

# STEREOTIPI DI LINGUA E CULTURA ITALIANA NEL FILM D'ANIMAZIONE AMERICANO: IL CASO DI *LUCA*.

*Mariaelena Martusciello*<sup>1</sup>

## 1. INTRODUZIONE

La diffusione della lingua italiana nel mondo è sempre stata legata a quelle sfere culturali in cui il nostro paese mostrava un'influenza predominante.

Questo perché «la lingua è cultura, nel senso che produce forme di identità nelle quali gli individui e i gruppi si riconoscono»<sup>2</sup> e «nel processo di diffusione internazionale di una determinata lingua ha un'importanza fondamentale il fascino esercitato dalla relativa cultura, che influisce potentemente sulla motivazione ad apprendere»<sup>3</sup>.

In accordo con quanto osservato da Tullio De Mauro nell'indagine *Italiano 2000: i pubblici e le motivazioni dell'italiano diffuso tra stranieri*<sup>4</sup>, possiamo affermare che «la capacità di attrazione di una lingua è funzione di quella del sistema sociale, economico e culturale di cui essa è veicolo» e, di conseguenza:

Per quanto riguarda l'italiano e il nesso con il “sistema Italia”, i principali elementi della sua attrattività sono tre:

- a) La tradizione intellettuale
- b) Le manifestazioni della società italiana contemporanea: produzione, economia, cultura
- c) I movimenti migratori

Se fino alla prima metà dell'Ottocento la tradizione intellettuale, in particolare con il mondo della musica, il teatro, il cinema e la moda, era stato sostanzialmente l'unico vettore di diffusione di italianismi nel mondo, oggi la nostra lingua «non si configura più solo come prezioso complemento della cultura più raffinata, ma come strumento di interazione socioeconomica e intellettuale a tutto campo»<sup>5</sup>.

Facendo riferimento ancora una volta alle parole di De Mauro (2002: 94) osserviamo che:

Negli ultimi decenni è mutata l'immagine del nostro paese diffusa fra gli stranieri (...). L'immagine che dell'Italia hanno gli stranieri vede la contraddittoria presenza di elementi negativi con altri sicuramente capaci di veicolare valori sentiti come positivi e perciò capaci di generare simpatia anche verso la nostra lingua. Questi ultimi prevalgono anzi sui primi e costituiscono un potente fattore di nuova

---

<sup>1</sup> Università degli Studi di Milano.

<sup>2</sup> De Mauro, 2002, p. 30.

<sup>3</sup> Giovanardi, Trifone, 2012, p. 13.

<sup>4</sup> De Mauro, 2002, pp. 40-47.

<sup>5</sup> De Mauro, 2002, p. 18.

attrazione: la creatività artistica che si manifesta nelle nuove forme delle produzioni industriali; la capacità produttiva del nostro paese; lo stile di vita.

Una delle realtà in cui il fascino della cultura italiana è stato un potente fattore di attrattività verso la nostra lingua è quella degli Stati Uniti d'America, soprattutto con l'inizio delle emigrazioni degli italiani negli USA a partire dalla seconda metà del XIX secolo.

Attraverso le parole di Prifti (2014) possiamo infatti dire che «tra le più note realtà culturali all'estero spicca palesemente quella italoamericana, prodotta dall'emigrazione degli italiani negli USA»<sup>6</sup> e che «diretta conseguenza del consolidamento di comunità di migranti nel tessuto sociale statunitense è la cristallizzazione di contatti culturali e linguistici particolarmente dinamici, contraddistinti di regola dalla convergenza»<sup>7</sup>.

Tuttavia se si guarda solo all'influenza della lingua portata negli USA dai migranti italiani tra il XIX e il XX secolo è vero quanto afferma Freedberg (2003: 155), ossia che:

il dramma della cultura italo-americana è che, anche se profondamente conscia e fiera dei punti più elevati della cultura italiana, rimane una cultura diversa, una cultura che vuol essere nota per sé stessa e non solo per le radici italiane.

Più interessante ai fini dell'indagine proposta in quest'articolo è invece osservare come negli ultimi anni sia avvenuto «il progressivo cambiamento del ruolo dell'italiano negli Stati Uniti, da lingua etnica, a lingua di commercio e di cultura»<sup>8</sup>.

La capacità della lingua italiana di evocare cultura italiana pare infatti essere molto apprezzata in Nord America, tanto che «dalle *boutique* degli stilisti più famosi ai numerosi ristoranti, tutto ciò che è italiano riscuote successo in termini di vendite»<sup>9</sup>.

Lanzilotta (2014: 72) osserva inoltre che «oggi negli Stati Uniti esiste persino la tendenza a italianizzare anche ciò che di italiano ha ben poco», proprio in quanto sta avvenendo una «scoperta dell'italiano come lingua prestigiosa, di commercio e di cultura, capace di arricchire la lingua inglese di italianismi attraverso vari campi semantici, che spaziano dal cibo all'arte, dalla musica all'architettura».

È evidente dunque come il successo del *Made in Italy*, e l'interesse nell'importare molti prodotti italiani nel mercato americano continuino a contribuire al successo dell'italiano<sup>10</sup>.

È interessante però a questo proposito mettere in evidenza anche quanto già affermato da Freedberg (2003: 555), ovvero il fatto che esista, in tutto il mondo ma soprattutto negli USA, «un atteggiamento o piuttosto un'abitudine a pensare in maniera riduttiva che la cultura italiana consista nella gastronomia, nella moda, nel *design*, nel canto, per non parlare poi della bellezza delle donne italiane.».

Sulla scia di quanto appena affermato, l'intento di questo articolo è proprio quello di provare ad osservare, attraverso l'analisi di alcuni italianismi presenti nel doppiaggio originale di un recente film d'animazione americano, quale immagine della lingua e della cultura italiane venga veicolata dal film e quali siano gli stereotipi culturali sul nostro Paese maggiormente diffusi nel mondo anglo-americano.

---

<sup>6</sup> Prifti, 2014, *Premessa*.

<sup>7</sup> Prifti, 2014, p. 1.

<sup>8</sup> Lanzilotta, 2014, p. 71.

<sup>9</sup> Lanzilotta, 2014, p.72.

<sup>10</sup> Lanzilotta, 2014, p.76.

