



Toso, Fiorenzo (2009) *Lingue minori e turismo*. In: *Paesaggi e sviluppo turistico: Sardegna e altre realtà geografiche a confronto: atti del Convegno di studi*, 15-17 ottobre 2008, Olbia, Italia. Roma, Carocci editore. p. 441-449. (Collana del Dipartimento di teorie e ricerche dei sistemi culturali, Università degli studi di Sassari, 4. Sezione geografica, 1). ISBN 978-88-430-5078-9.

<http://eprints.uniss.it/7161/>

Collana del Dipartimento di  
TEORIE E RICERCHE DEI SISTEMI CULTURALI / 4  
Università degli Studi di Sassari  
Sezione geografica / 1



A.D. MDLXII

Direttore della collana: Mario Atzori

Referenti di sezione: Aldo Maria Morace, Aldo Sari, Maria Margherita Satta,  
Giuseppe Scanu, Mauro Visentin

# Paesaggi e sviluppo turistico

Sardegna e altre realtà geografiche a confronto

Atti del Convegno di studi, Olbia 15-17 ottobre 2008

A cura di Giuseppe Scanu



Carocci editore

Questo progetto editoriale è stato sostenuto dalla:



Fondazione  
Banco di Sardegna

con il contributo di:

Presidenza del Consiglio Regionale, Assessorato Affari Generali  
della Regione Autonoma della Sardegna, Banco di Sardegna,  
Banca di Sassari, ERSU Sassari

1<sup>a</sup> edizione, dicembre 2009  
© copyright 2009 by  
Carocci editore S.p.A., Roma

Realizzazione editoriale: studioagostini, Roma

Finito di stampare nel dicembre 2009  
dalla Litografia Varo (Pisa)

ISBN 978-88-430-5078-9

Riproduzione vietata ai sensi di legge  
(art. 171 della legge 22 aprile 1941, n. 633)

Senza regolare autorizzazione,  
è vietato riprodurre questo volume  
anche parzialmente e con qualsiasi mezzo,  
compresa la fotocopia, anche per uso interno  
o didattico.

# Lingue minori e turismo

di *Fiorenzo Toso\**

Lo spunto per alcune delle osservazioni che seguono nasce dalla curiosità di un amico tedesco, occasionale frequentatore della Sardegna, della quale non conosceva minimamente la peculiare realtà linguistica tradizionale. L'amico, genericamente "curioso" di lingue e dialetti, aveva notato le differenze che intercorrono nelle forme dell'articolo determinativo sulle indicazioni toponomastiche. Come è possibile, si chiedeva, che sbarcando a Porto Torres per scendere a Calasetta lungo la costa occidentale ci si trovi di fronte, di volta in volta, a nomi di luogo come *Li Puntis*, *Els Quatre Cantons*, *Sos Cumbentos*, *Is Mirronis* e finalmente *I Pescetti*? La domanda diversamente formulata ci è stata posta anche da altri turisti, ignari non solo del fatto che nel Sassarese e in Gallura si parlano varietà di tipo corso, che ad Alghero si parla catalano e a Carloforte e Calasetta tabarchino, ma anche della differenziazione interna tra logudorese e campidanese, che determina varianti lessicali ben riconoscibili a livello toponomastico, da *Nurachi* a *Nuraxi* ad esempio, o da *Abbasanta* a *Acquafria*.

All'estremo opposto, vi è l'innegabile realtà di flussi turistici "consapevoli" che toccano i luoghi dove si parlano varietà minoritarie, con voli charter da Barcellona per andare a vedere il "miracolo" della città sarda con la cartellonistica in catalano, e con le centinaia di liguri che affollano Carloforte allo scopo precipuo di parlare genovese nei negozi.

La lingua, o meglio le lingue non sono dunque soltanto un veicolo di turismo e lo strumento indispensabile di comunicazione tra gli ospiti e gli operatori: possono essere un elemento di curiosità e di richiamo non meno del paesaggio rurale ed urbano, dell'alimentazione tradizionale, delle feste e delle sagre: esiste insomma un vero e proprio "turismo linguistico" che proprio in Sardegna trova una sua specifica ragion d'essere.

