

parolaio

MITI' VIGLIERO

Brindisi: "Io lo porto a te"

Nei passati giorni di festa abbiamo fatto innumerevoli brindisi, ma forse senza conoscerne i significati antichi. Il gesto che si fa alzando e toccando i bicchieri prima di bere è innanzitutto un'antichissima dimostrazione di fiducia; in lontane epoche dall'omicidio facile, serviva a scambiarsi un po' di vino nel bicchiere per dimostrare che non era avvelenato. Il brindisi è poi sempre un "saluto in onore" di qualcuno o di qualcosa; la parola deriva dallo spagnolo "brindis", a sua volta derivato dalla formula tedesca usata nelle libagioni "bring dir's", "io lo porto a te (il bicchiere, ergo il saluto)". I friulani lo chiamano "prindis", "brindes" piemontesi e lombardi, "brinnese" i napoletani, "brindixi" o il realistico "toccata" i genovesi.

"Brindisi" però era anche un tipo di composizione poetica sempre di base augurale che veniva recitata (e solitamente improvvisata) prima di bere; poco improvvisati ma celeberrimi il "Su libiam" della Traviata o "Viva il vino spumeggiante" della Cavalleria Rusticana. Ma anche la breve formula augurale che accompagna anche oggi ogni tocco dei bicchieri è brindisi; diffusi ovunque in Italia sono il "Viva!" o il "Salute!". Però abbiamo anche "A-o

vostro bon prò" (Liguria), "Arò và!" (Campania), "Bon pro!" (Piemonte), "Profacie!" (Friuli), "Prosit!" (Emilia Romagna, Veneto e Alto Adige). E "prosit" è latino, terza persona singolare del congiuntivo presente di "prodesse", "giovare"; significa letteralmente "sia di giovamento" ed era (è) la formula augurale che si faceva al sacerdote quando tornava in sacrestia dopo la celebrazione della Messa. In Veneto troviamo pure l'allegro "Evviva ai schei (soldi) e a quea roba là!". In Sardegna il dialogo-rituale che l'amico che me l'ha raccontato ha definito "isolatamente perfido": "Io dico "Salude" e "A medas annos", che sarebbe l'augurio di vederci ancora per molti anni, e gli altri mi rispondono cortesemente "in bida tua", "nella tua vita", ovvero "che tu possa vivere esattamente tutti gli anni che hai augurato a me".

Curiosamente la formula di brindisi più diffusa in Italia, il "cin cin", ha invece origini cinesi. Dal termine "ch'ing ch'ing", che significa "prego, prego", si trasse la forma "chin chin" del pidgin english, l'inglese "universale" usato da commercianti e naviganti in genere in epoca vittoriana e residenti nel territorio di Canton; era un saluto cordiale e scherzoso che si

usava tra persone in estrema confidenza. Entrò in voga soprattutto tra i marinai e nei porti della vecchia Europa, ma in particolar modo in quelli italiani dove venne introdotto proprio dagli ufficiali della Regia Marina. Attechi subito nella nostra lingua perché il suono onomatopico della parola si accordava benissimo con quello di due bicchieri o calici che si toccano tra loro. Una curiosità; in cinese moderno, oggi *ch'ing ch'ing* vuole dire "bacio"; e in fondo, il delicato tocco di bicchieri è un metaforico bacio affettuoso scambiato tra chi beve in compagnia di amici.



Attenti al Grande Orecchio!

Non si salverà nessuno, dai maggiori quotidiani della vecchia Europa fino alla più sconosciuta emittente radio della Nuova Caledonia. Da nord e sud, da est ad ovest. Ogni voce e parola saranno, in futuro, sotto il costante controllo di un grande Fratello elettronico statunitense, allo scopo di "identificare potenziali minacce agli Stati Uniti"! Un programma in studio consentirà alla superpotenza di registrare le "opinioni negative" su di essa e sui suoi leaders. Forse con qualche bomba in meno...le opinioni sarebbero migliori, chissà...

