postare le sue prime videoricette che preparava sul balcone di casa con una padella e un fornelletto da campeggio, era iniziato tutto come un gioco, da una semplice sfida fatta con la sorella per vedere chi riusciva a raggiungere un maggior numero di follower su IG[118]. Oltre allo spazio particolare in cui cucina, è apprezzata l'interazione che crea con il suo iconico interrogativo "Che te voi magna'" diretto alle persone che passano per la strada di fronte, le quali a volte salgono e cucinano con lui. Nella maggioranza dei casi è gente comune, condomini, amici, familiari, la fidanzata o addirittura sconosciuti. A meno che i contenuti non siano fatti in collaborazione con altre personalità dello spettacolo. Talvolta accade che nei video non chiami nessuno, ma mantiene l'aspetto sociale cucinando insieme ad un'altra persona. Solo in rare occasioni cucina da solo. Contribuiscono alla sua fama anche il suo spirito energico e amichevole.

Ruben eredita la sua passione per la cucina dalla nonna, soprattutto per quella kosher e giudaico-romanesca vista la sua origine ebraica e la convinzione che gli è stata trasmessa: "La cucina ebraica è la vera cucina romana"[119]. Sostiene che quest'ultima è nata grazie all'influenza delle migrazioni sefardite tra il XV e XVI secolo, in quanto ingredienti e preparazioni sono simili[120]. Oltre a questo genere di ricette si diletta anche con piatti della tradizione italiana, orientale. Addirittura sperimenta la cucina gourmet e gli piace molto creare nuove ricette anche partendo da quelle già esistenti, forse grazie allo chef Bruno Barbieri da cui ha preso ispirazione.

Prima di iniziare il suo percorso mediatico Ruben aveva già acquisito delle competenze tecniche. Ha un diploma alberghiero, ha lavorato in diversi ristoranti come il ristorante *Pagliaccio* con due stelle Michelin e lavora attualmente come chef personale[121]. Ha debuttato nel campo televisivo con il suo programma *Cucina in balcone con Ruben* e poi

---

[118] Follower; Instagram 1,8 Mln, YouTube 475 Mila, Facebook 897.374, TikTok 2,6 Mln.
*Questi dati sono stati controllati precisamente in data 2/09/2025

[119] Reporter Gourmet, 2025, *Ruben Bondì, lo chef con oltre 4 milioni di seguaci: "Cucina ebraica? Ecco i locali top a Roma"*

[120] Pensiamo alla molteplice quantità di fritti e all'uso di ingredienti come mandorle, carciofi, pesce sotto sale, acciughe e sardine.

[121] L'ha fatto anche per Ilary Blasi nella serie autobiografica su Netflix su questa celebre conduttrice.

in quello editoriale col libro *Cucina con Ruben. Le ricette della tradizione giudaico-romanesca e non solo* (2023).

Per comprendere le logiche comunicative usate dal nostro food creator prenderemo come riferimento la ricetta degli spaghetti alle zucchine fatta a modo suo[122]. Per farla utilizza l'ortaggio protagonista in tutte le sue componenti compresi i fiori, creando consistenze e forme diverse e aggiungendo anche aromi come menta, basilico e la sua iconica buccia di limone.

Si tratta della tipologia di video accennato in precedenza dove Ruben chiede ai passanti cosa vorrebbero mangiare. In questo specifico le scene si articolare in questo modo;

- Ruben vede un passante dal balcone, che in questo caso conosce visto che lo chiama per nome (Angelo) e gli chiede "Che te voi magna'?". Viene inquadrato il passante che gli risponde
- Si ritorna ad inquadrare il balcone e il piano di lavoro dove Ruben ha le zucchine in mano e introduce brevemente e approssimativamente in cosa consiste il piatto: "Vabbè ti faccio una pasta solo con le zucchine, non puoi capì" e finisce con il suo solito daje accompagnato dal movimento della testa
- Dopo passa alla preparazione del piatto e in contemporanea spiega i passaggi, dà consigli e giustifica le sue decisioni riguardo l'aggiunta di alcuni ingredienti
- Impiatta, fa una panoramica del piatto con i palazzi che fanno da sfondo. Poi il cliente ritorna in scena, sempre sul balcone per assaggiare e giudicare il piatto positivamente come sempre. Anche se in realtà era già lì da prima, visto che durante la preparazione appare per pochi secondi quando tenta di tagliare le zucchine a cubetti
- Il video finisce con Ruben che assaggia la pasta senza commentarla mentre invita i followers a dirgli cosa vogliono vedere nella prossima ricetta

È evidente fin da subito l'importanza data all'alimentare le relazioni e al prendersi cura degli altri attraverso il cibo. Considerando che ora molte persone, in particolare i lavoratori, hanno preso l'abitudine di mangiare fuori da soli o a casa ma con prodotti surgelati o preconfezionati veloci da preparare. In questo modo non si godono il piacere di gustare del cibo fatto in casa e di passare le pause pranzo in compagnia. Infatti il cliente

[122] https://youtube.com/shorts/A7KI_QK_AoE?si=pQAdfNrlr1Pgbt8Z

è anche invitato a venire su per l'assaggio e assistere alla preparazione, almeno da quel che intuisce da quella breve clip. Questo spirito conviviale è incoraggiato dall'uso della prima persona plurale nella spiegazione delle ricette.
Anche in questo caso il nostro food creator cerca di far trasparire un clima rilassato, gioioso e stimolante con l'aiuto della sua personalità, del contesto esterno e l'oggettistica che utilizza:

- Ruben si fa percepire come un ragazzo semplice, divertente che mette a proprio agio le persone. Lo si può dedurre dall'outfit semplice composto da una maglietta bianca il grembiule e i pantaloni, dal suo carattere solare socievole ed energico, dal tono allegro e tranquillo
- Vengono inseriti alcuni frame dove emergono aspetti legati all'infanzia e al gioco. Ad esempio quando imita la voce di topolino mentre tiene il pupazzo di questo personaggio fingendo che sia lui a usare il frullatore a immersione, o quando usa la tazza di Ratatouille.
- Abbiamo poi un contatto più diretto con la sfera naturale, non solo per i ripiani e il tagliere in legno, ma soprattutto per la presenza di un'ambiente esterno che, escludendo i condomini, riporta i suoni riprodotti dal vento, mostra il cielo e dona un'illuminazione naturale.

A Ruben viene sicuramente affibbiata l'etichetta di romano doc grazie all'accento marcato e alle esclamazioni dialettali di inizio video. Tuttavia, come abbiamo osservato nelle ricette precedenti, il linguaggio regionale è moderato in modo che sia comprensibile da buona parte del pubblico. Sempre per questo motivo non viene utilizzato un gergo particolarmente tecnico. Questo sistema inclusivo lo percepiamo anche per l'utilizzo di strumentazioni basilari, del resto vediamo Ruben che per usare il Minipimer è costretto a spostarsi in cucina perché forse fuori non ha la presa elettrica. Inoltre dichiara il suo interesse per il pubblico e la loro opinione a fine video, quando lascia che sia il cliente a commentare il piatto e chiede agli utenti che ricetta vogliono vedere la prossima volta.
Nonostante la visione semplicistica data dalla componente verbale e dall'attrezzatura, la ricetta e le conoscenze tecniche messe in pratica non sono per niente scontate. Lo chef, lavorando da tempo nel settore, possiede un livello alto di abilità. Lo si capisce dalla velocita e dalla precisione nell'uso del coltello, la creatività gastronomica anche dall'impiattamento e dalla capacità di dare consigli e spiegazioni precisione. Poi

ovviamente si mantengono elementi essenziali per lavorare nel settore culinario come l'uso del grembiule, la pulizia delle mani e del piano di lavoro, la postura e la buona dizione. Il contesto inclusivo viene smentito quando mostra l'incapacità del passante, provando a fargli tagliare velocemente a cubetti la zucchina e subito dopo tornando in scena e tagliando lui stesso. Così altera anche la percezione del cuoco-amico di inizio video.

Intravvediamo anche l'influenza da parte dell'idolo di Ruben, per quanto riguarda la sicurezza nel sapere cosa va bene o no, ad esempio quando sentiamo affermazioni come "Altra scorza di limone, perché con la zucchina ci sta bene".

Passando ad analizzare il montaggio delle scene è evidente che ci ritroviamo davanti al genere di contenuto sintetico approfondito a inizio capitolo, composto da delle brevi clip prelevate dalla registrazione completa. Il video è composto da riprese frontali e laterali, in particolare quelle fatte al lato destro del balcone. Solo quando Ruben interpella Angelo viene inquadrata l'area sinistra del balcone e successivamente la strada sottostante. Lo chef si sente e si vede in faccia quasi per tutto il video, tranne quando viene inquadrato Angelo; oppure in qualche istante dove la telecamera riprende da vicino solo il piano di lavoro o la pentola con il condimento la pasta impiattata con lo sfondo dei palazzi. Tutte queste sono registrazioni di stimoli sensoriali che hanno anche effetti sinestetici, come la tonalità perfetta di verde risaltata dalla luce del sole, il suono riprodotto dalla mantecatura della pasta col sugo che ci spinge a immaginare una consistenza cremosa del piatto oppure lo sfrigolio della padella.

Osserviamo anche in questo frangente come la sicurezza e la disinvoltura dello chef nel cucinare porti a stupire e incantare il pubblico, non solo a livello visivo ma anche uditivo. Pensiamo al momento del taglio o quando impiatta in maniera così fine.

Si deduce quindi che generalmente questa video ricetta prenda una direzione istruttiva caratterizzata dall'atteggiamento energico, allegro e inclusivo dello chef e accompagnata dalla dimostrazione pratica delle sue competenze settoriali.

Ruben Bondi pur avendo acquisito maggior successo grazie ai brevi contenuti audio visivi che inserisce principalmente su IG, Tik Tok o sottoforma di shorts su YouTube, pubblica anche video tutorial lunghi e dunque più completi. Molti di questi sembrano svolgersi non propriamente sul balcone ma in una cucina affacciata sul balcone dove si notano anche altre differenze sostanziali.

- Si tratta probabilmente di una cucina aperta che è dotata di porte scorrevoli e che ovviamente è più attrezzata
- È presente un arredo che riporta a una visione di casa più ampia e di conseguenza ci posiziona in un ambiente maggiormente confortevole creato da elementi come piante, disegni appesi al muro, la prevalenza del bianco dei muri e delle mensole
- Vengono elencati e mostra gli ingredienti prima della preparazione, spiegando e celebrando le loro qualità organolettica aiutando anche ad enfatizzare le componenti legate al food porn
- Interagisce anche col cameraman.
- Sono stati aggiunti oggetti legati al marketing, come il logo di food network dov'è trasmesso il programma tv accennato a inizio paragrafo e il grembiule con il nome del cuoco.
- Dà indicazioni e consigli in maniera più approfondita
- Ci sono molti poster e cornici che ricordano l'estetica pubblicitaria americana tipica dei fast-food degli anni 40' e 50'

Questo tipo di struttura la ritroviamo anche nella trasmissione televisiva di Ruben con la differenza che ci sono anche le grafiche rosse con disegnati i mattoni come quelli della parete del balcone per presentare gli ingredienti.

