

## Indice

<i>Premessa</i>	9
-----------------	---

\* \* \*

<i>Introduzione</i>	11
---------------------	----

### PARTE I

#### Le creature della moda: fascino e fashion

1.1. <i>Premessa sul "made in Italy"</i>	17
1.2. <i>Style e items descrittivi: tradurre con classe</i>	18
1.3. <i>Il code vestimentaire</i>	22
1.4. <i>Un abito: in parole povere...</i>	28
1.5. <i>Il "come se": la moda fiabesca</i>	31
1.6. <i>Censure e omissioni: l'Orientalisme</i>	42
1.7. <i>La realtà della moda magica: metafore e similitudini</i>	47
1.8. <i>Ipotiposi: la traduzione nel quadro</i>	52
1.9. <i>Anticipazioni e dis-ambiguazioni: uno scandalo</i>	59
1.10. <i>Espansione e permutazione</i>	73
1.11. <i>Sensitive texts</i>	79
1.12. <i>Iconografia e filmografia</i>	83
1.13. <i>Dalla pagina allo schermo</i>	94
1.14. <i>L'arbitrarietà del segno</i>	101
1.15. <i>Il sistema della moda</i>	107

PARTE II  
Creature fantastiche in traduzione

2.1. <i>Modelli e applicazioni</i>	115
2.2. <i>Esemplificazioni tematiche</i>	120
2.3. <i>Ambiguità nel Macbeth: ovvero una tragedia di traduzioni</i>	122
2.4. <i>Bipolarismo: il modello germanico e il modello francese</i>	124
2.5. <i>Tradurre la bruttezza: un problema di gender</i>	126
2.6. <i>Tradurre la bellezza: Venere e Cleopatra</i>	134
2.7. <i>Fascino emblematico ed emblemi</i>	138

PARTE III  
*Fascination: le donne floreali*

3.1. <i>Il giardino da decifrare: il linguaggio botanico</i>	143
3.2. <i>Il linguaggio della rappresentazione e il linguaggio della realtà</i>	144
3.3. <i>Lo spazio utopico e i nuovi mondi</i>	145
3.4. <i>Il codice floreale</i>	148
3.5. <i>Il discorso botanico</i>	150
3.6. <i>Contesti coloniali e fitonimie</i>	154
3.7. <i>Descrizione e botanica</i>	157
3.8. <i>Enigmi ed emblemi</i>	159
3.9. <i>Le rose di Venere: una visione per Eros</i>	162
3.10. <i>Le rose di Venere: una visione per Thanatos</i>	168
3.11. <i>L'erbario della Primavera</i>	173

PARTE IV  
Ambiguità e discorso descrittivo

4.1. <i>Modelli e approcci alla descrizione</i>	185
4.2. <i>La similitudine e le definizioni</i>	194
4.3. <i>Descrivere le apparizioni</i>	199
4.4. <i>Livelli di interpretazione e percezione</i>	201
4.5. <i>Svelamenti e metamorfosi</i>	204
4.6. <i>Le donne fatali: variabilità diacronica</i>	210

PARTE V  
Femminilità: vaghezza in traduzione

5.1. <i>Le costellazioni tematiche: sex-appeal ed etopea</i>	229
5.2. <i>Ambiguità n. 1: la tematizzazione</i>	233
5.3. <i>Ambiguità n. 2: sinonimia</i>	236
5.4. <i>Ambiguità n. 3: la sotto-traduzione</i>	238
5.5. <i>Ambiguità n. 4: "il quasi come"</i>	243
5.6. <i>Ambiguità n. 5: vaghezza e sensualità</i>	249
5.7. <i>Sfumature e codice cromatico</i>	264

PARTE VI  
*Charme: eleven types of ambiguities*

6.1. <i>Ambiguità: n. 6 nuances ed esotismi</i>	277
6.2. <i>Riferimenti e modelli</i>	291
6.3. <i>Ambiguità n. 7: meravigliose creature</i>	297
6.4. <i>Ambiguità n. 8: letteralità o metafora?</i>	304
6.5. <i>Ambiguità n. 9: fitonimi creoli e canzoni</i>	309
6.6. <i>Ambiguità n. 10: archetipi e stereotipi</i>	313
6.7. <i>Etnografia e arabismi</i>	320
6.8. <i>Ambiguità n. 11: Indish/Globish</i>	323
6.9. <i>"Japonisme" e oltre: cliché e livellamenti</i>	329

\* \* \*

<i>Appendice</i>	351
<i>Bibliografia</i>	367
<i>Indice dei nomi</i>	395



## Premessa

Questa ricerca è stata interamente finanziata da contributi di Ricerca di Ateneo, nel corso dell'ultimo decennio (1999-2007) e, per quanto riguarda la parte delle fitonimie botaniche, dal progetto PRIN.

