

Poche parole, negli ultimi decenni, hanno percorso tanta strada come l'aggettivo *globale* e il sostantivo che ne deriva, *globalizzazione*. Un primo scatto di significato ha spostato il baricentro semantico di quest'ultimo dalla psicologia («il processo di percezione e acquisizione prima sincretica e poi analitica, tipico della psiche del fanciullo») a quello economico che tutti conosciamo («la tendenza dell'economia ad assumere una dimensione mondiale»). Ma un ulteriore slittamento ha permesso a entrambi i termini di invadere quasi tutti gli ambiti della vita associata, dal costume alla politica. Nell'intervento vengono messe in evidenza le parole e i fenomeni della *globalizzazione* che fa dividere il mondo in *globalizzati* e *globalizzatori* e in *globalizzatori* e *antiglobalizzatori*. In una specie di paradosso dell'autoreferenzialità, *globale* e *globalizzazione* sono diventati parole *globali*, semanticamente "diffuse", buone per ogni utilizzo. La naturale polisemia del linguaggio ha fatto che i due termini possono significare al tempo stesso tutto e niente.

PAROLE CHIAVE: fenomeni della globalizzazione, neologismi della globalizzazione, diffusione dei modelli linguistici, cibo globale, gusto globale, ordine globale, potere globale

GLOBALIZZARSI O MORIRE: DAL MONDO GLOBALE AL LESSICO GLOBALE

1. Introduzione

Poche parole, negli ultimi decenni, hanno percorso tanta strada come l'aggettivo *globale* e il sostantivo che ne deriva, *globalizzazione*. Un primo scatto di significato ha spostato il baricentro semantico di quest'ultimo dalla psicologia («il processo di percezione e acquisizione prima sincretica e poi analitica, tipico della psiche del fanciullo» secondo il Devoto-Oli)¹ a quello economico che tutti conosciamo, e cioè la «tendenza dell'economia ad assumere una dimensione mondiale, superando i confini nazionali, soprattutto attraverso l'esistenza di un mercato mondiale dei capitali e l'in-

¹ GIACOMO DEVOTO - GIAN CARLO OLI, *Vocabolario della lingua italiana*, Firenze, Le Monnier, 2008, p. 1228.

tegrazione delle imprese multinazionali con le realtà produttive (costo del lavoro, tendenze del consumo, ecc.) dei diversi paesi in cui si insediano»². Ma un ulteriore slittamento ha permesso a entrambi i termini, soprattutto all'aggettivo *globale* e alla sua variante inglese *global*, di invadere quasi tutti gli ambiti della vita associata, dal costume alla politica. Nell'intervento vengono messe in evidenza le parole e i fenomeni della *globalizzazione* che fa dividere il mondo in *globalizzatori* e *globalizzati* e in *globalizzatori* e *antiglobalizzatori*. In una specie di paradosso dell'autoreferenzialità, *globale* e *globalizzazione* sono diventati parole *globali*, semanticamente "diffuse", buone per ogni utilizzo. La naturale polisemia del linguaggio ha fatto che i due termini possono significare al tempo stesso tutto e niente.

2. L'alternativa è secca: globalizzarsi o morire

Globale è una specie di camaleonte del linguaggio: cambia colore a seconda della parola cui è accostato: dall'*economia globale* e dal *mercato globale* si è passati quindi alla *democrazia globale*, dove l'aggettivo allude al sogno di un nuovo ordinamento politico che garantisca libertà e sicurezza a tutti gli abitanti del pianeta. Più spesso la parola si identifica con un potere misterioso e pervasivo che regola le nostre vite e orienta le nostre opinioni senza apparenti costrizioni: *ordine globale*, *potere globale*, *pubblicità globale*. Ma basta che un gruppo di qualsiasi tipo includa al suo interno un paio di nazionalità e di lingue diverse, ed ecco la *famiglia globale* o la *squadra global*. Quindi nel nuovo millennio, come dice un giornalista italiano, l'alternativa è secca: *globalizzarsi* o morire. Il web è stato e rimane il territorio ideale in cui sperimentare la *globalizzazione* dei consumi, però il marchio di un prodotto e di un oggetto che pretende di essere unico e al tempo stesso di andare bene per tutti è diventato il simbolo più eclatante della *globalizzazione*. Lo hanno capito anche le aziende, fondando sul *brand* il 'marchio', e sul suo derivato verbale, il *branding*, la propria fortuna e le proprie strategie. Così il marchio fa immagine e identifica, in nome del marchio le aziende si accoppiano e si fondono (*multi brand*), i marchi unificano i popoli e i mercati più di ogni altra cosa. Nel saggio *No logo*, uscito negli Stati Uniti nel 2000 e tradotto in italiano l'anno successivo, Naomi Klein punta l'indice contro i grandi

² *Ibid.*

marchi, responsabili di incarnare nel mondo il lato peggiore della *globalizzazione*: sfruttamento della manodopera dei paesi poveri, totale assenza di rispetto per l'ambiente, omologazione del gusto, dei desideri, del pensiero stesso degli abitanti dei paesi sviluppati.³ Gli emblemi di questa forma di imperialismo consumistico e di dominio dei modi di vita occidentali sul resto del pianeta sono le grandi multinazionali, Coca Cola e McDonald's su tutti. Al punto di prestare i propri nomi al concetto più generale che incarnano: *macdonaldizzazione* e *coca-colonizzazione* sono diventati infatti sinonimi di *globalizzazione*.

Dall'altra parte la parola simbolo della lotta alla *globalizzazione* è nata nel seno della *globalizzazione* stessa: *glocal* contamina infatti "global" e "local", così come il suo omologo italiano tenta di unificare i vantaggi del globale con la valorizzazione della specificità locale. E la *glocalizzazione* (o *glocalismo*) è diventata così l'unica vera alternativa allo strapotere delle multinazionali e all'omologazione. Così *glocal* sta per il piccolo viticoltore che vende il suo Barbaresco via Internet; è *glocal* il gruppo musicale che porta una danza popolare come la pizzica pugliese in tournée in Europa; si definisce *glocal* movimento di protesta di dimensioni planetarie che racchiude al suo interno le realtà più diverse.