Il film in questione è *Luca*, uscito sulla piattaforma streaming Disney+<sup>11</sup> il 18 giugno 2021, prodotto dai *Pixar Animation Studios* in co-produzione con *Walt Disney Pictures*, e diretto da Enrico Casarosa, al suo esordio alla regia di un lungometraggio.

Il 24° lungometraggio Pixar è ambientato nell'Italia del 1959 e narra la storia di Luca Paguro, un timido mostro marino che vive sul fondo del Mar Ligure, in grado di assumere sembianze umane una volta toccata la superficie. Luca conosce Alberto, un impavido mostro marino suo coetaneo, e i due decidono di andare assieme alla scoperta del mondo degli umani, avventurandosi nella cittadina di Portorosso, un borgo immaginario delle Cinque Terre.

Casarosa, originario di Genova, aveva dichiarato che *Luca* avrebbe rappresentato una storia profondamente personale ispirata alla sua infanzia in Liguria. Per il film inoltre la Pixar ha inviato diverse persone nella Riviera Ligure per un viaggio di ricerca, durante il quale sono state scattate fotografie al paesaggio e alla popolazione locale. Anche i mostri marini presenti nel film sono ispirati a delle leggende locali del Levante ligure (tra cui il Polpo di Tellaro), mentre nel cast sono presenti alcuni doppiatori italiani che hanno prestato la voce ai loro personaggi anche in lingua originale.

Nella colonna sonora sono infine presenti alcuni famosi brani della tradizione italiana<sup>12</sup>.

L'analisi degli italianismi presenti nel doppiaggio anglo-americano è dunque particolarmente interessante dal momento che non rappresenta solo ciò che della nostra cultura è arrivato negli USA attraverso la tradizione intellettuale, le migrazioni e i rapporti commerciali, ma rileva in un certo senso anche il modo in cui la nostra cultura sia stata percepita da degli stranieri direttamente immersi nella nostra società.

Per l'analisi sono stati trascritti interamente i testi del doppiaggio originale e di quello italiano, per un totale di circa 170 minuti di registrazione.

L'articolo è stato diviso in due parti principali, che raccolgono rispettivamente gli italianismi lessicali e quelli morfosintattici e fraseologici, dal momento che, citando Stammerjoahann (2013: 139-140):

Normalmente, chi parla di italianismo si riferisce a singole parole, per esempio *pizza* (...) Tuttavia possono essere prese a prestito anche unità superiori a singole parole, per esempio it. *Mamma mia!* e detti come *Anch'io son pittore*, e unità inferiori, che costituiscono la parola.

## 2. ITALIANISMI LESSICALI

Se si considerano gli italianismi lessicali non si può non tener conto dei numerosi nomi propri presenti nel film. Tutti i personaggi, umani e non, hanno un nome di origine italiana, a partire dal protagonista. Per la maggior parte si tratta di nomi abbastanza comuni e moderni, a cominciare proprio da *Luca*: *Alberto* è il migliore amico del protagonista, *Daniela* e *Lorenzo* (detto "Renzo") i genitori, *Ugo* lo zio, *Giulia* ("Giulietta" per il papà *Massimo*) la coprotagonista, *Ercole* l'antagonista e *Guido* e *Ciccio* i suoi aiutanti. Ma anche quei personaggi che assumono il semplice ruolo di caratteristi presentano nomi tipicamente italiani: *Giacomo*, *Tommaso*, *Giuseppe*, *Enrico*, *Bianca*. Alcuni nomi e cognomi di

<sup>11</sup> Il film era stato inizialmente previsto per le sale cinematografiche, ma a causa della pandemia di COVID-19 non ha potuto debuttare sul grande schermo.

<sup>12</sup> Tra questi *Un bacio a mezzanotte* del Quartetto Cetra, che apre il film, *Il gatto e la volpe* di Edoardo Bennato, *Andavo a cento all'ora* e *Fatti mandare dalla mamma* di Gianni Morandi, *Tintarella di luna* di Mina, *Viva la pappa col pomodoro* di Rita Pavone, fino ad arrivare ad alcuni estratti dall'opera *Il barbiere di Siviglia* di Gioacchino Rossini.

personaggi sono invece meno comuni e si ricollegano a personalità celebri della cultura italiana: *Visconti*, *Machiavelli*, *Monnalisa*, *Marcovaldo* (dal titolo della celebre raccolta di novelle di Italo Calvino).

Ci sono poi naturalmente i toponimi, come *Genova* e *Liguria*. Anche il nome fittizio del borgo in cui si svolge la storia, *Portorosso*, è ricalcato su quello del reale borgo delle Cinque Terre (Monterosso), e presenta costituenti di chiara derivazione italiana.

Venendo ora ai nomi comuni, la categoria di prestiti italiani più rappresentata nel film d'animazione è quella relativa alla gastronomia, a partire dai nomi dei diversi formati di *pasta*: *cannelloni*, *fusilli*, *lasagne*, *penne*, *trofie*.

A questo proposito è particolarmente interessante riportare una battuta di Giulia, nella scena in cui tenta di spiegare ai suoi nuovi amici in che cosa consista la "Portorosso Cup", la gara a cui dovranno partecipare per provare a battere Ercole (nelle note si riporta la versione del doppiaggio italiano<sup>13</sup>):

GIULIA: (...) This isn't any old race// It's an epic/ gruelling/  
traditional italian triathlon// Swimming/ cycling/ and eating *pasta*//  
So you need a teammate//

Affermando che una sfida sportiva tipicamente italiana abbia come suo coronamento una gara di velocità nell'ingurgitare piatti di pasta, porta all'estremo uno degli stereotipi più comuni dell'italianità all'estero (Regge, 1993: 96):

Lo stereotipo tradizionale, quanto mai falso ma tenacemente sostenuto da generazioni di cineasti e romanzieri, ci dipinge come spaghetтари che suonano il mandolino e vanno in gondola, gente simpatica ma poco seria, brava solamente nel trovare una via d'uscita nelle circostanze più strane ed imprevedibili.

O ancora (Arcangeli, 2010: 17):

A completare il ritratto dell'italiano doc, nei suoi connotati più riconoscibilmente stereotipici, la nomea di grande mangiatore di pizza e pastasciutta (spaghetti e maccheroni), il cicisbeismo e la maestria nell'arte della seduzione o dell'abordaggio, l'immane famiglia – meglio se numerosa – da mantenere, l'attività di cicerone o venditore di souvenir, suonatore d'organetti e mandolini, lustrascarpe o albergatore, l'appartenenza all'élite dei soliti dritti o alla moltitudine dei poveri fessi.