Alcuni dei risultati e dati rilevati sono stati presentati a convegni internazionali organizzati da università italiane e straniere.

PARTE I: il nucleo di ricerca sulla moda e la terminologia inglese è stato presentato al Convegno su *Fashion. Comunicare la Moda*, organizzato dal Dipartimento di Scienze del Linguaggio, Università per Stranieri, Perugia (1999), inedito.

Le parti riguardanti le fiabe sono state presentate al Convegno dell'AAIS (American Association for Italian Studies), organizzato presso la University of Philadelphia (2000), con il titolo "La traduzione per bambini: *par condicio?*...".

Per quanto riguarda la terminologia calzaturiera e della pelletteria, i riferimenti terminologici sono tratti da alcune mie opere precedenti, fuori stampa, *L'arte gentile. La cultura della calzatura nel mondo inglese*, Padova, RAC, 1982 e dal *Dizionario della Terminologia Calzaturiera Italiano-Inglese*, Padova, RAC, 1985.

PARTE II: parte del contributo è stata presentata al Convegno AATI (American Association of Teachers of Italian), nel 1998, ed è presente nel volume degli *Atti*, editi dal professor Tony Mollica e pubblicati dal Ministero per i Beni Culturali, Sezione Editoria, serie *Libri e Riviste*.

PARTE III: alcuni capitoli sono stati presentati al Convegno *Gardens for the Third Millennium: From the Garden of Eden to Urban Paradise* (1998), Assisi Nature Council e Facoltà di Agraria dell'Università degli Studi di Perugia, e pubblicati negli *Atti* (2001).

PARTE IV: i primi due capitoli sono riconducibili a un contributo presentato al convegno *A Language for Europe. Teaching Strategies, Tradition and Innovation* (1991), Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Università degli Studi Ca' Foscari, Venezia (18-21 marzo 1992), e sono inediti.

Le parti riguardanti la traduzione sono state presentate al Convegno ESSE (European Society for the Study of English), University of Glasgow (11 settembre 1995).

Le PARTI V e VI sono state sviluppate all'interno del progetto di ricerca Miur 60%, svolto negli ultimi anni dalla sottoscritta, avente a oggetto le ambiguità nel testo descrittivo e le costrizioni lessicali nella resa traduttiva. Per queste due parti in particolare, è stato scelto un approccio improntato al focus tematico, così come proposto da Willie van Peer e Max Louwerse (*Thematics: Interdisciplinary Studies*, 2003).

L'esperienza di questo tipo di analisi è maturata nell'ambito delle esigenze della laurea specialistica in "Comunicazione Pubblicitaria e Design Strategico", nonché dalla partecipazione al Ciclo di dottorato su "Scienza del Libro e della Scrittura" dell'Università per Stranieri di Perugia.

Per i fondi di ricerca e partecipazione ai convegni, per le missioni e per i contributi alla stampa, desidero ringraziare la professoressa Paola Bianchi De' Vecchi, già Rettore e ora Preside di Facoltà, e il Rettore in carica Stefania Giannini. Senza questo appoggio le ricerche non avrebbero potuto essere compiute.

Perugia-Trieste, 23 febbraio 2009

## Introduzione

Il sottotitolo dell'opera, *The Tusks of the Translator... in a China Shop*, riflette il riferimento alla traduzione inglese *The Task of the Translator* di Walter Benjamin, in tedesco *Die Aufgabe des Übersetzer*, in italiano *Il compito del traduttore*.

Già qui ci si rende conto che non vi è totale equivalenza a livello lessicale-semantico, in quanto *task* (con le pronunce variabili /ta:sk/ e /tæsk/ tra British English e American English) è più vicino a *duty*, ed è comunque qualcosa di performativo anche nella glottodidattica, rispetto a “il compito” di casa o “il dovere”. In italiano e in tedesco ci si colloca in una sfera semantica correlata alla scuola, ai compiti di scuola per casa (*homeworks*) e al militare. Ma *task* è qualcosa che in inglese va *performed*. Comunque sia il nostro gioco di parole tra le “zanne” (*tusk*) e il “compito” (*task*) potrebbe funzionare solo con il BE e non con l'AE.

Si era inteso riprendere con il significato di /tusk/ (/tAsk/) anche un riferimento alla sequenza del noto proverbio citato da Vinay e Darbelnet negli anni '50 (*Stylistique comparée du Français e de l'Anglais*), come esempio nei “gradi” della traduzione. Il proverbio, se vuole essere tradotto, subisce un adattamento.

Nel caso in questione si tratta del proverbio dell'elefante in un negozio di porcellane (*China Shop*). In inglese il proverbio è: “like a bull in a china shop”. In italiano e francese abbiamo un “elefante”. Non è sempre possibile avere un “elefante”, e nelle versioni equivalenti nelle varie lingue, vi sono delle differenze.

