

## Lingua corsa e promozione turistica: comunicazione identitaria

*Llengua corsa i promoció turística: comunicació identitària*

*Corsican language and tourism promotion: Communicating identity*

Carlo GIRELLI

Università degli Studi «Gabriele d'Annunzio»

Data de recepció: 1 de març de 2022

Data d'acceptació: 4 de maig de 2022

### RIASSUNTO

La promozione turistica prodotta in ambito francofono fa sempre di più, sia dal punto di vista qualitativo che quantitativo, ricorso alle lingue di minoranza. In questo articolo si osservano le principali linee di utilizzo della lingua corsa all'interno di un corpus di testi turistici sulla Corsica appositamente creato. Nella variegata disciplina che è la turismologia, in cui le diverse discipline trovano spazio, la ricchezza dei legami fra lingua ed economia dà luogo alle più multiformi possibilità di utilizzo. Questioni epilinguistiche e di mercificazione della lingua condurranno quest'ultima fra i toponimi, l'onomastica commerciale e le sezioni didattiche, culturali e disforiche.

PAROLE CHIAVE: sociolinguistica, lingua corsa, analisi linguistica, discorso turistico, plurilinguismo.

### RESUM

La promoció turística produïda en el context francòfon utilitza cada cop més les llengües minoritàries, tant des del punt de vista qualitatiu com quantitatiu. Aquest article estudia les principals línies d'ús de la llengua corsa dins d'un corpus de textos turístics especialment creat sobre Còrsega. En la variada disciplina que és el turisme, en què les diverses matèries troben espai, la riquesa dels vincles entre llengua i economia constitueix diferents possibilitats d'ús. En aquest article, la llengua fa un recorregut entre les qüestions epilingüístiques i de mercantilització, passant també per la toponímia, l'onomàstica comercial i els àmbits educatiu, cultural i disfòric.

PARAULES CLAU: sociolingüística, llengua corsa, anàlisi lingüística, discurs turístic, multilingüisme.

**ABSTRACT**

Tourism promotion within the Francophone context makes steadily increasing use of minority languages, from both the qualitative and quantitative standpoints. This article studies the main lines of use of the Corsican language within a purpose-made corpus of tourist texts on Corsica. In such a diverse field as tourism, in which many different subjects find a place, the multiple complex links between language and economy give rise to the most varied possibilities of use. Epilinguistic aspects and language marketing issues lead language through place names, commercial names, and educational, cultural and dysphoric issues.

**KEYWORDS:** sociolinguistics, Corsican language, linguistic analysis, tourism discourse, multilingualism.

**1. INTRODUZIONE**

**L**e lingue di minoranza rappresentano oggi, in termini quantitativi e qualitativi, ciò che rimane del panorama linguistico proprio di uno specifico territorio. I rapporti che regolano la vitalità di ogni lingua sono molteplici e sono alla base delle mutazioni quantitative e qualitative che legano i locutori alla propria lingua.

Se da una parte lo stadio attuale della lingua còrsa è stato definito come post-diglossico (Thiers, 2014), l'ambivalenza di un uso ancora segregato in alcuni ambiti mette in luce un'importante presenza di paradossi culturali che resistono ancora oggi (Colonna, 2013). La coesistenza di queste due tendenze rende ancora più interessante l'approfondimento del maggior settore economico dell'isola, che è sempre in crescita e ricorre in maniera del tutto eterogenea alla sua lingua di minoranza. Pertanto, una lingua che attende da sempre il riconoscimento d'ufficialità (Thiers, 2014) viene sfruttata secondo diverse tipologie di utilizzi, i quali a loro volta intendono veicolare immagini e concetti diversissimi fra loro. L'insieme dei valori epilinguistici dati nella storia della marginalizzazione alle lingue oggi divenute minoritarie – e la Corsica non è un'eccezione – a favore di un'unica lingua nazionale (Gadet-Ludwig, 2015) non rappresentano più un grosso ostacolo nel nostro ambito di interesse. Al contrario, i diversi autori hanno saputo rispondere alla domanda sempre crescente di autenticità ed unicità esperienziale integrando la lingua locale, e con essa il suo valore promozionale. Se la lingua còrsa viene più volte presentata come una lingua ufficiale *de facto* dai suoi stessi locutori e rappresentanti,<sup>1</sup> i legami turbolenti con i luoghi del potere centrale vogliono ricordare con ferma decisione gli status attuali delle lingue. La promozione turistica rappresenta, quindi, un canale attraverso cui fare pratica di un uso della lingua minoritaria e minorizzata su scala nazionale ed internazionale. Ci si trova, perciò, davanti ad un'importante opportunità: la rottura del legame univoco fra il locale e la lingua di minoranza.

---

1. <[https://www.isula.corsica/assemblea/Installation-de-l-Assemblee-de-Corse-2015-discours-d-investiture-du-President-Jean-Guy-Talamoni\\_a22.html](https://www.isula.corsica/assemblea/Installation-de-l-Assemblee-de-Corse-2015-discours-d-investiture-du-President-Jean-Guy-Talamoni_a22.html)> (consultazione: 20 marzo 2021).

## 2. METODOLOGIA

Il corpus costituito presenta esclusivamente testi turistici sulla Corsica. Verranno analizzate in maniera qualitativa le principali proprietà da un punto di vista testuale e da un profilo più strettamente linguistico.

