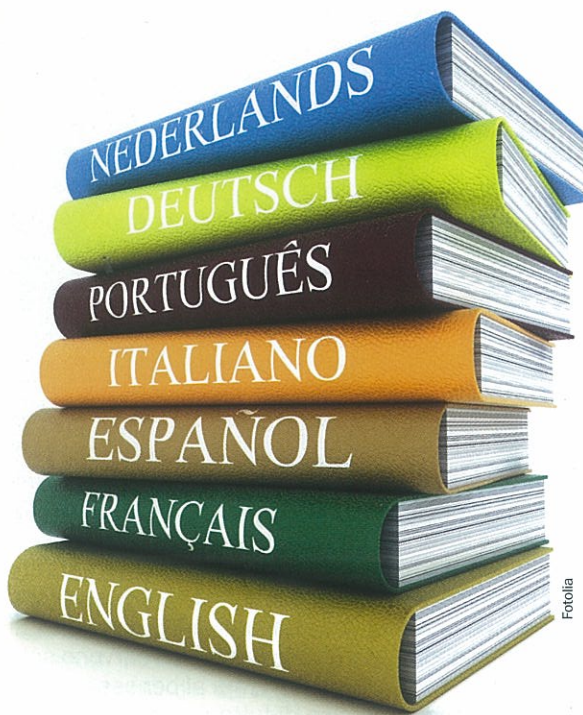


**MARIO SARCINELLI**  
Presidente di Dexia Crediop

# Italiano per il mondo



Fotolia

## Italian in the world

*Is there still an Italian language rich enough with identity to export abroad? In antiquity, the language of military conquerors was the one that imposed itself: we need only think of Latin or Greek. Our ability to penetrate the linguistic heritage of others was mainly linked to the dynamics of the work world. The strength of our mercantile system in the 13th century produced financial power that is dominant in Europe. Between the 1500s and 1700s, music shouldered the responsibility for conveying Italian terms to other areas: instruments, vocal registers, compositions and dance forms have Italian names in the European vocabulary. Today cuisine and fashion are the sectors most capable of conquering the linguistic market.*

1

Il titolo riproduce quello del volume promosso dall'Accademia della Crusca per celebrare, insieme con altre iniziative scientifiche o meramente divulgative, i 150 anni dell'Unità nazionale; opportunamente Nicoletta Maraschio e Francesco Sabatini, rispettivamente presidente e presidente onorario dell'Accademia, ci ricordano nell'*Introduzione* «il ruolo determinante

della lingua nel processo di unificazione nazionale». Il libro, però, vuole investigare l'espansione dell'italiano nel mondo e in particolare nel Vecchio Continente, cioè l'*Italiano d'esportazione*. Nel suo contributo che ha proprio questo titolo, Vittorio Coletti annota: «[...]na lingua viaggia a bordo di una cultura importante, ma attecchisce se lo fa su una strada molto battuta, se c'è una sua sedimentazione in tanti momenti e strati sociali delle collettività che la ricevono. Se la cultura le dà prestigio, i rapporti sociali quotidiani le assicurano successo. [/] Ora, la vita delle collettività fa spazio a una lingua nuova o perché la subisce con la forza delle armi o perché la accoglie con quella del lavoro» (p. 13). Per l'italiano è stato sempre vero questo secondo paradigma, se si eccettua l'infelice e costosa parentesi colonialista.

Per un'opera che accoppia la sapienza dell'indagine con la levità dell'esposizione i complimenti vanno a tutti coloro che vi hanno partecipato promovendola, coordinandola e soprattutto dandole sostanza nei vari ambiti, che vanno dalla finanza al commercio, dalle arti alla musica, dalla cucina alla moda. È questo un libro che, avvalendosi anche di una ricca e varia iconografia, dovrebbe in un momento di crisi economica, politica ed istituzionale del nostro Paese risvegliare negli italiani la fiducia nel futuro, unitamente alla consapevolezza di un'identità che nei secoli si è costruita e sedimentata attraverso la lingua.