*Fig. 2.7.1;* Angelo viene inquadrato mentre dalla strada risponde alla solita domanda di Ruben “Che te voi magna’?”

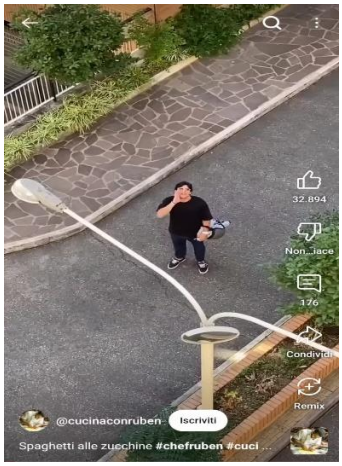



*Fig. 2.7.2;* Ruben sta tagliando molto velocemente e finemente le zucchine

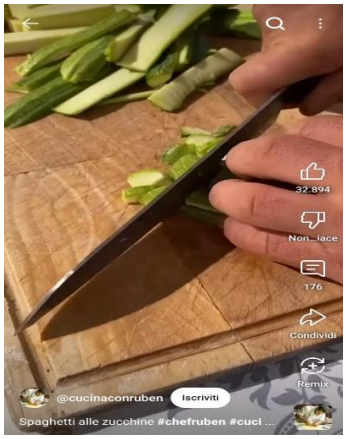



*Fig. 2.7.3;* Ruben aggiunge la sua iconica scorza di limone

*Fig. 2.7.4;* Mostra il piatto di pasta finito in contro luce e con dietro i palazzi del quartiere

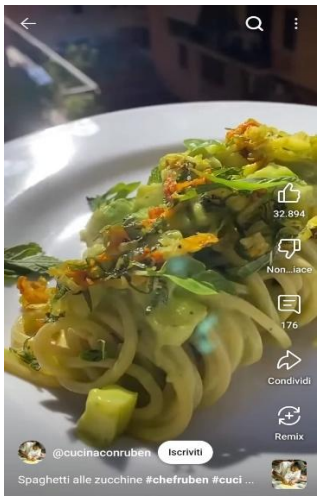



*Fig. 2.7.5;* E' una ripresa fatta alla ricetta della pizza farcita durante il programma *Cucina in balcone con Ruben*

## 2.8 Un cuoco shaky shaky: Alessio Pellizzoni

Il giovane food creator milanese[123]Alessio Pellizzoni, come altri suoi colleghi, ha dato il via al suo percorso mediatico nel bel mezzo della quarantena portandolo ad ottenere l'incredibile successo di oggi[124], in particolare su Tik Tok visto che è la piattaforma che sfrutta maggiormente. Lo scopo che persegue è di introdurre i follower a ricette buone, gustose, veloci e alla portata di tutti, originarie di svariate culture gastronomiche, anche se sono prevalentemente riferite al contesto italiano. Oppure crea spesso contenuti dove cerca di demolire i prodotti dei fast food come Mc Donald e KFC e classici prodotti confezionati o refrigerati come il Kinder fetta al latte, i sofficini, ecc. Lo fa ricreando in casa il piatto dall'inizio alla fine e facendo una comparazione tra il prodotto di riferimento e quello preparato da lui, non tanto dal punto di vista nutrizionale, visto che anche lui non scherza, ma perché vuole dimostrare che le qualità organolettiche e sensoriali dei suoi piatti sono nettamente "Meglio", come li definisce lui nei video.

Tuttavia le videoricette sono così attrattive non tanto per ciò che cucina, ma per il suo approccio comico dato soprattutto dal suo particolare slang, talvolta anglosassone, utilizzando espressioni come "Shaky shaky", "Creamy", "Saligno", "Pepigno" ecc. oltre che dalla sua personalità energica.
Caratteristici sono poi l'urlo alla fine dei suoi video, la dinamicità, il ritmo incalzante e addirittura le magliette con illustrazioni che in più di un'occasione richiamano temi legati al piatto o rappresentano la pietanza stessa. Oltre tutto le sue sorelle l'hanno sempre supportato, suggerendogli le riprese migliori e aiutandolo nell'editing dei video e nella gestione della community, lavorando pure loro nel settore culinario.

Alessio però non è un semplice cuoco di casa, ma ha anche lui avuto modo di acquisire diverse competenze professionali. Infatti frequenta i primi tre anni dell'istituto alberghiero di Milano "Amerigo Vespucci" ma si diploma all'IPSEOA[125] "Carla Porta". In seguito ha avuto modo di fare delle esperienze lavorative come stagista presso alcuni

[123] Nasce nel 1998 a Motta Visconti.
[124] Follower; Facebook 139.148, Instagram 664 Mila, YouTube 417 Mila, TikTok 1,5 Mln
*Questi dati sono stati controllati precisamente in data 2/09/2025
[125] Istituto Professionale di Stato per i Servizi di Enogastronomia e Ospitalità Alberghiera

ristoranti di una certa importanza come il *Trussardi* al Teatro alla Scala di Milano e il Tristellato *Piazza Duomo*. È poi entrato a far parte nel campo dell'editoria scrivendo un libro di cucina *Sicuramente non insalate*.

La ricetta che analizzeremo sarà quella del My Selection BBQ[126], in cui appunto viene rifatto uno dei panini ideati da Mc Donald in collaborazione con Joe Bastianich, che si caratterizza per contenere alcuni ingredienti di origine italiana in modo da rappresentare la cultura italo americana di Bastianich. Questo nello specifico è composto da carne bovina italiana, bacon croccante, insalata, Gouda[127], Coleslaw[128] e una salsa barbecue all'aceto balsamico di Modena IGP.

Si tratta intanto di un format breve, composto da tante brevi clip prelevate da registrazioni integrali. Il video si apre con Alessio seduto ad un tavolo in legno, con dietro lo sfondo composto da una finestra con le tende bianche che la coprono, le piastrelle bianche della parete e il ripiano della cucina sempre in legno. Alessio trascina davanti la busta del take away di Mc Donald, ne tira fuori la confezione di cartone nera del panino in questione con sopra scritto My Selection, la sbatte sul tavolo e dopo un taglio scena è già aperta e ci fa vedere il panino tenendo la confezione più verticalmente possibile. Al contempo lo giudica visivamente con un semplice "Carino". Poi richiude tutto e mentre dice "Ma possiamo fare di meglio" fa scivolare la scatola fino alla fine del tavolo in cui si vede lui che la riprende e dice "No waste". Cambia quindi l'inquadratura che riprende la parte finale del tavolo che, oltre a lui, comprende anche il muro dietro con appesi dei vinili, una piccola parte del ripiano della cucina e la cappa. In seguito si ritorna all'inquadratura iniziale dove stavolta si porta davanti un tagliere dove ha riposto il panino fatto da lui, affermando che è nettamente meglio il suo. Nella scena successiva è in piedi e tiene in mano il tagliere con il suo panino ma anche quello del Mc Donald, annunciando il nome del piatto e aggiungendo "Però molto più figo".

---

[126] https://youtube.com/shorts/I3rf0NcZRDo?si=h-x6trjAfaBAuxfx
[127] Si tratta un formaggio olandese (GoudaFormaggioShop, 2023, *Il formaggio Gouda è un noto tipo di formaggio olandese*)
[128] È un'insalata di cappuccio verde tipica degli Stati Uniti d'America (La Cucina Italiana, 2019, *Insalata coleslaw, la ricetta originale da New York*)

Arriviamo all'effettiva preparazione del piatto durante la quale diventa sorridente, non solo spiega i passaggi ma mostra le qualità sensoriali di ciò che cucina, anche con il contributo della componente verbale, ed esprime la sua meraviglia davanti alle proprietà organolettiche del cibo. Per la maggior parte del tempo inquadra da vicino il piano di lavoro, soprattutto frontalmente e ogni tanto lateralmente. In rare scene invece viene ripreso anche Alessio, sempre in piedi con la finestra alle spalle, non solo quando sta cucinando ma pure se si ferma per mostrare la teglia del pane da mettere in forno per dire che ovviamente lo facciamo noi o far vedere il bacon croccante quando lo descrive come "Crispy".

Mostra le scene del taglio dei due panini separatamente, aprendo poi le due meta'; finalmente inizia l'assaggio con Alessio seduto nuovamente al tavolo con riposto il tagliere con gli hamburger tagliati. Assaggia prima l'originale e con l'indice in su dichiara: "Raga non è male però" e mostra l'interno del suo panino mentre lo schiaccia leggermente. Zoomando sul panino e quindi tagliando il suo viso, lo assaggia e lo commenta: "Questo è veramente incredibile". Invita gli utenti a fargli sapere cosa dovrebbe fare meglio nella prossima ricetta e finisce il video con il suo iconico urlo.

Dal lato estetico Alessio indossa una maglietta nera, orecchini, un piercing e tatuaggi. È evidente poi che per l'intero video la sua voce è ascoltata sempre dal vivo non c'è il voice over.

Seppur nella fase introduttiva del video Alessio assuma un'espressione seria, probabilmente per riportare l'idea critico gastronomico che ci è stata comunicata da trasmissioni, film come *Masterchef* o *Ratatouille*, per il resto delle clip video riaffiora il suo lato ironico, energico, frizzante, dinamico e allegro della sua personalità e di conseguenza dei suoi video, attraverso diversi elementi e atteggiamenti:

- Sorride spesso e usa un tono entusiasta
- Schiaffa spesso gli ingredienti sul tavolo forse per mantenere alta l'attenzione degli spettatori e sorprenderli
- Oggetti dove sono presenti fantasie artistiche dai colori vivaci come i vinili e i tatuaggi

- Il personale slang di Alessio accennato in precedenza, il cui carattere giocoso si amplifica pronunciando ad alta voce con una certa enfasi espressioni come "Shaky shaky" o "Crispy", aggiungendo suffissi diminutivi come per "Pepigno", "Saligno", "Flippino" ecc…
- Poi succede che parla della ricetta e del cibo aggiungendo un pizzico di ironia: per far comprendere la consistenza del pane lo definisce più morbido di lui, sbaglia apposta a pronunciare male il nome della salsa Worcester oppure chiama la parte superiore del pane "Cappellino".
- Prepara tutto con molta rapidità, basta guardare il taglio della cipolla.
- Il finale ormai iconico in cui urla con gli occhi chiusi, senza un motivo apparente, ma probabilmente lo fa appunto per questo motivo e può essere un modo di esprimere l'esaltazione e la felicità rispetto al piatto

Quest'indole esuberante potrebbe provenire anche dalla sua passione per il rock. Un articolo sul quotidiano *la Provincia Pavese* riguardante lui racconta di un altro suo hobby[129]: suonare la batteria. In un certo senso questo passatempo è richiamato anche dalla sua estetica: la t-shirt nera, l'orecchino al naso e i tatuaggi, insomma tutti elementi che per alcune persone, in particolare quelle di una certa età, hanno una connotazione negativa, come se trasmettessero un animo trasgressivo, ma che invece sono graditi maggiormente dai giovani.