I generi selezionati che formano il corpus sulla Corsica sono quei generi testuali che maggiormente caratterizzano la lingua del turismo: la brochure e la guida turistica. La materia turistica è caratterizzata dalla sua pluridisciplinarietà (Agorni, 2012), e la pluralità viene restituita finanche a livello testuale dalle diverse voci che, combinate insieme, offrono una vera e propria polifonia (Dufiet, 2012). La molteplicità di suoni si riflette nel nostro corpus in una rappresentazione di coesistenza plurilingue più o meno ordinata. Si è scelto di procedere con un numero ridotto di ventotto brochure e di due guide turistiche (*Le guide vert*, 2020, e *Guide du routard*, 2020, entrambe pensate per un pubblico francofono, seppur diverso l'uno dall'altro). Se in un viaggio ideale questi due tipi di supporti affiancano spontaneamente il turista durante la visita, ci è sembrato equilibrato il numero di entrambe le tipologie testuali scelte. L'insieme delle brochure è rappresentativo in quanto copre l'intera superficie dell'isola ed ogni opuscolo, singolarmente, descrive una determinata area geografica che viene presentata come un'unica meta turistica, spesso coincidente con l'area di interesse dell'ufficio turistico locale che ne distribuisce la brochure stessa. Tutte le brochure sono reperibili sui diversi siti internet degli *offices de tourisme* (O.T.) e del sito regionale di promozione turistica Visit Corsica. Lo spoglio manuale del corpus permetterà di osservare le principali particolarità linguistiche. Questi testi, pertanto, sono la rappresentazione più efficace del linguaggio specialistico del turismo còrso.

## 3. RISULTATI: UNA LINGUA PER IL TURISMO

L'analisi dei principali campi di utilizzo della lingua còrsa nella rappresentazione turistica dell'isola si svilupperà per sezioni dove ognuna delle quali aprirà la trattazione ad essa collegata. Vogliamo, in questo modo, mettere in risalto le principali linee di utilizzo della lingua còrsa e delle questioni che essa evoca circa i richiami culturali in contesto di promozione turistica.

L'ambito in cui la lingua còrsa viene maggiormente utilizzata è anche il più evidente: i toponimi. I nomi dei luoghi sono il miglior esempio della dialettica che si viene a creare fra un soggetto, una lingua e uno spazio (Agresti, 2012). Nella quasi totalità del corpus, questi ultimi vengono presentati in lingua còrsa. Il processo di francesizzazione dei toponimi ha sicuramente seguito, nel corso dei secoli, percorsi metodologici differenti, e sono rinvenibili, anche grazie allo spoglio manuale del corpus, una serie di procedimenti. La traduzione letterale dei toponimi permette, in un contesto come quello delle brochure o delle guide turistiche, di comprendere tale dibattito circa la dominazione della lingua nazionale sulla lingua còrsa. Esempio di tale traduzione sono i toponimi Saint-Florent/San Fiorenzu o San Fiurenzu, L'Île-Rousse/

L'Isula Rossa, ecc. Nelle sezioni puramente descrittive (presentazione ed inquadramento del luogo) le due forme spesso coesistono, sfruttando anche diversi procedimenti con rimandi culturali più o meno impliciti. *Le routard*, per esempio, impiega un carattere a stampa medievalizzante per i toponimi in còrso. In questo modo, oltre ad una chiara distinzione visiva, si possono veicolare concetti quali tradizione e storia, che connotano in una maniera più rilevante il toponimo in lingua còrsa. Altre volte, nonostante un toponimo sia inserito all'interno di una frase costruita interamente in lingua francese, può trovarsi scritto solamente in còrso. Ne è un esempio San Ciprianu e la sua spiaggia: «Au fond d'une jolie anse, sorte d'avant-golfe délimité par les pointes de San Ciprianu et d'Araso, s'étire la grande plage de San Ciprianu»<sup>2</sup> (*Le guide vert*, 2020: 492). *Le guide vert* menziona il toponimo esclusivamente nella sua forma còrsa, come fa ugualmente *Le routard*. Ciò, tuttavia, non avviene sistematicamente e il caso opposto può essere ugualmente osservabile in un altro testo: «Au rond-point suivant de la station essence, tout droit direction Saint-Cyprien»<sup>3</sup> (Office municipal de tourisme de Porto-Vecchio Sud Corse, 2020: 37). Altri esempi riservano un trattamento particolare per i toponimi còrsi. Se abbiamo precedentemente visto un rapporto di coesistenza fra le forme còrse e francesi, in alcune brochure si ha l'impressione che il toponimo còrso prevalga sul francese. Titoli di brevi descrizioni in francese coincidono con i toponimi in lingua còrsa: «A Torra di Monte Albanu»<sup>4</sup> (Office de tourisme communauté de communes Pasquale Paoli, s.d.: 15), «Conventu di San Francescu di Caccia»<sup>5</sup> (*ibid.*: 10) o «Castellu di Supietra è di Serravalle»<sup>6</sup> (*ibid.*: 14). Questi esempi fungono da titolo ed introducono la successiva trattazione in francese. Da notare, la disparità di trattamento all'interno delle sezioni plurilingui di tali toponimi che vengono, al contrario di quanto avviene per la parte in francese, tradotti nella sezione in inglese «The Castle of Supietra and Serravalle» (*ibid.*) e «The Convent San Francescu of Caccia» (*ibid.*: 10).

