



Le lingue fanno turismo

C'è il turismo delle lingue

Le parlate come veicoli di sviluppo economico

Nell'Europa plurilingue le esperienze positive di comunità che hanno scommesso sulla valorizzazione dei loro antichi idiomi e sulla formazione e il coinvolgimento dei giovani – come Resia, Sauris e Timau in Friuli-Venezia Giulia – dimostrano che il turismo linguistico può portare benefici economici, con la creazione di posti di lavoro e promozione della località nel suo insieme, e al tempo stesso può contribuire alla vitalità e alla sopravvivenza della lingua. Attenzione, però, dicono gli esperti, a non museificare una cultura. Lo sviluppo del turismo culturale e linguistico – se supportato da idee e professionalità – può fornire un ulteriore incentivo all'apprendimento e all'utilizzo della lingua locale, elemento fondante dell'identità comunitaria. Ancora poco sviluppato il binomio friulano-turismo. «L'offerta turistica dovrà diventare coerente con i valori linguistici e territoriali – dice Massimo Duca dell'Arlef –. La lingua si proporrà come sinonimo di qualità di servizio, abbinata al concetto di accoglienza»

Occasione di incontro tra culture diverse

LA LINGUA COME fattore di promozione turistica e, di conseguenza, di sviluppo economico. Quando si parla di turismo linguistico il pensiero corre alla Gran Bretagna, dove rappresenta un affare consolidato che attrae, ogni anno, 661 mila aspiranti anglofoni da tutto il mondo e vale circa un miliardo 520 mila euro (92 milioni di euro, la quota italiana).

Anche in regione si osservano esperienze positive di turismo linguistico, che fanno leva sul fascino e sulla curiosità esercitate dalle varianti dialettali arcaiche delle minoranze linguistiche, elementi di richiamo per turisti degli stati vicini. Non una curiosità secondaria, dunque, ma un fattore determinante nella scelta della località come meta. Gli aspetti di mero svago e divertimento lasciano spazio all'intento di scoprire l'anima di un territorio, nella quale la lingua e le radici culturali svolgono un ruolo primario. Nulla a che fare, come si vede, con il business dei soggiorni, brevi ma intensi,

in terra anglosassone.

Le esperienze positive di comunità che hanno scommesso sulla valorizzazione dei loro antichi idiomi e sulla formazione e il coinvolgimento dei giovani – come Resia, Sauris, Timau in Friuli-Venezia Giulia – dimostrano che il turismo linguistico può portare benefici economici, con la creazione di posti di lavoro e promozione della località nel suo insieme, e al tempo stesso può contribuire alla vitalità e alla sopravvivenza della lingua, a dispetto di quanti ritengono che le lingue di minoranza siano perdenti in partenza, perché non hanno più alcuna utilità. Lo sviluppo del turismo culturale e linguistico – spiegano gli operatori locali – può fornire, infatti, un ulteriore incentivo all'apprendimento e all'utilizzo della lingua locale.

Senza dimenticare che i movimenti turistici svolgono un ruolo importante, forse sottovalutato, nel favorire l'incontro tra i popoli e la conoscenza tra culture diverse. Ciò è ancor più vero per le minoranze lingui-

stiche, molte delle quali negli ultimi decenni hanno trovato proprio nei movimenti turistici uno strumento per uscire da una secolare marginalizzazione culturale e di essere finalmente conosciute, riconosciute e apprezzate da un pubblico sempre più vasto. Tra gli esempi virtuosi vanno ricordati il Sud Tirolo e le valli occitane del Piemonte.

In un'Europa dove la diversità linguistica e socio-culturale rappresenta una ricchezza da non perdere – sono circa 40 milioni le persone che usano una lingua diversa da quella della maggioranza della popolazione statale – intercettare le correnti turistiche, facendo leva sulle radici linguistico-culturali, pare una scelta strategica per lo sviluppo di un territorio, a patto di saperne valorizzare le specificità e condividendo i progetti con i cittadini e gli operatori del territorio. Una scelta che permetterebbe, inoltre, alle minoranze linguistiche di far fronte alle sfide della società contemporanea.