Questa serie di aspetti legati alla felicita e all'esuberanza riescono a mettere a proprio agio gli spettatori, insieme ad altri dettagli che aiutano a creare un contesto tranquillo e rilassato: l'espressione sempre felice vista poco fa, lo stile casual del vestiario e l'approccio informale. Dopo abbiamo sempre tutto ciò che riguarda l'ambiente e la strumentazione usata: la prevalenza del legno e del colore bianco a livello architettonico, il contesto della cucina di casa e l'utensileria basilare.

Nuovamente ci vengono fatti osservare accortezze e abilità tipiche di un cuoco e di chi lavora nel campo della comunicazione: la pulizia personale e del piano di lavoro, la

[129] *Piatti in un minuto: Alessio, chef rocker di Motta Visconti, conquista TikTok*, Alessandro Bianchi, La Provincia Pavese, Quotidiano regionale, Gruppo Editoriale L'Espresso

schiena dritta, la precisone e la velocita nell'utilizzare i coltelli, che di solito provoca una sensazione di soddisfazione al pubblico, e la conoscenza del gergo settoriale. Tuttavia, durante la preparazione del piatto, viene ignorata una parte fondamentale del processo e cioè come si fa l'impasto del pane da hamburger. Dovrebbe precisare che l'ha già spiegata in altri video e ci sono scritte le indicazioni puntuali su IG e Tik Tok, mettendo almeno il link della videoricetta del pane almeno nella descrizione, non solo per i principianti ma anche per chi vede i suoi video per la prima volta.

Ed ecco che ritorniamo alla valorizzazione dei concetti di inclusività e comunità che, a parte questa assenza, vengono comunque riproposti con diverse strategie: pronunciare al meglio tutte le parole, far sentire il meno possibile il linguaggio dialettale, usare il pronome noi in modo implicito. Fà uso di vocaboli specifici, ma neanche troppo, e attraverso le azioni riesce comunque a spiegare in linea di massa cosa significano, come l'atto di *smashiare* che consiste nello schiacciare una pallina di macinato fredda su una piastra rovente per avere un hamburger sottile e croccante[130]. Lo stesso discorso vale per i termini in lingua inglese. Si interessa al pubblico invitandoli a fargli sapere cosa fare nelle prossime ricette.

Alessio tenta di fidelizzare una buona parte del pubblico anche inserendo un breve frame mentre dice "No waste", visto che ridurre lo spreco è uno dei principi fondamentali per vivere in una società sostenibile.

Lo stile comunicativo di Alessio Pellizzoni dà ancora più spessore al fenomeno del food porn; mostra le inquadrature ravvicinate del cibo mantenendo la componente sonora riprodotta dalla sua preparazione per esempio mentre fa sfrigolare il bacon e mostra l'interno dei panini. Poi lo preme un po' per mostrare il formaggio che cola e il grasso che esce facendoci salivare oppure preme il pane per testarne la morbidezza. Ovviamente il tutto è accompagnato dagli aggettivi tipici del suo slang già visti all'inizio dell'analisi, oppure da esclamazioni come "Incredibile" o "Perfezione".

[130] Fine Food Group, 2024, *Quando il burger è Smash*

In questo caso abbiamo di fronte una videoricetta in cui prevale lo scopo di giudicare un prodotto cucinato da altri e in questo caso parliamo della famosa catena di fast food Mc Donald. L'obiettivo di Alessio è dimostrare che il panino creato da lui sia più buono; infatti, quando ne parla, usa spessissimo l'attributo "Meglio" e scandisce per bene questa parola a fine video. Tuttavia non esagera nel denigrare l'originale, anzi in più di un'occasione lo commenta positivamente, ad esempio, quando dice "Oh raga non è male però". Oppure esalta, forse non intenzionalmente, la categoria dei panini di My Selection utilizzando una maglietta di colore nero come la confezione usata per questa linea di hamburger, che in un certo senso rappresenta anche aspetti come eleganza che rimandano all'idea di base che c'è dietro a questo genere prodotti.

Ci sono molti altri video in cui Alessio cucina senza fare paragoni con nessuno e in cui prevale invece la componente manipolatoria per attrare il pubblico con il suo stile ironico e dinamico.

Solo recentemente si è vista qualche piccola variazione o aggiunta nella struttura e nella presentazione dei contenuti; sembra che abbia cambiato cucina, ora sono presenti anche più piante ed elementi bianchi. Inoltre cucina ricette con protagonista un certo prodotto tipico italiano, e registra all'aperto nelle zone dove sono prodotti tipicamente gli alimenti in questione.

*Fig. 2.8.1;* Alessio ci fa vedere l'hamburger del Mc Donald e la sua versione del panino mentre dice "My selection BBQ pero' molto più figo" ovviamente riferendosi al suo

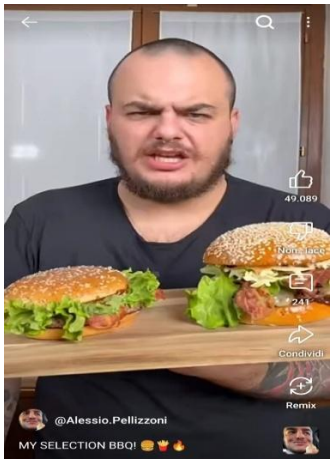



*Fig. 2.8.2;* Si vede quanto Alessio taglia rapidamente e precisamente la cipolla a julienne

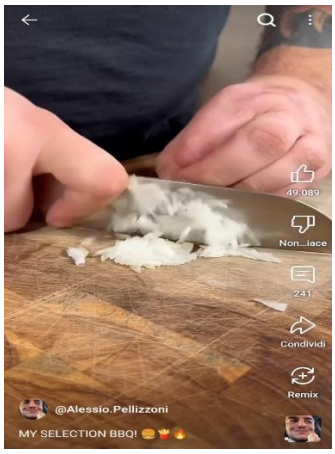



*Fig. 2.8.3;* ci fa Vedere da vicino il Bacon croccante appena fatto

*Fig. 2.8.4;* Alessio mostra da vicino l'interno del suo Hamburgher

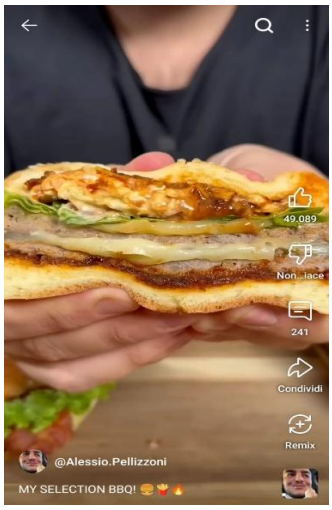
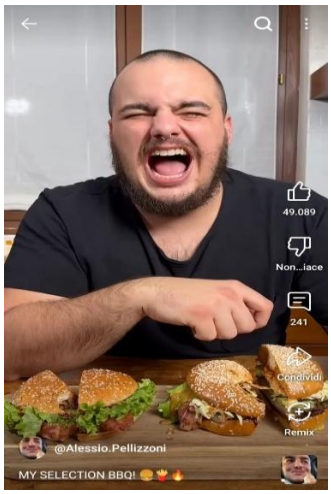



*Fig. 2.8.5* Alessio conclude il video con il suo iconico urlo di esaltazione



## 2.9 La cura nella relazione e di noi; Raffaele Del Piano e Caterina Piccirilli, 2foodfitlovers

Eccoci arrivati ad una coppia di influencer di nome e di fatto: Raffaele Del Piano e Caterina Piccirilli[131] altrimenti chiamati Raff e Cate o Pallotta come la chiama lui. Questi giovani abruzzesi hanno conquistato un enorme fama[132] creando il loro profilo *2foodfitlovers* che unisce la cucina, il fitness e l'amore. Si identifica anche per presenza di elementi come il voice over e comportamenti vari che analizzeremo fra poco, che possiedono una natura ironica e hanno un potenziale rilassante. I contenuti sono legati a ricette, all'attività fisica che fanno in palestra e alla loro vita da innamorati compresi i tour gastronomici. Poi recensiscono generi alimentari di vari marchi celebri e sponsorizzano i loro prodotti creati per chi vuole mantenersi in forma ma non vuole mangiare cibi buoni ed esteticamente appetibili; la stessa filosofia vale per le ricette. Si sono specializzati nella vendita online[133] di prodotti proteici, con meno calorie e carboidrati, vegani o senza lattosio e da poco provano a venderne anche nella GDO. Commerciano nello specifico gelati, creme al pistacchio e prodotti da forno visto che spesso usano i pistacchi e preparano panificati, in particolare Raff che ama questi prodotti.

Stanno insieme da quindici anni e hanno scelto dei percorsi di studio differenti. Caterina ha frequentato il liceo artistico e si è laureata in Dietistica, Raf il liceo scientifico ed ha una laurea in Statistica. Durante l'università hanno sviluppato la passione per il fitness e nel 2021 hanno dato vita quasi per gioco a questo progetto mediatico che man mano si è ingrandito portandoli ad avviare delle attività commerciali nel settore alimentare e a scrivere un libro di ricette: *Dolcemente fit.*

Le ricette sono semplici, veloci e svariate. Derivano da diverse culture, dalla loro infanzia, le inventano oppure riprendono un po' lo stile di Alessio Pellizzoni. Riproducono piatti già esistenti, come quelli virali sui social, o del supermercato dopo averli assaggiati e recensiti. Preferiscono però preparare dolci, spumoni e, come abbiamo accennato poco

[131] Nati nel 1994 a Vasto
[132] Follower; Facebook 12.918, Instagram 968 mila, YouTube 730 Mila, TikTok 1,4 Mln
*Questi dati sono stati controllati precisamente in data 2/09/2025
[133] Nello specifico vendono la loro merce su sito di *Fitporn* insieme ad altri produttori che come loro vogliono promuovere dei prodotti dietetici ma comunque buoni.

fa, i panificati. Li vediamo cucinare insieme o da soli, idem per l'assaggio. Se cucina Caterina poi sarà Raffaele a mangiare e viceversa, anche se per lo più cucina lui. In molti video uno di loro prepara un piatto all'altro in seguito ad una richiesta oppure dopo che il "Cuoco" presenta al "Cliente" due biglietti da pescare casualmente dalle sue mani, su cui possono essere due scritte come "Ti preparo una torta" e "Fattela tu stavolta" e capita sempre di prendere la prima opzione. Una dinamica simile si verifica anche se rifanno un prodotto confezionato. Uno di loro offre all'altro l'originale e la risposta dopo l'assaggio è "Buono ma tu puoi fare molto meglio" restituendo il piatto. Se tocca a Raff cucinare, finge di tirarsi su le maniche ed esce dalla stanza dicendo "Ma poo" muovendo le mani come se fosse arrabbiato anche se lo fa solo per far ridere. In diverse occasioni partecipa come assaggiatrice o cuoca anche la loro nipotina.