Una descrizione a sé stante meritano i toponimi che possiedono un articolo. Tali toponimi indicano spesso aree piuttosto vaste, microregioni o pianori ben delimitati ed omogenei nella loro composizione. L'articolo determinativo còrso *u* che accompagna il toponimo subisce anch'esso un assorbimento nella morfosintassi francese. Pertanto, se il toponimo si presenta isolato mantiene l'articolo determinativo còrso: «U Cuscionu» (Office de tourisme intercommunal de l'Alta Rocca – Côte des Nacres, s.d. a: 1), mentre quest'ultimo cade quando viene acquisito nella normale morfosintassi francese: «Le plateau du Cuscionu»<sup>7</sup> (*ibid.*).

Questo tipo di processo conduce verso un altro esempio di toponimi còrsi: quelli in cui la forma còrsa non si presentava eccessivamente caratterizzata, sicché il topo-

2. In fondo ad una graziosa baia, una sorta di avamposto delimitato dagli speroni rocciosi di San Ciprianu e d'Araso, si stende la grande spiaggia di San Ciprianu.

3. Alla rotatoria dopo il distributore di benzina, seguire dritto in direzione Saint-Cyprien.

4. La Torre di Monte Albanu.

5. Convento di San Francescu di Caccia.

6. Castello di Supietra e di Serravalle.

7. L'altopiano del Cuscionu.

nimo è stato adottato senza apportare alcuna modifica. È il caso di numerosi modelli: Bastia, Calvi, Zonza, Figari, ecc. All'interno del corpus, per questi toponimi, la versione che si può trovare è solo una. L'unica discriminante sarà la pronuncia, che, però, nella comunicazione scritta non è veicolata. La compresenza di toponimi in lingua còrsa e della loro francesizzazione permette di notare un altro processo: si è spesso, infatti, sottoposto tali toponimi alle regole di accentuazione della lingua francese, trattando tali nomi come se si fossero etimologicamente sviluppati in un ambito francofono: Evisa diventa Évisa e Galeria muta in Galéria. Seppur si tratti di un solo accento, molto ci dice del processo di francesizzazione dell'isola. Questa quasi totale somiglianza tra le due forme fa sì che sia facile ritrovare, anche all'interno di una stessa brochure, entrambe le versioni: «Des activités liées à l'eau sont proposées à Galéria»<sup>8</sup> (Office de tourisme intercommunal Calvi-Balagne, 2020: 119), «Opterez-vous pour la plage de Galeria [...] ?»<sup>9</sup> (*ibid.*: 19). È per questo motivo che i toponimi possono essere, all'interno dello stesso testo, in còrsa e in francese oppure solamente in còrsa ove non vi sia, in uso o perché non sia mai stata fatta, una traduzione o un adattamento francese. Tale adattamento talvolta consiste in un vero e proprio calco morfologico, come nei casi di Sartène, dal còrsa Sartè, o Cargèse, dalla forma còrsa Carghese. Si è, inoltre, osservato un ulteriore fenomeno, questa volta inerente alla storia della lingua: quello di adottare, come forma francese del toponimo, la forma italiana. È il caso di Porto-Vecchio (Purtivechju/Purti Vechju/Portivechju), Ponte Nuovo (Ponte Novu), Patrimonio (Patrimoniu) ed Ajaccio (Aiacciu). Entrambe le forme sono, comunque, ben presenti all'interno del corpus.

Anche per la cartografia turistica, riconducibile sempre alla toponomastica, il panorama è piuttosto eterogeneo. Riportiamo gli esempi di Torra di Monte Albanu, Castellu di Supietra e di Serravalle e Couvent San Franciscu di Caccia (qui, a dimostrazione di ciò, si preferisce utilizzare parzialmente la traduzione francese). Nelle mappe delle guide turistiche si preferisce quasi sempre, ove esista, il toponimo francese. Infatti, per semplicità di fruizione e per limiti di spazio, mantenere la doppia toponomastica sarebbe difficile. Inoltre, la mappa svolge una funzione diversa da quella del testo e, salvo poche eccezioni, questa non risponde a fini prettamente promozionali.

La lingua còrsa viene, inoltre, sfruttata nell'onomastica commerciale. Che si tratti di ricategorizzazione di antroponomi, patronimici o toponimi, la presenza della lingua còrsa nei nomi di attività commerciali è numericamente molto rilevante. Una vivacità di tale elemento, oltre che essere rappresentata attraverso le brochure e le guide turistiche, lascia presupporre una situazione di ampio utilizzo sulle diverse tipologie di supporti. Questo tema si collega al concetto di paesaggio linguistico:

Linguistic landscape refers to the public use of a language such as road signs, governmental and commercial advertisements, and written texts in public places. [...] Local linguistic landscapes are common in smaller cities or rural

8. Attività acquatiche vengono proposte a Galéria.

9. Scegliere la spiaggia di Galeria [...].

regions in many countries. In such locations, the local language will play a bigger role in the public usage of language [...]. (Bordia e Bordia, 2015: 419)

Una varietà locale di paesaggio linguistico è, pertanto, visibile nella società corsa e ciò si riflette all'interno del corpus. Tale onomastica può essere approcciata in una prospettiva di fedeltà al paesaggio linguistico locale dentro cui è inserita. Bisogna altresì tenere bene a mente che la questione è molto articolata ed apre la strada a studi di carattere antropologico ed etnografico. Questa caratteristica ci permette di gettare luce su un aspetto particolare della lingua corsa, ovvero la sua polinomicità (Marcellesi, 1983). Tale caratteristica è così riassumibile: solamente la volontà dei locutori stessi permette di considerare la loro lingua come un'unica lingua, anche se, per la variabilità a cui è sottoposta sarebbe più corretto parlare di lingue corsesi. Essa presenta, pertanto, un'ampia variabilità al suo interno. Ora, i differenti termini dati alle numerose attività possono rispecchiare tale variabilità linguistica, basando la varietà del termine usato sulla variazione diatopica presente in una determinata area geografica, tenendo comunque in considerazione possibili variabili biografiche e psicologiche. Ci serviremo di due strumenti importanti per questa esamina: la Banque de Données Langue Corse (BDLC)<sup>10</sup> e il *Nouvel atlas linguistique et ethnographique de la Corse* (Dalbera-Stefanaggi e Miniconi, 2008).