Opportunità, a patto di non museificare una cultura

LEGGE POSITIVAMENTE le esperienze locali di turismo linguistico, ma avverte: «Attenzione a non snaturare il tessuto linguistico e culturale, già labile, di una piccola comunità e a non trasformare queste realtà in un museo». Le lingue, sottolinea **Roberto Dapit** (nella foto), professore di Letteratura slovena all'Università di Udine, «devono continuare a vivere, ma se non le parliamo a scuola e in famiglia che futuro avranno?».

Importanti, dunque, le opportunità di sviluppo offerte dal turismo linguistico, ma «chi



lavora sul territorio deve avere una grande preparazione per non museificare una cultura e la comunità locale deve impegnarsi per la conservazione della lingua».

Guardando alle esperienze in atto, «sono pochi gli operatori qualificati, spesso impiegati anche in altri contesti lavorativi». Da qui l'invito alle istituzioni a formare personale qualificato, creando posti di lavoro all'interno della stessa comunità, e un suggerimento: incentivare il turismo culturale e linguistico anche in Friuli, facendo leva sul friulano. Oggi, osserva Dapit, «la lingua entra in certi processi di tipo turistico, ma in modo molto più marginale che, per esempio, a Resia o a Sauris, dove gli abitanti sono portatori della tradizione e investono moltissimo sulla lingua. Il fattore identitario rimane, infatti, molto forte».

Sarebbe, dunque, auspicabile, per Dapit investire parte delle risorse economiche nel turismo, puntando, per promuovere il Friuli sui patrimoni linguistico, culturale e naturalistico, e sulla ricca tradizione orale. Altro che frico e polenta. «C'è una legislazione specifica, molte idee ed esperienze, anche se scollegate tra loro. Con una buona politica e unendo le forze – conclude Dapit – si possono avere interessanti ricadute economiche».

La lingua friulana come marchio di garanzia

LA LINGUA COME «marchio di garanzia e di riconoscimento turistico». È l'obiettivo da raggiungere secondo **Massimo Duca**, direttore dell'Agenzia regionale per la lingua friulana. «La lingua deve diventare un fattore unificante in grado di rafforzare l'orgoglio identitario dei cittadini e renderli consapevoli della propria specificità. Con le opportune modalità di condivisione con la popolazione e con gli operatori del territorio e poi di promozione su larga scala la lingua potrà contraddistinguere un sistema di valori di riferimento, insomma un vero e proprio marchio che racchiude valori come l'ambiente, le genti, l'ospitalità, la storia e la cultura di un territorio».



Si tratta, insomma, di «diffondere

una concezione di appartenenza e accoglienza in cui tutti noi, grazie all'orgoglio di appartenere a questi luoghi, riusciamo a trasmettere agli ospiti la curiosità di scoprire la cultura e la storia della nostra terra anche attraverso la nostra lingua. In questo modo il turista potrà sentirsi parte del Friuli. Il possesso di una forte identità, quindi, diventa presupposto e condizione necessaria per relazionarsi con soggetti di culture diverse. E l'identità si esprime in primo luogo con la lingua».

Necessaria è la consapevolezza che essere ospitali e possedere una cultura specifica è un attributo fondamentale del prodotto turistico. «L'offerta turistica dovrà diventare coerente con i valori linguistici e territoriali. La lingua si proporrà come sinonimo di qualità di servizio, abbinata al concetto di accoglienza. Diverrà necessario dare impulso a una campagna di sensibilizzazione verso la popolazione, con operazioni di promozione mirate verso l'esterno, utilizzando la lingua come elemento d'innovazione, penso a parole chiave su internet e al posizionamento nei motori di ricerca».

RESIA. Dal 1991 si organizzano visite per far conoscere le particolarità locali ai turisti di lingua slovena. Negli anni, il numero dei visitatori è cresciuto. Nel 1991 erano 300, nel 2007 5 mila 600. E nell'anno in corso si sta registrando un ulteriore incremento.

SAURIS. Sono aumentati i visitatori provenienti da Austria e Alto Adige. Attirati dalla fama del prosciutto affumicato, sono sempre più informati su altri aspetti della cultura locale, in primis la lingua.

TIMAU. La località è meta di gruppi e associazioni. I contatti con le comunità germanofone si sono intensificati grazie all'adesione al Comitato unitario delle isole linguistiche storiche germaniche in Italia.

PROGETTI. La proposta di un'Agenzia europea per le lingue minoritarie con sede a Udine è stata presentata al ministro degli Esteri, Frattini. Disponibilità a intraprendere il percorso.