Prenderemo come base per l'analisi la ricetta della focaccia estiva con pesche, feta e rosmarino[134] presentata con l'ormai usuale format breve composto da tante piccole clip usato per le video ricette. Viene cucinata da Raffaele e poi assaggiata da Caterina a fine video.

Intanto mettiamo in chiaro com'è strutturata la video ricetta. Vediamo subito inquadrata dall'alto e frontalmente sul ripiano in legno la focaccia cruda su ci vengono buttati gli spicchi di pesca. Procede con un timelapse[135] della lievitazione dell'impasto registrato da davanti e messo dentro un contenitore con uno smile disegnato da cui poi esce anche l'impasto lievitato. Dietro in penombra si vedono le pareti bianche, il mobilio della casa prevalentemente in legno e Raff e Cate mentre si muovono. Il contenitore è sempre appoggiato sul tagliere in legno dove si farà l'intera preparazione. Ad un certo punto l'impasto viene rovesciato sul piano e viene diviso a metà. Raffaele inizia a maneggiarne una parte per dargli la forma, lo fa ondeggiare, lo mette in uno stampo da forno lungo stretto e alto e tutto è ripreso da sinistra mentre sullo sfondo c'è la portafinestra aperta che mostra il balcone che affaccia su quella che parrebbe una pianura. Poi si ritorna all'inquadratura precedente in cui si vede il timelapse della seconda lievitazione nello stesso stampo. Viene inquadrato per la prima volta Raff di fronte mentre si trova dietro il

[134] https://youtube.com/shorts/ncvF8qJ4Y48?si=vxgD8XRrisGy69SN
[135] Tecnica di ripresa consistente nella registrazione a intervalli di tempo regolari e non continui di immagini che vengono in seguito montate in modo continuo, con un effetto di scorrimento più veloce del tempo (Istituto della Enciclopedia Italiana Treccani, *timelapse*)

piano di lavoro intento ad afferrare una pesca al volo. Si rinquadra il tagliere più piccolo in legno con la fantasia a scacchiera sovrapposto a quello grande visto finora dove Raff taglia a meta la pesca e separa le due parti mostrandoci l'interno.

Nonostante la preparazione sia già in atto il voice over non la illustra ancora, forse perché questi primi passaggi sono facili da capire solo osservandoli. Informa solo sulle tempistiche e spiega in cosa consiste il piatto:

"Ci vogliono meno di due ore per preparare queta focaccia alle pesche sofficissima, ma se non ti piacciono non temere, puoi sostituirle con un altro frutto di stagione a tuo piacimento come ad esempio delle olive"

Un prodotto che propone spesso anche in altre ricette. Solo dalla clip successiva inizia a parlare della preparazione mentre la svolge. Da questo momento Raffaele non si vede quasi mai, al contrario il piano di lavoro è inquadrato da diverse angolature: da destra, dall'alto o frontalmente e sempre da vicino come le registrazioni precedenti. Poi in una clip velocizzata si vede la focaccia che cuoce in forno. Raff viene ripreso solo quando mostra la focaccia prima e dopo il forno sulla teglia e sul tagliere, quando va via dalla cucina per portarla a Caterina o Boss come la chiama nel video. Prima di portargli la focaccia però fa quello che definisce "Controllo qualità" cioè taglia e tasta con le dita le fette di focaccia.

Arriva infine il momento dell'assaggio che è fatto in salotto dove c'è Caterina che guarda il telefono finché Raff, che evidentemente ha la telecamera attaccata alla testa o al petto, attira la sua attenzione porgendogli il tagliere e dicendole che è per lei. Caterina conclude il video dando un morso alla focaccia ed esprimendo il suo verdetto naturalmente positivo: "E' troppo buona, questa è la focaccia perfetta per l'estate". Notiamo che nel montaggio del video, quando quasi tutte le scene in cui maneggia il cibo vanno al rallentatore e quando illustra la ricetta, usa la seconda persona singolare tu.

In sottofondo sentiamo sempre anche una colonna sonora che sembra ci riporti ad immaginare il contesto magico caratteristico delle favole. Delle sensazioni sono trasmesse anche dalla voce fuori campo, visto i toni calmi, pacati e bassi che danno quasi l'impressione appunto che Raffaele ci stia raccontando una storia, facendoci percepire un

contesto confortevole che ha lo scopo di farci sentire coccolati come quando eravamo piccoli. Valorizza così anche il concetto di cura, di accudire qualcuno e fargli passare qualche istante in tranquillità che è riportato anche alla fine del video quando porta la focaccia a Caterina.

Tirando le somme nel complesso possiamo constatare che ci troviamo davanti ad un genere di videoricetta di tipo virtuale, infatti non viene data molta importanza agli aspetti funzionali della ricetta ma si tenta invece di creare contenuti che far passare qualche istante di pace e relax.

Ci sono poi altre componenti che amplificano questa visione pacifica e ospitale, aiutando gli spettatori a sentirsi a proprio agio e in grado di comprendere il meglio possibile tutto ciò che viene detto: il loro approccio è calmo e informale, usano termini appartenenti all'italiano standard e non particolarmente tecnici, neanche l'accento si sente un granche', hanno una buona dizione, attrezzatura comune come anche gli ingredienti. Ma a parte questi elementi verbali ci sono anche tutti quelli relativi al contesto, all'abbigliamento e agli utensili. Troviamo parecchi riferimenti a contesti naturali come la luce naturale e la vista su una pianura garantite dall'affaccio sul balcone, la prevalenza architettonica e strumentale del legno e del colore bianco. Sono vestiti entrambi mantenendo uno stile casual e colorato. Lui indossa una maglietta verde e jeans corti e lei ha una canottiera gialla. Gli strumenti e gli ingredienti che utilizzano sono molto comuni e facilmente reperibili e la preparazione non è così complessa. Si nota però la maggior manualità di Raffaele e, pur considerando che sia lui che Caterina non hanno svolto alcuna esperienza lavorativa in cucina, si possono considerare dei cuochi di medio livello.

Infatti, in questo caso almeno, assistiamo alla messa in pratica delle conoscenze di Raffaele riguardo ai panificati e alla sua abilità nel far saltare perfettamente le pesche in padella. Poi rivediamo anche altri dettagli che identificano solitamente la professionalità di un cuoco come la pulizia e la postura eretta. Tuttavia, ci rendiamo conto che la preparazione è articolata molto superficialmente, soprattutto riguardo all'impasto. Forse considerando che esiste già un video in cui viene spiegato come farlo, Raff non si perde in ulteriori chiarimenti. Però al pubblico, in particolare ai nuovi iscritti, dovrebbe essere spiegato lo stesso, ad esempio comunicando che c'è un link in descrizione in cui lo fa.

Spezziamo tuttavia una lancia a loro favore specificando che sotto i contenuti corrispettivi su IG e Tik Tok le ricette sono spiegate per filo e per segno, ma per rendere la ricerca più immediata dovrebbe essere scritta anche su YouTube.

Al genere di narrazione rilassato approfondito poco fa viene dato anche un tocco di ilarità verbale e non, talvolta anche infantile, banale o insensata, visto l'assenza del legame con la cucina. Ad esempio quando Raffaele si riferisce a Caterina chiamandola "Boss" o quando mostra il contenitore con la faccina disegnata, oppure quando dice che un passaggio decisivo della ricetta è stendere l'impasto a rallentatore o farlo fare a qualcuno di più esperto e capace che l'utente puo' taggare nei commenti. Oppure quando afferma che guardare la focaccia con aria minacciosa serve ad incoraggiare la cottura.

Non mancano poi riferimenti al food porn che pare acquisisca un ulteriore valore grazie al fatto che buona parte della ricetta è vista al rallentatore e le riprese sono ravvicinate. La medesima logica vale per i cosiddetti satisfyng moment. Ad esempio, l'atto di bucherellare la focaccia con le dita, i timelapse delle lievitazioni e della cottura in forno e anche alcune azioni inutili per la ricetta come far oscillare l'impasto o stendere perfettamente le fette pesca a scala sull'impasto. Tornando al food porn pensiamo alla visione e all'ascolto del "Controllo qualità" della focaccia accennato in precedenza durante il quale Raffaele la taglia e la tasta far capire al pubblico quanto sia croccante e morbida. Le medesime sensazioni scaturiscono anche dal morso dato da Caterina. Queste due categorie di scene poi acquisiscono un significato ancora più intenso se accompagnate dalla componente verbale, come la spiegazione delle azioni che si stanno facendo credere ironicamente che siano fondamentali per la ricetta o definendo la focaccia sofficissima.

In rari momenti riaffiorano un po' le abitudini ormai molto comuni delle persone durante i pasti e al momento di cucinare. Per esempio all'inizio viene subito data un'informazione relativa al breve tempo che necessità la ricetta (aspetto già visto nel paragrafo 2.1), anche se non viene considerato che questo fattore dipende dal livello di competenza del cuoco, e poi vediamo che invece di mangiare in cucina Caterina mangia in salotto.

Questa è l'analisi di una sola ricetta, ma come per gli altri food creator, i contenuti dei *2foodfit lovers* sono continuamente incostanti. Specifichiamo però che, riguardo allo stile comunicativo, nelle video ricette dove cucina Caterina si vede che è comunque simile a

quello di Raff anche se in alcuni casi si vedono alcuni aspetti che non si notano invece in altre preparazioni. Per esempio quando dal punto di vista discorsivo la fine dei video e l'inizio sono spesso ricollegati oppure l'assaggio è fatto sia in apertura che in chiusura, in particolare per poter riniziare il video con la presentazione del piatto.

