

LA PRESENZA DEI DIALETTI  
ITALO-ROMANZI  
NEL PAESAGGIO LINGUISTICO

Ricerche e riflessioni

a cura di

Giuliano Bernini / Federica Guerini

Gabriele Iannàccaro



BERGAMO UNIVERSITY PRESS

**sestante** edizioni



**UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI BERGAMO**

Dipartimento  
di Lingue, Letterature  
e Culture Straniere

*Comitato scientifico*

Giuliano Bernini  
Maria Grazia Cammarota  
Ada Valentini  
*Università di Bergamo*

Régine Delamotte  
*Université de Rouen*

Klaus Düwel  
*Universität Göttingen*

Edgar Radtke  
*Universität Heidelberg*

© 2021, Bergamo University Press  
Sestante Edizioni - Bergamo  
[www.sestanteedizioni.it](http://www.sestanteedizioni.it)

LA PRESENZA DEI DIALETTI ITALO-ROMANZI  
NEL PAESAGGIO LINGUISTICO  
Ricerche e riflessioni

Giuliano Bernini / Federica Guerini / Gabriele Iannàccaro (A cura di)

p. 256 cm. 15,5x22,0

ISBN: 978-88-6642-380-5

Printed in Italy  
by Sestanteinc - Bergamo

LA PRESENZA DEI DIALETTI  
ITALO-ROMANZI NEL  
PAESAGGIO LINGUISTICO  
Ricerche e riflessioni

a cura di  
Giuliano Bernini / Federica Guerini  
Gabriele Iannàccaro



BERGAMO UNIVERSITY PRESS

---

**sestante** edizioni

Direttore responsabile  
Prof. Giuliano Bernini

**Biblioteca di Linguistica e Filologia**

7.

*La presenza dei dialetti italo-romanzi nel paesaggio linguistico  
Ricerche e riflessioni*

a cura di  
Giuliano Bernini / Federica Guerini  
Gabriele Iannàccaro

Questo volume è stato stampato con il contributo del Dipartimento di Lingue, Letterature e Culture Straniere dell'Università degli Studi di Bergamo.

Contributi rivisti dai curatori.

*Licenza Creative Commons:*

This journal is published in Open Access under a Creative Commons License Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Italy (CC BY-NC-SA 3.0 IT).

You are free to share, copy, redistribute adapt, remix, transform, and build upon the material under the following conditions:

You must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made. You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use.

You may not use the material for commercial purposes.

If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original.



# Indice

FEDERICA GUERINI / GABRIELE IANNÀCCARO / GIULIANO BERNINI <i>I dialetti italo-romanzi nel paesaggio linguistico: osservazioni introduttive</i>	p.	7
CARLA BAGNA / MARTINA BELLINZONA <i>Linguistic landscape e dialetti italo-romanzi: usi, ruoli e atteggiamenti</i>	»	19
GIOVANNA ALFONZETTI McCAVADDU. FAST FOOD & GRILL BAR: <i>il dialetto (e non solo) nel paesaggio linguistico catanese</i>	»	41
FRANCESCO SCAGLIONE Abbannìa, minchiapititto, duci duci. <i>Il dialetto sulle insegne commerciali a Palermo</i>	»	59
ROBERTO SOTTILE SUCA e 800A nel paesaggio linguistico urbano: <i>uno sguardo su Palermo</i>	»	77
SIMONE BARCO / LIANA TRONCI <i>Il dialetto nella costruzione del marchio Salento. Un'indagine a partire dalle insegne commerciali</i>	»	89
LAURA LINZMEIER / SIMONE PISANO <i>Visibilità delle varietà italo-romanze nel paesaggio linguistico della Sardegna settentrionale e nel cyberspazio: il caso del sassarese e del gallurese</i>	»	109

Indice

NERI BINAZZI

*Ganzi o residuali? Esibire la dialettalità  
nella Toscana “senza dialetto”* » 131

STEFANO LUSITO

*Tipologie testuali e modalità di circolazione  
della prosa contemporanea in genovese* » 155

STEFANO FIORI / GIUSEPPE POLIMENI

*Il sottotraccia della voce.  
La segnaletica stradale dialettale di Val di Nizza (PV)* » 175