Un altro italianismo legato a questo ambito è *forchetta*, a designare lo strumento fondamentale per poter mangiare con praticità ed educazione:

---

<sup>13</sup> GIULIA: (...) non è una gara qualunque// Ma la più epica/ e faticosa gara di Triathlon all'italiana... nuoto/ bicicletta/ e mangiata di pasta! Vi serve un'altra compagna!

GIULIA<sup>14</sup>: Every year they change the *pasta*// you have to be ready for anything! Could be *CANNELLONI/ PENNE/ FUSILLI/ TROFIE!*  
E:VEN *LASAGNE!* A:nd... you have to use a *forchetta!* It's the rule//

Un ulteriore stereotipo legato al mondo gastronomico esalta invece la nostra fama di estimatori di caffè<sup>15</sup>, e infatti un italianismo presente nel film è proprio *Espresso*:

GIULIA<sup>16</sup>: Rise and shine! Only two days till the race// Hmm...  
*Espresso*//

E sempre tra le bevande, abbiamo la *cioccolata*, gustata dai nobili italiani fin dal Settecento:

ERCOLE<sup>17</sup>: Shut up! Listen/ *piccoletto*... I eat kids like you for breakfast// I dunk them in my *cioccolata* and... gnam! *Finiti!*

In quest'ultima battuta in particolare si osserva quasi un *code mixing* tra l'italiano e l'angloamericano, dal momento che oltre all'italianismo citato in precedenza sono presenti anche l'allocutivo *piccoletto* e il participio *finiti*, coniugato correttamente secondo le regole della grammatica italiana.

È interessante notare a questo proposito come la maggior parte degli allocutivi di origine italiana presenti nel lungometraggio siano disfemismi, o comunque appellativi intenzionalmente dispregiativi. Nel doppiaggio italiano peraltro gli stessi italianismi spesso scompaiono, sostituiti da altre espressioni paragergali o espressionisticamente più marcate.

Si riportano di seguito alcuni esempi. Tra questi l'allocutivo *idioti/ idiota*:

ERCOLE: SEA MONSTER! THERE IT IS! *RAGAZZI/ NOW! AH IDIOTS!* YOU LET IT GET AWAY! To the boat! We're gonna kill a sea monster!

Nel doppiaggio italiano la battuta diventa:

ERCOLE: UN MOSTRO MARINO! ECCOLO LÀ! *RAGAZZI: ORA! AH: CITRULLI! L'AVETE FATTO SCAPPARE!* Alla barca! Prendiamo quel mostro marino!

*Disgraziati*:

SIGNORE: *DISGRAZIATI!*

*Sto imbecille* (con aferesi del dimostrativo tipica del parlato):

GIULIA: *Sto imbecille* thinks he can be a jerk cause he keeps winning the race! Which he shouldn't even get do any more/ cause he's too old/ and too much of a jerk!

---

<sup>14</sup> GIULIA: Ogni anno cambiano pasta! Devi essere pronto a ogni evenienza... che siano *CANNELLONI/ PENNE/ FUSILLI/ TROFIE!* *PERFI:NO LASAGNE!* E:... devi usare la forchetta! È il regolamento//

<sup>15</sup> A questo proposito cfr. Lanzilotta, 2014 e Cassieri, 1993.

<sup>16</sup> GIULIA: È ora di alzarsi! Mancano due giorni alla gara! *Espresso!*

<sup>17</sup> ERCOLE: Sta zitto! *Ascolta/ piccoletto*... io: quelli come te... li mangio a colazione// *Li affogo nella mia cioccolata... e gnam/ finiti!*

Nella versione italiana:

GIULIA: Quel pallone gonfiato si sente un divo solo perché vince sempre quella gara! Che dovrebbero vietargli/ perché è vecchio e insopportabile!

*Stupido:*

PESCATORE: WHAT'S WRONG WITH YOU/ *STUPIDO?*

Anche in quest'ultimo caso nella traduzione del doppiaggio italiano la battuta è stata completamente cambiata:

PESCATORE: CHE C'È IN QUEL CERVELLO BACATO:!

Nella prima battuta della serie citata sono invece da evidenziare altri due fatti. Innanzitutto oltre all'allocutivo *idioti* è presente anche *ragazzzi*, italianismo che si ritrova in più punti del film.

In secondo luogo, il composto *sea monster*, compare in altre battute nella sua traduzione italiana anche nella versione originale, probabilmente con l'unico scopo di aumentare il tasso di italianismi all'interno del film:

MASSIMO: *Mostrì marini!* Give me that!

Tra gli italianismi inerenti alla gastronomia citiamo ancora *olio d'oliva*, che rimanda più specificamente all'italianità del prodotto e alla fama della nostra nazione legata al *Made in Italy*<sup>18</sup>:

ERCOLE<sup>19</sup>: Ciccio... hold still! *Olio d'oliva*// He will cut through the water like a knife//

Numerosi sono poi i nomi di animali acquatici, utilizzati nel film soprattutto a designare i cognomi dei diversi mostri marini (*Branzino, Aragosta, Scorfano, Paguro*), così come è italiano il termine *pescheria*:

ERCOLE<sup>20</sup>: I/ huh... I love it! The little guy can't even get a word out!  
And he smells like behind the *pescheria*!

Un'altra categoria di italianismi ben rappresentata nel lungometraggio è quella dei saluti e delle formule di cortesia, a partire da *ciao*<sup>21</sup>, uno dei prestiti italiani più conosciuti a livello mondiale: *grazie, buonanotte, buongiorno, arrivederci*.

Ancora, sono espressi spesso in italiano nella versione originale i nomi *mamma*<sup>22</sup> e *papà*.

Ci sono poi alcuni italianismi singoli e occasionali, in particolare:

*Maggiore:*

---

<sup>18</sup> Cfr. Munari, 1993.

<sup>19</sup> ERCOLE: Ciccio! Non muoverti! Olio d'oliva... così fenderà l'acqua come una lama! Una lama bisunta!

<sup>20</sup> ERCOLE: Io/ io... che tenero! Il piccoletto non riesce nemmeno a parlare! E poi sentite/ puzza come il banco della pescheria!

