

# Perchè questo progetto

Alice Lupi

Circa una trentina di anni fa, in una riunione affollata di persone, assistetti all'intervento di un manager che disse alla platea: «*Al lavoro tendo a semplificare tutto in modo che emerga il cuore dei problemi*». Rimasi un po' interdetta. A distanza di qualche anno, mi capitò poi sotto mano un testo del progettista Munari che mi aiutò a capire la frase che mi aveva lasciata basita: «*Semplificare vuol dire cercare di risolvere il problema eliminando tutto ciò che non serve alla realizzazione delle funzioni*<sup>1</sup>».

Con questo approccio, noi autori della rivista *Il Sommelier*, abbiamo cercato di improntare il progetto del presente libro che affronta un tema tutt'altro che facile: il legame tra le neuroscienze e il vino.

Durante la scorsa primavera, nella fase di costruzione dello speciale del *magazine*<sup>2</sup> (incentrato proprio su questa relazione), una serie di domande sono emerse che meritavano, da parte nostra, un approfondimento ulteriore.

Siamo partiti dal presupposto che «*Il cervello è un formidabile sistema biologico in grado di eseguire miliardi di calcoli al secondo*<sup>3</sup>» esso coordina il funzionamento del nostro organismo, sia fisicamente sia cognitivamente (pensiamo alla memoria, all'attenzione, alla percezione, al linguaggio, alle abilità sociali...). Da qui ci siamo chiesti, per esempio, c'è un nesso tra l'effetto Madeleine, narrato da Marcel Proust, e le scienze? Perché anche i più navigati relatori, o i più esperti sommelier, possono commettere errori nel parlare di un vino? Cosa sono, e come incidono, le emozioni che sono sempre invocate durante un assaggio? Incuriositi, abbiamo provato a progettare una struttura di lavoro e tentato - attraverso, appunto, le neuroscienze - di trovare delle risposte.

Consapevoli della complessità della materia abbiamo proceduto in punta di piedi; abbiamo ritenuto opportuno intervistare accademici e professionisti del settore, abbiamo volutamente lasciato loro la parola. Ciò spiega le numerose interviste che sono pubblicate nel libro. Il dinamismo del settore ha stimolato il nostro lavoro. Infatti, le diverse discipline che si affiancano alle neuroscienze (fisiologia, marketing, linguistica...) oggi praticano numerosissime ricerche, mettono in campo studi per rispondere a problemi aperti.

Ci siamo resi conto che tale rapporto (cervello - vino) è formato da molteplici legami che quotidianamente mettiamo in pratica ma che risultano essere impercettibili, perché troppe volte scontati, oppure blasonati, al punto da essere svuotati di significato.

Consapevoli che il vasto legame tra le neuroscienze e vino non si esaurisce con il presente testo, abbiamo lavorato cercando di essere il più esaurienti possibili utilizzando un linguaggio per lo più semplice.

Abbiamo pensato di suddividere il testo in tre sezioni: la prima parte è dedicata ad inquadrare le neuroscienze e la fisiologia della degustazione; la seconda è dedicata all'aspetto cognitivo mentre la terza si sofferma sul marketing e su studi e ricerche messi in campo.

Come accennato, abbiamo scritto questo libro tenendo a mente il nostro filo conduttore: cercare di semplificare il legame neuroscienze - vino.

Confessiamo che nella stesura del presente lavoro sentivamo, come un duplice eco, risuonare da una parte le parole dell'economista Richard Thaler: «*Se vuoi incoraggiare qualcuno a fare qualcosa rendigliela facile*» e dall'altra quelle del progettista Munari: «*Semplificare è un lavoro difficile ed esige molta creatività*<sup>4</sup>».

Ci auguriamo di esserci riusciti.

<sup>1</sup> B. Munari, *Da cosa nasce cosa*, Ed. Laterza, 2021, p. 132.

<sup>2</sup> *Il Sommelier* 1/2021 – Speciale neuroscienze (<https://ita.calameo.com/ilsommeliermagazine/read/0058217642081ef91ef9e>)

<sup>3</sup> A. Marini, *Che cosa sono le neuroscienze cognitive*, Carocci editore, 2020, p. 11.

<sup>4</sup> B. Murani, *Da cosa nasce cosa*, Ed. Laterza, 2021, p. 132.