FEDERICA GUERINI

*Il dialetto bergamasco nel paesaggio linguistico:  
riflessioni su natura, funzioni e peculiarità grafiche  
delle scritture esposte* » 195

SARA MATRISCIANO

*Il dialetto come marcatore di un nuovo stile  
imprenditoriale italiano negli economi dello street food* » 217

CAMILLA MASULLO / CLAUDIA CASTELLI /

CINZIA MELONI / CHIARA MELUZZI

*Dialetti su Instagram: usi, differenze  
e atteggiamenti linguistici* » 237

FRANCESCO SCAGLIONE  
(Università degli Studi di Palermo)

## *Abbannìa, minchiapititto, duci duci.* Il dialetto sulle insegne commerciali a Palermo

*The present work analyses the use of Sicilian dialect on the Linguistic Landscape of Palermo, taking into account aspects concerning commercial communication. More specifically, starting from a previous research in Scaglione (2017), the aim is to shed light on the functions and the “forms” of the local variety exposed on shop signs (e.g. restaurants, bars, pubs) of the city. In this sense, the article reveals the evocative and ideological value of Sicilian (also through the use of dialectal personal names), in many cases against a referential-communicative function. Besides, it examines both the “type” of local variety considering the use of words, idioms, phraseologies largely known by the linguistic community of Palermo (regardless of the actual proficiency in the local dialect) and the graphic solutions adopted so as to convey the expressive and stereotypical value of the code. Special attention is paid to the outcomes of contact between Sicilian and global languages (such as English), especially, code-mixing or blends entailing the juxtaposition of different and often contrasting places and cultures. Finally, the analysis focuses on the relationship between the code exposed on the commercial signs and the local context, discussing how the local variety shows and mirrors linguistic, cultural, and social features of the urban community.*

### 1. *Introduzione: dialetto e crematonimia a Palermo (e non solo)*

Con questo contributo si intende analizzare, in prospettiva *bottom-up* (Ben-Rafael *et alii* 2006), l’uso del dialetto all’interno del *Linguistic Landscape* (LL) di Palermo, con uno sguardo rivolto alla comunicazione commerciale e, in particolare, alle insegne di attività di varia tipologia. Negli ultimi anni, infatti, il tessuto urbano di Palermo è stato attraversato dalla crescente tendenza a una crematonimia di impronta dialettale (legata soprattutto al mondo della ristorazione, ma non solo) in cui il siciliano costituisce uno strumento attraverso cui creare, per dirla con Goffman, una *face* quanto mai positiva e accattivante dell’attività commerciale.

Quello del dialetto sulle insegne dei negozi costituisce un fenomeno che, in prospettiva “macro”, appare congruente a un nuovo, ma ormai consolidato, paradigma socio-culturale, legato, a sua volta, a una sorta di “paradosso” sociolinguistico tutto italo-romanzo. Infatti, se, da una parte, il dialetto perde terreno in termini di competenza e parlanti, dall’altra, accresce il suo potenziale semiotico, occupando, soprattutto attraverso usi “speciali”, nuovi spazi comunicativi (cfr. Berruto 2006). In altre parole, l’odierna condizione recessiva tipica della post-dialettalità ha ampliato i valori e le funzioni del codice, offrendo rinnovate possibilità d’uso.

Più nel particolare, il ricorso alla varietà locale sulle insegne commerciali, come suggerito già da Telmon (2002: 347), appare giocato per lo più sulla funzione evocativa del codice che richiama implicitamente la genuinità del passato, della tradizione e del “tipico”, e che, in una sorta di *country-of-origin-effect* (Lombardi 2000: 266), orienta verso una spazialità che non è solo fisico-geografica, ma anche e soprattutto culturale. Infatti, come spesso avviene per le scritture esposte,

ad avere significato non è tanto il contenuto, l’informazione veicolata attraverso il testo, bensì il valore simbolico implicito nella scelta di un determinato sistema linguistico, soprattutto allorché quest’ultimo rappresenta una scelta marcata, diversa da quella che i fruitori del testo si aspetterebbero. (Guerini 2012: 52)

Anche nel nostro caso, i valori espressi tramite il codice tradizionale si realizzano in genere senza una evidente mediazione semantica delle parole o delle espressioni di volta in volta adoperate. Detto altrimenti, nella crematonimia dialettale il significante tende a imporsi sul significato, rimandando a specifiche realtà extralinguistiche, svincolate però da uno contenuto semantico altrettanto specifico.