<sup>21</sup> Cfr. Bartezzaghi, 1993 e soprattutto De Blasi, 2018.

<sup>22</sup> A proposito della figura della mamma nella cultura italiana e dello stereotipo secondo cui gli italiani sarebbero "mammoni" cfr. Benni, 1993.

SIGNORE<sup>23</sup>: *Maggiore*/ another sighting! In the harbour this time!

*Soldi*:

ALBERTO<sup>24</sup>: Okay... When you... race in a cup/ what do you get?

GIULIA: *Soldi!* Prize money// Okay...

*Arbitro* (e, nella stessa battuta, *impossibile*):

ERCOLE<sup>25</sup>: *Spewlia*/ you never even made it to the downhill! Ah ah ah ah ah! *Impossibile!* He's cheating! *ARBITRO!* *ARBITRO!*

*Saturno*:

GIULIA<sup>26</sup>: And stars are circled by planets! Look// It's *Saturno*/ It's my favourite/ it's the lightest of the planets//

Per concludere questa rassegna, si segnala un marchio italiano di fama mondiale, la *Vespa*:

ALBERTO<sup>27</sup>: Oh/ just the greatest thing that humans ever made/ *THE VESPA*// You just sit on it... and it takes you anywhere you wanna go// In the whole stinkin' world!

### 3. ITALIANISMI MORFOSINTATTICI E FRASEOLOGICI

Come si è già accennato nell'introduzione, i prestiti dall'italiano alle altre lingue non consistono esclusivamente in singole parole, ma possono coinvolgere anche una quantità di materiale linguistico maggiore, come locuzioni o intere frasi.

Nel lungometraggio in questione questo tipo di italianismi è ben rappresentato, ed è proprio in tale ambito che sono più evidenti gli stereotipi culturali sulla nostra nazione. Numerose sono soprattutto le esclamazioni, tra le quali si segnala in primo luogo *Mamma mia!*, che rappresenta in tutto il mondo un emblema di italianità<sup>28</sup>:

PRETE<sup>29</sup>: Oh *mamma mia!* Please/ no more revving!

E poi *Mannaggia!*:

POLIZIOTTA<sup>30</sup>: *Mannaggia!* Here we go//

---

<sup>23</sup> SIGNORE: *Maggiore*/ un avvistamento! Nel porto stavolta!

<sup>24</sup> ALBERTO: Ok... quando si... partecipa alla gara/ che si vince?

GIULIA: *Soldi!* Un premio in denaro! Ok...

<sup>25</sup> ERCOLE: *Vomitulia!* tu nemmeno ci arrivi alla discesa! Co:sa?! *Impossibile!* sta barando! *GIUDICI!* *GIUDICI!*

<sup>26</sup> GIULIA: E le stelle sono circondate da molti pianeti! Guarda! È Saturno/ il mio preferito/ il più leggero dei pianeti!

<sup>27</sup> ALBERTO: Oh... è solo la più grande invenzione degli umani/ *LA VESPA!* Tu sali in sella... e lei ti porta dove vuoi/ in ogni anfratto del mondo!

<sup>28</sup> Si pensi anche al celebre personaggio di Super Mario.

<sup>29</sup> PRETE: Oh *mamma mia!* ti prego/ abbi pietà di noi!

<sup>30</sup> POLIZIOTTA: *Mannaggia* rieccolo!

E ancora *Porca paletta!*, esclamazione tipica del parlato colloquiale, ma rispetto alle precedenti meno conosciuta all'estero:

ERCOLE<sup>31</sup>: *Porca paletta!* What was that?

Più interessanti sono però le altre esclamazioni presenti nel film, nelle quali è evidente una maggiore creatività linguistica. A partire da costituenti italiani vengono costruite espressioni che in realtà non sono usate nella nostra lingua. Un esempio è *Per mille sardine!*, utilizzata soprattutto dai pescatori Tommaso e Giacomo:

TOMMASO<sup>32</sup>: *Per mille sardine! Tira/tira!* You missed/ let's go! Before it comes back for us!

O anche *Per mille cavoli*, utilizzata da Ercole in una battuta contenente tra l'altro numerosi italianismi:

ERCOLE<sup>33</sup>: *PER MILLE CAVOLI/ GUIDO/ FASTER! EAT/ IDIOTA! PIÙ VELOCE!*

Tuttavia, ciò che inevitabilmente colpisce di più ascoltando i dialoghi del lungometraggio, sono le esclamazioni di Giulia, costituite dall'aggettivo *Santo/a* + il nome di un formaggio italiano, nelle quali agisce in maniera ancora più evidente quella creatività linguistica propria dei fumetti Disney<sup>34</sup>:

GIULIA<sup>35</sup>: *Santa mozzarella...* EYES UP! Looking down is what's making you fall!

GIULIA<sup>36</sup>: Ah ah/ new personal best! *Santo pecorino...*

GIULIA: *Santa ricotta...*

GIULIA<sup>37</sup>: Okay/ just don't forget to pack! Oh/ *Santo Gorgonzola!* I need to pack! For school!

Oltre alle esclamazioni vere e proprie sono in italiano anche un buon numero di segnali discorsivi, con funzione fatica o di assenso. Tra questi *Sì certo*:

GIULIA<sup>38</sup>: *Sì/ CERTO! YOUR REIGN OF TERROR IS <COMING TO AN END!>*

*Aspetta:*

---

<sup>31</sup> ERCOLE: Porca paletta! Che è stato?

<sup>32</sup> TOMMASO: Per mille sardine... TIRA/ TIRA! L'hai mancato/ andiamo... prima che torni a prenderci!

<sup>33</sup> ERCOLE: PER MILLE CAVOLI/ GUIDO/ VELOCE! MANGIA/ CITRULLO! PIÙ VELOCE!

<sup>34</sup> Cfr. Pietrini, 2009.

<sup>35</sup> GIULIA: Santa mozzarella... SGUARDO IN ALTO! Se guardi in basso è normale che cadi!

<sup>36</sup> GIULIA: Ah ah/ il mio nuovo record! Santo pecorino!

<sup>37</sup> GIULIA: Ok/ ricordate di fare la valigia... Oh santo gorgonzola! IO DEVO FARLA/ PER LA SCUOLA!