Vedere se vi sia un'effettiva corrispondenza fra spazio e variazione linguistica ci permette di comprendere il livello di approfondimento – seppur non è il solo – che si cela dietro ad una scelta di tipo commerciale. Prendiamo ad esempio, basandoci sempre sui testi che compongono il corpus, il settore alberghiero: *Le guide vert* propone, nella sezione riguardante il Golfo di Valinco, un alloggio che porta il nome di «U Livanti» (*Le guide vert*, 2020: 325). Cercando il nome di questo vento orientale all'interno della banca dati della lingua corsa e dell'atlante linguistico (tavola n° 302), possiamo vedere che proprio nel sud dell'isola la varietà maggiormente in uso prevede una forma grafica corrispondente. Solo nella parte di costa, infatti, che va da Porto-Vecchio ad Ajaccio, ed in particolare nei pressi di Propriano (dove si trova l'albergo), la varietà sottana (ovvero la varietà meridionale) prevede tale forma. «U Casone» (*Guide du routard*, 2020: 102) è un albergo nei pressi di Patrimonio. Il termine *casone* si registra particolarmente vivace ed usato nell'area. In questo luogo, inoltre, il termine possiede diversi significati, che vanno da «cabane des bergers»,<sup>11</sup> «grotte à usage ancien d'habitation»<sup>12</sup> a «grande maison».<sup>13</sup> I patronimici, inoltre, sono molto presenti e ricordano la particolarità antropomimica dell'isola.

Un'altra tipologia di contenuti che sfrutta la lingua corsa nella promozione turistica è rinvenibile nel corpus all'interno del macro-ambito culturale. La gastronomia, per esempio, risulta permeata dalla lingua corsa. È, altresì, molto facile individuare

10. <https://bdlc.univ-corse.fr/bdlc/corse.php>

11. Capanna dei pastori.

12. Grotta ad uso antico d'abitazione.

13. Grande casa.

all'interno dei testi selezionati le parti specifiche che trattano tale argomento. Ciò avviene poiché «il y a souvent des rubriques où on donne les mots censés être les plus utiles dans différentes situations de la vie quotidienne»<sup>14</sup> (Margarito, 2008: 70). Specialità locali vengono accostate ma trattate in maniera diversa all'interno dello stesso testo. «A Pulenda» (Communauté des communes de la Haute Vallée de la Gravona, s.d.: 11) e «Le Fiadone» (*ibid.*) subiscono una l'accostamento del suo articolo in lingua còrsa *a* mantenendo così una continuità linguistica, e l'altra, al contrario, l'articolo determinativo francese *le*. Un altro procedimento si manifesta quando, accanto ai termini appartenenti alla gastronomia locale, viene esplicato il termine tramite una parafrasi, non potendolo né volendolo tradurre: «Lonzu : Fabriqué à partir du filet de porc fumé et séché au feu de bois»<sup>15</sup> (Office de tourisme intercommunal de la Costa Verde, 2015: 82). Similmente, anche le guide seguono il processo di parafrasi cercando di definire il termine còrsa attraverso un procedimento che ricorda la tipologia testuale della definizione del «petit dictionnaire bilingue par regroupements thématiques»<sup>16</sup> (Margarito, 2008: 70): «*Le Prisuttu* : jambon maigre traditionnel séché 8 mois au minimum et affiné 4 mois»<sup>17</sup> (*Guide du routard*, 2020: 381), mantenendo con la stessa grafia corsiva l'articolo francese e il termine còrsa.

Un'ulteriore caratteristica è quella data alla lingua regionale come effetto di «*languageing*», ovvero di parole chiave spesso in lingua straniera che connotano la sezione di testo «to provide local colour or to flatter the pseudo-linguistic abilities of the reader» (Cappelli, 2013: 353), come anche per «give authenticity to the destinations and to the episodes described by creating a sort of “linguascape” that contributes to the multi-sensory nature of tourism discourse» (Cesiri e Crocetta, 2017: 329). Ne sono un esempio i titoli delle sezioni: «Savoir-faire / Producteurs du terroir - Turismo identitariu»<sup>18</sup> (Office de tourisme intercommunal du Sartonais Valinco Taravo, 2020: 68) e «Le Goût - U gustu»<sup>19</sup> (*ibid.*: 53).

Sezioni importanti redatte esclusivamente in lingua còrsa compongono il corpus in maniera molto minore, ma sono comunque presenti e ci mostrano che la lingua còrsa viene utilizzata anche come lingua di redazione a tutti gli effetti. Essa, infatti, diventa il mezzo di narrazione di una ben specifica area geografica che si rivolge anche a locutori di lingua còrsa. Due sole brochure presentano intere sezioni e descrizioni in lingua còrsa. Entrambe sono state realizzate dall'Ufficio Turistico di Corte (capitale culturale dell'isola e sede dell'Università), a conferma di una geografia della promozione turistica in lingua còrsa. In questa brochure si può notare che la traduzione francese è stata decisamente messa in secondo piano. Visivamente, infatti, le parole in còrsa sono talvolta le uniche presenti (si vedano i toponimi presentati

14. Vi sono spesso dei paragrafi che forniscono la parola ritenuta più utile nelle differenti situazioni della vita quotidiana.