2

La mia riflessione oggi si concentrerà sulla funzione della lingua che come economista predilige, quella di veicolo per la comprensione-comunicazione; in effetti, è anche quella che il volume in rassegna illustra con dovizia di riferimenti. Ovviamente, sono consapevole che la missione classica riconosciuta alla lingua è quella di fattore e simbolo di identità – anche da me richiamata ora – attraverso la letteratura, la poesia, il teatro, la lirica... Se avessi continuato a coltivare gli studi umanistici della mia gioventù, oggi indugerei su quest'ultimo ruolo, citando Dante o Petrarca e i tanti poeti e letterati che hanno fatto grande la nostra lingua. Indietro nel tempo, però, nessuno può tornare...

Per rendere manifeste le due diverse funzioni dell'idioma è sufficiente anche una segnalazione stradale. Di recente ho rivisto la fotografia di un cartello che annunciava la deviazione per l'ingresso in città con due nomi, Bergamo e Bèrghem: il primo, ben conosciuto e presente sulle carte geografiche, risponde all'esigenza della comprensione-comunicazione, il secondo, caro a una comunità coesa o che vuole rinverdire antichi fasti, a quella di affermare l'identità.

Tornando a ragionare da economista, è la comprensione-comunicazione che permette a qualsiasi sapere tecnico di diffondersi, a qualsiasi studente di apprendere, a qualsiasi migrante di inserirsi in una nuova comunità. Le parole sono il veicolo non solo per la conoscenza, ma anche per la relazione interpersonale; quando penetrano e si affermano in altri idiomi e culture costituiscono prova di contatti, diventano reperti che aiutano a ricostruire la storia di uomini e migrazioni, di arti e mestieri, di scambi e commerci, di influssi culturali e istituzionali.

Tra le due funzioni di veicolo per la comprensione-comunicazione e di fattore di identità esistono

relazioni che si modificano nel tempo, proprio per gli accidenti della storia. Il dialetto di una piccola comunità tende a scomparire per effetto, ad esempio, dell'emigrazione o a corrompersi a causa dell'immigrazione. Una lingua "franca", in passato quella dei porti mediterranei e nei tempi moderni il *Pidgin English*, permette lo sviluppo di

scrittura. Il potenziale di comprensione-comunicazione di una lingua è principalmente assicurato dalla demografia e secondariamente dalle preferenze, sia imposte dalla scuola sia libere, di chi deve/vuole apprendere una o più, in aggiunta all'idioma nativo. Se nel Mediterraneo dell'antichità il greco e il latino furono lingue egemoni, l'inglese è

credito è necessario raggiungere una massa critica, acquisita la quale il sistema comincia ad affermarsi, diventa competitivo.

Gli utilizzatori di una seconda lingua sceglieranno quella che ha o promette il più ampio *surplus*, il che dipende dalla storia poiché i risultati di oggi sono frutto della *path dependence*. L'inglese non



Photo Ollime

commerci e relazioni, ma raramente lascia un'impronta profonda, un *imprint* in coloro che la usano tale da generare una cultura, salvo che intervenga un processo di creolizzazione.

Come mai una lingua diventa veicolo privilegiato per la comprensione-comunicazione? Perché – rispondono gli economisti – essa costituisce una rete (*network*) che produce particolari beni di ampio consumo. Quest'ultimo può anche essere illimitato se il bene è "pubblico" in senso puro, vale a dire se il suo uso da parte di un soggetto non ostacola quello di altri e se nessuno è in grado di impedirne l'utilizzazione ai suoi simili. Appartiene a una rete ogni bene (*network good*) per il quale l'utilità che deriva dal suo uso aumenta con il numero di altri utilizzatori dello stesso bene; feci questa "scoperta" a proposito del telefono negli anni '60, leggendo un articolo su *The New Yorker*...