### 1.1. *Dati e livelli di analisi*

Il corpus di riferimento di questa analisi comprende alcuni crematonimi inclusi in una prima ricognizione in Scaglione (2017), a cui si aggiungono ulteriori integrazioni, alla luce dei recenti cambiamenti che hanno attraversato il LL commerciale di Palermo, tramite osservazione diretta e raccolta dei dati in un periodo compreso tra settembre e novembre 2020.



Più nel dettaglio, in questa sede si cercherà di gettare luce sia sulle funzioni, sia sulle “forme” del siciliano esposto sulle insegne del capoluogo. Nel primo caso, si metterà in evidenza il valore ideologico del codice (connesso per lo più all’evocazione della genuinità del passato e della trazione locale e regionale), con una particolare attenzione anche al ricorso a una antroponomastica diatopicamente marcata; nel secondo, invece, si guarderà tanto al “tipo” di dialetto esposto – caratterizzato da un costante impiego di espressioni fisse e fraseologie largamente (ri)conosciute dalla comunità urbana –, quanto a particolari soluzioni grafiche che ampliano il valore espressivo della varietà locale. Inoltre, verranno analizzati quei casi in cui il siciliano entra in contatto con altre lingue a vocazione più globale (come l’inglese) da cui scaturiscono esiti di forte carica espressiva, determinata dall’implicito accostamento tra luoghi, culture e spazi lontani e spesso in contrapposizione.

Infine, tale rapporto tra funzioni e “forme” del siciliano “commerciale” spingerà a considerare il legame con la microlocalità e, quindi, ad osservare il modo in cui il dialetto esposto riconduca e rispecchi la realtà linguistica e sociale di riferimento.

## 2. *Evocare il passato*

Come in parte già accennato, il dialetto costituisce in ambito commerciale il codice per eccellenza attraverso cui proiettare verso una specifica dimensione temporale di cui se ne richiamano i valori più positivi. In effetti, il ritorno al passato rappresenta uno dei principali *leitmotiv* che attraversa in modo più o meno costante il ricorso al dialetto sulle insegne a Palermo, in cui la varietà locale evoca in genere pratiche ormai poco conosciute, la semplicità della cucina casalinga o la bontà dei prodotti locali, apparendo, pertanto, quanto mai aderente all’ambito della ristorazione e dell’artigianato.

Nella tabella 1<sup>1</sup>, vengono riportati alcuni crematonimi che ripropongono arcaismi siciliani o mettono a fuoco aspetti culturali del passato. Nel primo caso (vedi, ad esempio, *AzyzO*, che mostra inoltre una veste grafica più “moderna”, § 3.1., o *L’avugghia* e *Capuliato*), la motivazione dietro la scelta di parole sempre meno adoperate della varietà locale muove non tanto dal

---

<sup>1</sup> Nelle tabelle che accompagnano l’analisi, laddove non indicato, i crematonimi dialettali designano attività commerciali che ricadono nel settore ristorativo.

contenuto semantico (a volte poco trasparente), quanto piuttosto dalla netta distanza formale rispetto ai corrispettivi in italiano, fattore che rende tali termini maggiormente espressivi.

<i>AzyzO</i> (laboratorio)	( <i>Azzizzari</i> ) Aggiusto alla buona
<i>L'avugghia</i> (sartoria)	L'ago
<i>Capuliatu</i>	Carne macinata
<i>A'maidda</i>	Madia
<i>Abbannia</i>	( <i>Abbaniani</i> ) Urlare
<i>Zammù</i> drink and more	Anice/liquore all'anice
<i>Al chioschetto Pani ca' meusa</i>	Al chioschetto Pane con la milza
<i>A putia</i> (laboratorio e drogheria)	Bottega/negozio
<i>Putia</i> discount	Bottega/negozio
<i>Bioputia</i> (supermercato)	Biobottega
PPP = Piccola <i>Putia</i> Palermitana	Piccola bottega palermitana
<i>Buatta</i> cucina popolare	Scatola di latta contenente pomodoro
<i>Ciciri</i>	Ceci