15. Lonzu: realizzato a partire dalla lonza di maiale affumicata e seccata al fuoco di legna.

16. Piccolo dizionario bilingue per sezioni tematiche.

17. Le Prisuttu: prosciutto tradizionale asciugato almeno 8 mesi e stagionato 4 mesi.

18. Conoscenza / Produttori del territorio - Turismo identitario.

19. Il gusto.

nell'indice) e, ove vi siano anche traduzioni in francese, queste ultime presentano un carattere molto più piccolo. Da notare, inoltre, la cartografia che presenta esclusivamente i toponimi nella loro variante in lingua còrsa (Portivechju – qui presente in una delle sue possibili grafie –, Isula Rossa, Aiacciu, ecc.).

Questo sbilanciamento si ripete lungo il corpo della prima parte della guida: una prima pagina intera è riservata alla trattazione in còrso ed una seconda pagina è divisa in due per le parti in francese e inglese. Vi è pertanto una diversità di trattamento delle varie lingue, che non sono concepite per essere messe sullo stesso piano e fruite in egual maniera. Sembra, quindi, che si voglia capovolgere lo status di lingua minorizzata. Il còrso viene ampiamente privilegiato e sembra voler essere il mezzo più diretto per informare e descrivere le particolarità dell'area. Risulta, per di più, importante rilevare che le informazioni pratiche, i numeri di emergenza e i consigli per la sicurezza sono sempre scritti prima in còrso. Pertanto, anche per le informazioni utili si predilige la lingua regionale, che non è più un solo veicolo di promozione turistica ma rappresenta il forte senso di appartenenza della comunità e sottolinea la radicale scelta di un uso veramente completo di questa risorsa identitaria: «NUMERU d'URGENZA dapoi un telefuninu: 112. [...] 10 regule di securità fundamentale»<sup>20</sup> (Office de tourisme Core di Corsica, 2015: 40). Ciò permette di inserire fra i possibili destinatari della comunicazione turistica gli stessi locutori còrsi.

È necessario, ora, chiedersi perché due dei pochi esempi di redazione completa di contenuti in lingua còrsa si trovino proprio in questa parte dell'isola. La risposta si può trovare guardando ai dati ufficiali del turismo nell'area forniti sia dall'Agence du tourisme de la Corse che dalla guida *Le routard*. Si può notare, infatti, una drastica rarefazione dell'offerta e della presenza turistica (1/5 del totale sceglie di soggiornare nella regione centrale). Nella promozione della destinazione questi dati possono diventare una risorsa se ciò per cui ci si caratterizza è l'autenticità. Un'area meno frequentata può, infatti, essere promossa come maggiormente autentica, anche dal punto di vista linguistico. Si può, inoltre, pensare ad una destinazione locale della comunicazione turistica rivolta proprio agli stessi abitanti dell'isola, più probabilmente competenti in lingua còrsa. Un doppio fine per questa promozione multilingue è dunque possibile: svilupparsi sul locale e al contempo sull'internazionale con obiettivi diversi.

Un'altra forma di utilizzo della lingua minoritaria all'interno della promozione turistica si ha nelle sezioni didattiche. Si è potuto osservare che alcune brochure e le guide turistiche riportano dei paragrafi, ben evidenziati e ben separati dal resto della trattazione, che intendono fornire una prima «infarinatura» linguistica. Queste parti non hanno certamente lo scopo di essere esaustive, ma vogliono fornire le basi per un eventuale incontro linguistico. Queste porzioni, inoltre, danno l'impressione al turista che si avvicina a questo contesto isolano che la reale vitalità linguistica del còrso richieda una particolare attenzione e preparazione. Una prima sezione denominata «Lexique/Lessicu»<sup>21</sup> (Office de tourisme intercommunal de Bastia, 2020: 62) presen-

---

20. Numero d'emergenza dal cellulare: 112 [...] 10 regole di sicurezza base.

21. Lessico.

ta le frasi utili per riuscire ad esprimersi e comprendere un locutore còrso. L'apporto quasi scolastico risulta accentuato nella trascrizione fonetica per pubblico francofono fornita accanto alla traduzione còrsa:

U museu di Bastia si trova in Terra Nova {Ou mouzéou di wachtiya si trauwa ine taira nauwa}.<sup>22</sup> (*ibid.*)

*Le guide vert* nella sezione culturale denominata «Comprendre la Corse»<sup>23</sup> propone anche una riflessione metalinguistica di tipo fonologico: «La fin des mots est souvent avalée [...]. Chj se dit “tj” et ghj “dj”»<sup>24</sup> (*Le guide vert*, 2020: 480). La guida Michelin porta l'attenzione sull'evoluzione di alcuni aspetti linguistici: «la syntaxe du corse reste proche à celle du toscan médiéval»<sup>25</sup> (*ibid.*). Le questioni epilinguistiche, mostrando il passaggio avvenuto da «patois» a «statut de langue régionale» (*ibid.*), sottolineano il positivo risultato di un insegnamento diffuso della lingua còrsa: «l'avenir de la langue semble aujourd'hui moins menacé»<sup>26</sup> (*ibid.*). Si accenna, inoltre, alla variabilità linguistica presente sul territorio: «La langue présente quelques dissemblances entre le sud-ouest et le nord-est de l'île, la frontière étant parfois difficile à saisir. Le corse du nord-est est plus musical ; celui du sud-ouest reste plus original. La prononciation peut aussi varier d'une vallée à l'autre»<sup>27</sup> (*ibid.*). La caratterizzazione della lingua viene, quindi, data anche secondo assi di valori attribuiti alle differenti varietà che scorrono sui binari dell'ideologia dell'autenticità linguistica: ora più musicale, ora più arcaica. Il tema della politica linguistica viene trattato nella guida *Le routard*, dove si ricordano le importanti questioni dell'insegnamento scolastico e la polinomia che così vengono – seppur solo brevemente – affrontate:

Longtemps [la langue] n'a dépendu que de la tradition orale, et le problème pour l'enseigner est de se mettre d'accord sur un corse « généraliste » qui soit accepté par tous. Car chaque microrégion a « son » parler corse. De fait, le vocabulaire varie souvent.<sup>28</sup> (*Guide du routard*, 2020: 49)

Dal punto di vista delle politiche linguistiche, le due guide sono le sole fonti che trattano il tema. Come visto, alcune brochure legano brevemente l'aspetto didattico delle sezioni lessicali ai temi della variazione diatopica e diacronica, sfiorando appena

22. Il museo di Bastia si trova nella cittadella.

23. Comprendere la Corsica.

24. La fine delle parole viene spesso mangiata [...]. Chj si pronuncia «tj» e ghj «dj».

25. La sintassi del còrso resta simile a quella del toscano medievale.

26. Il futuro della lingua sembra oggi meno in pericolo.

27. La lingua presenta qualche difformità fra il sud-ovest ed il nord-est dell'isola, il confine è talvolta difficile da tracciare. Il còrso del nord-est è più musicale; quello del sud-ovest si mantiene più originale. La pronuncia può anch'essa variare da una valle all'altra.

28. Per molto tempo [la lingua] è dipesa solo dalla tradizione orale e il problema per insegnarla dipende dal fatto di mettersi d'accordo su un còrso «generico» che sia da tutti accettato. Perché ogni microrégione ha la «sua» parlata còrsa. Infatti, il vocabolario varia spesso.

le lunghe diatribe glossonimiche circa lo status della lingua còrsa. Circa la denominazione ancora in vigore presso la DGLFLF,<sup>29</sup> «langues de France», essa non presenta alcun riscontro all'interno del corpus.

Affrontiamo ora la questione delle disforie da un punto di vista linguistico. Talvolta tali tematiche vengono accostate, anche dal punto di vista formale, alla lingua còrsa. Prima fra tutti la disforia della vendetta. «A vendetta» viene menzionata in entrambe le guide tramite la sua denominazione isolana (etimologicamente uguale all'italiano, seppur esista anche nella forma «vinditta»). D'altronde questa pratica, seppur fosse presente in altre isole del Mediterraneo, è caratteristica del contesto còrso e perciò viene citata con una grande coerenza linguistica. Non sempre, però, ciò avviene per le altre disforie. Ove il termine specifico sia poco conosciuto si preferisce usare il termine francese specifico. Nel caso, per esempio, della questione degli incendi di origine dolosa, si è potuto osservare, tramite controllo presso la Banque de Données Langue Corse, come il termine còrso più diffuso sia *debbiu*, molto simile all'italiano *debbio*. Si è, invece, preferito nel corpus ricorrere al tecnicismo francese *écobuage*: «Quelque 40 % des départs de feux seraient imputables à la pratique ancestrale de l'écobuage»<sup>30</sup> (*Le guide vert*, 2020: 465). Vi è, perciò, un importante bisogno di mediazione. Alcuni termini, per motivi culturali, hanno superato il confine linguistico dell'isola e sono, pertanto, facilmente comprensibili anche per un locutore esclusivamente francofono: *vendetta* ne è un chiaro esempio. Talvolta, al contrario, la terminologia utilizzata non è quella propria del còrso, ma ricorre a dei termini in lingua francese che, però, per la loro connotazione culturale, rimandano comunque all'universo còrso. È il caso del termine *bandit d'honneur*,<sup>31</sup> oppure della costruzione *prendre le maquis*.<sup>32</sup> Seppur si tratti della lingua francese, non è difficile ricondurre tutto ciò alla Corsica.

Talvolta, infine, un legame può essere ricercato anche nelle sfere di afferenza non esclusivamente linguistiche, ma, per esempio, iconografiche. I processi di trattamento della lingua còrsa all'interno del corpus sono molti e diversificati.

#### 4. CONCLUSIONE

Possiamo, ora, trarre alcune conclusioni circa il trattamento della lingua còrsa nella promozione turistica.

Per rendere comprensibile un termine còrso spesso si suole ricorrere alla definizione. Questo processo, infatti, permette di descrivere il termine senza dover trovare un equivalente in lingua francese. Ciò permette altresì di conservare il termine còrso nella sua singolarità morfologica. Sono esempi di ciò i termini relativi al settore gastronomico che si trovano all'interno dei testi (*migliacciu*, *canistrellu*, *figatellu*, ecc.).