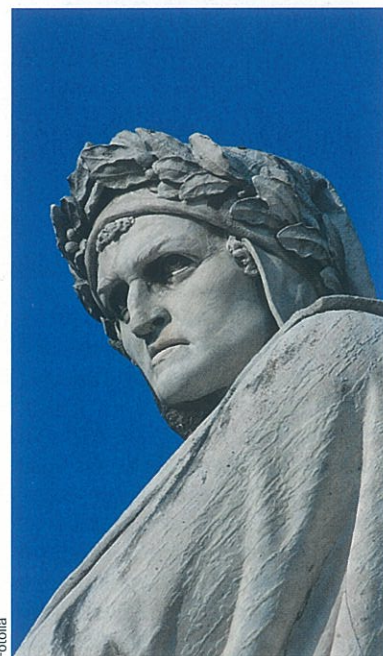
La lingua credo sia il più antico bene pubblico o bene di rete, anteriore a tutte le innovazioni per la sua trasmissione, inclusa la

diventato tale oggi; dalla seconda metà del '900 il suo ruolo si è ampliato al punto da renderlo assolutamente dominante.

Per la lingua parlata la rete è completamente virtuale e attiene principalmente alla comprensione del messaggio. Sono anch'essi virtuali – sia pure in modo diverso – e riguardano specificamente la comunicazione *Internet*, i *social networks* e l'*e-mail* oggi, il telefono ieri, il telegrafo l'altro ieri, la scrittura per segni da oltre 5.000 anni.... Va da sé che per godere degli effetti di rete bisogna che l'individuo entri nella medesima, per la lingua bisogna che la parli, la scriva e sappia modularla in funzione delle circostanze. Ne consegue che maggiore è il numero di coloro che partecipano alla rete – nel caso che ci interessa, la lingua – maggiore è la sua utilità e crescente la spinta alla sua espansione. Si tratta in sostanza di economie di scala dalla parte della domanda, per effetto delle quali il ricavo medio aumenta col crescere della dimensione. Per la lingua, come per la moneta o per una carta di

Un esempio che illustra le due diverse funzioni dell'idioma: il primo (Bergamo) risponde all'esigenza della comprensione-comunicazione, il secondo (Bèrghem), a quella di affermare l'identità. A destra: Dante, come pure il Petrarca e tanti poeti e letterati, hanno fatto grande la nostra lingua.

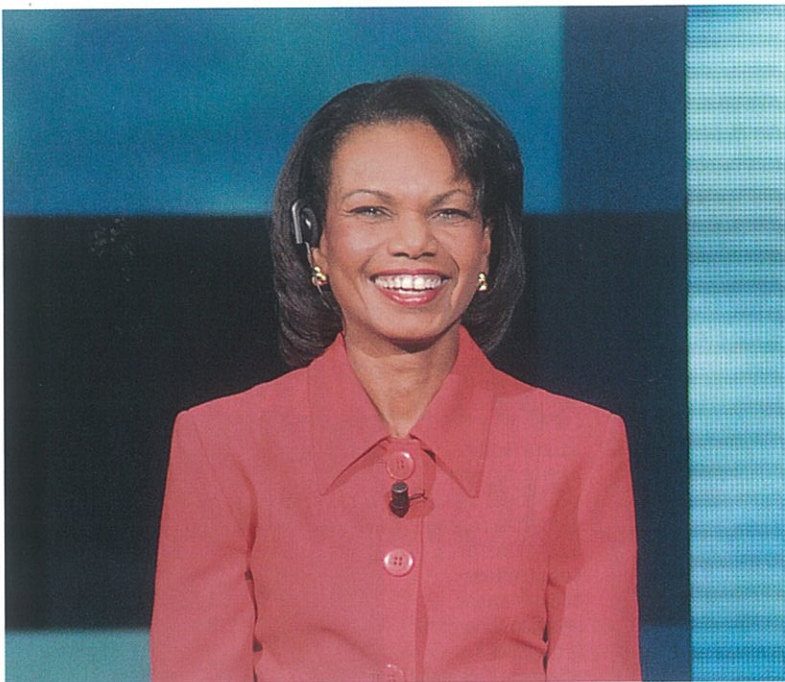
An example illustrating the two different functions of language: the first (Bergamo) responds to the need for comprehension-communication; the second (Bèrghem), to that of affirming identity. Right: Dante, as did Petrarch and many poets and men of letters, made our language great.