Però se pensiamo di mettervi un *toro* come nel proverbio inglese, troviamo che nel “linguaggio tecnico” un *bull*, se addomesticato o da circo... in inglese significa “elefante”, sia maschio che femmina.

Se ci si riferisce a un animale sessualmente maturo, il termine *bull* per estensione è un sovraordinato che comprende i maschi anche di alce, moose, balena, foca e leone marino. Non si riconosce maturità sessuale alla femmina – che invece viene riconosciuta nel momento in cui partorisce e allatta, e diventa una *cow*: *cow elephant* è una elefantessa.

Così, molti animali che mucche non sono, tecnicamente dagli zoologi vengono definiti *cows* come tali. La balena ne è un esempio, e anche le foche.

Per quanto riguarda la seconda parte del sottotitolo, “*in a China Shop*”: non siamo in Cina ma, come il nostro traduttore sa, siamo in un negozio di porcellane, per gli inglesi. Per noi la metafora ha più forza e violenza se associamo l’elefante alla cristalleria.

Queste sono le nostre premesse: volevamo introdurre delle tematiche ove si evidenziasse come la traduzione dall’italiano all’inglese, da alcuni ritenuta “comune” e non difficile, possa essere appunto per un’apparente contiguità lessicale e semantica, contestuale e culturale, ricca di pericoli e di falsi amici.

A volte il traduttore emozionalmente coinvolto passa ore e ore a rimuginare su una “parola”. Per quel traduttore la sua traduzione sarà un “love-brand”, il suo marchio d’amore.

La traduzione sarà la sua creatura brandizzata, e fino all’uscita della versione finale, penserà a “quella parola” continuamente, ragionando sulla base del “...e se invece?”.

Nel corso del nostro lavoro abbiamo inteso offrire una panoramica di alcune situazioni traduttive in relazione all’anglistica proprio per rilevare le possibilità di costrizioni strutturali che si possono verificare.

Il focus è sui testi descrittivi dove prevale la funzione espressiva ed emozionale. Il testo descrittivo qui ha una tematizzazione precisa: sono state selezionate delle sequenze in cui vengono presentate delle “creature”, con tutto il loro fascino. Il fascino, che sia *charm*, *charme* o *fascination*, è qualcosa che fa parte del lessico intellettuale europeo.

La densità comunicativa deve essere bilanciata dalla sequenza e dalla linearità con cui gli elementi che descrivono questo fascino vengono offerti alla lettura: molto se non tutto si addensa nella questione della metafora, delle sinonimie, della polisemia, della sillissi (o sillep-



si), delle siepi linguistiche, della “preterizione” (ripresa da Hamon dalla retorica classica) ovvero della mancanza di parole atte a descrivere.

Conseguentemente, la questione dell’ambiguità del testo e della lingua del testo è un punto cruciale: quanto può spingersi un traduttore a disambiguare ciò che nel testo originale rimane ambiguo? Si tratta di una continua tensione e di soppesare con il bilancino alcune descrizioni “sensibili” che non si possono risolvere, né si possono svelare aggiungendo informazioni didascaliche.

In alcuni casi l’operazione sembra disperata: l’esotismo del linguaggio della moda che oggi parla inglese, una volta ritradotto in un testo inglese, perde tutta la sua connotazione di estraneità e di inaspettatività. I termini inglesi della moda spesso subiscono uno *shift in meaning*, una desemantizzazione e uno spostamento di significato.

Quando il traduttore si trova di fronte a una sequenzialità iconografica, il problema si accresce: a che fonte, eventualmente, potrebbe ispirarsi? Spesso il testo gioca con questi riferimenti, talvolta espliciti talvolta nascosti, da inseguire. L’autore lascia degli indizi e delle tracce per il suo lettore e per il suo traduttore: si costituisce un sottotesto di rimandi e di riferimenti a una testualità visiva, filmica, iconografica. E tutto ciò insieme a tanti giochi di parole. Quanto si può disambiguare? E fino a che punto? Certo è che l’anticipazione dell’informazione nel testo di arrivo, contro la sequenza prevista nella struttura del testo di partenza, può appiattire l’interesse. La sequenza delle informazioni nel testo letterario del Modernismo (vedi Henry James e la struttura sequenziale e temporale) non si costituisce più come fittizia sequenza *a-b-c* abbinata a *frames* temporali, ma è relativa alla cognitività e all’appercezione dei dati.

Poniamo che, dunque, la descrizione operi dentro un *descriptive frame* concettuale relativo allo spazio, in una referenzialità dei luoghi e dei punti di osservazione entro cui la figura si colloca.

