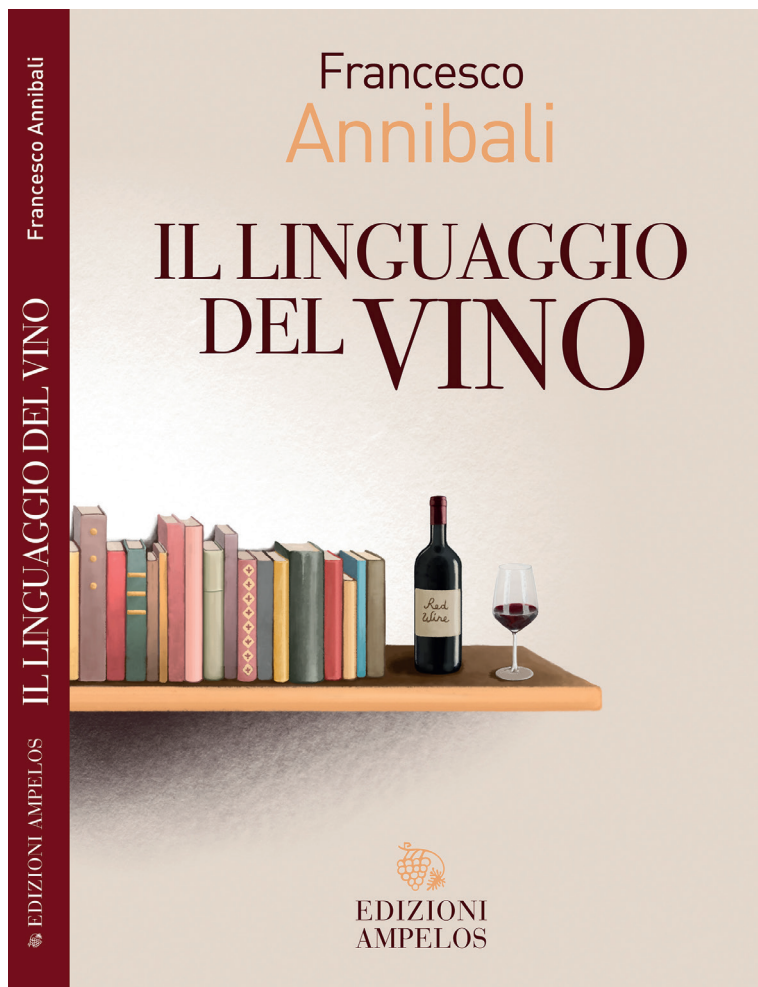


IL LINGUAGGIO DEL VINO

di Francesco Annibaldi



EDIZIONI
AMPELOS



MAGGIO 2021

Formato: 15 x 21

Pagine: 200 b/n

Allestimento: brossura fresata
copertina plastificata opaca

Prezzo: 19 euro

Collana: La comunicazione del vino

ISBN 978-88-31286-02-2



9 788831 286022

In che senso un vino profuma di ciliegia? E il termine “ciliegia” usato durante una **degustazione** possiede lo stesso **significato** di quando viene utilizzato nel **linguaggio ordinario**, oppure è implicitamente sottoposto a degli **slittamenti** e a delle **riformulazioni**? **Il linguaggio della degustazione** è insomma una semplice porzione del linguaggio ordinario, o è **qualcosa di diverso**? Non solo: cosa ci raccontano le **etichette**, le **retroetichette** e le **altre forme di comunicazione** del produttore? Cosa significano termini ampiamente utilizzati come “**terroir**”, “**minerale**”, “**industriale**” e “**naturale**”? Con il suo **linguaggio liminale**, il vino esprime quel senso altro e ulteriore che ci permette di uscire dalla banalità, dall’insignificanza, dall’indifferenza, per riuscire a dire l’indicibile: un talento unico e inarrivabile.

Alla pari del cinema, del teatro e di qualsiasi produzione culturale, **il vino possiede**, in realtà, un **linguaggio proprio**, attraverso il quale ci racconta storie, politiche, ideologie, sentimenti e interi sistemi culturali.

Il Linguaggio del vino è il primo testo che analizza in maniera rigorosa ma leggera la lingua della più grande bevanda mai creata dall’uomo.

Un libro che tutti i professionisti della formazione, dell’informazione, della promozione e, soprattutto, tutti gli appassionati devono assolutamente leggere.

Francesco Annibaldi (Bologna, 1973) è un giornalista agroalimentare di formazione semiotica con più di 500 articoli pubblicati sulle riviste di settore. Laureato in Filosofia, allievo di Umberto Eco, si occupa di formazione e informazione del vino da più di 20 anni.