Va premesso che queste forme d'interesse sono antiche e che rientrano nel quadro della riflessione metalinguistica che coinvolge a diversi livelli ciascuno di noi: come si parla nel paese vicino, a quali lingue asso-

\* Dipartimento di Scienze dei linguaggi, Università degli Studi di Sassari.

miglia maggiormente il nostro dialetto, e così via. Troviamo dunque tracce di questo interesse già nelle relazioni di viaggio medioevali, ad esempio negli itinerari di pellegrini tedeschi diretti in Terrasanta, dove accanto agli inevitabili glossarietti destinati a facilitare la comunicazione in porti d'imbarco come Genova o Venezia si trovano talvolta notazioni gustose sulle particolarità fonetiche o lessicali dei volgari locali<sup>1</sup>. Ma questo tipo di interesse si perfeziona come è ovvio durante il Settecento, ai tempi del Grand Tour, quando le notazioni dialettali, nei diari di viaggio, forniscono spesso indicazioni preziose per il linguista<sup>2</sup>. Alcuni di questi viaggiatori si dedicarono persino all'osservazione linguistica con un atteggiamento che potremmo già definire "professionale", come quel Jean-Pierre Papon che nel 1780 pubblicò un *Voyage littéraire de Provence* dove l'osservazione dialettologica, paese per paese, prevale addirittura sull'elencazione delle bellezze paesaggistiche e monumentali<sup>3</sup>.

È un dato di fatto che molti baedeker forniranno per tutto l'Ottocento informazioni linguistiche ai propri lettori: in corrispondenza con l'"invenzione" da parte degli inglesi della Riviera Ligure si moltiplicano ad esempio le notazioni sui dialetti liguri, ai quali William Scott, nel suo *Rock Villages in the Riviera*, dedicherà addirittura, nel 1898, raffinate notazioni di carattere sociolinguistico<sup>4</sup>; né bisogna dimenticare che tra i primi "conoscitori" di cose dialettali (così come di archeologia, botanica ecc.) si collocano spesso proprio i turisti e i villeggianti, come Christian, lo sfortunato figlio dell'architetto dell'Opéra di Parigi Charles Garnier, che in convalescenza a Bordighera trovò modo di dettare in quello stesso anno una grammatica della parlata locale e di quella montana di Realdò, praticata dalla sua donna di servizio<sup>5</sup>.

Un vero e proprio manuale di turismo linguistico è invece quello del de Tourtoulon, che nel 1890 raccoglie osservazioni dialettologiche su tutti i centri costieri da Genova a Marsiglia, fornendo interpretazioni in qualche caso ancor oggi sottoscrivibili dei fenomeni di variazione diatopica che andava osservando<sup>6</sup>: e non va naturalmente dimenticata la serie di articoli apparsi su una rivista di viaggi ed esplorazioni ("Orbis") dedicati da Max Leopold Wagner, agli inizi del Novecento, alle sue peregrinazioni in Sardegna, durante le quali andava raccogliendo i materiali per le sue opere fondamentali di linguistica sarda<sup>7</sup>.

Al di là di questi episodi legati anche a interessi individuali, resta evidente che una curiosità per le lingue che si parlano nei luoghi e nelle regioni visitate fa parte del costume turistico, e che tale interesse viene tradizionalmente intercettato, in qualche modo, dalla stessa letteratura specializzata: non è un caso da questo punto di vista che la *Guida rossa* del Touring Club Italiano riportasse fino alle edizioni degli anni Settanta accurati profili dialettali delle singole regioni, affidati nientemeno che a

Clemente Merlo direttore dell' "Archivio Glottologico Italiano"<sup>8</sup>, ma ancor oggi è raro, del resto, che le peculiarità idiomatiche di isole linguistiche o di comunità minoritarie non siano opportunamente commentate sulle guide<sup>9</sup>, persino se si tratta di realtà completamente estinte: così il turista viene ancora informato del fatto che a Cargese in Corsica esistono tracce di grecità linguistica anche se in realtà il dialetto locale non è più praticato, e dell'ellenicità del luogo (legata a una colonizzazione settecentesca) sopravvivono solo alcuni cognomi e il rito bizantino officiato in una delle due parrocchie locali<sup>10</sup>.

Il fatto è, per riprendere le considerazioni iniziali, che gli usi linguistici possono addirittura determinare la scelta della meta turistica, associandosi ovviamente ad altre componenti di attrazione: il genovese che visita Carloforte è incuriosito non soltanto dalla lingua che vi si parla, ma desidera anche verificare come la gastronomia locale interpreti o reinventi le ricette che più gli sono familiari, il catalano che visita Alghero sa anche di trovare, nella città sarda, esempi di architettura gotica particolarmente legati al paesaggio urbano nel quale si riconosce.