Inoltre, *globale + locale* è la formula chiave per capire anche il più vasto e articolato il movimento che si oppone alla *globalizzazione* sfruttandone i metodi e gli strumenti. Nel 1999, a Seattle, è nato il movimento e anche il termine *no global*, o *antiglobal*, o ancora più avanti *antiglobalizzazione* quando gli scontri di Genova sono entrati nella storia del movimento.⁴ Da allora i *no global*, in particolar modo quelli italiani, negli scontri del G8 sono diventati anche *giottini*.⁵ È necessario dire che il movimento ha soprattutto

³ NAOMI KLEIN, *No logo. Economia globale e nuova contestazione*, Milano, Baldini-Castoldi-Dalai, 2001, p. 56.

⁴ La locuzione *no global* è nata in Italia come abbreviazione di *No global Forum* e si è diffusa dopo i tragici fatti di Genova del luglio 2001, quando, in seguito ai tumulti dei manifestanti contro il vertice dei G8, un ragazzo ventenne perse la vita. È proprio il 2001 l'anno in cui quest'espressione, usata sia come sostantivo (*no global*), sia come aggettivo (*gruppi, movimenti, proteste no global*), comincia a circolare sulla stampa italiana. Cfr. CLAUDIO GIOVANARDI - RICCARDO GUALDO, *Inglese-Italiano 1 a 1*, Lecce, Manni, 2003, p. 212.

⁵ «La Repubblica», 11 luglio 2001: «Antiglobalizzatori a Genova: ecco tutti gli appuntamenti antiglobal del G8». In questo titolo notiamo il tentativo di distinguere il sostantivo *antiglobalizzatori*

to cercato di scrollarsi di dosso l'ombra della violenza, ribattezzandosi *new global*, non contro la *globalizzazione*, ma per una *globalizzazione* più giusta, che dopo le merci diffonda anche i diritti, non per un mondo immobile o nostalgico, ma a favore di un mondo diverso.

3. Il cibo globale

Uno dei fenomeni della *globalizzazione* sono senz'altro le nuove abitudini alimentari e culinarie. Per lungo tempo in Italia nelle abitudini alimentari e culinarie, si è seguito, talvolta un po' pigramente, la tradizione, basata sulle tante varietà regionali che da sempre caratterizzano questo paese. Poi a partire dagli anni Settanta, raggiunto il benessere, si è assistito al trionfo del cibo omologato e all'appiattimento dei sapori tipici dei *fast food*⁶ (e degli analoghi *fast-bar*) e con questo anche alla nascita dei termini completamente nuovi. Accanto o al posto di ristoranti, osterie e trattorie sono apparse *hostarie* (dove l'acca iniziale serviva soprattutto a far lievitare il costo di un pasto), *hamburgerie*, *focaccerie*, *croissanterie*, e *champagnerie* e quei punti di ristoro situati nei centri commerciali o negli autogrill, dove è possibile fare un veloce spuntino: le *spizzicherie*, gli *snackpoint*, le *pizzahouse* e i *pizzacenter*. Quando si parla di *cibi fast* il pensiero corre subito al *Mcmondo* e alla *macdonaldizzazione* (o *McDonaldizzazione*) che hanno contribuito a trasformare il gusto, globalizzandolo e appiattendolo, creando generazioni di *malgustai* che si nutrono di *cibo spazzatura* (*'junk food'*) preconfezionato e dall'alto contenuto calorico, e accompagnando l'affermazione di un nuovo stile di vita: la *fast life*, la *vita fast* dei nostri giorni, che tutto consuma freneticamente e nevroticamente, scandita dall'*Internet time*, il tempo dettato dall'innovazione tecnologica e dalle abitudini della rete. E questo modo di vivere si è esteso all'editoria con il *Mclibro* (il *bestseller* e l'*instant book*), alla vita sentimentale con il *fast sex*⁷, il sesso veloce, e persino quella spor-

dall'aggettivo *antiglobal*. La distinzione è poco economica, perché finisce per introdurre due parole diverse che sono riassunte dall'unico *no global*.

⁶ «La Repubblica», 11 dicembre 2001: «Il *fast food*, con la sua omologazione planetaria, ha fatto piazza pulita delle tradizioni per quel che riguarda l'alimentazione. Diamo pure per scontato che i consumatori di *cibi fast* traggano lo stesso piacere che altri derivano da un bicchiere di Barolo, o da un desinare in lieta compagnia».

⁷ «La Repubblica», 13 febbraio 2007: «E per far capire meglio cosa sta succedendo nel letto degli

tiva con il *fast football*, il calcio giocato sempre più spesso e a ritmi sempre più frenetici.

Contro il *trash food* dei Mc Donald's, contro il *nefast food* (espressione non certo inglese, ma gioco di parole comprensibile agli italiani) di certa ristorazione per turisti è nato negli anni Ottanta, e si è poi diffuso in tutto il mondo, lo *slow food*, un movimento che riafferma il primato del pasto tradizionale, con le sue portate e i suoi ritmi. L'aggettivo inglese *slow* è diventato così il simbolo della *slow life*, una cultura e uno stile di vita ('la vita lenta') che privilegiano la categoria "tempo" e ritmi più legati alla tradizione nella ricerca della soddisfazione dei propri bisogni. I sostenitori di questo progetto sono i *senza-fretta* che praticano il *piacere slow*, esteso a ogni aspetto dell'esistenza: scelgono per vivere o frequentano come turisti le *slow city* ('città lente' o 'città slow'), a misura dei loro abitanti e dei visitatori più attenti, viaggiano con *treni-slow*, che consentono un diverso modo di osservare il paesaggio.

Gli *arcigolosi* (dal nome della prima associazione *cultural-gastronomica* ad occuparsi in modo nuovo del *mangiarbene*, l'Agricola Slow Food)⁸, hanno promosso l'*enogastronomia*, una cultura della buona cucina associata alla conoscenza dei vini di qualità. Questa cultura *enogastronomica* è diventata presto cultura *eco-gastronomica*, basata su un progetto di educazione alimentare e del gusto, su una rinnovata sensibilità verso il territorio, le sue materie prime, i suoi prodotti e sul ritorno a una *vita lenta*, rappresentata dal simbolo dell'associazione, una chiocciola. È nato così il popolo dei *degu-*

italiani è stato intervistato un campione di persone che, forse perché protetto dall'anonimato, ha confessato che anche dietro il più accanito consumatore di *fast sex* c'è un'inguaribile voglia di tenerezza».