Se Anna Karenina inizia a guardare treni e rotaie in modo strano, già da bel principio... beh... forse non vale la pena di continuare fino alla fine. Se Cleopatra iniziasse a pensare subito ai serpenti, o se Venere nascesse in una culla come una bellissima bebè, forse non ci interesserebbero più tutti i riferimenti intertestuali. Ma una donna

che nasce già fanciulla, con un ventre morbido e in evidenza, è molto più ambiguo. Ma non si può dire: “questa Venere è incinta”.

Una Madame Bovary completamente spogliata, senza tutta la descrizione dell’impaccio a spogliarsi, non sarebbe più Madame Bovary. E sarebbe inutile descrivere le scarpe di Madame Chauchat in *Der Zauberberg* di Thomas Mann: è l’eco che fanno risuonare i suoi tacchi, come i suoi zigomi kirghisi, che ci affascina.

Il “fascino del tradurre” è correlato, nelle sequenze dei testi descrittivi che abbiamo scelto, al “fascino nel tradurre”: le ambiguità sono inevitabili.

Si può dire che la mano femminile del traduttore riesca a cogliere meglio queste tipologie di ambiguità del fascino femminile?

Se vi è uno specifico femminile nel discorso, in traduzione la questione del fascino rimane un mistero o, per parafrasare il titolo di una recente conferenza di George Steiner, *An Exact Mystery. Translation.*

PARTE I

Le creature della moda: fascino e *fashion*

“Sono in pregio le gale e le attillature, e si bada solo a ornare la bellezza del corpo, manifesto argomento della bruttezza dell’animo.”

A. Varchi

“Un tanga, un modello filo interdentale...”

G. Calà, *Sapore di sale*

“...But the foregoing pale into insignificance beside the purple-fish, purple robes and pearls... What has the sea to do with clothing, the waters and waves to do with wool? The sea receives us in a proper way only when we are without clothes... Are we not satisfied by feeding on dangerous things without also being clothed by them? Do we get most bodily pleasures from luxuries that cost human life?”

Pliny the Elder, *Natural History* (trad. John Healy, 1991)

“Nei doppi misti, ipnotizzati dai gonnellini che frullavano al sole, alzavamo continui pallonetti...”

Beppe Severgnini, *Italiani si diventa*, 2000: 118

“...The Armageddon Bra warns wearers of incoming missiles. The latest addition is the metal-free Frequent Flyer bra developed after reports that metal fasteners on bra have triggered airport security systems.”

Pubblicità reggiseno Triumph, 2001



## 1.1. Premessa sul “made in Italy”

**1.1.1.** Nell’ultimo ventennio con prepotenza si è accusata la lingua inglese di essere una lingua killer di altre lingue, in quasi ogni settore delle lingue di specializzazione.

Ma nel linguaggio della moda, l’inglese è davvero una lingua dittatoriale, una lingua che può uccidere le altre lingue? Sembrerebbe, questa, una visione di un mondo globalizzato, plasmato sulla lingua inglese, che addomestica e livella le altre culture.

Tenteremo di vedere, con degli esempi derivati dal linguaggio della moda, come in realtà l’inglese non sia sempre una lingua “killer” (cfr. Anderman e Rogers, 2005) e come traducendo verso o dall’inglese, o descrivendo abiti e traducendo, si siano configurati i rapporti, in senso diacronico.<sup>1</sup>

Da quanto emerge dai *corpora* descrittivi esaminati (qui e altrove) anche se vi sono parole inglesi, i denotati, gli oggetti della moda e gli stili sono... “made in Italy” (cfr. D’Ippolito, 1994). La sfilata in passerella è sì *catwalk*, ma i tessuti che fanno gli abiti, gli artigiani e il lessico sono sempre “made in Italy”, financo nelle perline veneziane e nelle guarnizioni.

Se il “made in Italy” nasce a New York, “il linguaggio della moda” si configura come area di dinamismo assoluto, fatto di calchi e prestiti e di parole “riciclate”, di interferenze e sovrapposizioni usate dai media e dalla comunicazione internazionale.

**1.1.2.** Negli anni ’70 (1972), Beppe Severgnini citava come “esotismi” parole della moda giovanile, riapparsa poi, riciclata, ai nostri

---

1. Emblematico il fatto che l’inglese usi parole francesi che sono entrate nella lingua standard della moda. Si tratta di prestiti e di calchi che nelle didascalie della moda non vengono formattati in italico, mentre sono in italico in italiano. Ma la terminologia inglese è per lo più derivata dalla moda francese.