Certo, la condivisione di un patrimonio linguistico, presente in questi casi, non è strettamente necessaria: si visitano le valli ladine della Provincia di Bolzano perché si è attratti dalla bellezza delle montagne, ma anche per la curiosità di ascoltare una lingua che è il vettore di una cultura locale fortemente caratterizzata; ci si può recare a Gressoney per la semplice curiosità di ritrovarsi in un villaggio di lingua germanica all'interno di una regione francofona dello Stato italiano.

In altri casi entrano in gioco anche fattori di ordine pratico: molti tedeschi ed austriaci prediligono l'Alto Adige non solo perché vi ritrovano alcune caratteristiche culturali comuni, o addirittura meglio conservate che non in patria, ma perché tale scelta consente di "andare all'estero" senza l'imbarazzo di doversi confrontare con un idioma che non si padroneggia. Da questo atteggiamento possono nascere alcuni equivoci: il turista catalano ad Alghero riscontrerà senz'altro una forte visibilità della propria lingua negli usi scritti di rappresentanza, ma farà poi fatica a trovare qualcuno in grado di scambiare quattro chiacchiere con lui<sup>11</sup>; i turisti italiani in Corsica restano spesso costernati di fronte all'atteggiamento (oggi sempre meno frequente), di molti isolani che si esprimono esclusivamente in francese per ribadire una sostanziale alterità del contesto culturale locale rispetto a una penisola con la quale vigono tradizionalmente, peraltro, stretti rapporti linguistici: il fatto è che l'"italianità" è spesso vissuta in Corsica come un elemento contrastante con la "corsicità" culturale<sup>12</sup>, anche se poi le indiscutibili affinità inducono a semplificare l'offerta linguistica sulla base di una presunzione di conoscenza dell'italiano da parte dei corsi, che si rivela in realtà deficitaria. Spesso in Corsica, così, i dépliant e le guide turistiche originariamente scritti in

francese risultano tradotti in un impeccabile inglese o tedesco e in un terribile italiano da orecchianti, con perle del tipo “arteria commerciante per promenate pedestri” con la quale abbiamo trovato pubblicizzata, a Corte, la centrale Avenue Pascal Paoli.

E tuttavia anche aspetti come questi contribuiscono a determinare il “colore” e il paesaggio locale: ai turisti, in fondo, piace vedere i muri imbrattati da scritte come «è meglio di muri corsu che di campà francese», perché il separatismo isolano è diventato a suo modo una specie di attrattiva, e il ciondolo col terrorista incappucciato che brandisce il mitra è diventato, come è noto, uno dei gadget preferiti per chi visita la Corsica.

Del resto non è necessario evocare gli aspetti truculenti di una realtà locale veicolati dal dato linguistico per riconoscere un'attrattiva nel particolarismo idiomatico: in Sardegna il turista, o almeno un certo tipo di turista, non soltanto vuol bere birra Ichnusa, mangiare pane *carrasau* e sorseggiare *filu 'e ferru* per sentirsi “in ambiente”, ma desidera anche ascoltare, se non la musica tradizionale, almeno i gruppi che aderiscono alle ultime tendenze del revival isolano, e indossare magari una di quelle variopinte magliette con freddure e battutacce in sardo che si trovano un po' ovunque nei negozi dell'isola.

È innegabile insomma che chi visita una determinata regione per ritrovarvi elementi di originalità ambientale, si aspetta che anche la peculiarità linguistica rientri in certo qual modo nel “pacchetto” dell'offerta turistica: abbiamo già visto come persino la toponomastica possa rappresentare in tal senso un elemento di attrazione, in qualche caso opportunamente valorizzato ed enfatizzato dalle istituzioni locali<sup>13</sup>.