⁸ *Slow Food* è un'associazione internazionale senza scopo di lucro nata in Italia, a Bra, in provincia di Cuneo, nel 1986 con il nome di *Arcigola*. Si pone come obiettivo la promozione del diritto a vivere il pasto, e tutto il mondo dell'enogastronomia, innanzitutto come un piacere. Fondata da Carlo Petrini e pensata come risposta al dilagare del *fast food* e alla frenesia della vita moderna, *Slow Food* studia, difende e divulga le tradizioni agricole ed enogastronomiche di ogni parte del mondo. Il progetto più importante portato avanti da *Slow Food* è *Terra Madre - incontro mondiale delle Comunità del cibo*, giunto nell'ottobre 2006 alla sua seconda edizione: cinquemila contadini, pescatori, allevatori di tutto il mondo che si riuniscono all'Oval di Torino per discutere di sovranità alimentare, difesa della biodiversità, diritto a un cibo più buono, pulito, giusto. Cfr. Rivista «Slowfood», n.1, 2004, *Verso Terra Madre* di Carlo Petrini pp.16-18.

statori e si è moltiplicato il numero dei *gastronauti*, di coloro che, per piacere e poi anche per lavoro, si muovono alla ricerca di trattorie e ristoranti che ancora si sforzano di offrire una *cucina del ricordo* basata su gusti e sapori tradizionali. E si sono diffuse iniziative di *democrazia gastronomica*⁹, volte alla “rieducazione” del gusto (come testimoniano i numerosissimi corsi di degustazione, non solo di vini, ma anche di formaggi, oli, caffè), alla riappropriazione di sapori perduti e alla difesa di prodotti in via di estinzione.

Tra *serial food* (‘cibo seriale’) e *cibo doc* si sta aprendo oggi anche un’altra strada, quella del *gusto globale*. Si va diffondendo la tendenza ad andare oltre i *cibi-simbolo* del proprio paese per aprirsi a culture gastronomiche e sapori diversi, alla *cucina del mondo* con le sue ricette e i suoi strumenti di cottura, come il *wok*, (‘il padellone di ferro usato dai cinesi’) e la *cuscussiera* mediorientale. Così, in tanti paesi europei, dapprima in quelli con un passato coloniale, più lentamente in altri, tra cui oggi anche la gastronomicamente conservatrice Italia si sono diffusi locali dove poter provare l’*ethnic-food*, il *cibo multietnico*. A lungo, almeno in Italia, gli unici *ristoranti etnici* sono stati quelli cinesi, poi con l’arrivo delle nuove comunità di immigrati in ogni angolo sono apparsi *sushi-bar* o *sushi-buffett* (‘locali dove viene servito il piatto tipico della cucina giapponese’), ristoranti *tex-mex* (che propongono una cucina che mescola la tradizione del Texas e del sud degli Stati Uniti con quella messicana), *tapas bar* (in cui si gustano le *tapas*, stuzzichini serviti nei caffè spagnoli insieme a un bicchiere di vino o di birra), *fast food arabi*.

È la *globalizzazione del gusto*, quella mescolanza di sapori, ingredienti, tradizioni, inevitabile conseguenza della globalizzazione economica, da cui è nata la cucina *fusion*¹⁰ perché anche il cibo italiano apprezzato in tutto il mondo sperimenta la contaminazione fra prodotti provenienti da regioni diverse della penisola (*italian fusion*)¹¹ o utilizzando ingredienti di altre culture

⁹ «Corriere della sera», 16 ottobre 2003: «Questo fenomeno straordinario, scattato due anni fa come operazione di *democrazia gastronomica* - una sorta di cordata di salvataggio per piccole produzioni agroalimentari senza futuro - è sempre stato letto solo nelle sue chiavi più abituali - sociologiche, culturali, politiche».

¹⁰ «La Repubblica», 11 dicembre 2001: «È perlomeno bizzarro che nel millennio del nuovo che avanza ci siano evidenti dicotomie tra la cucina *fusion* da una parte e le cucine delle minoranze linguistiche, di quelle religiose e di quelle *etiche* dall’altra».

¹¹ «Corriere della sera», 16 ottobre 2003: «Ecco planare sulle nostre tavole - nelle case come al ristorante - la *italian fusion*, miscellanea nazional-godereccia di sapori, profumi, segreti».

gastronomiche come la giapponese (*cucina tokyonese*), oppure ancora dando vita a una più casereccia *globalizzazione all'amatricana*¹², perché la vera novità nella ristorazione in Italia è oggi la diffusione della cucina etnica.

4. Il mondo del vino, due prefissi e tante nuove professioni

Uno dei primi settori a cui si è rivolta la nuova sensibilità *dolcevitoso* degli *slofoddiani* è stato quello del vino; questo tipo di attenzione ha reso comuni agli appassionati termini tecnici come *barricato* o *barriquato* ('vino invecchiato nelle barrique, botti di rovere di piccola capacità'), *vintage* ('denominazione di vini millesimati di particolare pregio'), *éleveur* ('il produttore che non possiede terre, ma ha una cantina e acquista le uve') o anche, riferito ai distillati, *monovitigno* ('denominazione commerciale di una grappa ottenuta dalle vinacce di un singolo vitigno'). Lentamente nel corso degli anni Novanta del secolo scorso si sono diffuse un'attenzione diversa alla qualità e una valorizzazione dell'*enodiversità* ('la varietà nella produzione enologica di una regione'), mentre all'*ecogastronomia* si è affiancata l'*eco-enogastronomia*.

Attorno al recupero del vino di qualità, inoltre, sono nate e si sono sviluppate una serie di parole (e di attività) legate al prefisso "eno-": così gli *enonauti*, gli appassionati navigatori nel mondo del vino di qualità, programmano i loro *enotour* basandosi sulla lettura di una delle numerose *enoguide*¹³, edite negli ultimi anni o sulla segnalazione di quei locali dove un'attenzione centrale è dedicata al vino (le *enotavole*)¹⁴. Mentre i più colti tra gli *enogastronomi* (o quelli più interessati al vino tra i *gastrocolti*) frequentano *enoteche-librerie* dove si discute, nello stesso tempo, di buoni vini e di appassionanti letture.