---

29. Délégation générale à la langue française et aux langues de France.

30. Quasi il 40 % dei focolai sarebbero da imputare all'antica pratica del *debbio*.

31. Bandito d'onore.

32. Darsi alla macchia, nascondersi.

L'intraducibilità del termine causerebbe necessariamente numerosi casi di prestiti linguistici. Il termine còrso viene adottato nella sua interezza, seppur talvolta l'integrità del sintagma nominale completo còrso si perda nelle costruzioni in lingua francese («A pulenda» e «La pulenda»). Per non dover inserire i termini còrsi all'interno della trattazione francese, e risolvere così anche il problema della loro eventuale traduzione o della trasformazione di questi ultimi in prestiti, si è potuto anche assistere ad un processo di sintesi. La brochure «più còrsa» di tutte le brochure che compongono il corpus, ovvero quella che tratta la descrizione della meta turistica inserendo la lingua còrsa fra le lingue di redazione, ha seguito questo procedimento e ha optato per questo tipo di traduzione, che prevede l'uso dell'iperonimo francese *charcuterie*:

Hè cusì chì a castagna si manghja cum'è farina o cotta naturalmente è semplicemente, è ch'ella permette di dà à e salticcie, à i lonzi, à u prisuttu, à i figatelli un gustu tremendu. = Ainsi, la châtaigne, consommée sous forme de farine ou cuite telle quelle selon diverses recettes particulières à l'île, sert aussi à donner à la charcuterie une saveur incomparable.<sup>33</sup> (Office de tourisme Core di Corsica, 2015: 28-29)

Se ci soffermiamo su ciò che possono rappresentare la definizione e la sintesi all'interno della promozione turistica, ove situata in linea con il concetto di autenticità, ci accorgeremo presto che il problema di fondo che ne deriva è l'intraducibilità e la parziale perdita che ne deriva. Per questo motivo i prestiti risultano essenziali. Talvolta, però, si sceglie di andare oltre, modellando un paesaggio turistico su quello che è il paesaggio linguistico e viceversa. I tentativi che ne derivano sono numerosissimi e i più variabili, come si è potuto osservare. L'opportunità che si origina è quella d'invertire l'ordine gerarchico della dominazione linguistica promuovendo un ambiente linguisticamente vivace e diventando uno dei laboratori dove un bilinguismo effettivo prende forma. Ne risulta, al contempo, la possibilità per questo genere testuale d'immortalare, come nel negativo di una fotografia, le variegata aspirazioni di una comunità di servirsi, dove più e dove meno, della fondamentale risorsa che è la propria lingua. Bisogna, inoltre, ricordare che fra i destinatari della comunicazione turistica rientrano anche gli isolani stessi. Si tesse così la questione dell'identità nel turismo, trasformandola nella risorsa che è l'autenticità per una destinazione. Rimane, ad ogni modo, un monito da non sottovalutare. La rappresentazione della vivacità linguistica dovrà procedere di pari passo con politiche linguistiche che conducono verso il riconoscimento e l'implementazione di un uso linguistico coerente e continuato. Il legame con il mondo economico è il motore che traina tutto il settore turistico e non deve, per tale motivo, essere affrontato con superficialità. Il turismo, pertanto, può essere terapeutico alle minoranze e suggerire un ulteriore ambito

---

33. Così la castagna si mangia sotto forma di farina o cotta così com'è, dando origine a ricette tipiche dell'isola, servendo anche ad insaporire particolarmente i salumi.

d'intervento per una normalizzazione linguistica. La promozione turistica avviene, quindi, non senza il coinvolgimento della lingua corsa, attenta a non restituire tale ricchezza esclusivamente come mercificazione di una cultura locale, ma specchio di un'identità viva. La lingua corsa, dunque, si dimostra essere un alleato di rilievo nello sviluppo attuale di un settore trainante dell'economia di Corsica.

## BIBLIOGRAFIA DI RIFERIMENTO

### *Bibliografia del corpus*

- AGENCE DU TOURISME DE LA CORSE (s.d.). *A traversata maiò = La grande traversée*.
- COMMUNAUTÉ DES COMMUNES DE LA HAUTE VALLÉE DE LA GRAVONA (s.d.). *Haute-Gravona, la vallée secrète*.
- Guide du routard: Corse* (2020). Vanves (Francia): Hachette.
- Le guide vert: Corse* (2020). Edizione a cura di: Philippe Orain.
- Boulogne Billancourt (Francia): Michelin.
- OFFICE DE TOURISME CENTRU DI CORSICA (2020). *Guide touristique 2020*. Bastia (Francia): Imprimerie Bastiaise.
- OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTÉ DE COMMUNES PASQUALE PAOLI (s.d.). *Brochure touristique*. Corte (Francia): Eleven Design.
- OFFICE DE TOURISME CORE DI CORSICA (2015). *Guide*. [S.l.]: Léa Eouzan.
- OFFICE DE TOURISME DE BONIFACIO (2020). *À Bonifacio et dans le Sud-Corse, priorité aux activités*. [S.l.]: Création Agence.
- OFFICE DE TOURISME DE CARGÈSE (2015). *Cargèse la grecque*. Lucciana (Francia): Les Éditions Corses.
- OFFICE DE TOURISME DE L'ORIENTE (2015a). *Bougez en Orient*. Lucciana (Francia): Les Éditions Corses.
- OFFICE DE TOURISME DE L'ORIENTE (2015b). *Corse orientale 2015*. Lucciana (Francia): Les Éditions Corses.
- OFFICE DE TOURISME DE L'ORIENTE (2019). *Bougez en Orient*. Lucciana (Francia): Les Éditions Corses.
- OFFICE DE TOURISME DE LA COSTA VERDE (2015). *Bienvenue en vacances*. Lucciana (Francia): Les Éditions Corses.
- OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL CALVI-BALAGNE (2020). *Magazine destination Calvi-Balagne - 2020*. Calvi (Francia): [s.n.].
- OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL DE BASTIA (2020). *Brochure touristique*. Ventiseri (Francia): Agence Sò.
- OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL DE L'ALTA ROCCA - CÔTE DES NACRES (s.d. a). *Découverte U Cuscionu*.
- OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL DE L'ALTA ROCCA - CÔTE DES NACRES (s.d. b). *L'essentiel de la Corse*.
- OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL DE LA COSTA VERDE (2020). *Destination Castagniccia Mare e Monti*.

- OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL DE MARANA-GOLO (2020). *Guide touristique 2020-2021*.
- OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL DE SAINT-FLORENT NEBBIU-CONCA D'ORU (s.d.). *Golfe de Saint-Florent*. [S.l.]: Les Éditions Corses.
- OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL DU SARTENAIS VALINCO TARAVO (2015). *La Corse des origines*. Lucciana (Francia): Les Éditions Corses.
- OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL DU SARTENAIS VALINCO TARAVO (2020). *Sartenais Valinco Taravo*. Propriano (Francia): Imprimerie Delors.
- OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL OUEST CORSICA (2014). *Destination automne*. Car-gèse (Francia): [s.n.].
- OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL OUEST CORSICA (2016). *Ouest Corsica Magazine*.
- OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL OUEST CORSICA (2019). *Guide pratique et découverte*.
- OFFICE DE TOURISME PONTE LECCIA-MOROSAGLIA (2013). *Guide 2013*. Porto-Vecchio (Francia): KidsonKreative.
- OFFICE INTERCOMMUNAL DE TOURISME DU PAYS D'AJACCIO (2019). *Guide activités loisirs – séjour*. Lucciana (Francia): Les Éditions Corses.
- OFFICE MUNICIPAL DE TOURISME D'AJACCIO (2016). *Pays d'Ajaccio - la Corse toute l'année - Guide séjour 2016*. Baillargues (Francia): Imprimerie Riccobono.
- OFFICE MUNICIPAL DE TOURISME DE PORTO-VECCHIO (s.d.). *Guide Rando Sentiers de randonnées pédestres entre mer, montagne et patrimoine*.
- OFFICE MUNICIPAL DE TOURISME DE PORTO-VECCHIO SUD CORSE (2020). *Guide loisirs & découverte 2020*. Lucciana (Francia): Les Éditions Corses.

### **Bibliografia**

- AGENCE DU TOURISME DE LA CORSE E INSEE CORSE (2017). *Bilan annuel du tourisme*. Ajaccio (Francia): [s.n.].
- AGORNI, Mirella (2012). *Prospettive linguistiche e traduttologiche negli studi sul turismo*. Milano: Franco Angeli.
- AGRESTI, Giovanni (2012). «Toponymes en discours. Trois recherches en Méditerranée». *Lingue d'Europa e del Mediterraneo. Analisi del discorso* [Roma: Aracne], 8 (1), p. 9-14.
- BORDIA, Sarbari; BORDIA, Prashant (2015). «Employees' willingness to adopt a foreign functional language in multilingual organizations: The role of linguistic identity». *Journal of International Business Studies*, 46, p. 415-428.
- CAPPELLI, Gloria (2013). «Travelling words: Linguaging in English tourism discourse». In: YARRINGTON, Alison; VILLANI, Stefano; KELLY, Julia (ed.). *Travels and translations*. Leida: Brill, p. 353-374.
- CESIRI, Daniela; COCETTA, Francesca (2017). «The cultural side of Venice: Institutional promotion to mainstream tourists and museum buffs». In: GOTTI, Maurizio; MACI, Stefania; SAL, Michele (ed.). *Ways of seeing, ways of being: Representing the voices of tourism*. Bern: Peter Lang, p. 317-339.
- COLONNA, Romain (2013). «La Charte européenne des langues régionales ou minoritaires, la France et le corse: le piège institutionnel». In: ALÉN GARABATO, C. (ed.). *Gestion des minorités linguistiques dans l'Europe du XXI<sup>e</sup> siècle*. Limoges: Lambert-Lucas.

- DALBERA-STEFANAGGI, Marie José; MINICONI, Roger (2008). *Nouvel atlas linguistique et ethnographique de la Corse*. Vol. 2: *Le lexique de la mer*. Ajaccio: Éditions Alain Piazzola; Parigi: Éditions CTHS.
- DUFLET, Jean Paul (2012). «Le destinataire intradiscursif dans le guide touristique (l'exemple du *Guide vert*)». In: MARGARITO, M.; GALAZZI, E. (ed). *Cahiers de recherche de l'École doctorale en linguistique française: hommage à Camillo Marazza*. Milano: Lampi di Stampa, p. 83-100.
- GADET, Françoise; LUDWIG, Ralph (2015). *Le français au contact d'autres langues*. Parigi: Ophrys.
- MARCELLESI, Jean-Baptiste (1983). «La définition des langues en domaine roman: les enseignements à tirer de la situation corse». *Actes du congrès des romanistes d'Aix-en-Provence*, vol. n° 5, *Sociolinguistique des langues romanes*, p. 309-314.
- MARGARITO, Mariagrazia (2008). «Une valise pour bien voyager... avec les italianismes du français». *Synergies Italie*, 4, p. 63-73.
- MOLLÀ, Toni (2005). *Manual de sociolingüística*. 2<sup>a</sup> ed. Alzira: Bromera.
- THIERS, Jacques (2014). «La Corse à l'épreuve d'une sociolinguistique impliquée». In: COLONNA, R. (ed.). *Les locuteurs et les langues: pouvoirs, non-pouvoirs et contre-pouvoirs*. Limoges: Lambert-Lucas, p. 53-59.