Il *bustier* viene reso famoso da Madonna che indossa il design di *bustier* di Jean-Paul Gaultier. La stilista Vivienne Westwood, con il “bustier-type corset” nella sua collezione 1991, avrà una didascalia che lo descrive: “the underwear as outerwear look” (O’Hara Callan, 1986: 47). Dagli anni ’50 le coppe appuntite metalliche ritornano negli anni ’80 come indumento da sera, per poi, negli anni ’90, essere veramente *outerwear* oltre che *beachwear*.

giorni, con le stesse parole e con altre in aggiunta per gli stessi denotati, con lievissime modifiche strutturali. Questa era l'esperienza di un ragazzo italiano in Gran Bretagna, quando ancora non esisteva l'unisex (Mansfield e Cunningham, 1973):

Ci ho messo giorni per capire che *shades* erano gli occhiali da sole, *singlet* voleva dire canottiera e *loons* erano i pantaloni. Ho impiegato settimane per intuire che *teddy bear jacket* stava per giubbotto peloso, mentre *flare* e *big bell bottoms* erano due nomi per indicare i pantaloni a zampa di elefante. Così non ho potuto acquistarli. Ripensandoci, è andata bene così. (1998: 111)

All'epoca non esisteva ancora la prepotenza dell' "Italians do it better" e il mondo giovanile era orientato verso la moda britannica. I nuovi miti sarebbero arrivati con nuove parole dalla Gran Bretagna, con Mary Quant e con Portobello, con i Beatles. Ma *shades* si trova oggi nel *Cambridge Advanced Learner's Dictionary* (d'ora in poi CALD, 2001). Mentre *singlet* era già in uso nel dopoguerra. In Italia, all'epoca di Severgnini *teen*, gli adulti seguivano una moda di tipo franco-italiana. Così descrive Severgnini lo stile dei suoi professori.

[...c'era] un giovane studioso che trovava *sconvenienti alcune sensuali traduzioni di Ovidio*, e le neutralizzava con abili perifrasi. C'era la professoressa d'italiano, che mi aveva preso in simpatia e anch'io, passando sopra le sue maniche a sbuffo, trovavo gradevole. (1998: 111, nostro il corsivo)

## 1.2. *Style e items descrittivi: tradurre con classe*

**1.2.1.** In effetti, le maniche a sbuffo sono un cruccio della moda e della traduzione: ogni articolo d'abbigliamento fa parte di un discorso descrittivo. Quindi soffermiamoci un attimo sulle maniche, e poi sulle scollature. Sono punti cruciali nelle descrizioni letterarie relative alla moda.

Lo vedremo per gli abiti delle fate, e nel racconto di Gérard de Nerval, *Sylvie*, tradotto in italiano da Umberto Eco.

Lo stesso Eco sceglie come esempio di traduzione la descrizione dell'abbigliamento<sup>2</sup> nel suo *Experiences in Translation*. Nella descrizione dell'originale, questi sbuffi sono considerati *à la page* e poi cadono nel "disprezzo". Leggiamo dal capitolo "When the text has us see things".

After putting on her aunt's dress, Sylvie complains of her 'manches plates', and everyone translates this as 'maniche lisce—o piatte', but in this case it is not clear why the narrator remarks by contrast how those 'sabots garnis de dentelles découvriraient admirablement ses bras nus' or, as Sieburth says (nda = il traduttore inglese di Nerval) says, 'the lace-trimmed puffs showed off her bare arms'. In short, are these sleeves plain or fancy? Faced with the problems posed by the text, Sieburth does without the plain sleeves and has Sylvie say only: 'These sleeves are ridiculous.'

The fact is that the 'manches plates' (also called 'manches à sabots or 'sabots') were short flared lace-trimmed sleeves popular in the eighteenth century (some histories of dress talk of the Watteau style), but they did not have puffed shoulders as prescribed by nineteenth-century fashion. Therefore Sylvie found that they drooped over her shoulders too much, because they did not have the 'puff', as it was known. *In order to help the reader understand how the sleeves were*, and why Sylvie was complaining, *I ignore the literal meaning of the text* and have the girl say: 'Oh, come cadono male, le spalle senza sbuffo!'. (Eco, 2001: 55-56; corsivo nostro)

Notiamo le differenze nella metaforizzazione e le discrepanze nei significati dei prestiti. In italiano, oggi, e anche venti o trenta anni fa, *sabots* erano esclusivamente gli zoccoloni (d'estate o d'inverno): in un dizionario recente è "ciabatta accollata e chiusa in punta, con differenti altezze di tacco, che può essere a codetta, a colpo o con zeppa ortopedica" (Donnanno, 2001: 325).

Il problema è che vi sono molte parole francesi per la definizione di maniche, pizzi, guarnizioni e scollature, in italiano e in inglese, a livello di prestiti (cfr. O'Hara, 1990; Vergani, 1999; Laver, 1982). A

---

2. Abbiamo inserito le citazioni in inglese di Eco, in quanto all'epoca della redazione di questa parte di testo vi era soltanto *Experiences in Translation*, uscito per la Toronto University Press: Toronto, 2000. In altri passi successivi e in altri luoghi, abbiamo citato il successivo *Dire quasi la stessa cosa. Esperienze di traduzione*, Bompiani: Milano, 2003.

partire dal concetto di scollatura per eccellenza: il *decolté*, che per traslato definisce anche un tipo di scarpa.