A maggior ragione è dunque evidente come l'attrazione esercitata sul visitatore dalla specificità linguistica valga per le denominazioni di esercizi, prodotti, generi alimentari, articoli di artigianato e quant'altro. La connotazione “esotizzante” che finiscono per assumere le lingue locali agli occhi del visitatore viene allora captata dagli operatori, e nelle strategie di marketing questo aspetto entra spesso e volentieri, in maniera più o meno consapevole, come valore aggiunto o come veicolo promozionale: infatti la denominazione locale attribuisce di volta in volta genuinità al prodotto, garanzie di *full immersion* nella realtà visitata, disponibilità alla condivisione di valori “locali” di ospitalità che si integrano tuttavia in una dichiarata volontà di mantenere la propria peculiare identità e le proprie radici<sup>14</sup>, ed è ovvio a questo punto che quanto più forti sono le attese in tal senso, tanto più forte diventerà l'offerta in termini di idiomaticità linguistica.

È innegabile ad esempio che lungo la Riviera ligure i nomi dialettali di alberghi, agriturismo, bed & breakfast, residence e ristoranti sono piuttosto rari, per non dire eccezionali, ma questo tipo di denominazioni aumenta significativamente a mano a mano che ci si addentra nell'entroter-



ra: la percezione che il turista, soprattutto italiano, ha della Liguria, non è infatti quella di uno spazio culturalmente e antropologicamente “altro”, e ciò determina la minore visibilità della specificità linguistica, destinata peraltro ad aumentare a mano a mano che ci si “immerge” nelle sue plaghe più arcaiche o conservative.

Ma per il turista che sceglie la Sardegna è assolutamente normale sfogliare cataloghi e visitare siti che propongono nomi di esercizi dalla forte connotazione locale, al seguito di strategie che vanno dall'iper caratterizzazione, con nomi volutamente “altri” agli occhi del “continentale”, del tipo *Isisteddas* o *Dromoinsaluna*, scritti senza distinzioni morfologiche per rendere ancora più arduo il valore semantico di “le stelle” e “casa sulla luna”, alla pura e semplice evocazione dell'ambiente locale ottenuta attraverso la forma dell'articolo, come nei banalissimi *S'Ortensia* o *Sa Rosa*. L'idea è in ogni caso quella di richiamare un'idea di “sardità” che si afferma anche attraverso il recupero dei nomi dei luoghi attribuiti agli esercizi che vi sorgono (del tipo *Hotel Rena Maggiore*, *Villaggio Li Nibari*) in qualche caso suggerendo, anche involontariamente, assonanze destinate a suscitare aspettative più mirate: diversi turisti interrogati in proposito si sono detti convinti che il nome di un celebre ristorante a *Su Gologone* rechi un richiamo alla gola e al buon cibo, ignorando completamente che tale è invece il nome della località e delle antiche fonti che vi scaturiscono. Meno casuale e non del tutto innocente sarà forse il nome, in Corsica, del campo per nudisti che sorge vicino a Portovecchio, in località *La Chiappa*...

Una progetto che abbiamo da poco avviato di raccolta e di studio sistematico dei nomi degli esercizi turistici in Sardegna contribuirà a chiarire i meccanismi di scelta linguistica e il rapporto con le strategie di marketing; ma è fin d'ora evidente che vige uno stretto legame tra la qualità e la classificazione dei servizi proposti e le denominazioni adottate di volta in volta in lingue di grande circolazione internazionale, in italiano o nelle lingue regionali, anche rivolte a pubblici diversi e ritenute comunque in grado di suscitare aspettative differenti: il che non significa, sia chiaro, che la denominazione in sardo appaia immediatamente più “ruspante”, poiché può anche coincidere con una strategia volta a suggerire un'idea assai “alta” di esotismo locale.

Lo stesso discorso vale per i prodotti commercializzati con nomi locali o comunque evocativi della realtà locale: se è ovvio che il menù e la carta dei vini di qualsiasi regione italiana presentano un certo numero di piatti o di bevande che implicano il ricorso a regionalismi, è anche vero che la voce dialettale adottata per commercializzare un determinato prodotto può diventare non soltanto un indicatore di genuinità, ma anche un'etichetta evocativa di sapori raffinati per il loro carattere arcaico, esotico o desueto. Il processo che sta alla base dell'attrazione esercitata – o

che si presume esercitata – da tali denominazioni riproduce a un livello “alto” i meccanismi che suscitano la curiosità di chiunque si trovi per la prima volta di fronte, in un qualsiasi agriturismo o trattoria di campagna, a un generico piatto di *malloreddus* o di *culurgiones*: il nome desueto suscita domande, implica chiarimenti, genera aspettative.