*Fig. 2.9.1;* Raffaele sta bucherellando la focaccia con le dita

*Fig. 2.9.2* Raffaele ci mostra la focaccia prima che la metta in forno

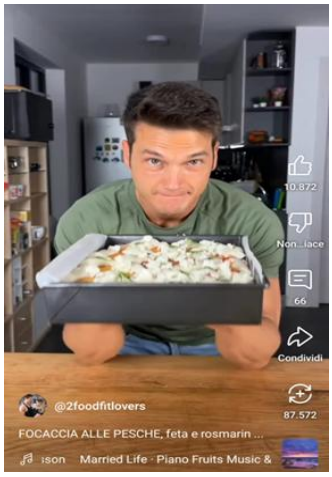



*Fig. 2.9.3;* La focaccia viene tagliata sul tagliere

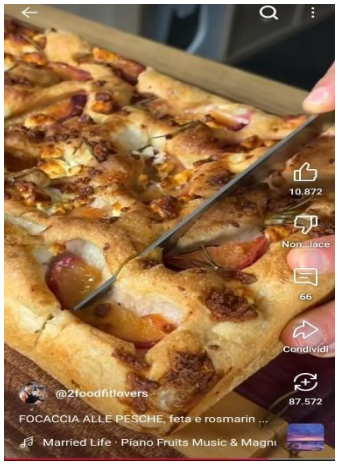
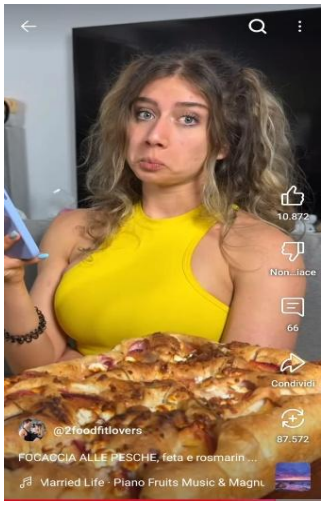


*Fig. 2.9.4;* Carlotta è in salotto a guardare il telefono e quando vede la focaccia assume un'espressione stupita



## 2.10 I Maestri dell'illusione; Alessandro Granatelli e Niccolò Pau, 2Men1Kitchen

Passiamo ora a parlare di Alessandro Granatelli e Niccolò Pau[136]. Questi due giovani romani nel bel mezzo della pandemia, dopo essersi incontrati ad una cena tra amici, hanno scoperto di condividere l'amore per la cucina e hanno deciso di crearne una che li rappresenti grazie al progetto di *2Men1Kitchen,* che si è rivelato molto promettente[137]. Cercano di illudere in senso buono gli spettatori, riuscendoci il più delle volte, grazie a trasformazioni quasi magiche derivanti dai principi della cucina molecolare. Infatti, per quanto si inquadri un semplice ripiano della cucina e sembri che la preparazione sia intuibile e banale, la questione è più complicata. Dietro ci sono studi, conoscenze e sperimentazioni nel loro laboratorio.

Entrambi hanno alle spalle una buona dose di esperienza. Alessandro, dopo aver lavorato in diversi ristoranti, ha aperto il suo ristorante a Roma che ha chiuso a causa del Covid. In seguito si è avvicinato al settore della sicurezza sul lavoro diventandone docente. Niccolò, invece, ha iniziato da adolescente con qualche esperienza nelle cucine della Cina. Ha conseguito una laurea in scienze e arti culinarie e ha proseguito la sua carriera lavorando in ristoranti stellati e pasticcerie. Oggi è consulente nella ristorazione e organizza eventi gastronomici. Dunque, tra i due, Niccolò è quello maggiormente esperto di alimentazione e ristorazione, Alessandro invece si occupa di più della parte creativa e imprenditoriale del progetto.

Nella maggioranza dei casi fanno piatti che al primo sguardo somigliano a certe preparazioni ma in verità non lo sono. Queste ricette iniziano sempre con Alessandro o Niccolò che pongono la domanda retorica "E se ti dicessi che" ad esempio "Questi sono involtini primavera", mostrando però ciò che sembra un dolcetto di pasta frolla con la marmellata o altri milioni di esempi. Altrimenti, alterando il senso della questione ma mantenendo l'istinto di innovazione, creano contenuti in cui chiedono allo spettatore di pensare come diventerebbe un piatto di una determinata tradizione culinaria se fosse nato in un altro luogo, dando quindi valore anche all'internazionalità.

---

[136] Nati ad Ostia, Alessandro ha 30 anni e Niccolò 29
[137] Follower; Facebook 69.100, Instagram 511.597, YouTube 86.900, TikTok 679.165
*Questi dati sono stati controllati precisamente in data 2/09/2025

L'obbiettivo intrinseco di Alessandro e Niccolò, a detta loro, è svecchiare i principi dell'alta cucina rendendola anche più inclusiva, soprattutto dal punto di vista linguistico. Cercano quindi di adottare uno stile comico, giocoso, leggero, sorprendente, innovativo, creativo, diretto, amichevole e informale anche grazie all'uso del dialetto romano. Mettono però a disposizione, volendo, anche un supporto a pagamento: la guida *Meal prep* presente nel loro sito che contiene ricette, a volte pubblicate nelle piattaforme social, dispense, consigli su come fare la spesa e i loro segreti in cucina.

Proseguiremo all'analisi basandoci prendendo come spunto la video ricetta di tre ciambelle. Rispettivamente ognuna di esse ha alla base gli ingredienti usati per fare tre celebri piatti di pasta romani: la carbonara, l'amatriciana e la gricia[138]. Sono formate da un impasto di pasta, da creme pasticcere (ai gusti dei primi piatti appena elencati che hanno come base un finto latte creato emulsionando un brodo di pasta, pepe, pecorino e guanciale con dell'altro pecorino) e da glasse di copertura che richiamano nuovamente il sapore delle tre paste.

L'intro rimane costante per questa categoria di contenuto e in questo caso è gestita da Alessandro: inizia con la solita frase di apertura "E se ti dicessi che questo è un tris di primi romani" con un'espressione facciale che pare voler dire "Eh si è proprio così". Nello sfondo dietro di lui c'è una parete lilla e dell'attrezzatura poco riconoscibile. Di Alessandro si vede solo la testa e un piccolo segmento del busto con la solita t-shirt e il berretto con la visiera di colore nero, con lo sguardo intenso che caratterizza lui e Niccolò. Sembra appoggiato al tavolo per tenere davanti a sé un po' in obbliquo il vassoio simile ad un pallet in miniatura con sopra le ciambelle, per renderle più visibili e occupando circa meta dell'inquadratura.

Si passa alle riprese della preparazione fatte praticamente per l'intero video solo ai fornelli e delle strumentazioni riprese da molto vicino, tranne che per i brevi istanti, ad esempio quando si vede Alessandro che mostra e usa il frullatore a immersione o guarda da vicino la pasta mentre viene sminuzzata. Trattandosi di tre ricette distinte, in qualche

[138] https://vm.tiktok.com/ZNdVbnmXe/

momento, ad esempio durante la farcitura, lo schermo viene diviso in tre strisce orizzontali che mostrano le azioni in questione fatte per ogni tipo di ciambella. I passaggi della ricetta sono spiegati dal VoiceOver. In principio sentiamo Alessandro, dalla parte della glassa in poi parla Niccolò fino alla fine del video. Oltre ad illustrare la preparazione, manifestano spesso il loro apprezzamento per ciò che viene fatto. Visto che all'inizio della videoricetta viene fatto solo l'impasto di pasta che è già stato illustrato in altre ricette, mentre Alessandro prepara l'impasto la sua voce fuori campo svaluta la pasta per il fatto che è scomoda da mangiare visto la necessità di usare la forchetta, e valorizza invece le ciambelle di pasta per il motivo opposto. Arriviamo poi all'impiattamento sul pallet di legno in miniatura e, mentre ci viene fatta la panoramica delle ciambelle, Niccolò ci porta alla fase d'assaggio: "E andiamo a veder che è uscito fuori".

Vediamo quindi Niccolò, con i vestiti e l'ambientazione circostante dell'inizio, inquadrato però da sinistra che assaggia la ciambella alla gricia e la giudica positivamente a parole: "A cinquecento mila commenti con scritto pallet famò un carretto con stata roba" e a livello visivo chiude gli occhi e annuisce con la testa con aria meravigliata.

Osserviamo dunque ora la trasposizione dalla teoria alla pratica di ciò che abbiamo accennato poco fa riguardo a cosa intendono i 2M1K con "svecchiare l'alta cucina":

- Decidendo di avere una parete lilla che si distanziano molto dalla tendenza di utilizzare tonalità più neutre, infatti il lilla è un colore più vivace e pop.
- Denigra la pasta definendola poco pratica, rendendo complessa e poco immediata l'azione di mangiarla, ricordando così anche il manifesto futurista di Tommaso Marinetti.
- Fanno un uso frequente di un gergo tutto loro, prevalentemente italiano ma con qualche traccia di inglese, caratterizzato da un animo divertente, giovanile che è spesso legato alla sfera ludica, videoludica e a film di genere fantasy. Ad esempio scandendo per bene e in diverse occasioni l'aggettivo "Broken" riferendosi in senso buono alle ciambelle, giocando con l'aspetto circolare delle ciambelle descrivendole come "Soffici anelli del vigore" o "Corone circolari" e chiamando

ironicamente "Limatura di *Darksteel*[139]" quello che sembra essere carbone vegetale. Dando una definizione tecnica alla decorazione, che tra l'altro è più coerente col campo delle stampe artistiche: "Serigrafia[140] lineo eterogenea bicromatica" pur sapendo che si tratta semplicemente di linee di due colori diversi che si incrociano: lo fanno solo per far ridere.

- Scelgono un abbigliamento giovanile che ricorda quello dei rapper, non indossano la solita casacca o la touche, elementi che ci aspetteremo che mettesse chi fa alta cucina, nonostante il vestiario sia nero, che come abbiamo già ribadito riporta al concetto di eleganza.
- Parlano spesso con l'accento e il dialetto romano, anche se in questo frangente è più adatto trattandosi di una reinterpretazione di pietanza tipiche della regione. Riprende infatti espressioni come "N'damo a veder che è uscito fuori", "Bella rega".
- Per impiattare al posto di un vassoio o di un piatto utilizzano la miniatura di pallet.
- Mostrano molti gesti comici insensati, come quando Alessandro guarda appiccicato al mixer la pasta mentre viene sminuzzata con l'acqua di cottura.
- Anche la chiusura relativa ai commenti con scritto pallet non ha senso ma fa ridere.
- Il loro sguardo, in particolare quello di Alessandro, è serio e profondo il che dovrebbe trasmettere un carattere tosto, ma è talmente esagerato che provoca ilarità.

Si ripresentano ancora elementi per esaltare la community; usano la prima persona plurale, invitano i follower a fare un piccolo gioco con loro a fine video che prevede scrivere la parola pallet nei commenti, mettendo a loro agio i follower grazie al loro tono calmo e pacato.