<sup>38</sup> GIULIA: Sì/ CERTO! IL TUO REGNO DEL TERRORE È AL TERMINE <DEI SUOI GIORNI>



GIULIA<sup>39</sup>: *Aspetta...* can you dodge obstacles?

*Perfetto:*

GIULIA<sup>40</sup>: *Perfetto!* You eat/ you bike/ and I swim//

*Signore e signori:*

SIGNORA MARSIGLIESE<sup>41</sup>: *Signore e signori...* THE PORTOROSSO CUP IS ABOUT TO BEGIN!

*Benissimo:*

GIULIA<sup>42</sup>: *Benissimo!* Ooh/ let's go sign up!

Quest'ultimo caso è rilevante soprattutto in quanto, riprendendo quanto detto da Stammerjohann (2013: 140), «la derivazione, più o meno ludica, di superlativi da basi non aggettivali con il suffisso non adattato *-issimo* è particolarmente diffusa».

Un'ulteriore interiezione da segnalare è *Bravo!*<sup>43</sup>:

GIULIA<sup>44</sup>: Ah ah! Luca! *Bravo!* we did t!

Infatti, citando ancora una volta Stammerjohann (2013: 161): «*Bravo*, in italiano aggettivo e come tale anche interiezione, è diffuso internazionalmente come interiezione: *Bravo!*».

L'uso di *Bravo!* come interiezione deriva dalla fortuna dell'opera lirica e del melodramma italiano nel Settecento. A questo proposito, è presente nel lungometraggio proprio una scena in cui Massimo, il padre di Giulia, canticchia la famosa scena del “Barbiere di Siviglia” di Gioacchino Rossini:

MASSIMO: (canta) *Bravo!* Figaro/ bravo bravissimo! *Bravo!*

Altre esclamazioni italiane presenti nel film sono *che bello!*:

ERCOLE<sup>45</sup>: Hey! The vagrants want to fight! Wow/ *che bello!*

*Che puzza!*:

SIGNORA: *Che puzza!* Ercole!

*Basta!*:

GIULIA: Hey! Ercole/ *BASTA!*

E infine *A casa!*:

---

<sup>39</sup> GIULIA: *Aspetta...* sai schivare gli ostacoli?

<sup>40</sup> GIULIA: *Perfetto!* Tu la pasta/ tu la bici/ e io il nuoto!

<sup>41</sup> SIGNORA MARSIGLIESE: *Signore e signori...*/ la Portorosso *cup* sta per avere inizio!

<sup>42</sup> GIULIA: *Benissimo!* Iscriviamoci!

<sup>43</sup> Cfr. Patota, 2016.

<sup>44</sup> GIULIA: Ah ah! Luca! *Bravo!* ben fatto!

<sup>45</sup> ERCOLE: Ehi... i vagabondi si fanno valere/ wow! Bello!

ERCOLE<sup>46</sup>: Hey/ don't cheer for him! *A casa!*

Il lungometraggio della Pixar è diventato famoso però per due battute in particolare, entrambe in italiano anche nel doppiaggio originale.

La prima è la locuzione *Silenzio Bruno!*, dove *Bruno* rappresenta metaforicamente quella vocina nella testa di ognuno di noi che ci impedisce di superare le nostre paure e che il protagonista deve provare a zittire. Si riporta qui l'intero scambio di battute tra il protagonista e il suo amico:

ALBERTO<sup>47</sup>: Hey hey hey! I know your problem// You've got a Bruno in your head//

LUCA: A Bruno?

ALBERTO: Yeah// I get one too/ sometimes// Alberto you can't / Alberto you're gonna die/ Alberto don't put that in your mouth// Luca... it's simple/ don't listen to stupid Bruno!

LUCA: Why is his name Bruno?

ALBERTO: I don't care// it doesn't matter// Call him whatever you want! Shut him up/ say... *Silenzio Bruno!*

La seconda è invece la battuta contenente il saluto speciale di Alberto e Luca, un gioco di parole comprensibile solo se pronunciato in lingua italiana e accompagnato dalla giusta gestualità (anch'essa stereotipo tipico dell'italianità<sup>48</sup>):

ALBERTO<sup>49</sup>: *Piacere... Girolamo/ Trombetta!* It's a human thing/ I'm kind of an expert//

La scena è diventata talmente famosa sui social da essere divenuta anche un *trend* sulla piattaforma di Tik Tok<sup>50</sup>.

Nel paragrafo precedente riferito agli italianismi lessicali si è già accennato al ricorso frequente al saluto italiano per eccellenza: *ciao*. Segnaliamo qui una battuta in particolare, dove oltre al semplice saluto è presente anche la locuzione *ciao belle!*, che richiama senza esplicitarlo direttamente lo stereotipo sulla eccezionale bellezza delle donne italiane<sup>51</sup>:

---

<sup>46</sup> ERCOLE: Ehi/ non incitatelo! Ah! A casa!

<sup>47</sup> ALBERTO: Ehi ehi ehi! So qual è il problema/ hai un Bruno in testa!

LUCA: Un Bruno?

ALBERTO: Già/ capita anche a me! Alberto non ce la fai/ Alberto ti fai male/ Alberto non vorrai mangiarlo! Luca... è semplice/ non ascoltare quel babbeo di Bruno!

LUCA: Perché si chiama Bruno?

ALBERTO: È uguale/ non importa/ chiamalo come vuoi/ ma... fallo smettere/ di'... Silenzio Bruno!

<sup>48</sup> Cfr. Coifmann Lattes 1993.

<sup>49</sup> ALBERTO: Piacere... Girolamo/ Trombetta! Gli umani fanno così/ sono un esperto//

<sup>50</sup> <https://tech.fanpage.it/cosa-vuol-dire-girolamo-trombetta-lultimo-trend-di-tiktok-ispirato-al-film-luca/>.

<sup>51</sup> Su questo tema cfr. anche Madeo, 1993, pp. 155-159.