Tabella 1

Nel secondo caso, si entra nel mondo della tradizione sia regionale che più strettamente locale. Da una parte, infatti, il crematonimo *maidda* designa uno strumento ormai quasi dimenticato del mondo della panificazione e pastificazione del passato; dall'altra, *Abbannia*, *Zammù* e *Al chioschetto Pani ca' meusa* (fig. 1 e 2) fanno riferimento a pratiche sociali o connesse alla cultura alimentare del capoluogo. Infatti, *Abbannia* richiama l'usanza diffusa tra i commercianti dei mercati storici della città (*Ballarò*, *Capo*, *Vucciria*) di reclamare a gran voce i propri prodotti; mentre il regionalismo *Zammù* sembra alludere all'abitudine diffusa a Palermo di aromatizzare (soprattutto in estate) l'acqua fresca con alcune gocce di anice<sup>2</sup>; *Al chioschetto Pani ca' meusa* riporta, infine, uno dei cavalli di battaglia del cibo di strada palermitano, ancora oggi molto apprezzato.

<sup>2</sup> È utile ricordare, inoltre, che il capoluogo è sede di una nota distilleria in cui si produce un liquore all'anice ad altissima gradazione alcolica adoperato esclusivamente come aromatizzante.

Come si osserva dalla tabella, una parola che appare (non a caso) con una certa ricorrenza all'interno del LL commerciale di Palermo è senza dubbio *putìa* (fig. 3). Si tratta di un termine antico del dialetto, contraddistinto da una elevata intensità evocativa, in grado di proiettare in un contesto sociale e culturale ben lontano da quello odierno (caratterizzato sempre di più da grandi catene e *franchising*) e che ricorda le antiche botteghe artigiane o le modeste attività a conduzione familiare in cui si vendevano principalmente prodotti del territorio. Emblematico è, in tal senso, il caso di *Bioputia*, forma che coniuga la moda contemporanea del biologico con la genuinità dei prodotti locali venuti un tempo nelle piccole botteghe di quartiere.

Ma se finora il significato delle parole ha contribuito, in una sorta di gioco di specchi, a potenziare il potere evocativo intrinseco al codice, nei cremonismi *Ciciri* e *Buatta* (fig. 4) il valore semantico sembra "sbiadire". In questi casi, infatti, come già indicato per gli arcaismi sopra considerati, è il codice in sé ad attivare un potenziale connotativo legato alla cucina povera e genuina di un tempo (basata su prodotti della terra<sup>3</sup>, conserve fatte in casa, ecc.) che i corrispettivi termini in italiano – tra l'altro, poco accattivanti e/o non proprio adatti a nominare un'attività commerciale – non riuscirebbero ad esprimere.

### 1.1. La "forza" del nome (*proprio*)

Un'ulteriore strategia attraverso cui richiamare la bontà del cibo semplice e tradizionale è il ricorso a un'antroponomastica diatopicamente marcata (tabella 2):

Da <i>Sariddu</i> e figli
Da <i>Totuccio</i>
<i>Nni Franco u Vastiddaru</i>
Trattoria ristorante <i>Sariddu</i>
Trattoria <i>Turiddu</i>

Tabella 2

<sup>3</sup> Non a caso, i *ciciri* costituiscono l'ingrediente principale per la preparazione delle *panelle* o della *raschiatura*, ulteriori alimenti che caratterizzano il cibo di strada del capoluogo.

In tale prospettiva, l'uso del nome proprio – per lo più in forma ipocoristica – se, da una parte, diventa indice di qualità (giacché costituisce un modo attraverso cui il presunto proprietario del locale sembra “metterci la faccia”), dall'altra, rafforza l'intenzione di evocare momenti conviviali familiari, accompagnati, inoltre, da una cucina tipica. Nel caso di *Nni Franco u vastiddaru* (fig. 5), antica focacceria del centro storico palermitano, il nome proprio è seguito da un soprannome di mestiere che riporta nuovamente alla cultura alimentare isolana, legata, nello specifico, all'ambito della panificazione (cfr. Ruffino 2009). La *vastedda/ guastedda*, infatti, designa generalmente in Sicilia una forma di pane il cui peso e aspetto variano a seconda della località (cfr. Matranga 2011).