Tuttavia notiamo nella pratica il contrasto con le affermazioni di Niccolò e Alessandro relative alla capacità di tutti di capire e svolgere le loro preparazioni. A parte il fatto che

[139] Si tratta di un metallo magico di colore nero originario da un gioco di carte chiamato *Magic the Gathering* (Fandom, *Darksteel metal*)
[140] Procedimento di stampa che usa come matrice un tessuto di seta o di fibre sintetiche (Istituto della Enciclopedia Italiana Treccani, *serigrafia*).

usano ingredienti poco comuni e costosi come il tuorlo liofilizzato, è spiegato tutto sommariamente e si usano di frequente vocaboli tipici di altri settori, come quello dei videogiochi che una parte del pubblico può identificare ma molti altri no e il fatto che parlano velocemente incrementa il problema. Pensiamo a quando affibbiano la denominazione geografica al guanciale: *Tal'Dorei* che sarebbe in realtà l'ambientazione di una campagna del celebre gioco di ruolo *Dungeon & Dragons*. È quindi inventato e non ci viene detto che è stato detto per scherzo e nemmeno ci indicano la vera provenienza del prodotto. Non è stato spiegato neanche l'impasto dei donuts o come hanno fatto le creme pasticcere, viene detto solo come va fatto il finto latte. Sulla pagina del "Chi siamo" nel loro sito consigliano la guida solo come un approfondimento, ma si dimostra fondamentale, proprio per la poca chiarezza di questi video sintetici. Notiamo poi che su YouTube c'è qualche tutorial più lungo dove le indicazioni e il feed back sono espressi con più dettagli che possono essere utili. Questi format solitamente mostrano tre rivisitazioni di uno stesso piatto: quelle che richiamano i prodotti street food, le fast che si possono svolgere velocemente e le epic, in quanto la trasformazione e il godimento sensoriale sono maggiormente eclatanti. C'è qualche aspetto aggiuntivo rispetto alle versioni più brevi su IG e Facebook, come le riprese della cucina per intero o il fatto che sorridono di più e ci sono molte luci psichedeliche, che però in questo caso non sono riflesse su un muro viola ma su uno bianco.

Abbiamo ancora modo di assistere a strategie comunicative che riguardano il fenomeno del food porn. Pensiamo alle inquadrature ravvicinate e panoramiche, al momento della frittura delle ciambelle o allo sfrigolio del guanciale per renderlo croccante. Non sono registrati suoni provocati dall'atto di cucinare, si sentono invece le descrizioni lusinghiere in sottofondo che diventano decisive per far venire l'acquolina in bocca, soprattutto grazie al modo in cui sono espresse. Per esempio, quando parla a voce bassa e profonda per specificare che l'olio che usano è quello bono o pronuncia la parola broken scandendo in modo esagerato tutte le consonanti.

A scapito dell'inefficienza istruttiva e l'inesistenza della descrizione di un feedback dell'assaggio che dovrebbe essere necessario visto lo stravolgimento della ricetta originale, emerge chiaramente la valorizzazione della performance degli chef e le

competenze e le conoscenze: la rapidità e la precisione al coltello, la manualità di usare la sac a poche per farcire e decorare le ciambelle o sapere che il brodo può diventare una buona base per creare il finto latte da usare per le creme.
E questa consapevolezza e dinamicità, se messa in atto e mostrata, come al solito crea sempre una sorta di effetto soddisfacente.

*Fig. 2.10.1;* L'inquadratura iniziale in cui Alessandro è dietro le ciambelle e, mentre ce le mostra, ci guarda con uno sguardo serio e profondo

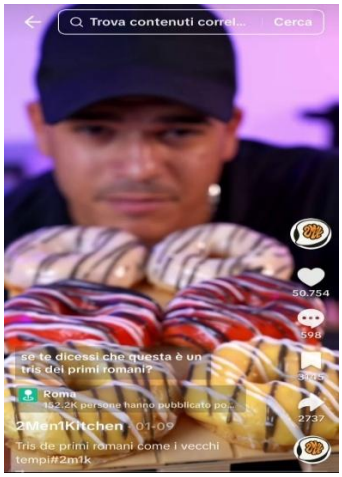



*Fig. 2.10.2;* Stanno preparando il brodo che servirà per fare il latte delle creme pasticcere

*Fig. 2.10.3;* Niccolò sta assaggiando una delle ciambelle, nello specifico quella alla gricia

## 3.0 Oltre alle ricette

In quest'ultimo capitolo andremo a fare un'analisi generale di tutti quegli elementi comunicativi che non hanno granché a che fare con le ricette, almeno non direttamente. In prima battuta analizzeremo quell'insieme di contenuti legati alla sfera familiare, alle abitudini, idee, passioni che spesso sono legate comunque allo stile di cucina e ai racconti di ciò che accade, il che comprende momenti difficili ma anche positivi. Pensiamo ad esempio a quando vediamo che si cucina in compagni di figli o nipoti o si postano qualche foto dei viaggi.

Invece nel secondo paragrafo avremo modo di approfondire tutto ciò che riguarda gli aspetti legati alla pubblicità: le collaborazioni con altri influencer che non parlano solo di cibo, le sponsorizzazioni di ristoranti, aziende alimentari o di elettrometrici usati in cucina, contenuti che promuovono le loro stesse attività commerciali, non solo ristorative, le pubblicazioni che riportano ricette o fatti correlati alla loro carriera televisiva, partecipazioni ad eventi legati al food, interviste ecc.

### 3.1 La vita lontano dai riflettori ma vicino alla quotidianità

Se andiamo ad aprire i diversi profili social dei diversi food influencer vediamo che un tema ricorrente è il legame con la famiglia, i fidanzati o compagni ed eventuali animali domestici. Vediamo qualche esempio. Nel caso di Benedetta Rossi a volte vediamo Marco che cucina per lei e mangiano insieme ciò che prepara, oppure pubblicazioni di foto e video di loro due, del cane attuale e di quello vecchio o di sua mamma e delle sue zie. Propone anche ricette che quest'ultime gli hanno insegnato, come Alessio Cicchini si affida spesso al padre per progettare le sue. Abbiamo anche influencer che raccontano dei viaggi coi corrispettivi partner. Pensiamo a Giusina che racconta e mostra nei suoi post ciò che sta visitando delle città o gira per le fiere di paese in compagnia del marito e dei figli.

Allo stesso modo assistiamo alla divulgazione di contenuti quando sono in cucina, in vacanza o in entrambe le situazioni con i loro amici. Altri possono raccontare di semplici incontri tra loro a delle feste, al bar o al ristorante.

Tutta questo viaggiare nasce dalla voglia di scoprire nuove culture soprattutto dal punto di vista gastronomico. Abbiamo difatti già accennato qualcosa riguardo a Bruno Barbieri, Valerio Braschi ma anche a food creator meno celebri quali i *2foodfitlovers* o Giusi Battaglia. Proprio grazie a queste attività hanno modo di fare appunto diversi tour gastronomici. Girano per fiere, eventi legati al cibo, scoprono nuovi ristoranti dove ovviamente assaggiano le pietanze.

Oltre al viaggiare mostrano contenuti relativi ad altre abitudini che richiamano spesso il genere di cucina a cui si dedicano, pensiamo ad esempio al regrowing di Alessio Cicchini e alla coltivazione dell'orto o alla produzione di saponette per Benedetta. Inoltre in svariate occasioni danno consigli e suggerimenti riguardo queste attività.

I food influencer ci raccontano anche di ciò che gli accade quotidianamente, del loro passato o avvenimenti imprevisti sia positivi che negativi. Ad esempio quando Benedetta Rossi ha pubblicato il suo sfogo contro gli haters (visto nel paragrafo 2.0) o le foto del

suo primo cane e di sua zia per comunicare che erano morti da poco o quando ha comunicato di essersi operata alla schiena. Ricordiamo poi anche il periodo nel quale Alessio Pellizzoni ha subito dei grandi traumi fisici[141] in seguito a un incidente in moto. Ci tengono a far sapere anche la loro storia lavorativa o comunque legata alla loro cucina. Vediamo Carlotta che in più di qualche pubblicazione racconta che ripercussioni ha avuto la sua scelta di diventare vegana sulle sue relazioni. Dice infatti che molti dei suoi amici non l'hanno presa bene e la consideravano pazza a rinunciare a cibi e altri prodotti di origine animale. Oppure a Barbieri che registra alcuni video in macchina per raccontare di quando ha cucinato per dei personaggi dello spettacolo come Vasco Rossi.

[141] Ha perso due falangi del dito indice e ha riportato un polso rotto e una gamba fratturata

### 3.2 Facciamo pubblicità

Passiamo ora ad approfondire quell'insieme di strategie comunicative che hanno come obiettivo quello di farsi pubblicità con azioni commerciali fisiche. Esse sono mirate ad aumentare il proprio seguito e anche quello di altri creator o di ristoranti e i loro chef, o marchi, aziende e manifestazioni dedicate alla cucina.

Le collaborazioni tra food influencer ormai sono diventate una consuetudine che porta vantaggi ad ambe le parti. Nella buona parte dei casi si traducono della creazione le ricette in cui cucinano appunto anche questi ospiti. Appare spesso un contenuto simile anche nei social su cui è posizionato l'altro creator. L'abbiamo già confutato quando avevamo approfondito il genere di videoricette Ruben Bondì, ma si nota la loro presenza anche guardando i profili social ad esempio di Alessio Pellizzoni, Bruno Barbieri, i 2Men1Kichen ecc.

Gli influencer sponsorizzano spesso, in particolare quando viaggiano, i ristoranti e talvolta anche i loro chef, come accade per Barbieri quando li intervista dopo aver mangiato i loro piatti e ovviamente si complimenta per la loro carriera e le loro creazioni. Talvolta accade che gli influencer in questione pubblichino contenuti con foto o video del dietro le quinte ovvero la cucina, come nel caso di Giusi Battaglia, o addirittura si ritrovano a cucinare insieme a loro. Questo si può notare ad esempio quando guardiamo i post di Raffaele e Caterina.

Contribuiscono a far acquisire visibilità non solo collaborando con le attività ristorative ma anche con imprese alimentari, progetti legati al food, supermercati o siti di vendita online dove talvolta mettono in vendita il cibo di cui hanno il brevetto. Partecipano a fiere ed eventi legati alla gastronomia dove approfondiscono temi su cui si basano questi avvenimenti e/o cucinano o addirittura entrano in affari con i produttori di elettrodomestici per la cucina. Basta guardare la partnership industriale tra Benedetta Rossi e *Kasanova* o Alessio Cicchini che parla spesso e volentieri di associazioni e aziende che perseguono lo scopo di produrre alimenti vegani nella maniera più sostenibile possibile oppure promuove delle manifestazioni che perseguono il medesimo obbiettivo

e delle quale fa parte alche lui. Ribadiamo che queste collaborazioni favoriscono notorietà anche agli influencer stessi. Proprio per questo motivo, questi patti commerciali di solito finiscono col creare situazioni in cui ci sono forti conflitti di interesse che portano quindi al non riportare delle recensioni obiettive. Succede poi che alcuni di questi influencer facciano dei video in cui recensiscono le novità del mercato o altri prodotti simili ai loro, come nel caso dei *2foodfitlovers* che recensiscono anche ciò che vendono gli altri produttori presenti sullo shop online *Fitporn*.