¹² «La Repubblica», 13 febbraio 2007: «Una nuova rivoluzione di cuochi sta rivoluzionando la cucina mondiale. *Globalizzazione all'amatricana*. Giovani, colti, poliglotti. E, soprattutto, spregiudicati nel mescolare le culture gastronomiche più lontane».

¹³ «Corriere della sera», 16 ottobre 2003: «Nascono le università del gusto. Numero chiuso e docenti famosi per iniziare la carriera di *enoguida* o di comunicatore dei sapori».

¹⁴ «La Repubblica», 11 dicembre 2001: «Quest'anno sono stati introdotti alcuni elementi di novità, tra cui il simbolo della bottiglia, per indicare i ristoranti che dedicano particolare cura nella ricerca e nel servizio del vino, e l'introduzione di una nuova categoria di locali, definiti *enotavole*, che pongono il vino al centro della loro proposta».

Oltre al prefisso “eno-“, anche la parola inglese “*wine*“ ha dato il suo contributo alla creazione di nuovi termini: gli enologi sono chiamati *winemaker*, mentre i *wine writers*, sono i critici del bere bene, *wine bar* quei locali che offrono vini accompagnati da piccoli spuntini.

Numerosi sono anche i nuovi mestieri legati all’enogastronomia: l’*enoguista*, oltre a essere *baedeker* dell’enogastronomo, individua anche un lavoro, come pure il termine *gastronauta* può indicare sia chi va in giro per il mondo in cerca di specialità culinarie, sia l’ideatore di itinerari mediatici tra i sapori tipici italiani (professionista in *gastronautica*). E sempre più persone si indirizzano alla carriera di *operatore enogastronomico*¹⁵, mentre il *giornalismo enogastronomico* è ormai diventato una materia di studio. Infatti, grazie ad *arcigolosi*, *gastrocuriosi* ed *enogastronomi*, la gastronomia è diventata una scienza il cui sapere viene insegnato tra Pollenzo, presso Cuneo, e Colorno, in provincia di Parma, località dove ha sede la prima *università del gusto*¹⁶.

5. Il turismo globale e i suoi protagonisti: dal *turista fai-da-te* all’*ecoturista*

Mentre da una parte il mangiare e il bere hanno modificato il proprio modo di essere, anche le maniere e i modi di viaggiare si sono modificati. Oggi per il *popolo delle vacanze* viaggiare è più facile: le distanze si sono accorciate ed è possibile spostarsi spendendo meno che in passato. Le compagnie *low cost*¹⁷ sono molto più vantaggiose rispetto alle compagnie di bandiera; le offerte *last minute*¹⁸ permettono di ottenere forti sconti sui biglietti. Le compagnie aeree promuovono, inoltre, campagne di *fidelizzazione* (con l’obiettivo di rendere più “fedeli“ i loro clienti), premiando con offerte i *frequent flyer* (‘i viaggiatori abituali’).

¹⁵ «Corriere della sera», 11 maggio 2004: «I Fiduciari di Arcigola e i loro collaboratori sono diventati un’équipe affiatata di *operatori enogastronomici* nel territorio».

¹⁶ «Corriere della sera», 7 luglio 2004: «Ecco l’università del gusto: 500 candidati per 65 posti. Cuneo inaugurato il primo ateneo di Scienze gastronomiche[titolo]».

¹⁷ «La Repubblica», 12 aprile 2001: «Le piccole compagnie aeree figlie della *deregulation* dei cieli europei avviata nel 1993, le cosiddette *low cost*, per via dei bassi costi di gestione, si sono rese protagoniste di un boom che ha spiazzato ogni previsione».

¹⁸ «La Repubblica», 24 settembre 2001: «Proprio adesso che la prima tragedia mondiale deflagrata da Manhattan mette in ginocchio il turismo globale, assurge a termine di lingua comune la locuzione *last minute*, detto di biglietto o viaggio acquistato con forte sconto poco prima della partenza».

Certo che viaggiare con un *pacchetto-vacanze*, partire conoscendo dettagliatamente il programma e sapendo quello che si avrà a disposizione perché tutto è incluso (*all inclusive*) può non essere gratificante per chi rifiuta di fare il *turista tutto-compreso* e dall'altra parte per il *turista fai-da-te*¹⁹ che sceglie di viaggiare da solo e non ha paura di fronte a difficoltà o inconvenienti, di essere preso in giro, come accadeva in una nota pubblicità, al grido di *no Alpitour*. Quindi nell'epoca del *turismo globale* le tipologie di viaggiatori si sono moltiplicate: dal *popolo della notte* che in estate va a Ibiza o a Rimini, ai *post-turisti*²⁰ (anche se non è ben chiaro chi siano e che cosa facciano), dai *viaggiatori etici*, sostenitori di un *turismo responsabile*, agli *ecoturisti* che scelgono mete di interesse naturalistico nel rispetto dell'ambiente. Ci sono poi gli *Stonky*, acronimo inglese per *Still Travelling On, No Kids Yet*, ('ancora si viaggia, per adesso niente figli'), di solito single, che nel viaggio investono tempo e passione. E come dice Stefano Benni ci sono tante persone impegnate nello "sport più estremo del secolo", il *weekending*, e quelle invece che allungano il tradizionale fine settimana in un *trikend* che parte dal venerdì.

Le motivazioni di un viaggio possono anche non essere legate allo svago, come accade quando un malato va a farsi curare in un altro paese. Mentre un tempo si intraprendevano i *viaggi della speranza* per disperazione, oggi i *vacanzieri della salute*, i *turisti-pazienti* scelgono di recarsi all'estero anche in caso di malattie meno gravi, attratti dai bassi costi proposti da medici e strutture ospedaliere di alcuni paesi (è il caso dei dentisti croati). E il *turismo medico* pare oggi in espansione: ad esempio la fecondazione assistita ha spinto molte coppie a recarsi in paesi dove questa tecnica è consentita (*turismo procreativo*)²¹; mentre il linguaggio giornalistico è arrivato perfino

¹⁹ «La Repubblica», 1 marzo 2002: «Troppo poco, infatti, il tempo a sua disposizione perché qualcosa vada storto. E poi ce l'ha insegnato anche una famosa pubblicità.... Ahi ahì ahì, ridevano del *turista fai-da-te* altri viaggiatori: naturalmente viaggiatori *all inclusive*».