Divisi

Guelfi e Ghibellini, Bianchi e Neri nel passato. Ora, destra e sinistra. Nonostante gli appelli degli ultimi due Capi dello Stato, si continua a menarsela tra maggioranza ed opposizione. Italia divisa, si grida. Bene,

PICCOLO MONDO

Lo spillo di Erasmo

dividiamola in due. Ognuna con il proprio governo. Che so, il nord alla destra, il centrosud alla sinistra, oppure mettiamo il confine sugli Appennini. Avremo due nazionali di calcio, due sistemi politici da forgiare, doppi canali televisivi. Ma ve le immaginate due diverse edizioni di "Porta a porta" e due TG4?

Omero addio?

La ricordate la questione omerica? Chi fosse stato in realtà l'autore dell'Iliade è rimasto sempre un mistero, che ha fatto passare notti insonni a studiosi, storici e critici letterari. Adesso dormiremo più tranquilli, dopo che uno storico e linguista del

Regno Unito ci offre la soluzione. Omero sarebbe stato niente di meno che una donna che scriveva per donne. L'idea era già stata avanzata nell'età vittoriana per l'Odissea, per la sua empatia col mondo femminile. Presto però per dire addio al vecchio cantore dell'"ira funesta" del Pelide Achille.

Neuroeconomia

Sembra che ci siano neuroni del nostro encefalo, collocati nella corteccia frontale, deputati a fornirci i "consigli per gli acquisti". La scoperta di queste cellule nervose è stata fatta mettendo alla prova delle scimmie. I diversi tipi di neuroni si accendono

sempre in associazione ad un certo tipo di scelta, sia dal punto di vista quantitativo che di quello qualitativo. La scoperta non avrebbe, al momento, dirette applicazioni mediche. Immaginate tuttavia se potesse averle nel settore commerciale! Saremmo alla...neuroeconomia!

Strenne...doppie

In testa ci sarebbero cravatte, pigiami e maglioni (sarebbero ben 7,5 milioni di maschi italiani ad averli in odio come regali), seguiti da sopramobili e da libri.

E' la classifica delle strenne natalizie che vengono riciclate e messe all'asta sul consociatissimo sito eBay. Cosa non nuova affatto, ma almeno nel passato prevaleva lo scrupolo di non violare sfacciatamente il galateo. Un freddo pragmatismo si è ora sostituito alle buone maniere, con un pizzico di pudore, tuttavia. La merce viene definita "doppio regalo".

agrodolce



di Nazzareno Capodicasa

Le novità, da decenni ormai, e nel bene e nel male, giungono a raffica dal di là dell'Oceano. Una delle ultime riguarda il raffinamento delle tecniche per abbindolare gli acquirenti: prenderli letteralmente per il naso.

La grande catena di distribuzione di materiale elettronico Sony, per tenere i clienti inchiodati davanti ai propri prodotti, diffonde nell'aria un profumo di vaniglia e mandarino. Se poi siete danarosi e scegliete di passare una notte in un hotel della catena Sheraton, non appena entrati, sarete avvolti da un aroma di gelsomino e chiodo di garofano. C'è anche chi ha scelto di impregnare l'aria di essenze varie a base dei più diffusi tipi di the.

Pur di vendere... ti prendo per il naso

Siamo da sempre abituati a scegliere i nostri acquisti esaminandoli attentamente con gli occhi, toccandoli e ritocchandoli e, ove possibile, anche assaggiandoli. La vista, in particolare, ha giocato sempre un ruolo essenziale: non per nulla i grandi magazzini vi sbattono i prodotti più dispendiosi ad altezza d'occhio, mentre dovrete chinarvi o storcere le pupille per cercare un prodotto più economico.

Ma, in un mercato sempre più competitivo,

alberghi, autosaloni, grandi negozi, per conquistare l'anima e soprattutto il borsellino del consumatore, stanno scegliendo una nuova dimensione: quella dell'olfatto.

Intendiamoci, niente di nuovo sotto il sole. La seduzione olfattiva è vecchia quanto il mondo. Era conosciuta ed usata nell'antico Egitto, a

Babilonia e ne parla persino la Bibbia. Ma il fenomeno, come si usa dire, sta esplodendo. C'è che ha scelto addirittura di diversificare gli aromi a seconda dei reparti. Non è più attuale insomma il vecchio proverbio tedesco: "Con belle parole si vendono cose cattive". Ora, pur di vendere, ti prendono ...per il naso!

E non solo metaforicamente...