Fotolia

sarebbe diventato così importante come lingua di comunicazione senza l'espansione dell'impero britannico, il dominio dei mari, la colonizzazione di interi continenti, la rivoluzione americana, la costituzione dei *dominions*, l'affermarsi nel '900 degli Stati Uniti come potenza mondiale...

È possibile che vi siano più lingue in competizione per diventare veicolo di comprensione-comunicazione internazionale? Certamente, ma l'equilibrio è instabile, poiché se una lingua determina ricavi fortemente crescenti per coloro che l'adottano, presto o tardi quella concorrente regredirà. Nella sfida con l'inglese è il caso del francese, per il quale, tuttavia, nel novembre del 1991 spezzai una lancia di fronte alla Commissione per gli Affari Esteri della Camera dei deputati per mantenere una funzione internazionale a una lingua neolatina.



Condoleezza Rice, ex Segretario di Stato Usa. Il suo nome è una deformazione dell'espressione, indicativa dello stile musicale, "con dolcezza", a testimoniare che il compito di veicolare termini italiani è passato anche alla musica.

Condoleezza Rice, former United States Secretary of State. Her name is a deformation of the musical style term con dolcezza (with sweetness), bearing witness to the fact that music is also responsible for conveying Italian terms.

La lingua è il più antico bene pubblico o bene di rete, ovviamente anteriore a tutte le innovazioni per la sua trasmissione.

Language is the oldest public or network resource, clearly preceding all the innovations useful for its transmission.

**3** E l'italiano? Ha avuto una grandissima funzione storica nel veicolare linguaggi tecnici come attesta *Le parole della finanza e del commercio*, amirevole contributo della vice presidente dell'Accademia, professoressa Manni, che scrive: «Non vi sono dubbi che il primo e più importante mezzo che ha veicolato la terminologia commerciale e finanziaria italiana oltre i confini della Penisola è da individuare nella mobilità dei mercanti stessi che, fin dal secolo XII, hanno frequentato i principali mercati e, a partire dalla fine del secolo XIII, con le grandi compagnie toscane, si sono imposti come potenza finanziaria di livello internazionale» (p. 39). Si richiami alla mente che l'Italia, settentrionale e centrale, in quel periodo era la zona più ricca e sviluppata del mondo.

Col tramonto della nostra potenza finanziaria, il compito di veicolare termini italiani passò alla musica, come attesta il breve ma efficace contributo del professor D'Achille, *Musica e parole (italiane)*, dal quale riprendo il seguente passo: «Per vari secoli il primato dell'italiano nel campo della musica è stato indiscusso: basterebbe a dimostrarlo l'altissima quantità di italianismi penetrati nelle altre lingue di cultura tra Cinquecento e Settecento per indicare strumenti e registri vocali,

composizioni e danze, forme e ritmi che hanno nomi italiani o modellati su nomi italiani anche in francese e in tedesco, in inglese e in spagnolo» (p. 73).

Chi voglia anche superficialmente sfogliare il *Dizionario di italianismi in francese, inglese, tedesco*, a cura di Harro Stammerjohan et al., edito anch'esso dall'Accademia della Crusca nel 2008, vedrà che in tutte e tre le lingue le espressioni del gergo musicale sono riprodotte con grande frequenza senza variante alcuna rispetto all'italiano. A questo riguardo, mi sia consentita una breve digressione. Nel 1954, in un sobborgo di Birmingham, Alabama, al reverendo presbiteriano John Wesley Rice Jr. e a sua moglie Angelena Ray, insegnante di scienze, retorica e musica, nacque una figlia cui fu imposto il nome di Condoleezza, corruzione dell'espres-

sione, indicativa dello stile musicale, "con dolcezza"; da adulta Condoleezza sarebbe diventata rettore di Stanford e Segretario di Stato.