**1.2.2.** Negli anni '50-'60, la moda "giovane" italiana si afferma nelle parole e nelle immagini. Ma è un "made in Italy" filtrato dall'iconografia hollywoodiana che esploderà raggiungendo vari livelli della società americana e anglosassone. Verrà veicolato dagli abiti realizzati per le grandi dive di Hollywood, che verranno a farsi fare modelli e accessori personali in Italia. Coinvolgerà l'alta moda e la moda pronta, la moda sportiva e quotidiana. Per cui i jeans rivaleggeranno con i nostri pantaloncini più agili e meno rigidi detti "alla pescatora".

A quasi dieci anni dalla fine della guerra, Audrey Hepburn indossava le "cenerentole" ovvero le *ballerinas*. Il nome "cenerentole" era arrivato con il cartone animato di Walt Disney.

C'era stato il film *Sabrina* con Parigi come riferimento dell'alta moda, ma la Vespa e le "capri" si erano imposte come simulacri di uno stile giovane e sbarazzino, almeno nella rappresentazione cinematografica di Audrey Hepburn in *Vacanze romane* di Billy Wyler del 1953. L'autrice del libro *Vacanze romane*, Odette Ferry, era francese, ed era traduttrice di copioni e dialoghi, oltre che sceneggiatrice.

Vediamo come sono descritte le calzature in *Vacanze romane*: la traduzione parte da una versione cinematografica che precede il testo scritto e questa traduzione italiana è fatta su testo francese:

Aveva sempre desiderato di portare *calzature piatte, senza tacchi, precisamente dei sandaletti* come questi, trattenuti soltanto attorno alla caviglia da un sottile cordoncino. Indossarli, sarebbe stato un mezzo come un altro per sfuggire alla schiavitù del protocollo. Tanto più che questi, in cuoio naturale, le piacevano infinitamente. (trad. M. Longhi, 1994: 105; nostro il corsivo)

Finiti gli anni '50, c'era stato come un momento di rivoluzione per quanto riguardava la moda giovanile italiana. Fino ad allora, la terminologia era quella della *Haute Couture* (de Marly, 1952), e la moda parlava francese in tutto il mondo. La moda per ragazzini e giovanissimi non offriva alcuna identità forte di "gruppo" in cui riconoscersi: e quindi la cultura era d'importazione, tra parole e oggetti.



Il fenomeno dei giovani ribelli, con tutta l'iconografia filmica e le immagini di Elvis Presley, di James Dean e delle loro partner nei film, introdurrà i blue-jeans e le camicette sgargianti, come in *West Side Story* un paio d'anni dopo.

Ma la moda "regolare" e non ribelle aveva un suo status istituzionalizzato nel mondo del consumo e della distribuzione e le parole erano parte di un contesto gerarchizzato. Specie per la moda da signora e da signori, *Ladies Wear* e *Gentlemen's Wear*.

Nel caso del musical cinematografico portato sullo schermo, la sua diffusione attraverso gli adattamenti<sup>3</sup> in tutto il mondo occidentale creava una moda e creava parole nuove!

Un esempio era stato *West Side Story*, negli anni '50, e un altro esempio era il revival di quell'epoca con *Grease* e *Saturday Night Fever* vent'anni dopo. *Grease* denotava lo stile dell'acconciatura maschile, ma la traduzione italiana "sincronizzata" non avrebbe potuto essere *gel*, bensì "brillantina". Il *Macadam (oil)* o *hair oil* era roba da vecchi.

**1.2.3.** Una terminologia nasce nello spostamento di significati e nelle variabili diacroniche nella moda maschile, tra stili anglosassoni e stili americani.

Ecco come veniva marcato il "genere" *Man's Clothes* e *Woman's Clothes*, in un *Manuale Teorico Pratico di Lingua Inglese* edito a Milano, nel 1915: siamo all'epoca dei prestiti per la moda all'inglese, "stile sportivo". Notiamo l'assenza imbarazzante di anglicismi internazionali, come *pullover* e *cardigan*. I tempi erano quelli del purismo contro l'imbarbarimento, e se ciò contrastava con il linguaggio dei giornali, delle riviste illustrate e dei cataloghi, la politica editoriale cui sottostavano i lessicografi era quella dell'evitare i forestierismi.

Ma questo manuale ha una parte speciale dedicata ai forestierismi. Selezioniamo alcune curiose particolarità nel codice d'abbigliamento. Qui sembra ripreso da un testo della fine del '700, come il "Giovin Signore" pariniano, quando non esisteva la cravatta!