A volte le relazioni commerciali riescono a raggiungere un legame ancora più pratico, come l'inserimento di prodotti confezionati o piatti ideati interamente o in parte dai food creator tra le pietanze servite da queste strutture. Pensiamo ad esempio al panino vegano pensato da Carlotta Perego e poi inserito tra le proposte del *Flower Burger*[142] o alla vendita del panettone di Bruno Barbieri venduto dalla *Motta*[143]. È scontato che, come ogni partnership che si rispetti, arrivi un compenso ad entrambi i soggetti.

Questi rapporti economici si riscontano anche nel settore televisivo, editoriale (come abbiamo già constatato nelle presentazioni degli influencer (vedi in capitolo 2)) e radiofonico. Non solo abbiamo modo di vedere i libri nelle librerie, le trasmissioni alla televisione e le interviste in radio o anche in tv, ma vengono promossi contenuti anche all'interno delle piattaforme social in cui si sono posizionati. Promuovono così i loro programmi, i canali che utilizzano, le case editrici, le radio e ovviamente i canali dove sono viste le loro trasmissioni o i talk show come *Belve*. Vediamo infatti Valerio Braschi che in alcune occasioni pubblica le reaction ad alcune scene della stagione di *Masterchef* a cui ha partecipato, ovviamente quelle dove lui è protagonista. Oppure Bruno Barbieri che annuncia gli arrivi delle nuove stagioni *4 Hotel*. In altri casi, in particolare per chi ha un programma il cui scopo principale è spiegare delle ricette come Benedetta Rossi o Giusi Battaglia, notiamo che, invece della ricetta registrata apposta solo per poterla condividere sui social, usano quelle estrapolate da questi programmi. In altre occasioni creano contenuti dove avvisano che pubblicheranno nuovi libri, specificano che le video ricette sono scritte anche nei libri, creano playlist chiamate con i titoli dei libri come nel

[142] Si tratta di una catena di hamburgher vegani
[143] Il Fatto Alimentare, 2024, *Panettone Motta Bruno Barbieri: l'etichetta è corretta*

caso della ricetta analizzata nel paragrafo dedicato a Bruno Barbieri (Vedi il paragrafo 2.3), o mostrano delle brevi scene prese dalle interviste che gli sono state fatte.

Specifichiamo però che questi influencer riescono ad acquisire fama anche con iniziative svolte in autonomia, ad esempio quando Raffele e Caterina parlano delle idee relative ai nuovi prodotti che desiderano mettere in commercio, oltre a recensirli e usarli nelle loro ricette. Una dinamica simile viene messa in atto dai *2men1kitchen* quando mostrano video in cui mettono in atto le indicazioni e le ricette proposte nella loro guida online. Oppure pensiamo a quando Valerio Braschi annuncia l'apertura dei suoi ristoranti, spiega alcune delle ricette che propone ai clienti mentre si trova all'interno delle cucine dei locali in questione.

Specifichiamo però che tutte queste azioni mediatiche, che si basino o no su legami con soggetti terzi, è fondamentale che rispettino le linee guida sul rispetto da parte degli influencer delle disposizioni del testo unico sui servizi di media audiovisivi emesse dall'AGCOM (viste nel paragrafo 1.5), in particolare quelle riguardanti la pubblicità occulta.

Esistono anche contenuti che non hanno esattamente uno scopo pubblicitario, ma hanno quello di convincere il pubblico ad apprezzare e di conseguenza mettere in pratica la cucina e lo stile di vita di un determinato Food influencer. Come quando Carlotta Perego e Alessio Cicchini ci spiegano la situazione ormai critica a cui stiamo assistendo dal punto di vista ambientale, economico e sociale e come scegliendo di diventare vegani, produrre meno sprechi o anche decidere di utilizzare vestiti che non siano fatti con derivati animali si possa aiutare a rendere più sostenibile queste dinamiche. Alessio, ad esempio, racconta spesso di quando svolge attività di sensibilizzazione nelle scuole.

## Conclusioni

Nel corso di queste analisi mi sono sicuramente resa conto di come spesso le persone non osservino con attenzione e con occhio critico i contenuti pubblicati sulle diverse piattaforme social, pur considerando che ormai tutti passiamo molto del nostro tempo attaccati ai social network. A rendere ancora più evidente tutto ciò contribuisce probabilmente il fatto che le nostre scelte sono spesso influenzate dai gruppi sociali in cui siamo inseriti, dalle loro idee e opinioni senza neanche provare a crearci le nostre, causando così un effetto a catena.

Proprio per questo motivo, in diverse situazioni non ci accorgiamo di ritrovarci davanti a delle mancanze tecniche fondamentali di diversi food influencer, in particolare se si tratta di dare delle indicazioni precise e approfondite riguardo alle ricette, soprattutto considerando che tra gli spettatori possiamo trovare sia esperti del settore sia principianti. Pare che l'aspetto istruttivo delle videoricette venga sacrificato per dare spazio ad aspetti legati all'intrattenimento e al tentativo di convincere a seguire le loro idee in cucina e non solo[144]. Guardiamo ad esempio le clip rappresentative del food porn, i famosi satisfying moment generati spesso dalle abilità tecniche del cuoco/a, i luoghi, le inquadrature, le musiche oppure i comportamenti, le affermazioni, i termini, i toni che identificano la personalità e il genere di cucina proposto dai cuochi. Notiamo questa superficialità descrittiva specie se parliamo dei creator giovani che si focalizzano sul mostrare una tipologia di cucina creativa e innovativa e che compiono appunto alcuni errori di gioventù, visto che sono solo agli inizi delle loro esperienze di lavoro nel campo culinario e ovviamente comunicativo. Basti guardare l'analisi che è stata fatta alla ricetta di Valerio Braschi (vista nel paragrafo 2.4).

Oltretutto, visto la preferenza generale degli utenti per format audiovisivi sempre più sintetici, diventa certamente più complicato dare indicazioni dettagliate, soprattutto se si tratta di preparazioni complesse. Potrebbe rendere tutto più semplice l'uso di elementi grafici, ma, siccome si nota la tendenza del pubblico ad apprezzare le riprese pulite e

[144] Pensiamo ad esempio quando Alessio Cicchini ci spiega quali azioni possiamo fare per ridurre gli sprechi e migliorare le problematiche ambientali

naturali, diventerebbero delle aggiunte controproducenti. Tuttavia, esistono ancora alcuni degli influencer più storici e adulti che riescono ad intrattenere gli spettatori e al contempo istruirli creando video lunghi dove sono presenti componenti istruttive grafiche e verbali riguardo agli ingredienti e alle preparazioni. Pensiamo ad esempio a Benedetta Rossi o a Bruno Barbieri. Questo controsenso si presenta forse grazie al fatto che la loro esperienza da veterani del web gli ha permesso di fidelizzare i propri utenti e abituarli al loro stile comunicativo, oppure alla loro fama televisiva, editoriale e imprenditoriale.

Tralasciando però cosa viene o non detto, ci accorgiamo invece al fatto che in generale viene prestata molta attenzione al come si danno le diverse indicazioni, per poter fare in modo di essere compresi il meglio possibile dal pubblico. Per quanto riguarda i dialetti e i tecnicismi, i food creator in questione non ne abusano o addirittura non li utilizzano proprio e parlano dunque con espressioni appartenenti all'italiano comune. Sembrerebbe però che siano utilizzati in maniera un po' più pronunciata ma comunque non eccessiva dai giovani, pensiamo ad esempio ai 2Men1Kitchen o a Ruben Bondì. Poi, in linea di massima, si nota anche un livello di dizione e pronuncia abbastanza buono, anche per chi tende a parlare con un ritmo velocizzato.

Sono onnipresenti tutti quegli elementi che abbiamo più volte nominato e che hanno lo scopo di mettere a proprio agio e fare sentire parte della community: la prevalenza del bianco e del legno nell'intero contesto, l'approccio informale, un modo di fare umile eccetto alcuni food creator come Alessio Cicchini e Bruno Barbieri, l'uso della prima persona plurale nel dare le indicazioni, le luci naturali, la cucina e l'ambiente casalingo, ecc. Infatti, nel nostro campione di influencer, abbiamo solo Valerio Braschi che si trova in una cucina professionale. Vediamo poi che generalmente vengono curati anche aspetti, come l'eleganza data dalla visione del colore nero, e l'attenzione ai vestiti, l'ordine, la pulizia, la buona postura o l'uso un abbigliamento adatto a lavorare in cucina.

Sono evidenti le comuni consuetudini di pubblicare contenuti rappresentativi della valorizzazione di aspetti quali la famiglia, l'amicizia e pubblicità come abbiamo potuto approfondire nell'ultimo capitolo.

Faccio un'osservazione poi riguardo alla categoria di influencer vegani e vegetariani che negli ultimi tempi ha spopolato all'interno dell'universo mediatico. Si nota infatti come gli approcci usati da Alessio Cicchini e Carlotta Perego sono decisamente differenti, per quanto entrambi abbiano ovviamente l'obiettivo di manipolare le abitudini alimentari e non solo degli spettatori. Carlotta decide di avere un approccio più rilassante e tollerante nei confronti degli onnivori, grazie al suo tono pacato e basso che somiglia molto a quello usato tipicamente da chi si cimenta nelle produzioni di video ASMR. Al contrario di Alessio Cicchini, che pur affermando il contrario in alcune interviste[145], adotta spesso un atteggiamento critico e un po' snob nei confronti di chi fa uso di prodotti di origini animale e quelli che non fanno niente per ridurre il problema dello spreco alimentare.

Come base per queste analisi ho fatto un campionamento cercando di includere influencer di diverse età, con stili culinari e comunicativi di vario genere, anche se questa professione è talmente mutevole dal punto di vista temporale e individuale, che e' impossibile ottenere dei risultati ben definiti. Infatti nel secondo capitolo per svolgere l'analisi ho preso come riferimento le singole ricette, ma come abbiamo visto anche le ricette di un singolo creator possono essere di diversi generi, come quando ad esempio si parla di componenti quali le inquadrature e le aperture dei video.