ERCOLE<sup>52</sup>: *CLAO! CLAO! Bi bi:p! Pride of Portorosso coming through! Ciao belle! You're making me blush! And now... who wants to whatch me eat a big sandwich?*

Sono in lingua italiana anche due forme verbali alla prima persona plurale: *andiamo* e *mangiamo*:

ALBERTO<sup>53</sup>: *GOOD! NOW/ HANG ON! ANDIAMO:!/ YEAH!*

MASSIMO<sup>54</sup>: *Dinner's ready// Trenette al pesto// Mangiamo//*

E poi le locuzioni verbali *Non preoccuparti* e *Mi dispiace*:

TOMMASO<sup>55</sup>: *We're fine! Non preoccuparti/ Giacomo! Ah... that's more like it!*

MASSIMO<sup>56</sup>: *I can't sale what I don't have! What I need is more fish in my net// Mi dispiace Giulietta//*

Concludiamo infine questa rassegna con alcune frasi italiane inserite all'interno del lungometraggio, con lo scopo probabile di aumentare l'effetto di *code mixing* tra inglese e angloamericano:

GIULIA<sup>57</sup>: *You can't swim/ you can barely ride a bike... siete un disastro!*

MASSIMO<sup>58</sup>: *Anything that swims// Hai visto il giornale today?*

GIULIA: *MA SEI SCEMO/ ERCOLE!*

GIULIA: *Ercole! Che cavolo stavi pensando/ eh?*

ERCOLE<sup>59</sup>: *MA SEI MATTA GIULIA?! It is wool! It cannot get wet!*

SIGNORE: *Ma che fa!*

#### 4. CONCLUSIONI

Riassumiamo ora quanto osservato nei paragrafi precedenti. La maggioranza degli italianismi presenti nel film d'animazione *Luca*, sia dal punto di vista lessicale che da quello fraseologico e morfosintattico, contribuisce a rafforzare alcuni stereotipi sulla nostra nazione legati agli ambiti semantici in cui l'influenza italiana nel mondo è risultata da sempre predominante: l'enogastronomia, la cultura musicale e cinematografica, l'espressività verbale e gestuale particolarmente marcata.

---

<sup>52</sup> ERCOLE: Bi bi:p! Idolo di Portorosso in arrivo! Ciao belle! Così... mi fate arrossire! E ora... chi vuole vedermi pappare un mega panino?

<sup>53</sup> ALBERTO: Bene! Ora reggiti! ANDIAMO:!/ Sì!

<sup>54</sup> MASSIMO: La cena è pronta! Trenette al pesto// Mangiamo//

<sup>55</sup> TOMMASO: Lascia fare// Non preoccuparti/ Giacomo! Ah... questa è musica!

<sup>56</sup> MASSIMO: Ma non posso mica vendere l'aria... avrei bisogno di più pesci nelle mie reti! Mi dispiace Giulietta...

<sup>57</sup> GIULIA: A nuoto sei una schiappa/ tu in bici sei un pericolo/ siete un disastro!

<sup>58</sup> MASSIMO: Qualunque cosa nuoti// Hai visto il giornale di oggi?

<sup>59</sup> ERCOLE: Ma sei matta? Giulia! È di lana! Non si deve bagnare!

La presenza di stereotipi sulla cultura italiana nel mondo Disney non è certamente una novità. A tale proposito si pensi ai due Classici d'animazione *Pinocchio* e *Lilli e il vagabondo*, usciti in Italia rispettivamente nel 1947 e nel 1955<sup>60</sup>, o ancora a quegli episodi dei fumetti di *Paperino* in cui alla solita ambientazione in una Paperopoli di fantasia si sostituisce quella di una Napoli dai tratti fortemente stereotipici<sup>61</sup>.

Il caso qui esaminato è diverso, ma solo in parte. Il regista Enrico Casarosa è italiano, e ha una visione “nativa” della cultura e in particolare dei luoghi di infanzia. Eppure gli stereotipi come si è visto non mancano.

È probabile allora che al rafforzamento di una certa visione sulla nostra nazione contribuisca soprattutto il condizionamento del mercato americano, disinteressato ad andare oltre una certa immagine dell'italianità tanto apprezzata dall'utenza di riferimento. A questo proposito è rilevante ciò che scrive Vedovelli (2005: 603):

La lingua italiana, anche nelle sue manifestazioni espressivamente connotate come il bere e il mangiare, sembra rappresentare per molti stranieri un riferimento da prendere in un processo di costruzione di identità. La lingua italiana continua, forse, a essere lingua etnica (...) sempre di più, però, è lingua che veicola valori di identità ai quali si riconosce la capacità di dare un senso a un processo che attraversa la società a livello planetario.

E dunque, citando Casini (2017: 172)

La grande permeabilità del sistema simbolico verbale italiano consente di vederne una grandissima diffusione in termini di visibilità e uso, una diffusione legata all'impianto valoriale e semiotico identitario di cui la forma linguistica è il primo elemento preso come modello.

Riprendendo ancora una volta le parole di Casini (2017: 162), la domanda da porsi è allora forse la seguente: «è scontato il legame linguistico e semiotico tra italianismo e lo spazio linguistico-semiotico-culturale italiano?».

Quello che emerge dall'analisi effettuata sul 24° lungometraggio Pixar è ancora una volta che l'immagine culturale e linguistica del nostro paese negli Stati Uniti è fortemente legata ad alcuni stereotipi che prima di essere linguistici sono innanzitutto culturali. Ed è quindi su questi che si deve iniziare a lavorare.

Lo stereotipo in sé in realtà, come concetto sviluppato dalla psicologia sociale, non possiede una connotazione negativa in assoluto, risultando in alcuni contesti uno strumento rapido per conoscenza di una determinata realtà.

Esso si può infatti definire come «un comportamento sociale (e/o psicologico) messo in atto durante il processo di conoscenza della realtà circostante, che è acquisita e poi trasmessa attraverso la mediazione di un filtro semplificatorio e rigido» (Vassere, 2019: 14).

In ambito linguistico le definizioni correnti del termine stereotipo «alludono alla fissazione di una forma linguistica sottrattiva e riassuntiva» (*Ibid.*)

---

<sup>60</sup> Per un approfondimento sulla lingua di questi due film cfr. Martusciello 2022.

<sup>61</sup> Cfr. Pietrini 2020.

Il problema si verifica quando si prendono in considerazione le potenzialità pragmatiche dello stereotipo, che in quanto forte di una sua carica illocutiva e perlocutiva, può agire attivamente nel contesto sociale e culturale.

In altri termini, il pericolo è che lo stereotipo si trasformi in pregiudizio, con cui lo stereotipo è fortemente imparentato, e che risulta spesso un ostacolo alla conoscenza autentica di una cultura diversa da quella di appartenenza.