## 2. Tra espressività e stereotipia: l'emblematicità del dialetto

### 2.1. Parole che ritornano

Se, come osservato, il dialetto ricopre soprattutto un valore evocativo, proiettando in modo immediato verso una precisa dimensione temporale e culturale, in altre circostanze il codice acquisisce una funzione prevalentemente espressiva. Ciò muove in genere dall'emblematicità che caratterizza alcune parole o espressioni dialettali, in quanto parte di un repertorio largamente condiviso dalla comunità di riferimento. Quest'ultima può, quindi, agevolmente riconoscere e rispecchiarsi in tali usi linguistico-pragmatici, a prescindere dall'effettiva competenza nel codice.

<i>Pirtusiddu</i>	Buchetto
<i>A' nica</i>	La piccola
<i>Nicu Nicu</i> focacceria	Piccolissimo
<i>U' babbio</i>	Il divertimento, lo scherzo
<i>Disìo</i>	Desiderio, voglia
<i>I manciatari</i>	I mangioni
<i>Pititto</i>	Fame
<i>I picciotti</i>	I ragazzi
<i>Sapurite</i> (laboratorio)	Belle, graziose
<i>Sapurito</i>	Bello/buono
<i>Sbariamo</i>	( <i>Sbariari</i> ) Distraiamoci

<i>Scialo</i>	Divertimento, spasso
<i>Spinno</i>	Desiderio, languore
<i>Duci duci</i> (abbigliamento)	Dolcissimo, graziosissimo
<i>'Ntzu</i> (abbigliamento)	No

Tabella 3

Negli esempi riportati nella tabella 3, è senza dubbio la scelta del codice a conferire un certo grado di espressività, esito che nella lingua comune, in quanto codice legato a una dimensione più referenziale, verrebbe senza dubbio meno (Goria 2012: 137 e 141). Ciò si osserva in *Pirtusiddu*, *A'nica*, *Nicu Nicu*, semanticamente poco rilevanti rispetto all'attività commerciale; ma anche in *Saputite*, *Ciatu*, *Spinno*, *Scialo*, *Pititto* e *Sbariamo*<sup>4</sup> in cui l'espressività è tutta giocata sull'ampia circolazione e riconoscibilità di tali termini, i quali risultano di facile accesso e di facile presa anche agli occhi del fruitore/abitante della città meno "esperto" nella varietà locale.

Ma l'aspetto emblematico, che, come evidente, sacrifica in genere una chiara dimensione semantica, affiora in modo ancor più netto nei crematonimi *duci duci* e *ntzu* (fig. 6 e 7) che racchiudono, inoltre, due tratti di respiro regionale. Nel primo caso, si apprezza la reduplicazione di un aggettivo – fenomeno sintattico attraverso cui esprimere in siciliano il superlativo assoluto – tanto conosciuto (in uso anche in contesto giovanile) quanto semanticamente generico, che assume molteplici sfumature, connesse per lo più alla sfera dell'affettività<sup>5</sup>; nel secondo caso, invece, sembra raggiungersi il massimo grado di desemantizzazione (e di stereotipia), giacché l'insegna riproduce l'avulsivo bilabiale sordo attraverso cui si esprime in Sicilia la negazione.

<sup>4</sup> Pur non soffermandoci sugli aspetti strutturali, è utile precisare che la maggior parte dei crematonimi riportati mostra un processo di italianizzazione a livello morfologico, tramite il passaggio quasi contante dei morfemi dialettali *-u* (indicante il maschile singolare) e *-i* (indicante il maschile o femminile plurale) rispettivamente a *-o* ed *-e* (morfemi inoltre non previsti nel siciliano). Si tratta di una pratica molto diffusa tra i nuovi usi del dialetto in Sicilia, in cui si registra in generale una scarsa attenzione su tali aspetti morfologici, forse perché poco riconosciuti dai parlanti stessi.

<sup>5</sup> *Duci*, infatti, può riferirsi a qualunque cosa risulti gradevole (alla vista e non solo), come bambini, oggetti, capi di abbigliamento, persone e atteggiamenti garbati e affettuosi, etc. (cfr. VS/I).