PRIMI FLUSSI TURISTICI a Resia iniziano negli anni Settanta. Ma è dal 1991, grazie al progetto «Spoznati Rezijo/Conoscere la Val Resia», che si organizzano visite per far conoscere le particolarità locali ai turisti di lingua slovena. Negli anni, il numero dei visitatori è cresciuto. Costantemente. Nel 1991 erano 300, nel 2007 5 mila 600. E nell'anno in corso, con arrivi giornalieri, si sta registrando un ulteriore incremento. L'elemento principale di attrazione? È rappresentato dalla cultura locale, in particolare dal dialetto, parlato dalla stragrande maggioranza dei resiani.

«Negli ultimi anni c'è una grande attenzione alla lingua e alla cultura resiane. Molti vengono qui per conoscere questi aspetti, ma sono gli sloveni a produrre un vero movimento turistico», spiega **Sandro Quaglia**, operatore del Parco naturale delle Prealpi Giulie, l'ente che, dal 2003, gestisce il programma «Spoznati Rezijo», proposto ormai da quasi tutte le agenzie di viaggio della Repubblica slovena. I gruppi vengono accolti a Resia – al centro visite del Parco naturale delle Prealpi Giulie o al centro culturale

–, dove un operatore, con l'ausilio di immagini, presenta loro la valle.

«Spieghiamo la realtà linguistica, etnografica, naturalistica, gastronomica locale, alternando la lingua standard slovena al dialetto resiano. Per i visitatori è come andare indietro di 500

anni». Segue la visita alla chiesa di Santa Maria Assunta, che conserva un quadretto con un Padre Nostro in dialetto resiano, considerato una delle prime testimonianze scritte. «Dopo la pausa pranzo in una trattoria locale, nel pomeriggio si visita Stolvizza, l'unico paese della valle rimasto intatto dal punto di vista architettonico, e il museo dell'arrotino».

È il pacchetto turistico standard. Una calamita per i turisti sloveni, che richiedono espressamente il programma culturale. A Resia arrivano studenti di ogni ordine e grado, molti gruppi di pensionati e di insegnanti. «Tutti citano un libro di fiabe realizzato nel 1973, "Animali selvatici di Resia", che ebbe una diffusione capillare anche nelle scuole e dal quale venne tratto un cartone animato: un "mito" per i turisti sloveni, che a Resia hanno modo di conoscere da vicino».

Quanto alle ricadute per il territorio, «l'indotto economico è difficile da calcolare, ma è importante – osserva Quaglia –. Il nostro è un turismo giornaliero. Chi viene qui paga per il programma culturale, acquista souvenir e mangia nelle trattorie locali».

Un'esperienza, quella resiana, che ha grandi potenzialità. Si tratta ora di creare delle professionalità. Le risorse umane a disposizione sono limitate. Tre gli operatori impegnati nell'accoglienza dei turisti. Davvero pochi per il movimento in atto.



SAURIS

Crescono i turisti dall'Alto Adige

TRA LA FINE degli anni Settanta e l'inizio degli anni Novanta la comunità di Sauris è stata protagonista di un processo di rivalutazione della propria storia e cultura. La lingua locale – un tedesco arcaico risalente al XIII secolo –, elemento fondante dell'identità comunitaria, negli ultimi 30 anni è stata al centro di attività di tutela e valorizzazione sia da parte della comunità che di ricercatori e appassionati, con ricadute sul piano turistico.

«Già negli anni Ottanta – osserva l'operatrice culturale **Lucia Protto** – si è assistito ad un incremento di visitatori provenienti soprattutto dalla vicina Austria, attirati dalla fama del prosciutto affumicato e della buona cucina, ma sempre più informati anche su altri aspetti della cultura locale, in primis la lingua. Negli ultimi due decenni questo flusso sembra essersi incrementato, grazie ad una maggiore presenza di Sauris su riviste specializzate di turismo e di viaggi, ma anche su importanti quotidiani tedeschi e sul 2° canale televisivo austriaco. E sono aumentati pure i visitatori provenienti dall'Alto Adige-Südtirol. Alcuni elementi, come il piacere di conversare con gli abitanti, l'attenzione alla presenza del saurano nella segnaletica stradale o negli avvisi pubblici, l'acquisto di libri, la visita ai siti museali, agli edifici di culto e ai cimiteri, alla ricerca dei cognomi di matrice tedesca, indicano che la lingua e le tradizioni sono un fattore importante, talvolta determinante, nella scelta di Sauris come meta, anche per i turisti italiani».