Anche le altre arti, quali la pittura, la scultura, l'architettura e le "minori", hanno diffuso termini della nostra lingua. Negli *Italianismi delle arti* Marco Biffi così si esprime: «[L]e arti diventano [...] serbatoio di un lessico intellettuale diffuso in tutti gli ambiti sociali caratterizzati da una cultura medio-alta. Nel caso dei termini artistici si è poi verificato un fenomeno del tutto peculiare, perché nei secoli si è delineato un lessico intellettuale europeo (ma in molti casi anche mondiale) in cui l'italiano ha giocato un ruolo da protagonista» (p. 53). Del resto lo stesso Biffi cita Leopardi che a proposito dell'architettura così si esprime: «Dovunque si formano le scienze o le arti o qualunque disciplina, quivi se ne creano i vocaboli. Se noi italiani non volevamo usar parole straniere nella filosofia moderna, dovevamo formarla noi. Quelle discipline che noi abbiamo formate (per esempio l'architettura) hanno i nostri vocaboli anche presso le altre nazioni» (*Zibaldone*, 8-9 giugno 1820).

La perdita degli antichi primati ha fatto sì che le fortune dell'italiano quale veicolo per il mondo riposino soprattutto sugli ambiti in cui abbiamo acquisito rinomanza: la cucina e la moda. Scrive Giovanna Frosini ne *La cucina degli italiani: tradizione e lingua dall'Italia al mondo*: «[G]li italianismi gastronomici nel mondo sono diventati una componente non trascurabile della diffusione dell'italiano di oggi» (p. 85). Nell'arte della cucina l'italiano nel Settecento dovette combattere col francese, ma nella *Scienza in cucina e l'Arte di mangiar bene. Manuale pratico per le famiglie* Pellegrino Artusi sul finire dell'Ottocento si fece difensore della lingua italiana contro la tradizionale nomenclatura francese, come emerge dal seguente passo citato dal Biffi (p. 97): «Certi cuochi, per darsi aria, strapazzano il frasario dei nostri poco benevoli vicini con nomi che rimbombano e non dico-



no nulla, quindi, secondo loro, questa che sto descrivendo, avrei dovuto chiamarla zuppa *mitonnée*. [...] Ma io, per la dignità di noi stessi, sforzandomi a tutto potere di usare la nostra bella ed armoniosa lingua paesana, mi è piaciuto di chiamarla col suo nome semplice e naturale (ricetta 38, *Zuppa col sugo di carne*)».

E oggi, l'italiano non conta più le altre lingue europee? Certamente, per effetto del turismo, della filmografia e del web si sono altamente diffuse parole che già si avventurarono, di là delle frontiere linguistiche, e che continuano a divulgare – oltre a qualche peculiarità che non ci fa onore come “Cosa nostra”, espressione diffusasi nel secondo dopoguerra – specialità gastronomiche italiane, in particolare la pasta e le sue infinite forme e preparazioni: gli antenati dei celeberrimi spaghetti sono i “vermicelli” presenti nel francese dal 1553, nell'inglese un secolo dopo, nel tedesco dagli inizi dell'800; “lasagne” è registrato in francese nel XVI secolo, in inglese dal XVIII, in tedesco agli inizi del XIX; “pappardelle” apparve nell'inglese alla fine del XIX secolo, insieme col “panettone”. Tra i vini va menzionato l’“aleatico”, presente nel tedesco dal 1589; tra i formaggi compare nelle tre lingue tardivamente la “mozzarella”: solo nel '900. Una diffusione mondiale hanno oggi “pizza”, nell'anagrafe culinaria dal 1565, “cappuccino” ed “espresso” nati soltanto agli inizi del XX secolo.