²⁰ «La Repubblica», 26 novembre 2000: «Modernisti, iperturisti, cultori del viaggio, post-turisti, inesperti e grandi narratori. Ecco chi siamo secondo le nuove categorie del turismo italiano anni Novanta».

²¹ «Corriere della sera», 11 maggio 2004: «Dopo all'approvazione della legge sulla fecondazione assistita, le coppie che desiderano un figlio hanno trovato centri non troppo lontani né troppo costosi dove è possibile ottenere ciò che ora è vietato in Italia per legge. Grecia, Tunisia, Malta, presto potrebbe aggiungersi l'Albania. Queste le nuove rotte del turismo procreativo».

no definire *turismo della morte*²² la ricerca di una “morte serena” in paesi dove si pratica l'eutanasia. Meno drammatiche e maggiormente legate al desiderio di rimanere in forma e di curare il proprio corpo sono invece le *vacanze-benessere* che si tengono in un *beauty center* o in una *beauty farm*.

Se con il *turismo religioso* ripercorriamo tradizioni antiche come quella dei pellegrinaggi, oggi spesso chi viaggia ricerca emozioni forti. Abbiamo così il *turismo vulcanico*, l'*eliturismo*, che permette di osservare da un elicottero luoghi particolarmente suggestivi o difficilmente raggiungibili via terra, e persino il *turismo spaziale*²³, anche se quest'ultimo rimane un sogno per miliardari che vogliono soddisfare, almeno una volta, il sogno di essere *astroturisti* o *turisti spaziali*.

Colpisce maggiormente, però, la diffusione di un *turismo cattivo*²⁴, quel turismo estremo che sceglie come meta regioni sconvolte da una guerra. In tempi di insicurezza globale, mentre una parte dei viaggiatori chiede soprattutto un *relax blindato*, c'è anche chi cerca di provare con il *turismo bellico*. Fare il *turista di guerra* vuol dire viaggiare tra campi minati e macerie, camminare a fianco di soldati armati, fiancheggiare carri armati. Si tratta di una trasposizione nella vita di tutti i giorni di chi vive questo catastrofismo, ma anche un'offesa alle persone che ci vivono e soffrono.

Infine, c'è il *turismo della memoria*²⁵, quando si viaggia per non dimenticare un pezzo della storia (per esempio i Lager nazisti), quando al piacere di conoscere si accompagna il desiderio di fotografare alcuni *luoghi della memoria*. In questi tempi un caso emblematico è quello di Berlino e del Muro

²² «La Repubblica», 12 aprile 2001: «Le autorità olandesi non intendono favorire alcun turismo della morte. La legge lo esclude: chi vuole sottoporsi ad eutanasia deve essere cittadino olandese».

²³ «Corriere della sera», 3 gennaio 2000: «Già si comincia a parlare di turismo spaziale. Alcuni costruttori americani e giapponesi studiano e collaudano navicelle con le quali compiere brevi soggiorni in orbita terrestre provando l'ebbrezza dell'assenza di gravità».

²⁴ «La Repubblica», 31 agosto 2002: «Da un po' di tempo va di moda il turismo cattivo, quello che sceglie le aree più depresse del pianeta, svilite dalla guerra, dall'odio fazioso, dalla violenza distruttiva».

²⁵ «La Repubblica», 24 aprile 2003: «Il reportage di viaggio si articola in un significativo turismo della memoria, durante il quale il viaggiatore si sente accompagnato da un vecchio e saggio esploratore del mondo che, mentre indica e descrive i luoghi che vengono visitati, racconta allo stesso tempo le vicende e le avventure di cui sono stati testimoni».

diventato un'attrazione turistica dopo la riunificazione della Germania, con tanti simboli di un passato che sembra già lontano.

Il *turismo globalizzato* ha tra le sue caratteristiche quella di essere un *turismo mordi e fuggi*, praticato da persone che nella località prescelta si fermano una o al massimo due giornate. Tuttavia, in opposizione a questo turismo frenetico e *mordi e fuggi*, i cultori della *vita lenta* privilegiano come mete del viaggio le *città slow*²⁶, dove migliore è la qualità della vita e si programmano *intinerari slow* in luoghi lontani dallo stress e dalla ripetitività di un turismo massificato.

Tornando a parlare del *turismo gastronomico* va detto che gli *enoturisti* ed *enogastroturisti* sono stati tra i primi a mettersi in cammino lungo itinerari come le *strade del vino* che oggi rappresentano il boom dell'*enoturismo*. Poi c'è stata l'esplosione dell'*ecoturismo* (anche *turismo ambientalista*, *turismo ecologico*), il modo di viaggiare *ecologicamente consapevole* basato sul rispetto dell'ambiente di chi sceglie di visitare regioni di interesse naturalistico.

6. Dal punto di vista della lingua

La parola globalizzazione deriva dall'aggettivo "globale" che significa totale ed è legato, a sua volta, al termine "globo", cioè mondo, la terra intera.²⁷ Dal punto di vista della lingua, e quindi anche del costume, l'era della globa-

²⁶ «La Repubblica», 4 agosto 2000: «Qualità, cortesia, pulizia, igiene per citare alcune delle caratteristiche irrinunciabili per ottenere ufficialmente la possibilità di definirsi *città slow*».

²⁷ Si parla, ad esempio, di "globalizzazione dell'informazione" per fare riferimento al fatto che, grazie ai nuovi mezzi di comunicazione, le notizie possono viaggiare più velocemente che in passato e raggiungere qualsiasi parte del pianeta. Si parla di "globalizzazione culturale" quando si vuole evidenziare che alcuni stili di vita e alcune abitudini si diffondono rapidamente da un luogo all'altro della Terra, spesso a scapito delle tradizioni locali, che invece vanno scomparendo. In pratica il processo di globalizzazione consiste nella creazione di un unico mercato mondiale in cui è possibile la libera circolazione di capitali, merci e servizi, resa possibile dall'eliminazione di tutte le barriere che i differenti paesi pongono. A questo scopo è nata nel 1995 l'Organizzazione mondiale del commercio (WTO) il cui obiettivo principale è appunto la riduzione del protezionismo dei mercati, liberalizzando il più possibile gli scambi. La globalizzazione non riguarda comunque solo il mercato inteso come luogo di scambio dei prodotti, ma anche la produzione, il mondo cioè si è trasformato in un unico grande spazio produttivo all'interno del quale ogni fase del lavoro può essere spostata nel paese che offre più vantaggi. Cfr. NAOMI KLEIN, *No logo. Economia globale e nuova contestazione*, Milano, Baldini-Castoldi-Dalai, 2001.

