



Siamo alla frutta: saggio breve sull'estetica dell'apparire...

di Antonella Multari



*Siamo alla frutta: saggio breve sull'estetica dell'apparire,
il conformismo del desiderio e la povertà del vero*



La forma più elegante della decadenza è proprio questa... pagare carissimo qualcosa che non ci nutre, solo perché tutti gli altri stanno fingendo di saziarsi

C'è un'espressione tutta italiana che, più di molte analisi sociologiche, riesce a fotografare un'epoca: *siamo alla frutta*. La si pronuncia quasi con leggerezza, spesso con ironia, ma dentro contiene una diagnosi inesorabile. Non indica soltanto la fine di un pasto, ma il punto terminale di una situazione consumata fino all'osso, l'esaurimento delle risorse e della pazienza. È il momento in cui qualcosa si è svuotato del suo senso e resta soltanto il decoro finale... *il dessert dell'apparenza*.

Oggi questa espressione sembra aver trovato una sua incarnazione perfetta nella moda dilagante della *frutta realistica da pasticceria*.

Il paradosso è implacabile: persone che spesso faticano ad arrivare alla fine del mese spendono cifre importanti per acquistare una finta frutta che serve soprattutto a essere fotografata, o ripresa mentre si addenta e l'espressione cambia perché il sapore, molte volte non è neppure dei migliori, ma bisogna comunque ingoiare l'amaro boccone e farselo piacere.

La frutta realistica, nella sua versione più alta, nasce nella grande tradizione francese del *trompe-l'œil*, l'inganno dell'occhio, e richiede tecnica, equilibrio, sapienza artigianale. Oggi però, svuotata del suo pregio, viene replicata ovunque: forni improvvisati, pasticcerie senza scuola, ristoranti che assemblano mousse, coloranti e zuccheri in accozzaglie che nulla hanno a che vedere con l'arte originaria. Si compra



il simbolo, non la sostanza. Si paga l'illusione, non il sapere. Non la stratificazione perfetta all'interno ma il primato dell'assaggio.

Lamponi lucidi come specchi, limoni perfetti, mele che sembrano appena colte, fragole che profumano di consenso digitale. Non si acquistano per fame, né per autentico piacere del gusto, ma per essere mostrati, condivisi. Non nutrimento, ma rappresentazione. Non desiderio autentico, ma imitazione del desiderio altrui.

Viviamo l'evo della messa in scena. Ogni tavola è un palcoscenico, ogni gesto una parodia del gusto, ogni morso una piccola performance sociale.

Il problema non è il dolce. Il problema è il bisogno disperato di appartenenza che esso nasconde.

Gillo Dorfles ci ricorda che la modernità ha costruito il conformismo come nuova religione civile. Sempre più spesso il desiderio sembra orientarsi non verso il gusto personale, ma verso modelli condivisi e socialmente riconosciuti. Non scegliamo... aderiamo. La paura più grande non è la povertà, ma l'esclusione. Per questo si è disposti a pagare trenta euro per una finta arachide: non per fame, ma per non sentirsi fuori dal banchetto del mondo.

Il *lusso performativo* nasce proprio qui... non nel benessere, ma nella debolezza. Si compra ciò che non serve per sentirsi meno vulnerabili. Si ostenta per non confessare il vuoto. Si filma per convincersi che esiste davvero. È una povertà più tagliente di quella economica: la povertà simbolica.

Luciano Di Gregorio parlerebbe di un *addomesticamento volontario*. Non ci impongono di uniformarci... siamo noi a desiderarlo. Fingiamo per rassicurarci, ci somigliamo per non avere paura. La normalità diventa rifugio, il conformismo una forma di protezione emotiva. Meglio essere uguali che essere soli.

Tuttavia questa storia non è nuova. Il mito del *pomo della discordia* racconta di una mela d'oro lanciata da Eris durante le nozze di Peleo e Teti, con una semplice iscrizione: *alla più bella*. Bastò quel frutto per scatenare la rivalità tra Era, Atena e Afrodite, e da lì una delle più grandi guerre del mito: Troia.

Una mela. Non per nutrimento, ma per prestigio. Non per necessità, ma per riconoscimento.

Oggi quella mela è glassata a specchio e si filma prima di essere mangiata. Cambiano i secoli, non cambia la debolezza umana. Continuiamo a desiderare il simbolo più della sostanza.

Anche Narciso ci guarda da lontano con una tragica familiarità. Egli si perde nel riflesso della propria immagine, incapace di distinguere tra amore e fascinazione del riflesso. Oggi accade qualcosa di simile... più che vivere le cose, *sentiamo spesso il bisogno di essere visti mentre le viviamo*. Non desideriamo il frutto, ma il riflesso sociale che esso produce.

Alla desolazione di questa narrazione si aggiunge il potere invisibile dell'algoritmo. Non siamo più soltanto noi a scegliere cosa desiderare... qualcuno sceglie per noi ciò che dovrà sembrarci desiderabile. Il gusto viene educato, il bisogno programmato, l'invidia distribuita con precisione. Ci convinciamo di essere liberi mentre stiamo semplicemente eseguendo un copione scritto altrove.

Giordano Bruno, davanti a tutto questo, forse avrebbe scelto di darsi fuoco da solo. Lui, che preferì il rogo alla menzogna, ci ricorda che l'uomo comincia a smarrirsi quando smette di inseguire il vero e si rifugia nel conforto del consenso. *Quando l'apparenza diventa più importante della coscienza, la libertà si trasforma in una decorazione*.

È triste ammetterlo, ma abbiamo imparato il prezzo di tutto e dimenticato il valore delle cose. Paghiamo cifre importanti per un qualcosa che non è né un frutto e neppure un dolce della migliore pasticceria



Parigina. Faticiamo a riconoscere il valore di una conversazione vera, di un libro letto lentamente, del silenzio che non ha bisogno di essere condiviso

Spendiamo per l'immagine e risparmiamo sulla sostanza. Investiamo nella vetrina e trascuriamo la casa. Nutriamo il personaggio e lasciamo morire la persona. Siamo disposti a spendere molto per avere ciò che tutti hanno, ma sempre meno per diventare ciò che potremmo essere.

E forse è proprio questo il significato più profondo del nostro essere alla frutta. Non la crisi economica, ma la crisi del desiderio. Non la mancanza di beni, ma la mancanza di verità. Non la fame del corpo, ma la fame del senso.

La frutta realistica, allora, diventa un boccone amaro... una metafora perfetta del nostro tempo. Bella, lucida, impeccabile, costosa... ma spesso incapace di nutrire davvero. Una perfezione commestibile che nasconde l'assurdo, come molte delle cose che inseguiamo.

Il vero lusso oggi non è comprare una mela perfetta di pasticceria, ma saper riconoscere il valore di una mela vera. Con la sua terra addosso, le sue imperfezioni, la fatica di chi l'ha coltivata, la gentilezza di chi l'ha raccolta. La sua storia. La sua verità.

Perché non siamo alla frutta soltanto quando finiscono i soldi, la pazienza o le illusioni. Siamo alla frutta quando smettiamo di riconoscere il reale e iniziamo ad amare soltanto la sua imitazione. E forse la forma più elegante della decadenza è proprio questa... pagare carissimo qualcosa che non ci nutre, solo perché tutti gli altri stanno fingendo di saziarsi.