Nel volume v'è anche un capitolo dedicato alla moda: *Così vanno tutti: le parole della moda italiana* di Giada Mattarucco, che scrive: «Il termine *moda* è usato in Italia dalla metà del Seicento. L'etimologia è costituita dalla parola francese *mode* [...] Si può ben cominciare con un prestito dal francese, perché, in effetti, nel campo dell'abbigliamento, l'italiano presenta una partita doppia assai movimentata, con voci in avere non meno numerose che in dare» (p. 109). Non mi permetto di discutere questa conclusione che l'economia del saggio sembra giu-



Foto: A. Scattolon

La perdita degli antichi primati ha fatto sì che le fortune dell'italiano nel mondo riposino soprattutto sugli ambiti in cui abbiamo acquisito rinomanza come, a esempio, la cucina.

• *The loss of ancient supremacy made sure that the fortune of Italian in the world rested mainly in the spheres for which we are renowned, such as cuisine.*

stificare, poiché i sarti e gli stilisti italiani hanno reso il “made in Italy” affermato e, perciò, copiato nel mondo! Tuttavia, dal mio più stretto angolo visuale sui flussi migratori delle parole, penso che le esportazioni dal francese in italiano siano state e siano ancora più consistenti dei movimenti contrari.

**4** Vi sono degli sforzi ufficiali per affermare il ruolo dell'italiano nelle istituzioni internazionali? Ve ne sono stati, ma senza successo: nel caso della BERS (Banca Europea per la Ricostruzione e lo Sviluppo), fondata all'indomani della caduta del Muro di Berlino per aiutare i fratelli europei rimasti separati per decenni dalla Cortina di Ferro, ne fui testimone diretto tra la fine degli anni '80 e l'inizio di quelli '90. Il nostro idioma è parlato soltanto in Italia e nel confinante Canton Ticino, una zona troppo piccola, anche se densamente popolata, per avere un peso nella geopolitica della lingua.

Negli anni più recenti l'esperienza si è ripetuta per il brevetto europeo, anche se il caso non sembra ancora ufficialmente chiuso. Con la nostra insistenza per l'uso anche dell'italiano si è riusci-

ti solo a ritardare l'avvio di una procedura che semplifica e rende meno costosa la registrazione delle opere dell'ingegno nell'intera Unione europea; infatti, si è combattuta una battaglia per depositare in italiano la documentazione che, a mio avviso, se avesse avuto successo avrebbe danneggiato, non favorito il connazionale inventore a causa della scarsa conoscenza del nostro idioma tra i potenziali utilizzatori/acquirenti del brevetto.

Attualmente, se le mie informazioni sono aggiornate, siamo isolati, insieme con la Spagna, dagli altri 25 Paesi che hanno fatto ricorso a una cooperazione rafforzata per superare l'opposizione italiana e spagnola. La Spagna combatte ancora perché all'inglese, al francese e al tedesco si aggiunga lo spagnolo; l'Italia, riformulando la propria posizione, si batte perché si adotti una sola lingua, l'inglese... In questi casi, bisognerebbe ricordarsi dell'insegnamento di Orazio (*Ars Poetica*, 24-25): «*Pater et iuvenes patre digni, Decipimur specie recti*» (Padre e voi giovani degni del padre, noi siamo tratti in inganno dalle sembianze del giusto).

*Questo scritto rielabora il contributo alla presentazione del volume Italiano per il mondo: Banca, Commerci, Cultura, Arti, Tradizioni, curato da Giada Mattarucco, edito nel 2012 dall'Accademia della Crusca e sponsorizzato dalla FeBAF (Federazione di banche, assicurazioni e finanza). L'evento è stato ospitato l'11 aprile 2013 dalla Biblioteca del Quirinale, per gentile concessione della sua direttrice dottoressa Lucrezia Ruggi d'Aragona.*