### 2.1.1. *Dialetto o italiano? Il caso di sapurito*

Le insegne riconducibili al filone dell'espressività, dato il tipo di parole e forme adoperate, non sembrano assicurare, come si affronterà meglio più avanti, rispetto a una reale competenza nel codice tradizionale da parte della comunità urbana. In tal senso, il crematonimo *sapurito* pone, più degli altri casi finora considerati, una certa problematicità rispetto al valore semantico che la parola potrebbe acquisire in base al contesto in cui appare. Il termine, infatti, denominando un ristorante, farebbe pensare a un calco dall'italiano *saporito*, giacché l'aggettivo siciliano si associa nell'uso comune a un oggetto grazioso e gradevole alla vista o a una persona (soprattutto un bambino) di bell'aspetto. Per indicare generalmente qualcosa di buono al palato si adopera invece la forma *bellu* (cfr. Castiglione 2016). Tuttavia, da un sguardo alle fonti lessicografiche si evince che *sapuritu* mostra, in effetti, un'accezione più antica connessa all'ambito alimentare (registrata anche in opere ottocentesche, come Traina 1868<sup>6</sup>), designando un cibo 'di buon sapore o, anche un po' salato' (VS/IV), da cui si sarebbero poi sviluppati i valori figurati con cui oggi è più conosciuto. Pertanto, tale condizione pone, nel caso specifico, dinanzi a un bivio tra lingua nazionale e dialetto, o meglio tra influenza dell'italiano ed effettiva conoscenza del siciliano. Tuttavia, quest'ultimo aspetto presupporrebbe una competenza dialettale di "lunga durata" che in un contesto di post-dialettalità e in ambiente urbano appare difficilmente ipotizzabile. Ciò sembra quindi indirizzare, in ultima analisi, verso una forma di interferenza dalla lingua comune, incoraggiata, a sua volta, dalla diffusione nell'uso che l'aggettivo conserva anche in una realtà linguistica caratterizzata da scarsa conoscenza del codice.

### 2.2. *Riconoscere per riconoscersi: fraseologie e modi di dire*

Gli elementi finora analizzati, connessi a una dimensione per lo più espressiva del codice, si apprezzano in modo ancora più diretto nei modi di dire, nelle formule idiomatiche o nelle frasi dialettali molto semplici che ricorrono in modo insistente nella crematonimia palermitana. Una scelta del genere è di certo incentrata, ancora una volta, sulla riconoscibilità e soprattutto sull'affiliazione linguistica che il ricorso all'idioma-

---

<sup>6</sup> L'autore, infatti, riporta *sapuritu* anche come avverbio con il significato di 'saporitamente'.

tico riesce in genere a innescare, ma sembrerebbe celare dinamiche più profonde. Infatti, dietro a un così cospicuo numero di modi di dire, come anche di termini “espressivi” (§ 2.1.), si potrebbe cogliere un processo di stereotipizzazione linguistica basato sulla restituzione di un dialetto “costruito” *ad hoc* a partire dal valore estremamente emblematico di alcune parole o unità fraseologiche. Tale fenomeno rifletterebbe, pertanto, un contesto di perdita di competenze e utenti di dialetto, in cui, in una realtà urbana come Palermo e soprattutto tra i giovani, il codice tradizionale si conserva attraverso il ricorso a espressioni fisse con chiare finalità stilistiche, che appaiono di solito in forma isolata all’interno del discorso (cfr. Alfonzetti 2001, 2009, 2012).

<i>A facci r’immiriusi</i>	Alla faccia degli invidiosi
<i>Passami u coppu</i>	Passami il cartoccio
Al mercatino <i>Accatta e vinni</i> (negozio di antiquariato)	Al mercatino Compra e vendi
<i>Casa e putia</i> (anche abbigliamento)	Frequentazione assidua, etc.
<i>Cu mancia fa muddichi</i>	Chi va al mulino s’infarina
<i>Frii e mancia</i>	Friggi e mangia
<i>A tavula è cunzata</i>	La tavola è apparecchiata
<i>Manciami manciami</i>	Mangiami mangiami
<i>Pane e Alivi</i>	Mancanza di risorse o mezzi
<i>Gira &amp; firria</i>	Gira e rigira...
<i>Cosi i capricciu</i>	Cose di lusso
<i>Kurò</i>	Cuore mio
<i>Kuè</i>	( <i>Cu è?</i> ) Chi è?
<i>Cu fu?</i>	Chi è stato?
<i>Talè</i>	Guarda un po’!
<i>Arrè</i>	Di nuovo
<i>Sciati riemmatrì</i>	