Possiamo quindi concludere, riprendendo quanto osservato da Freedberg (2003: 561), che: «I clichés sono i veri nemici della cultura e della lingua italiana; e questi devono essere combattuti, non accettati passivamente nella loro semplicità».

### RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- AA.VV. (2003), *L'Italia fuori d'Italia: tradizione e presenza della lingua e della cultura italiana nel mondo: atti del convegno di Roma, 7-10 ottobre 2002*, Salerno, Roma.
- Aprile M. (2015), *Dalle parole ai dizionari*, Terza ed., Il Mulino, Bologna.
- Arcaini E., Stammerjohann H. et al. (2008), *Dizionario di italianismi in francese, inglese e tedesco*, Accademia della Crusca, Firenze.
- Arcangeli M. (2010) “Buon compleanno, Italia! 150 di questi stereotipi”, in *Lingua italiana d'oggi*, 7, pp. 13-19.
- Baldi B., Savoia L. M. (2005), “Mezzi di comunicazione e scuola: conflitto di interessi?”
- Bagna C., Barni M. (2007), “La lingua italiana nella comunicazione pubblica/sociale planetaria”, in *Studi italiani di linguistica teorica e applicata*, Vol. XXXVI, 3, pp. 529-553.
- Baldelli I. (1987), *La lingua italiana nel mondo: Indagine sulle Motivazioni allo Studio dell'italiano*, Istituto della Enciclopedia italiana, Roma.
- Bartezzaghi S. (1993), “Ciao”, in Calcagno G. (a cura di) (1993), pp. 48-51.
- Benni S. (1993), “Mamma”, in Calcagno G. (a cura di) (1993), pp. 143-146.
- Berretta M. (1994), “Il parlato italiano contemporaneo”, in Serianni L., Trifone P. (a cura di), *Storia della lingua italiana*, II, Einaudi, Torino, pp. 239-270.
- Bonomi I., Morgana S. (a cura di) (2016), *La lingua italiana e i mass media*, Carocci, Roma.
- Calcagno G. (a cura di) (1993), *Bianco, rosso e verde. L'identità degli italiani*, Laterza, Roma-Bari
- Casini S. (2017), “Italianismi e pseudoitalianismi a Toronto: una ricerca tra gli studenti di italiano del St. George Campus della University of Toronto”, in *Italica*, vol. 94,1.
- Cassieri G. (1993), “Caffè”, in Calcagno G. (a cura di), *Bianco, rosso e verde. L'identità degli italiani*, Laterza, Roma-Bari, pp. 26-30
- Cherchi P., Cosetta S. (2010), *Gli italianismi e l'italiano nell' America del Nord*, Longo, Ravenna.
- Coifmann Lattes I. (1993), “Gesti”, in Calcagno G. (a cura di), *Bianco, rosso e verde. L'identità degli italiani*, Laterza, Roma-Bari, pp. 100-103.
- Costa A. (2013), *Il cinema italiano*, Il Mulino, Bologna.
- D'Achille P. (2010), *L'italiano contemporaneo*, II ed., Il Mulino, Bologna.
- D'Agostino M. (2012), *Sociolinguistica dell'Italia contemporanea*, Il Mulino, Bologna.
- Dardano M. (1994), “Profilo dell'italiano contemporaneo”, in Serianni L., Trifone P. (a cura di), *Storia della lingua italiana*, II, Einaudi, Torino, pp. 343-430.
- De Blasi N. (2018), *Ciao*, Il Mulino, Bologna.

- De Mauro T., Vedovelli M. et al. (2002), *Italiano 2000: i pubblici e le motivazioni dell'italiano diffuso fra stranieri*, Bulzoni, Roma.
- Di Fortunato E., Paolinelli M. (2005), *Tradurre per il doppiaggio. La trasposizione linguistica dell'audiovisivo: teoria e pratica di un'arte imperfetta*, Hoepli, Milano.
- DISC (1997), *Dizionario italiano Sabatini-Coletti*, a cura di Sabatini F., Coletti V., Giunti, Firenze.
- Freedberg D. (2003), "L'Italia fuori d'Italia: il punto di vista americano", in *AA.VV.* (a cura di), *L'Italia fuori d'Italia: tradizione e presenza della lingua e della cultura italiana nel mondo: atti del convegno di Roma, 7-10 ottobre 2002*, Salerno, Roma, pp. 555-561.
- GDLI (1964), *Grande Dizionario della Lingua Italiana*, a cura di Battaglia S., vol. III, UTET, Torino.
- Giannini S. (2010), "L'Italia nel mondo. Lingua, cultura, identità", in *Lingua italiana d'oggi*, 7, pp. 69-75
- Giovanardi C., Trifone P. (2012), *L'italiano nel mondo*, Carocci, Roma.
- GRADIT (1999), *Grande dizionario italiano dell'uso, ideato e diretto da T. De Mauro*, 6 voll., UTET, Torino.
- Haller H. (1989), "Gli italianismi dell'anglo americano", in *Italiano e Oltre*, IV, 3, pp. 126-132.
- Klajn I. (1972), *Influssi inglesi nella lingua italiana*, Olschki, Firenze.
- Lanzilotta L. (2014), "Il caso Starbucks: l'italiano come lingua di commercio e di cultura negli Stati Uniti", in *Italica*, Vol. 91, 1.
- LIP (1993), De Mauro T. et al. *Lessico di frequenza dell'italiano parlato*, ETAS Libri, Milano.
- Lubello S. (2014), "L'itagliano è ancora lontano? Qualche riflessione sull'influsso dell'inglese", in Lubello S. (a cura di), *Lezioni di italiano. Riflessioni sulla lingua del nuovo millennio*, Il Mulino, Bologna, p. 63-84.
- Madeo L. (1993), "Miss Italia", in Calcagno G. (a cura di) (1993), pp. 155-159.
- Malato (2003), "Immagine e presenza dell'Italia fuori d'Italia", in *AA.VV.* (a cura di), *L'Italia fuori d'Italia: tradizione e presenza della lingua e della cultura italiana nel mondo: atti del convegno di Roma, 7-10 ottobre 2002*, Salerno, Roma, pp. 31-55.
- Maraschio N. (1982), "L'italiano del doppiaggio", in *AA.VV.* (a cura di), *La lingua italiana in movimento*, Accademia della Crusca, Firenze, pp. 135-158.
- Maraschio N., Poggi Salani T. (a cura di) (2003), *Italia linguistica anno Mille. Italia linguistica anno Duemila*, Bulzoni, Roma.
- Martusciello M. (2021), "Ridoppiare per modernizzare? Modificazioni linguistiche nei ridoppiaggi di alcuni famosi classici Disney", in *Lingue e culture dei media*, V, 1: 1-20.
- Martusciello M. (2022), *Disney maestra di lingua. Un'analisi linguistica dei doppiaggi italiani dei più famosi lungometraggi a cartoni*, Cesati, Firenze.
- Masini A. (2016), "L'italiano contemporaneo e la lingua dei media", in Bonomi I., Morgana S. (a cura di), *La lingua italiana e i mass media*, Carocci, Roma, pp. 17-39.
- Munari B. (1993), "Made in Italy", in Calcagno G. (a cura di), *Bianco, rosso e verde. L'identità degli italiani*, Laterza, Roma-Bari, pp. 134-138.
- Patota G. (2016), *Bravo!*, Il Mulino, Bologna
- Patota G., Rossi F. (a cura di) (2017), *L'italiano al cinema, l'italiano nel cinema*, Accademia della Crusca, Firenze.
- Patou-Patucchi S. (1999), *L'italiano del doppiaggio: Convegno per la Ricerca "L'influenza del linguaggio cinetelvisivo sulla lingua italiana parlata"*, Lumsa, Roma.