Nel caso dei vini in particolare, poiché ci si rivolge a un pubblico che si presume sufficientemente edotto sulle tipologie dei vitigni e sulle caratteristiche organolettiche dei cultivar, determinazioni quali *vermentino*, *vernaccia*, *cannonau* o *carignano* non sarebbero evidentemente sufficienti a evocare ulteriori caratteristiche di territorialità e di legame con la tradizione locale: frequentissimo è allora il ricorso (accanto a denominazioni che possono suscitare suggestioni arcaiche e associazioni mentali al paesaggio, del tipo *terre fenicie*, *terre brune*, *terre bianche*) a nomi che presentano un maximum di localizzazione quando si riferiscono ai singoli poderi da cui proviene il prodotto, del tipo *Tanca sa Contessa*, *Riu Tupei*, *Tanca Farra*, *Sa Ruina*, ma che evocano in ogni caso una diretta relazione col contesto geografico e antropico coinvolto, sia che ci si riferisca a toponimi di più ampia estensione, come le denominazioni di indicazione geografica tipica del tipo *Nurra*, *Planargia*, *Romangia*, *Marmilla*, sia a forme lessicali che possono avere un rapporto diretto con la viticoltura, come nel caso ad esempio di *Juale rosso*, o ancora, più semplicemente, richiamare foneticamente una certa idea di sardità incarnata nella lingua non meno che nel paesaggio: da qui i vari *Nabui*, *Perdera*, *Boghes*, *Soberanu*, *Nieddera* e così via.

Osservazioni analoghe possono valere per i formaggi, per i quali spiccano, accanto a forme acclimatate di fatto nel lessico nazionale come *dolcesardo*, *fiore sardo* o *pecorino*, denominazioni generali evidentemente percepibili come più strettamente locali, da *brotzu a casu conzeddu*, da *casu friscu a casu spiattatu*, commercializzati a loro volta con marchi registrati del tipo *cabriolu*, *roccaruaia*, *montemaioire*, *casizolu* e così via.

Esotismo e genuinità sono dunque gli aspetti qualificanti che determinano la scelta della lingua locale nell'ideazione di denominazioni commerciali non meno che di esercizi turistici, e in molti casi le proposte di questo tipo si sommano tra loro nel determinare la percezione di tangibile specificità locale che rappresenta indiscutibilmente un valore aggiunto agli occhi di molti turisti: ad esempio, chi a Carloforte si reca nel *Caruggiu du Previn* in un ristorante di nome *A Galàia* e ordina sulla base di un menù che comprende *cassulli* tabarchini e *scabecciu* di tonno sorseggiando vino calasettano del podere *Ciazagrande* si trova dunque immerso in una serie di tipicità indotte anche e soprattutto dalla convergenza di scelte linguistiche operate a vari livelli: dall'amministrazione comunale che ha adottato la toponomastica in tabarchino al gestore che in tale lingua ha battezzato il suo esercizio e compilato il menù adottando i nomi

tradizionali dei tagli di tonno, dal pastaio che ha promosso il nome locale degli gnocchi come denominazione commerciale alla cantina sociale che commercializza il suo carignano con etichette riferite a toponimi locali: e nel caso specifico, trattandosi di un'isola linguistica nel contesto più generale della specificità sarda, l'effetto straniante (o, nel caso del turista ligure, coinvolgente, ma è in fondo la stessa cosa) otterrà risultati particolarmente significativi, ottenendo un massimo di riferimenti a quelle categorie di esotismo e di supposta genuinità alle quali si accennava.

Certo è che il rapporto tra lingue minori e turismo è a suo modo un rapporto perverso: nei casi che abbiamo esaminato, l'idiomaticità viene posta al servizio del turismo come elemento qualificante e coinvolgente, ma nella pratica, come è noto, il turismo è tra gli agenti che contribuiscono alla crisi delle espressioni linguistiche minoritarie, e la visibilità che alcune di esse finiscono per assumere nelle fasi dello sviluppo turistico di una regione non coincide se non eccezionalmente con una crescita degli usi e delle loro prerogative.