Se il rapporto saurano-turismo registra, dunque, un segno positivo, si tratta ora di fare dei passi avanti. «Va rafforzata la visibilità della lingua sul territorio, anche nei locali pubblici, e incoraggiato l'utilizzo della lingua locale tra i più giovani».

TIMAU

Dall'Austria per il tischlbongarisch

ANCHE A TIMAU la lingua locale – il «tischlbongarisch», variante del carinziano parlata almeno dal 70% dei timavesi – ha rappresentato un elemento di attrazione turistica ed un'opportunità di sviluppo del territorio. **Velia Plozner**, operatrice culturale, ricorda i turisti austriaci e tedeschi che arrivavano a Timau da Mauthen, in Austria, dove soggiornavano, per conoscere la peculiarità linguistica della comunità e le origini del paese. Gli itinerari lungo la via Julia Augusta, promossi da associazioni turistiche austriache, prevedevano, infatti, spesso una sosta «didattica» di un paio di ore a Timau.

Un interesse particolare per la lingua locale lo dimostrano, da anni, studenti universitari, indirizzati a Timau dagli atenei di Udine e Vienna per approfondire alcune tematiche legate al loro corso di studi. «Per un certo periodo di tempo – racconta Plozner – l'Università di Vienna ha anche organizzato visite didattiche nelle comunità linguistiche germaniche, compresa quella di Timau».

La località carnica è anche meta di gruppi e associazioni. I contatti con le comunità germanofone si sono intensificati negli ultimi anni grazie al Comitato unitario delle isole linguistiche storiche germaniche in Italia. Costituito nel 2002, con la sua attività contribuisce a far conoscere l'esistenza delle comunità germanofone e a creare occasioni di incontro e di scambio.

Ma «è il paese stesso che si fa ambasciatore della sua particolarità», sottolinea Plozner con orgoglio. Efficaci veicoli di promozione sono, così, il circolo culturale con le sue pubblicazioni, i gruppi folkloristici, la corale, il museo della grande guerra, che ha una sala dedicata alla peculiarità culturale di Timau.

PROMESSE

Festival e agenzia: ecco il punto

NEL «2009 PIÙ lingue a Friuli doc». Il friulano prima di tutto. Lo promette il sindaco di Udine, **Furio Honsell**, che ha sempre sostenuto la necessità di valorizzare la diversità linguistica, al punto di lanciare l'idea, in campagna elettorale, di organizzare a Udine un festival delle minoranze di respiro europeo. «Ci stiamo ancora riflettendo», dice il sindaco, che ricorda la necessità di un bilancio linguistico per ogni attività pianificata. «Deve esserci sempre un'attenzione particolare all'aspetto linguistico, che – evidenzia – non si traduce in un onere finanziario maggiore».

Un'attenzione auspicabile anche nel definire, da parte degli operatori, gli itinerari turistici, che, a oggi, puntano sulla valorizzazione dei patrimoni artistico e naturalistico, delle specialità enogastronomiche locali, ma non sulle peculiarità linguistiche e culturali. Basta visitare il sito della Turismo Fvg, l'agenzia istituita per sviluppare il sistema turistico regionale.

Per un progetto ancora da definire, un altro sta prendendo forma: la proposta di un'Agenzia europea per le lingue minoritarie con sede a Udine, lanciata dal presidente della Regione, Renzo Tondu, in campagna elettorale. Lo fa sapere l'assessore regionale alla Cultura, **Roberto Molinaro**. «Nel pacchetto di iniziative di comune interesse sottoposte dalla Regione al ministro degli Esteri, Franco Frattini, nel corso della recente visita in Friuli-Venezia Giulia, c'è anche quella dell'agenzia. C'è una disponibilità da parte del ministro a intraprendere un percorso in questa direzione». Non è ancora definito nei dettagli. «Stiamo allestendo un dossier per definire le azioni che la Regione deve svolgere nei confronti della Commissione Europea», spiega Molinaro.

SERVIZI DI **ERIKA ADAMI**