- Pavesi M. (2005), *La traduzione filmica. Aspetti del parlato doppiato dall'inglese all'italiano*, Carocci, Roma.
- Pietrini D. (2009), *Parola di papero. Storia e tecniche della lingua dei fumetti Disney*, Cesati, Firenze.
- Pietrini D. (2020), "Il plurilinguismo nel fumetto: osservazioni su usi e funzioni delle varietà diatopicamente marcate nel fumetto italiano", in *A carte per aria. Problemi e metodi dell'analisi linguistica dei media*, in Piotti M., Prada M. (a cura di), Cesati, Firenze, pp. 79-96
- Piotti M. (2016), "Le lingue del cinema", in Bonomi I, Morgana S. (a cura di), *La lingua italiana e i mass media*, Carocci, Roma, pp. 117-165.
- Prifti E. (2014). *Italoamericano. Italiano e inglese in contatto negli USA*, de Gruyter, Berlin/Boston.
- Puglisi G. (2003), "Una nuova immagine dell'Italia all'estero nel secondo dopoguerra: il "made in Italy", le "multinazionali della cultura"", in *AA.VV. (a cura di), L'Italia fuori d'Italia: tradizione e presenza della lingua e della cultura italiana nel mondo: atti del convegno di Roma, 7-10 ottobre 2002*, Salerno, Roma, pp. 547-554.
- Raffaelli S. (2009), "La lingua del cinema", in Trifone P. (a cura di), *Lingua e identità. Una storia sociale dell'italiano*, Carocci, Roma, pp. 189-208.
- Regge T. (1993), "Genialità", in Calcagno G. (a cura di), *Bianco, rosso e verde. L'identità degli italiani*, Laterza, Roma-Bari, pp. 96-99
- Renzi L. (2000), "Le tendenze dell'italiano contemporaneo. Note sul cambiamento linguistico nel breve periodo", in *Studi di lessicografia italiana*, XVII, pp. 279-319.
- Renzi L. (2012), *Come cambia la lingua. L'italiano in movimento*, Il Mulino, Bologna.
- Renzi L., Salvi G., Cardinaletti A. (1991), *Grande grammatica italiana di consultazione. I: La frase. I sintagmi nominale e preposizionale; II: I sintagmi verbale, aggettivale, avverbiale. La subordinazione; III: Tipi di frase, deissi, formazione delle parole*, Il Mulino, Bologna.
- Ricci L. (2009), "L'italiano per l'infanzia", in Trifone P. (a cura di), *Lingua e identità. Una storia sociale dell'italiano*, Carocci, Roma, pp. 323-350.
- Rossi F. (2006), *Il linguaggio cinematografico*, Aracne, Roma.
- Rossi F. (2007), *Lingua italiana e cinema*, Carocci, Roma.
- Sardo R. (2010), "Il 'discorso costruito' della tv per ragazzi", in Mauroni E., Piotti M. (a cura di), *L'italiano televisivo 1976-2006. Atti del Convegno, Milano, 15-16 giugno 2009*, Accademia della Crusca, Firenze.
- Savoia L. M. (1984), *Grammatica e pragmatica del linguaggio bambinesco (baby talk)*, CLUEB, Bologna.
- Serra R. (2017), "Intrecci linguistici. Lingue e dialetti italiani tra i giovani italoamericani nella grande area di New York", in *Forum Italicum*, Vol. 51 (3) pp. 727-760
- Sileo A. (2015), "Il doppiaggio: interferenze linguistiche sulla soglia tra inglese e italiano", in *Altre Modernità*, 2015 (1), p. 56-69.
- Sileo A. (2017), "Il doppiaggese e le sue ricadute sull'italiano", in Patota G., Rossi F. (a cura di), *L'italiano al cinema, l'italiano nel cinema*, Go-Ware, Firenze, pp. 127-138.
- Sileo A. (2018), "Il simil sync o semi-sync nel panorama italiano: lo slittamento e offuscamento dei confini previsti dal CCNL", in *Altre Modernità*, 2018 (1), p. 258-267.
- Stammerjohann H. (2013), *La lingua degli angeli. Italianismo, italianismi e giudizi sulla lingua italiana*, Accademia della Crusca, Firenze.

Mariaelena Martusciello, *Stereotipi e cultura italiana nel film d'animazione americano: il caso di Luca*

Turchetta B. (2005), *Il mondo in italiano. Varietà e usi internazionali della lingua*, Laterza, Roma-Bari.

Vassere S. (2019), *Stereotipo linguistico e stereotipo culturale*, in «Rivista Scuola Ticinese» n.335, pp. 13-18

Vedovelli M. (2005), “L’italiano nel mondo: da lingua straniera a lingua identitaria: il caso di *Freddoccino*”, in *Studi italiani di linguistica teorica e applicata*, 34,3, pp. 585-609.