[145] Io faccio divulgazione e cerco, attraverso le mie ricette e i miei contenuti, di trasmettere il messaggio della cucina vegetale, ma senza mai impormi su nessuno (Cicchini A. 2024, Buonissimo, *Intervista ad Alessio Cicchini: chi è Rucoolaaa di Non Buttarlo*)

**Bibliografia**

-2024. Delibera dell'AGCOM, 10.1.2024, n.7/24/CONS. *Linee-guida volte a garantire il rispetto delle disposizioni del Testo unico da parte degli influencer e istituzione di un apposito Tavolo tecnico*, Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, Serie generale, 16 Gennaio

Agricola Borrelli – Olio Extra Vergine d'Oliva, *La frisella pugliese. Cos'è la frisella e le sue origini*, https://olioborrelli.it/la-frisella-pugliese-cose-la-frisella-e-le-sue-origini/

Artusi P. 1891. *La scienza in cucina e l'arte di mangiar bene. Manuale pratico per le famiglie. Igiene, economia, buon gusto, La cucina per gli stomachi deboli*, Firenze

Bertolini L. & Redon O. 1993. *Problemi testuali dei libri di cucina: l'organizzazione del testo nella tradizione dei "XII ghiotti"*, *Bullettino senese di storia patria*, 47-81

Buonissimo**,** 2024, *Intervista ad Alessio Cicchini: chi è Rucoolaaa di Non Buttarlo!*, https://www.buonissimo.it/rubriche/intervista-ad-alessio-cicchini-chi-e-rucoolaaa-di-non-buttarlo-338217

Il Fatto Alimentare**,** 2024**,** *Panettone Motta Bruno Barbieri: l'etichetta è corretta?* https://ilfattoalimentare.it/panettone-motta-bruno-barbieri-letichetta-e-corretta.html

Calabrese, O., Volli, U. 1979. *Come si legge un testo*, Milano

Castellani A. 1986. *Consuntivo della polemica Ascoli-Manzoni*, *Studi linguistici italiani,*105-129

Catricalà M. 1981. *Atti del Convegno Nazionale sui lessici tecnici del Sei e Settecento*, Firenze**,** a cura di G. Cantini

Chessa F. De Giovanni C. Zanola M. T. 2014. *Cibo e agricoltura: parole per denominare. La terminologia dell'agroalimentare.* (XXIV Convegno Ass.I.Term), Cagliari, 23/05/2014-24/05/2014, Milano, FrancoAngeli

Commissione Europea (European Commission), 2024, *Influencers and online advertising: Commission identifies areas for improvement in transparency,* https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_708

Corriere della Sera, 2025, *Alessio Cicchini e le ricette che fanno bene al Pianeta: «Utilizzare uno scarto è il modo per sprecare meno in cucina»*, https://www.corriere.it/buone-notizie/25_febbraio_11/alessio-cicchini-e-le-ricette-che-fanno-bene-al-pianeta-utilizzare-uno-scarto-e-il-modo-per-sprecare-meno-in-cucina-79e745ac-aa37-413d-8f62-b930dd669xlk.shtml

Cosmobile S.r.l., 2024, *Cos'è il Web 2.0 e come sfruttarlo*, https://www.cosmobile.com/cosa-web-2-0-applicazioni-web-0519/

Dissapore Media S.r.l., 2023, *Le peggiori 10 ricette di Fatto in casa da Benedetta*, https://www.dissapore.com/cucina/le-peggiori-10-ricette-di-fatto-in-casa-da-benedetta/

Fandom, *Darksteel metal*, https://magicthegathering.fandom.com/it/wiki/Darksteel_(materiale)

Fine Food Group, 2024, *Quando il burger è Smash*, https://www.finefoodgroup.com/blog/quando-il-burger-e-smash/

Flexprint.it, *Effetti emozionali dei colori*, https://www.flexprint.it/gli-effetti-emozionali-dei-colori

Frosini G. e De Blasi N. 2024. *Atlante della lingua e dei testi della cultura gastronomica italiana dall'età medievale all'Unità (AtLiTeG)*, Siena, Università per Stranieri di Siena

Frosini G. e Montanari M. 2012. Convegno di studi *Artusi100: Il secolo artusiano. Celebrazioni per il centenario della morte di Pellegrino Artusi*, Firenze-Forlimpopoli, 30/03/2011-2/04/2011, Accademia della Crusca

Frosini G. e Robustelli C. 2009. *Storia della lingua e storia della cucina. Parola e cibo: due linguaggi per la storia della società italiana. Atti del VI Convegno ASLI* (VI Convegno Internazionale ASLI), Modena, 20/09/2007-22/09/2007, Firenze, Franco Cesati Editore

Frosini G. Lubello S. 2023. *L'Italiano del cibo*, Premessa, ed G. Frosini S. Lubello, 7, Lingua e cibo, ed G. Frosini, 9-15, La cucina del XX secolo: tra mondo globale e locale, ed G. Frosini, 35-37, Cibo, media e divulgazione, S. Lubello, 103-116, Roma: Carocci

Frosini G.1993. *Il cibo e i signori. La mensa dei priori di Firenze nel quinto decennio del sec. XIV*, Firenze, Accademia della Crusca

Fully Digital, 2023, Food come strumento di marketing, https://fullydigital.it/food-porn-marketing/

Gambero Rosso S.p.A., 2024, *Intervista a Max Mariola: "Basta pubblicità occulta dei food influencer. Bene Agcom, ma la stretta riguardi tutti",* https://www.gamberorosso.it/rubriche/interviste/max-mariola-agcom-influencer/

Gambero Rosso S.p.A., 2024, *Rivoluzione nel mondo dei food influencer: da adesso non potranno fare più le "marchette",* https://www.gamberorosso.it/attualita/influencer-pubblicita-occulta-food/

GoudaFormaggioShop, 2023, *Il formaggio Gouda è un noto tipo di formaggio olandese,* https://www.goudaformaggioshop.it/blog/post/formaggio-gouda

Greimas A., 1974, *Semantica strutturale. Ricerche di semiotica* (*Sémantique structurale. Recherche de méthode*, 1966), Bologna

Il Fatto Alimentare, 2025, *"Chiara Ferragni e Balocco multati per pratica commerciale scorretta"*, https://ilfattoalimentare.it/multa-chiara-ferragni-balocco-pratica-commerciale-scorretta.html

Immobiliare.it, 2024, *Stile barocco in architettura: storia e tutte le caratteristiche*, https://www.immobiliare.it/news/progettare-casa/architettura-e-design/stile-barocco-in-architettura-storia-e-tutte-le-caratteristiche-195487/

Inflead Srl, 2024, *Food Influencer: Chi Sono i Migliori e Come Collaborare,* https://www.inflead.com/it/influencer-marketing-blog/food-influencer-chi-sono-i-migliori-in-italia-e-come-collaborare

Inside Marketing, 2025, *Chi sono i trendsetter e che ruolo hanno*, https://www.insidemarketing.it/glossario/definizione/trendsetter/

*Istituto dell'Enciclopedia Italiana, Treccani*, *Agogica*, https://www.treccani.it/enciclopedia/agogica/

Istituto della Enciclopedia Italiana Treccani, *serigrafia*, https://www.treccani.it/enciclopedia/serigrafia/

Istituto della Enciclopedia Italiana Treccani, *timelapse,* https://www.treccani.it/vocabolario/timelapse_(Neologismi)/

Istituto dell'Enciclopedia Italiana Giovanni Treccani S.p.A., 2025, *Nuovi nomi per cibi antichi: la lingua del cibo in televisione e nei social*, https://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/articoli/scritto_e_parlato/cibo13.html

Italiaonline S.p.A., 2024, *Engagement Rate: cos'è e come si calcola?,* https://www.italiaonline.it/risorse/cos-e-e-come-si-calcola-l-engagement-rate-394

La Cucina Italiana, 2018, *La tom yam, intrigante zuppa thailandese*, https://www.lacucinaitaliana.it/storie/piatti-tipici/tom-yum-la-zuppa-thailandese/

La Cucina Italiana, 2019, *Insalata coleslaw, la ricetta originale da New York*, https://www.lacucinaitaliana.it/news/trend/insalata-coleslaw-ricetta-originale/

La Cucina Italiana, 2025, *Panzanella, la ricetta classica*, https://www.lacucinaitaliana.it/ricetta/antipasti/panzanella-ricetta-classica/

Leonardi F. 1790. *L'Apicio moderno ossia l'arte di apprestare ogni sorta di vivande*, Roma

Lubello S. 2000. *Prolegomena al DAGI: Dizionario dell'antica gastronomia italiana*, Tübingen, Sergio Lubello

Marrone G. 1998. *Estetica del telegiornale*, Torino

Messisbugo C. 1549. *Banchetti, compositioni di vivande et apparecchio generale*, Ferrara, per Giovanni de Buglhat et Antonio Hucher compagni

Pezzini I. 2002. *Trailer, spot, clip, siti, banner. Le forme brevi della comunicazione audiovisiva*, *Gli obiettivi: che cosa significa "estetica del telegiornale", un secondo più netto significato*, ed I. Pezzini, 18, Roma, Meltemi Editore

*Piatti in un minuto: Alessio, chef rocker di Motta Visconti, conquista TikTok*, Alessandro Bianchi, La Provincia Pavese, Quotidiano regionale, Gruppo Editoriale L'Espresso, 1120-7411, 2021, 11 marzo 2021

Regione Siciliana, 2021, *La Bandiera*, https://www.regione.sicilia.it/istituzioni/i-simboli-della-regione/la-bandiera

Reporter Gourmet, 2025, *Ruben Bondì, lo chef con oltre 4 milioni di seguaci: "Cucina ebraica? Ecco i locali top a Roma"*, https://reportergourmet.com/it/news/8443-ruben-bondi-lo-chef-con-oltre-4-milioni-di-seguaci-cucina-ebraica-ecco-i-locali-top-a-roma

Ricetta QuBì, 2025, *Bruno Barbieri la panzanella la fa così, ma non sfugge alle critiche: la reazione dello chef,* https://ricettaqubi.it/3123-bruno-barbieri-la-panzanella-la-fa-cosi-ma-non-sfugge-alle-critiche-la-reazione-dello-chef/

Rossi A. 1984. *I nomi dei pesci, dei crostacei dei molluschi nei trattati cinquecenteschi in volgare di culinaria, dietetica e medicina*, *Studi di lessicografia italiana*, 6, 67-232

Santagostino Psiche, 2024, *Cos'è l'ASMR e perché è interessante per la psicologia*, https://www.santagostino.it/magazine-psiche/asmr/

Silvestri D. 1988. *Atlante Generale dell'Alimentazione Mediterranea*

Teatro per Tutti, *Dizione,* https://teatropertutti.it/dizione/

Traghetti Per Sicilia, 2024, *La maiolica siciliana: colori e sapienza artigiana*, https://www.traghettiper-sicilia.it/blog/la-maiolica-siciliana-colori-e-sapienza-artigiana/

ViViGreen, 2024, 2.5 Elementi Naturali nel Design: Uso di Materiali Naturali e Sostenibili, https://www.vivigreen.eu/blog/2-5-elementi-naturali-nel-design-uso-di-materiali-naturali-e-sostenibili

VIVIT, 2011, *"VIVIT: VIVI ITALIANO"*, https://www.viv-it.org/schede/progetto-l%E2%80%99italiano-cucina