lizzazione è in realtà cominciata, in Italia e come del resto anche dalle altre parti, a partire dagli anni '80 quando si sono insediate e imposte nell'immaginario collettivo le immagini e le parole della *globalizzazione*.²⁸ Considerando la parola stessa e le sue forme va notato che il verbo che ne deriva ha due facce. E se, da una parte il verbo *globalizzarsi* può essere un esercizio utile e fecondo per il singolo individuo, costretto dal mondo che cambia ad uscire dal bozzolo della lingua madre, dell'appartenenza nazionale e dell'identità di classe per riconoscersi parte di una comunità più vasta, sul termine *globalizzare* si allunga l'ombra politica della sopraffazione e dello sfruttamento dei più deboli (soggetti o paesi) da parte del mondo occidentale (governi o mercati). Infatti, nel nuovo ordine mondiale sembrano esistere le due grandi categorie quella di chi impone e quella di chi subisce, e non sono poche le voci autorevoli che accusano la *globalizzazione* di dividere il mondo in *globalizzatori* e *globalizzati*. E nei paesi sviluppati si apre una spaccatura sempre più grande tra *globalizzatori* e *antiglobalizzatori*. Così il fenomeno, da economico, si è fatto politico e, come abbiamo visto, ha generato tante parole nuove. Attraverso il materiale raccolto e proposto, tratto principalmente dalle fonti giornalistiche, abbiamo tentato di cogliere in che modo e per quali strade i mutamenti della società rispecchino, e talvolta determinino, i mutamenti nel formare e creare parole nuove. La maggior parte delle attestazioni dei termini proposti proviene da quotidiani italiani. Nonostante consapevoli del fatto che non tutte le parole attestate avranno la stessa capacità di durare nel tempo, abbiamo volutamente cercato di proporre la novità, l'eccentricità, proprio con lo scopo di far vedere le nuove strade e le nuove scelte che sta vivendo l'italiano contemporaneo. È noto che la stampa quotidiana ha esercitato da sempre un'importante influenza nella diffusione dei modelli linguistici e oggi questo ruolo è fortemente presente dalla propagazione di formule linguistiche che, anche inconsapevolmente, vanno sempre più radicandosi nel parlato.²⁹ Per dirla con Giovanni Adamo e

²⁸ Nel processo di globalizzazione la lingua ha un valore di mercato, come evidenziato dal predominio dell'inglese, il cui insegnamento e uso nell'editoria corrisponde a interessi di natura economica. Cfr. BENEDETTA BALDI - LEONARDO MARIA SAVOIA, *Linguaggio e globalizzazione* in Treccani, l'Enciclopedia Italiana - VII Appendice, 2007.

²⁹ GIOVANNI ADAMO - VALERIA DELLA VALLE, *2006 parole nuove. Un dizionario di neologismi dai giornali*, Milano, Sperling&Kupfer Editori, 2005, pag. VIII.

Valeria Della Valle, da alcuni anni assistiamo a una progressiva sostituzione e affermazione di elementi formanti veicolanti in ambito mondiale dalla lingua inglese, o angloamericana. Sono noti a tutti alcuni esempi molto produttivi: *cyber*, *e*, *info*, *net*, *web*- e a questa lista si potrebbe aggiungere anche *global* il cui significato nelle nuove forme si riferisce maggiormente a 'assumere una dimensione mondiale'. Ciascuno di questi elementi, attraverso la via del prestito integrale, comincia ad affermarsi anche nelle neoformazioni italiane come vero e proprio preffissoide. Si tratta quindi dei neologismi compositivi che consistono nella proliferazione di serie lessicali molto produttive che possono avere origine angloamericana, essere veicolate dalla lingua inglese o modellate su espressioni inglesi.³⁰

Presentiamo una lista con le 44 parole ed espressioni prese alla rinfusa che leggiamo nei quotidiani italiani e che contengono l'aggettivo "global" e i suoi derivati. Si tratta dei neologismi relativi alla globalizzazione, nati prevalentemente negli ultimi decenni e molti dei quali non hanno ancora trovato il loro posto nei più importanti vocabolari italiani. Per quanto le citazioni riportate possano apparire disinvolute e accattivanti, si tratta delle forme per le quali non è facile pronosticare una sicura diffusione nella pratica linguistica, tuttavia si è ritenuto opportuno testimoniarne le apparizioni.

antiglobal

antiglobalizzazione

democrazia globale

famiglia globale

*antiglobalizzatore*³¹

*de-globalizzazione*³²

economia globale

*gastro-globalizzazione*³³

³⁰ GIOVANNI ADAMO - VALERIA DELLA VALLE, *Neologismi quotidiani. Un dizionario a cavallo del millennio 1998-2003*, Firenze, Olschki editore, 2003, pag. XVII.

³¹ «La Repubblica», 5 ottobre 2000: «Sono già 2500 gli antiglobalizzatori americani passati attraverso gli addestramenti della Ruckus Society, e 300 di loro si sono perfezionati, diventando a loro volta addestratori».

³² s.f. Superamento della globalizzazione attraverso l'incentivazione dei mercati locali. Derivato dal s. f. *globalizzazione* con l'aggiunta del prefisso *de*-. Cfr. GIOVANNI ADAMO - VALERIA DELLA VALLE, 2006 *parole nuove. Un dizionario di neologismi dai giornali*, Milano, Sperling&Kupfer Editori, 2005, p. 147.

³³ La progressiva fusione e contaminazione delle tradizioni gastronomiche internazionali. Composto dal prefissoide *gastro*- aggiunto al s. f. *globalizzazione*. Cfr. GIOVANNI ADAMO - VALERIA DELLA VALLE, 2006 *parole nuove. Un dizionario di neologismi dai giornali*, Milano, Sperling&Kupfer Editori, 2005, p. 200.