---

3. Tra teatro e film le analisi sulla traduzione iniziano con Ortrun Zuber, di cui ricordiamo tra le altre pubblicazioni *The Languages of the Theatre. Problems in the Translation of Dramas*, 1980. Per il lavoro pratico di adattamento filmico, v. Phyllis Zatlin, 2005.

*waist-coat* = gilè; *breeches* = sottocalzoni; *braces* = tiranti;  
*neck-cloth* = cravatta; *spurs* = speroni; *ruffles* = polsini.

**1.2.4.** Sempre in quest'opera, per la donna avremo, tra gli altri items, *chemisette* che è tentazione irrefrenabile a tradurre letteralmente (ma si tratta di elemento più lungo), mentre si censura la parola *giarrettiera*:

*chemisette* = camiciuola; *sash* = un cinto; *night-cap* = cuffia da notte;  
*garters* = legacce; *stays* = busto; *bodice* = corpetto.

Per quanto riguarda l'abbigliamento intimo, questo è stato fatalmente escluso.

Eppure, neanche una quindicina di anni dopo, negli USA, a San Francisco, John Fante avrebbe descritto le sue donnine dei calendari! Ma questo *Manuale* doveva essere rigorosamente per una classe, augusta e piena di dignità.

Insieme ai manicotti e alle tabacchiere, nella lista lessicale con spiegazione e traduzione troviamo *diamond aigrette* = un "pennino di diamanti" e tra le professioni troviamo *mantua-maker* = sarta (?), *rag-man* = cenciaiuolo e, ultimo, l'usuraio, *usurer*! Tra le spese per l'abbigliamento non poteva mancare.

### 1.3. Il code vestimentaire

**1.3.1.** La moda è il campo che, insieme al cibo o ai comportamenti sessuali e affettivi, caratterizza una società ed è fortemente contestualizzata e marcata nelle competenze espressive, per generi e gruppi. Le parole "della moda" sono le parole "alla moda" e hanno un loro statuto di traducibilità o di intraducibilità, che appunto "fa la moda".

Daniel Roche, nel suo *La culture des apparences*, indicativamente tradotto in italiano come *Il linguaggio della moda*, rilevava che

La cultura delle apparenze rappresenta, prima di tutto, un ordine. Per cogliere quest'ordine, lo storico deve imparare il linguaggio che consente la comunicazione in una regione strana, forse perciò affascinante, in cui

lo spirituale e il materiale si mescolano con particolare energia [...] Ma al pari dei libri, i vestiti richiedono, in sede storica, la capacità di padroneggiare una massa di dati abbondanti e complessi. (1991: 511)

Barthes proponeva “un’analisi strutturale dell’indumento femminile quale oggi è descritto nelle riviste di moda”. Nell’ambito di questo topos descrittivo particolare, codificava il termine *vestema*, la minima unità di significato (1967: 6). La Francia e le parole francesi hanno avuto un ruolo fondamentale nello sviluppo del linguaggio ipnotico della moda.

Ne consegue che anche nella lingua inglese, le parole della moda siano straniere, esotiche, e che il fascino sia spesso l’altrove. Ma, quando si vogliono analizzare due culture occidentali, come quella latino-mediterranea o quella anglosassone, i filtri ideologici e comportamentali della cultura ricevente incidono sulle scelte comunicative e traduttive. Il problema della non-equivalenza (M. Baker, 1992: 17-43) nel campo della moda non può essere risolto sempre con sovraordinate e sostituzioni culturali, perché abbiamo spesso riferimenti iconografici che smentiscono le parole con le immagini.

**1.3.2.** Sostanzialmente in queste sezioni cerchiamo di delineare un percorso diacronico per vedere come i traduttori abbiano scelto di tradurre, e le politiche linguistiche e editoriali. Nella scelta del topos descrittivo-traduttivo forse vi sono condizionamenti e valori diversi fra traduttori maschili e femminili (Delisle, 1999; 2002): il linguaggio della moda (Diodato, 2000), del cibo e dei fiori è un ambito culturale tradizionalmente dello “specifico femminile”, e i grandi stilisti della moda e i grandi chef sono tradizionalmente di una sensibilità emozionale che confluisce nello specifico femminile. Difficile quindi la dissociazione e l’oppositività assoluta da un punto di vista di esclusività di genere maschile o femminile.

Una storia culturale della traduzione si colloca in parallelo con una indagine sulla moda nel testo scritto. Avevamo già notato (Masiola Rosini, 1988: 47-49) l’esempio illustre di Louis Kelly (1979: 83) con la parabola di Lazzaro e il ricco Epulone, dove diacronicamente mutava la stoffa degli abiti in traduzione (*byssu/bougeran*).

