



Utilizzo dei cookie

Utilizziamo cookie proprietari e di terze parti al fine di migliorare i nostri servizi. Per ulteriori informazioni o per scoprire come modificare la configurazione del tuo browser, consulta la nostra [politica relativa ai cookie](#). Scorrendo questa pagina o cliccando qualunque suo elemento acconsenti all' uso dei cookie.

Ok, accetto



DI COSA PARLIAMO | CHIESA E FEDE | VOLONTARIATO E VALORI | SPETTACOLO E CULTURA | BENESSERE | BLOG | MULTIMEDIA



ACCEDI



PUBBLICITÀ

Leggi subito

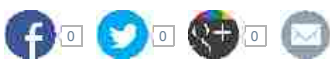
NOI EXPO

Il mensile gratuito dedicato ai temi dell'Expo

Avenire FAMIGLIA CRISTIANA

CIBO, QUANDO SONO LE PAROLE ITALIANE A INVADERE L'INGLESE

01/10/2015 Se di solito ci diciamo che in italiano usiamo troppe parole straniere, in fatto di cibo è vero il contrario: sono le altre lingue ad attingere a noi. Anche se non sempre cogliamo bene l'occasione che ne deriva.



Elisa Chiari

Per una volta il mondo va a rovescio e l'italiano, che spesso lamenta un'eccessiva invasione di parole inutilmente straniere, colonizza le altre lingue e in particolare l'inglese. Accade quando le parole hanno a che fare con il cibo. Per parlare di questo **La piazza delle lingue** dell'Accademia della Crusca è uscita per la prima volta dal "Granducato di Toscana", come dicono scherzosamente, per approdare, di qui al 3 ottobre, a Milano, al momento con l'Expo capitale mondiale del tema del cibo.

E se ne sono sentite delle "buone": «Per esempio che», ricorda **Tullio De Mauro**, «"Pizza" è la seconda parola italiana più diffusa, e importata, nelle lingue del mondo dopo "ciao" e prima, pare, di

IL BLOG DEL DIRETTORE

Don Antonio Sciortino
Direttore di Famiglia Cristiana

BLOG Don Sciortino risponde

NOI EXPO

Leggi la free press >>>

ARTICOLI CORRELATI

Ciliegie o ciliege? La risposta è qui
Due professori, abili divulgatori, propongono un pronto soccorso per difendersi dai dubbi della lingua. Ministro o ministra?...

0 COMMENTA

Tullio De Mauro: «Chi non conosce le parole è un cittadino dimezzato»
Linguista, professore emerito di Storia della Lingua italiana, già ministro dell'Istruzione, Tullio De Mauro riflette con noi...

31 COMMENTA



"tiramisù"». Ma in qualche parte del mondo c'è chi ha pensato bene di chiamare una forma di pane "pantofola", facendo confusione con l'Italiana "ciabatta".

Fin qui nessuna rivelazione, che pizza e tiramisù fossero universali l'avevamo intuito anche noi comuni parlanti e modesti viaggiatori, meno intuitivo il fatto che le parole del cibo stiano vivendo in questi anni un boom di import-export, che gli addetti ai lavori, con sguardi diversi, concordano nell'osservare: «Un cronista del Guardian», sorride **De Mauro**, «recensendo l'ultima edizione dello Shorter Oxford dictionary ha scritto che, avendo quello come unico documento superstite della storia inglese, un archeologo del 3050 potrebbe ipotizzare che la storia inglese sia stata oggetto di due grandi invasioni: la prima da parte di Giulio Cesare nel I secolo a.C., la seconda negli anni Duemila d.C. da parte di un esercito di cuochi italiani».

Vale anche per l'italiano degli italiani: le parole legate al cibo sono aumentate, anche se nel vocabolario di alta frequenza, quello delle 2.000 parole effettivamente adoperate dall'italiano medio, ricorrono le solite. «**Basti pensare**», continua **De Mauro**, «**che la parola attinente al cibo più utilizzata è "sapere", nel senso di "aver gusto di"** e osserva che potrebbe essere meno distante di quanto appaia dall'altro significato corrente «di "sapere": forse perché chi sa ha preso gusto allo studio, coltivato passione per la conoscenza».