<i>giornale globale</i> ³⁴	<i>global-museo</i>
<i>globalizzare</i> ³⁵	<i>globalizzarsi</i>
<i>globalizzato</i>	<i>globalizzatore</i>
<i>globalizzazione all'americana</i>	<i>globalizzazione del gusto</i>
<i>globalizzazione della guerra</i>	<i>globalizzazione delle migrazioni</i> ³⁶
<i>globalizzazione giuridica</i> ³⁷	<i>global governance</i> ³⁸
<i>global writers</i> ³⁹	<i>globe-trotter</i> ⁴⁰
<i>globish</i> ⁴¹	<i>globocidio</i>
<i>globfidarsi</i>	<i>globofobico</i>

³⁴ loc. s.le. m. Pubblicazione periodica diffusa attraverso la rete telematica, che stabilisce un rapporto più coinvolgente e diretto con i propri lettori. Composto dal s. m. *giornale* e dall'agg. *globale*, ricalcando l'espressione ingl. *global journal*. Cfr. GIOVANNI ADAMO - VALERIA DELLA VALLE, 2006 *parole nuove. Un dizionario di neologismi dai giornali*, Milano, Sperling&Kupfer Editori, 2005, p. 206.

³⁵ GIACOMO DEVOTO - GIAN CARLO OLI, *Vocabolario della lingua italiana*, Firenze, Le Monnier, 2008, p.1228: «Diffondere su scala mondiale tendenze, idee e problematiche, grazie ai nuovi mezzi di comunicazione. In economia, assumere una dimensione mondiale. Tratto da *globalizzazione*».

³⁶ «La Stampa», 11 aprile 2010: «C'è una globalizzazione delle migrazioni internazionali, che si esprime attraverso la progressiva crescita del numero dei paesi che ne sono interessati, sia come paesi di provenienza sia come paesi di arrivo».

³⁷ «La Repubblica», 16 novembre 2003: «La completa e assoluta vittoria del mondo di produzione ha portato a una globalizzazione economica, che ha raggiunto il suo apice nell'attuale fase del capitalismo finanziario, alla quale non ha però corrisposto alcuna "globalizzazione giuridica" ».

³⁸ «Corriere della sera», 11 febbraio 2010: «Le domande alle quali siamo di fronte richiedono forme di *global governance*. Quali istituzioni devono essere coinvolte o create? E come dar loro un'adeguata legittimazione?»

³⁹ «La Repubblica», 18 ottobre 2010: «Le grandi star dell'editoria sono chiamati i *global writers* [...] tipo King, Grisham, Follett o Forsythe.

⁴⁰ «La Repubblica», 27 giugno 2010: «Giovani *globe-trotter* a caccia di emozioni. La passerella propone un giro del mondo con guardaroba colorati, fatti per giovani romantici, un po' controcorrente». (Devoto - Oli: Giramondo; chi viaggia in maniera avventurosa, con scarsi mezzi e spesso senza una meta precisa, a scopo turistico.)

⁴¹ s.m. inv. Globalese: la lingua semplificata della comunicazione internazionale, basata sulle strutture morfosintattiche e sul lessico fondamentale della lingua inglese. Prestito dall'inglese formato mediante il tamponamento di *glob(al Eng)ish*. Cfr. GIOVANNI ADAMO - VALERIA DELLA VALLE, 2006 *parole nuove. Un dizionario di neologismi dai giornali*, Milano, Sperling&Kupfer Editori, 2005, p. 207.

<i>globopolizia</i>	<i>glocal</i> ⁴²
<i>glocalismo</i>	<i>glocalizzazione</i> ⁴³
<i>insicurezza globale</i>	<i>maxiglobal</i> ⁴⁴
<i>media globale</i> ⁴⁵	<i>mercato globale</i>
<i>no global</i> ⁴⁶	<i>new global</i> ⁴⁷
<i>ordine globale</i>	<i>postglobal</i> ⁴⁸
<i>potere globale</i>	<i>provincia globalizzata</i>
<i>pubblicità globale</i>	<i>squadra global</i>
<i>terrorismo globale</i> ⁴⁹	<i>turismo globale/globalizzato</i>

⁴² «La Stampa», 11 ottobre 2002: «*Glocal* significa insieme globale e locale. Prima di essere un gioco di parole e una moda, “glocal” è una realtà neppure troppo recente: la musica etnica o la pizza, tanto per dire, sono glocal. In politica, “glocal” significa governare la globalizzazione (o almeno provarci) a partire dalle realtà locali».

⁴³ «La Repubblica», 8 luglio 2001: «L'altro giorno su questo giornale Ralf Dahrendorf ragionava di *globalizzazione* e di *glocalizzazione*, per dire processi mondiali omogenei e localismo tradizionale riaffiorante in tutto il pianeta».

⁴⁴ agg. Multinazionale che ha grande diffusione internazionale. Prestito dall'inglese. Cfr. GIOVANNI ADAMO - VALERIA DELLA VALLE, 2006 *parole nuove. Un dizionario di neologismi dai giornali*, Milano, Sperling&Kupfer Editori, 2005, p. 253.

⁴⁵ «La Repubblica», 11 luglio 2001: «Decine di siti e centinaia di forum, chat line, luoghi di discussione: Internet, media globale per definizione, è stato scelto da subito come lo strumento prediletto dei *no global*».

⁴⁶ «La Repubblica», 27 giugno 2010: «La prima regola del festival è che il concorso deve essere tosto, duro, piuttosto “*no global*”. Vasto spazio è così dedicato alle opere che arrivano da Paesi civilmente infiammati o comunque diversi e lontani».

⁴⁷ «La Repubblica», 27 settembre 2002: «Ma il servizio che il settimanale («Panorama») dedica al Social forum, all'interno del quale compare anche l'intervista a Serra, contiene un'altra notizia, totalmente smentita dallo stesso prefetto: l'idea allo studio del Viminale di creare a Firenze una “zona rossa” nel centro storico proibito ai partecipanti *new global*, sul modello di quella realizzata a Genova durante il G8».

⁴⁸ agg. inv. Successivo all'affermarsi del fenomeno della globalizzazione. Derivato dall'agg. ingl. *global* con l'aggiunta del prefisso *post-*. Cfr. GIOVANNI ADAMO - VALERIA DELLA VALLE, 2006 *parole nuove. Un dizionario di neologismi dai giornali*, Milano, Sperling&Kupfer Editori, 2005, p. 331.