Come osservava David Katan, specie nella moda “a literal transla-

tion will be of little help to a target audience. This is quite simply because each culture has very strong beliefs about the identity portrayed through dress style” (Katan, 1999: 50).

Ma la moda è soprattutto comunicazione visiva, e multimediatea, fatta di citazioni intertestuali: e ciò si riflette nelle descrizioni (letterarie e dei giornali) e nelle metafore usate. Ciò avviene spesso d'accordo con gli stilisti, nelle didascalie e nei sottotitoli, nei comunicati e nei commenti ai modelli che sfilano, nel linguaggio della definizione ostensiva, e operativa, ad esempio come fare un abito, come è stato cucito, le istruzioni per l'uso.

Niente più che la moda (abbigliamento, costumi e le azioni e gli atti ad essa connessi) ha una permeabilità, un accumulo di prestiti e influenze esterne, o “barbarismi”, accolti prontamente dai *malparlanti*.

Come per altri topos descrittivi, sembra delinarsi una sovrapposizione e un'oppositività di connotazioni e denotazioni. Si ha un proliferare di significanti e di prodotti di consumo, ove le parole e il *branding* si sviluppano in concorrenza.

La creazione della moda e del suo linguaggio si riflette nell'uso della lingua tra calchi e prestiti, e metafore e similitudini, provenienti da quelle che vengono definite da Fowler le “accessed voices” (Fowler, 1991: 22-23).

Possiamo qui includere le voci degli stilisti, e dei comunicatori e intermediari della moda, e i traduttori del linguaggio della moda, insieme ai fruitori. Le competenze espressive delle fasce di consumo, tra lettori e compratori, visitatori e operatori, una volta erano tradizionalmente femminili (Evangelista, 1986).

**1.3.3.** Tom Wolfe nel *Falò delle vanità/The Bonfire of Vanity* elenca un'infinità di marche di scarpe. La moda sciatta ufficialmente arriva dall'area metropolitana (Seattle, San Francisco, Boston...) e indica una moda in crisi di identità nazionale.

TL Un impermeabile logoro, ma *formidabile, inglese naturalmente, gom-mato, pieno di cinghie, spalline* e fibbie. Lo aveva comperato da Knoud in Madison Avenue. Un tempo aveva considerato che quella sua aria vecchiotta fosse il tocco essenziale, dopo *la moda lanciata dalla “scarpa rotta” di Boston*. (trad. R. Carano, 1999: 21, nostro il corsivo)

I nomi dei nostri stilisti e di un certo tipo di accessorio siamo abituati a sentirli con pronuncia californiana, o parigina, e addirittura nella lingua italiana arrivano le parole “italiane” inventate dagli americani, come le *stiletto shoes*, cioè le scarpe con i tacchi a spillo degli anni '50. E noi produciamo gli abiti *grunge* e *vintage*. Parole inglesi, ma manufatti italiani.

Vediamo ancora, ad esempio, queste didascalie in calce alle sfilate di “Milano Moda Uomo”, in un quotidiano (*Il Corriere della Sera*, 14.1.2000: 18). Quello che era un settore comunicativo femminile ora non lo è più. L'autore è un uomo che descrive uomini e vi è un uso del linguaggio metaforico, estremo: dalla “lana cotta” arriviamo a quella *bollita*, la pelliccia diventa *come un cappotto di velluto*, quindi deve sembrare povera:

[...] è un look nero imperante che balla tra il rock e roll degli Aerosmith e dell'irriverente Iggy Pop, la rilassatezza dei ragazzi californiani della West Coast e l'eccentricità di un gipsy che veste a strati [...].

Ovunque ricami gotici: il nome della casa per esteso o, per la prima volta, le sole iniziali “D.V.”. Indubbiamente il risultato del mix è di un uomo “riconoscibile”: infinite varianti del parka persiano in pelle trapuntata lungo sino ai piedi, caban di lana “bollita”, cappottoni di visone rasato che sembra velluto, blouson da motociclista, gilet di jeans.

Dal gergo delle sfilate commentate ai giornali più tecnici delle associazioni di produttori, il linguaggio e le metafore mutano. Tradurre è una sfida: ben sappiamo che le parole inglesi, o esotiche, una volta che sono state reintrodotte in un testo inglese, perderanno tutta la loro rilevanza e marcatura.

**1.3.4.** Da un'analisi condotta sulle riviste del settore calzaturiero (D'Ippolito, 1994), emerge che molte riviste di questo tipo offrono da una ventina di anni traduzioni oltre che in inglese, tedesco e russo, anche in arabo, cinese e giapponese. Ma visibilmente, tra immagine, didascalia, *caption*, *tagline*, *claim*, *payoff* e la traduzione, non sempre vi è congruenza: metaforizzazioni e prestiti non corrispondono.