In Sardegna tuttavia una qualche forma di equilibrio sembra essersi mantenuta, e la consapevolezza che la specificità idiomantica possa rappresentare un valore aggiunto nell'offerta turistica, se opportunamente esercitata, potrebbe ancora avere ricadute positive sul futuro di un patrimonio linguistico unico per originalità e varietà: ne è una riprova il fatto che tutti gli episodi che abbiamo citato con riferimento all'isola nascono come si è visto dalle iniziative spontanee di produttori, imprenditori, amministratori senza un disegno orchestrato dall'alto o eterodiretto, indice questo di una "domanda" di sardità linguistica alla quale si è ancora in grado di fare fronte con un'"offerta" genuina.

Il tentativo di ripristinare (o peggio, di reinventare) una tipicità linguistica spendibile in termini di promozione turistica a partire da iniziative avviate a tavolino si è dimostrato invece fallimentare: tale è stato il caso ad esempio del cosiddetto «evento di comunicazione *occitan lenga olimpica*» nel quale, in occasione delle olimpiadi invernali di Torino, l'amministrazione regionale piemontese e quella provinciale hanno profuso non poche risorse pubbliche cercando di realizzare l'aggancio tra una peculiarità linguistica fatiscente e la promozione, tra il pubblico delle gare sportive, dei prodotti e delle bellezze paesaggistiche locali<sup>15</sup>. Il fatto è che l'immagine che per l'occasione è stata divulgata dei dialetti provenzali delle valli torinesi, per quanto "suggestiva", ha finito per corrispondere poco o nulla con la realtà locale, associandosi all'immagine di una fantomatica "Occitania" dai confini abnormemente dilatati dalla periferia di Cuneo fino alle coste francesi dell'Atlantico<sup>16</sup>: col risultato di offrire, pur nella dovizia dei pieghevoli patinati e degli audiovisivi, una immagine di alterità linguistica poco o nulla radicata sul territorio, fatta di slogan militanti e di tradizioni storiche, culturali e linguistiche in massima parte immaginate più che reali.

È da questi modelli eterodiretti, indice meno di localizzazione che di tendenze globalizzatrici deteriori (la svendita del “locale” opportunamente manipolato per intercettare il gusto dell’utenza)<sup>17</sup> che occorre guardarsi nel realizzare una forma di proposta del bene-lingua che torni veramente a vantaggio, sia dell’industria turistica (che può farne come si è visto un elemento qualificante per se stessa) sia del territorio e dell’effettiva conservazione delle sue peculiarità: da questo punto di vista, finché le lingue minori saranno vive, esse potranno veramente contribuire alla rappresentazione, e di conseguenza allo sviluppo, delle realtà locali. Da questo punto di vista la Sardegna costituisce un punto di osservazione e un laboratorio di eccezionale rilievo non soltanto per il sociologo, per il geografo e per lo studioso dei processi turistici, ma anche nella prospettiva del linguista e del sociolinguista in particolare.

### Note

1. In Italia documenti di questo tipo sono stati studiati in particolare da C. Milani, di cui si vedano ad esempio *Da Venezia al Vicino Oriente: veneziano e lingua franca in diari di viaggio in Frühneuhochdeutsch*, in F. Fusco, V. Orioles, A. Parmeggiani (a cura di), *Processi di convergenza e differenziazione nelle lingue dell'Europa medievale e moderna*, Forum, Udine 2000, pp. 353-74; *Il viaggio da Darmstadt al Vicino Oriente del conte Philip von Katzenellenbogen (a. 1433-1434: culture e lingue in contatto*, in V. Orioles, F. Toso (a cura di), *Atti del Convegno di Studi “Mediterraneo plurilingue” (Genova, 13-15 maggio 2004)*, Forum, Udine 2007, pp. 151-67.
2. Un’ampia selezione di giudizi e valutazioni di viaggiatori stranieri tra il Sette e l’Ottocento in merito al genovese è offerta ad esempio in H. Stammerjohann, *Giudizi sul dialetto genovese*, in Orioles, Toso (a cura di), *Atti del Convegno di Studi*, cit., pp. 287-98.
3. J. P. Papon, *Voyage littéraire de Provence*, Barrois, Paris 1780.
4. Cfr. W. Scott, *Rock Villages in the Riviera* (1898), ora in E. Baudo, *Gli inglesi nella Liguria occidentale. The Charm of the Western Riviera*, Pirella Editore, Genova 1994 (il brano sul dialetto è alle pp. 24-7).
5. C. Garnier, *Deux patois des Alpes-maritimes italiennes. Grammaire et vocabulaire méthodiques des idiomes de Bordighera et de Realdo*, Leroux, Paris 1898.
6. C. De Tourtoulon, *Des dialectes, de leur classification et de leur délimitation géographique*, Maisonneuve, Montpellier 1891.
7. Tali scritti sono stati di recente raccolti in M. L. Wagner, *Immagini di viaggio dalla Sardegna*, a cura di G. Paulis, Ilisso, Nuoro 2001. Dello stesso G. Paulis si veda in proposito *Linguistica, folklore e problemi sociali nel resoconto dei primi viaggi in Sardegna di Max Leopold Wagner*, in “La Grotta della Vipera”, III, 1978, n. 10-11, pp. 27-37.
8. Cfr. ad esempio per la Liguria, in L.V. Bertarelli, *Guida d'Italia. Liguria*, Touring Club Italiano, Milano 1933, il saggio appunto del Merlo a pp. 36-8. Nella quarta edizione (1952) e nella quinta (1967) il paragrafo sui dialetti (pp. 42-6 nel 1952, pp. 43-6 nel 1967) rimase immutato, per essere poi soppresso a partire dalla sesta.
9. Cfr. ad esempio per Calasetta la “Guida verde” del Touring Club Italiano, Milano 1999, a p. 49: «ma l'impronta che tuttora permane nei costumi e nel dialetto è quella genovese».