⁴⁹ loc. s.le. m. Terrorismo che si manifesta a livello mondiale, mediante nuclei operativi che mostrano profonda conoscenza della situazione politica internazionale e che riescono a condurre attacchi a singoli stati nazionali. Composto dal s. m. *terrorismo* e dall'agg. *globale*. Cfr. GIOVANNI ADAMO - VALERIA DELLA VALLE, 2006 *parole nuove. Un dizionario di neologismi dai giornali*, Milano, Sperling&Kupfer Editori, 2005, p. 421.

7. Note conclusive

Per quanto sia difficile calcolare con precisione le parole e le espressioni nuove che nascono nell'ambito o in occasione di grandi avvenimenti, fenomeni e cambiamenti sociali, osiamo dire che si tratta di formazioni il più delle volte legate a episodi che tentano a colpire l'immaginazione collettiva, grazie anche alla fantasia del giornalista che le crea o le diffonde. Anche il fenomeno della globalizzazione porta all'omologazione non solamente attraverso la sostituzione di una lingua a un'altra e l'acquisizione di prestiti, ma anche nei modi di parlare, nella prosodia, come anche nelle modalità pragmatiche dell'interazione comunicativa, nell'abbandono di registri tradizionali e così via.⁵⁰ E come abbiamo visto dalle neoformazioni proposte è proprio questo che succede con la lingua, si abbandonano i termini tradizionali, si adoperano quelli stranieri, si segue addirittura un'altra modalità nel comunicare e nel formare le parole nuove. Quello che emerge non è altro che il quadro di un preciso momento storico e sociale della lingua e della cultura che essa esprime. In particolare, ci è sembrato di aver colto il nascere e lo svilupparsi di un fenomeno del tutto peculiare che richiede ulteriori approfondimenti e comparazioni con altre lingue. Ci riferiamo alla diffusione di nuove forme, di veri e propri internazionalismi che si adattano o ricalcano in vario modo elementi lessicali di matrice inglese o angloamericana. L'origine è da ricercare nella velocità di una comunicazione che non conosce più frontiere e nel nostro modo di vivere immerso nel complesso fenomeno della globalizzazione.

⁵⁰ È stata seguita anche la strada di promuovere una lingua artificiale in grado di contrastare il predominio culturale e politico degli Stati Uniti. Alcune proposte recenti consistono di usi semplificati e situazionali, come il globish, una forma di inglese che ricorre alle parole più comuni e ai costrutti di base, oppure l'europano, concepito come amalgama di lingue diverse in funzione del contesto comunicativo. Cfr. MONICA HELLER, *Alternative ideologies of la francophonie*, in «Journal of sociolinguistics», 1999, 3, pp. 336-59.

TO GLOBALIZE ONESELF OR TO DIE: FROM GLOBAL WORLD TO GLOBAL LEXIS

In the last decades few words have made such a long journey as the adjective *global* and the noun *globalization*, deriving from it. The first application of the meaning has moved its semantic focus from psychological aspect («process of perception and acquisition first sincretic and than analytic, typical of a child's psyche») to economic one («tendency of economics to assume a world dimension»). However, further widening of the meaning has allowed both terms to invade almost all fields of social life, from everyday life to politics. This paper highlights the words and the appearances of globalization which makes the world divided into *those who globalize* and *those who are being globalized* and into *globalizers* and *anti-globalizers*. So, this phenomenon has moved from economy to politics thus generating many new words. The collected and presented material, extracted mainly from the newspaper sources, has helped us to understand in what way and by what means the changes in the society mirror, and sometimes determine, the changes in forming and creating new words. In some sort of self-reference paradox, *global* and *globalization* have become global words, semantically «diffused», eligible for every use. The natural polysemy of the language has made it possible that the two expressions can mean everything and nothing at the same time.

KEY WORDS: phenomena of globalisation, neologisms of globalisation, diffusion of linguistic models, global food, global taste, global order, global power

BIBLIOGRAFIA

- GIOVANNI ADAMO - VALERIA DELLA VALLE, *Neologismi quotidiani. Un dizionario a cavallo del millennio 1998-2003*, Firenze, Olschki editore, 2003.
- GIOVANNI ADAMO - VALERIA DELLA VALLE, (a cura di), *Innovazione lessicale e terminologie specialistiche*, Firenze, Olschki editore, 2003.
- GIOVANNI ADAMO - VALERIA DELLA VALLE, *2006 parole nuove. Un dizionario di neologismi dai giornali*, Milano, Sperling&Kupfer Editori, 2005.
- BENEDETTA BALDI - LEONARDO MARIA SAVOIA, *Linguaggio e globalizzazione* in Treccani, l'Enciclopedia Italiana - VII Appendice, 2007.
- ILARIA BONOMI - ANDREA MASINI - SILVIA MORGANA, *La lingua italiana e i mass media*, Roma, Carocci, 2005.
- SNJEŽANA BRALIĆ, *Le parole fai da te: costruire e capire per via derivativa*, Atti dell'XVIII Convegno dell'A.I.P.I., "La penisola iberica e l'Italia: rapporti storico-culturali, linguistici e letterari", Nuova serie 6, Firenze, Franco Cesati Editore, 2010, pp. 163-175.
- FEDERICA CASADEI, *Lessico e semantica*, Roma, Carocci, 2004.
- «Corriere della Sera», 3 gennaio 2000 - 7 luglio 2004, Milano.
- TULLIO DE MAURO, *La fabbrica delle parole*, Torino, UTET, 2005.
- GIACOMO DEVOTO - GIAN CARLO OLI, *Vocabolario della lingua italiana*, Firenze, Le Monnier, 2008.
- CLAUDIO GIOVANARDI - RICCARDO GUALDO, *Inglese-Italiano 1 a 1*, Lecce, Manni, 2003.
- CLAUDIO GIOVANARDI (a cura di), *Lessico e formazione delle parole*, Firenze, Franco Cesati Editore, 2005.
- MONICA HELLER, *Alternative ideologies of la francophonie*, in Journal of sociolinguistics, 1999, 3, pp. 336-59.
- NAOMI KLEIN, *No logo. Economia globale e nuova contestazione*, Milano, Baldini-Castoldi-Dalai, 2001.
- «La Repubblica», 4 agosto 2000 - 18 ottobre 2010, Milano.
- «Slowfood», n.1, 2004, pp.16-18.
- «La Stampa», 11 ottobre 2002 - 11 aprile 2010, Torino.