E' innegabile che, almeno nei Paesi toccati dal benessere, il cibo, per quanto bisogno primario dell'uomo come del resto la comunicazione, non sia solo mezzo di sostentamento, ma anche cultura, gusto: le parole del cibo si diffondono, per lo più, assieme ai cibi importati e apprezzati: non a caso come rivela **Vincenzo Orioles**, Linguista dell'Università di Udine, «tra il 1980 e il 2007 le parole nuove legate al cibo censite nei vocabolari italiani sono state 149, di cui parecchie esotiche e alcune regionali estese all'italiano nazionale, come "impepata" e "erbazzone"».

Le parole del cibo entrano ed escono in modi diversi: «Capita che vengano importate con il loro suono straniero magari adattato», spiega **Claudio Marazzini** presidente dell'Accademia della Crusca (anche quella a suo modo ha un nome legato al cibo), «è il caso dell'italiano "patata" per esempio, che i francesi hanno tradotto in "pomme de terre", assimilandola a qualcosa di noto, alla lettera "mela della terra"». Percorso identico del resto a quello dell'italiano "pomodoro". Mentre negli Stati Uniti si diffondono "long pasta" e "short pasta", per "pasta lunga" e "pasta corta", segnalati da **Raffella Bombi**, nei menù americani.

Capita pure che, quando escono, le parole abbiano vita propria e che un cappuccino raffreddato diventi un "frappuccino", improbabile crasi tra cappuccino e frappé, prova inequivocabile che l'italiano in fatto di cibo fa cultura e pure marchio. Di certo non è un caso che il giovane talentuoso cuoco protagonista del film d'animazione *Ratatouille* si chiami "Linguini", storpiatura di "linguine" assai diffusa negli Stati Uniti.

Vero è che la passione e la rivisitazione si portano appresso un effetto collaterale per noi costoso: quello del cosiddetto "italian sounding": prodotti che, in fatto di cibo e di moda, spacciano per italiano ciò che italiano non è inventandosi un marchio che, giustappunto "suoni italiano". Un problema anche giuridico, di contraffazioni, che il diritto fatica a tutelare, e che, dicono gli esperti sulla Piazza delle lingue - non solo linguisti ma anche imprenditori e giuristi -, andrebbe arginato soprattutto con un'operazione di natura culturale, esportando e promuovendo cultura italiana.

E' quello che prova a fare, un po' controcorrente nel suo mondo, **Annamaria Testa**, pubblicitaria, promotrice della campagna "dilloinitaliano" che, proprio per questo, bacchetta lo spot governativo che, per spingere a promuovere la cultura dei prodotti italiani nel mondo, ha usato un logo con sole parole inglesi: «Così generico da farlo sembrare più finto di quelli finto-italiani - italian sounding appunto - che vuole combattere». E provocatoriamente chiede: «Se a New York per vendere si scrive "Vino italiano": "perché noi, da Cernobbio a Lucca, passando per Milano, dobbiamo scrivere Food&Wine?»

E se fosse proprio un problema di cultura che non si coltiva abbastanza?

TAG: Annamaria testa, cibo, de mauro, inglese, italiano, lingua, Marazzini

COMMENTA CON:



I VOSTRI COMMENTI

LASCIA IL TUO COMMENTO SENZA REGISTRARTI

NOME EMAIL

TESTO (MAX. 1000 BATTUTE SPAZI INCLUSI)



Leader nel mondo, almeno per la lingua

L'italiano è la quarta lingua più parlata sulla terra: la nostra cultura continua ad affascinare. In occasione degli Stati...

0 COMMENTA



Valeria Della Valle: "Dalla torre butto i rumours, ma salvo il trolley"

Valeria Della Valle è professore associato all'Università La Sapienza di Roma, le abbiamo chiesto che ne pensa dei Politecnici...

42 COMMENTA

PUBBLICITÀ

MyBest.it VAI
Confronta e risparmia fino a 500€ su ADSL e bollette!

DISCUSSIONI IN CORSO

- Tu credi nell'esistenza di angeli e arcangeli?
28
- Su Facebook a meno di 14 anni. Sei d'accordo?
14
- Ma voi seguite i talk show?
10
- E voi cosa ne pensate?
9
- Un dettato in classe al giorno migliorerebbe la salute dell'italiano scritto?
7
- Lavori socialmente utili per pagare le tasse: voi lo fareste?
7
- A tuo avviso, la tua auto (diesel) è ecologicamente corretta?
3
- Col sette in condotta è più giusto penalizzare il profitto o recuperarlo con lavori socialmente utili?
2