10. Cfr. ad esempio l'edizione italiana della "Guida verde" Michelin sulla Corsica, Editoriale Giorgio Mondadori, Milano 2004, pp. 163-4: «Ai giorni nostri i carghesini d'origine greca, perfettamente integrati nella vita del paese, si distinguono soltanto per qualche particolarità linguistica».

11. Le statistiche recenti sull'uso del catalano ad Alghero fanno apparire sempre più improbabile questa eventualità. Si veda in merito A. Oppo (a cura di), *Le lingue dei sardi. Una ricerca sociolinguistica*, Regione Sardegna, Cagliari 2007: il problema non è dato soltanto dal calo numerico dei parlanti, ma anche dalla loro collocazione diastratica e per fasce d'età.

12. Sugli atteggiamenti linguistici dei corsi e sul loro rapporto con la cultura italiana cfr. tra gli altri F. Toso, *Lo spazio linguistico còrso tra insularità e destino di frontiera*, in "Linguistica", 43, 2003, pp. 73-92.

13. È lecito pensare, ad esempio, che il ricorso alla toponomastica locale accanto a quella ufficiale in località come Alassio, Ortisei o Alghero risponda almeno in parte a logiche di "arredo urbano" che non alla necessità di soddisfare esigenze di informazione per i nativi.

14. Cfr. ad esempio lo slogan di promozione turistica "Ospiti di gente diversa" della Regione Friuli Venezia Giulia. A tale proposito vale la pena di ricordare come il rapporto tra prodotti locali e identità regionale sia oggetto di particolare attenzione in ambito friulano, dove si segnala tra l'altro l'attività della Provincia di Udine, promotrice nel 2002 di un convegno internazionale su *Lingue minoritarie e identità locali come risorse economiche e fattori di sviluppo* (si vedano i corrispondenti *Atti* a cura di W. Cislino, Provincia di Udine, Udine 2004).

15. Cfr. ad esempio la brochure di F. Valla, *Valli olimpiche: occitano lingua madre. Per saperne di più*, coordinamento editoriale di I. Cavalcanti, Amministrazione Provinciale, Ce.S.Do.Me.O. e Chombra d'òc, Torino 2006 (edizione quadrilingue italiano, "occitano", francese e inglese).

16. Sui miti politici che accompagnano l'affermazione di una identità "occitana" in Francia e in Italia cfr. F. Toso, *Le minoranze linguistiche in Italia*, il Mulino, Bologna 2008, pp. 122-8. In casi di questo tipo parla di lingue «fantasmagoriche» o «oniriche» (*Geister- e Traumsprachen*) H. Goebel, *Sprachpolitik: auch für und mit Geister bzw. Traumsprachen?*, in "Sociolinguistica", XVI, 2002, pp. 49-63.

17. Sullo sfruttamento commerciale della specificità culturale e linguistica dei popoli indigeni e delle minoranze è recente l'interessantissimo studio degli antropologi americani J. e J. Comaroff, *Ethnicity, Inc.*, Chicago University Press, Chicago 2008.