Tabella 4

La tabella 4 raccoglie frasi dialettali molto brevi che riguardano oggetti e pratiche tradizionali della città (ad esempio, il *coppu* ‘recipiente di carta a forma di cono’ in cui viene spesso servito il cibo di strada; VS/I), o che ricalcano fraseologie molto conosciute, come in *Frii e mancia* (fig. 8), crematonimo che ripropone con qualche adattamento (il locale in questione è, non a caso, una friggitoria) la nota locuzione *Assettati e mancia* (§ 3.2.). In altri casi, l’espressività è favorita da una non casuale oscillazione tra denotativo e connotativo, come per *Pane e Alivi*, espressione che, oltre al significato figurato, potrebbe anche essere interpretata in senso letterale (‘Pane e olive’) giacché denomina una trattoria caratterizzata da una cucina povera e tradizionale. Negli altri esempi ci troviamo di fronte a modi di dire ed espressioni idiomatiche la cui funzione espressiva non è determinata tanto dal significato (strettamente subordinato al contesto), ma dalla spendibilità e dal largo uso all’interno della prassi linguistica della comunità. Detto altrimenti: è l’intrinseco valore (pluri)pragmatico di tali espressioni a renderle particolarmente attrattive e funzionali in un contesto commerciale, nonostante la vaghezza semantica. Quest’ultimo fattore si apprezza con maggiore evidenza nel crematonimo *scatiriemmatra* (fig. 9), poiché, a differenza degli altri casi, propone una esclamazione enantiosemica piuttosto complessa (adoperata per indicare tanto stupore e sorpresa quanto disappunto, paura o ripugnanza), la cui opacità formale determina, inoltre, non pochi processi paretimologici da parte dei parlanti<sup>7</sup>.

### 3. Oltre il dialetto

#### 3.1. Aspetti grafici

Come apprezzabile in alcuni esempi già considerati (§ 1), l’uso del dialetto sulle insegne palermitane si accompagna a particolari “grafie” (ad esempio, <y> al posto di <i>, <k> in luogo di <c>) che, ricorrendo ad alcuni tratti tipici della scrittura giovanile, ampliano l’espressività del codice (cfr. Petriani 2017). Tuttavia, accanto a tali esiti abbastanza diffusi, è possibile riscontrare ulteriori soluzioni (più originali) con chiare finalità ludico-espressive:

---

<sup>7</sup> Non a caso, esistono tantissime varianti che testimoniano tali processi paretimologici, come *sciàtara e mmàtara*, *sciatremmatra*, *sciatulammatula* (‘fiato inutile’), *sciatimatri* (‘fiato della madre’) ecc., seguite spesso anche da altre espressioni quali *e-bbògghiu diri* (‘e voglio dire’), *e-ccutra* (‘e coperta’), *e-ddiàvulu* (‘e diavolo’) etc. (VS/IV).



<i>Qvoli manciari</i>	(<Q> = <cu>) Chi vuole mangiare
<i>Qvivi music bar</i>	(<Q> = <cu>) Chi beve
<i>Qcinu</i>	Cucino/cugino

Tabella 5

Nei primi due casi della tabella 5 si riscontra una scelta grafica basata su una comunanza fonetica tra lingua nazionale e dialetto, o meglio sull'omofonia tra il modo comune di pronunciare in italiano la lettera dell'alfabeto e il pronome interrogativo siciliano (*cu* 'chi'). Inoltre, in *Qcinu* (fig. 10) si evidenzia un *double-entendre*, già riscontrato in altre insegne simili (Scaglione 2017: 193), tra la prima persona del verbo siciliano *cucinari* e il sostantivo dialettale 'cugino' (*cucinu* in entrambi i casi).

### 3.2. Altre lingue

L'uso del dialetto che, in modo più o meno implicito sottintende a specifiche istanze socioculturali e diffusi valori espressivi, non rappresenta però una scelta esclusiva. Infatti, una tendenza molto diffusa del LL commerciale palermitano è quella di accompagnare il crematonimo siciliano non tanto e non solo all'italiano, ma soprattutto all'inglese, attraverso l'uso di termini che in genere precisano il tipo di attività (*pub, restaurant, drink, food, beverage, etc.*). Tale scelta risponde a esigenze comunicative pensate anche per un'utenza straniera (soprattutto turistica), ma non sembra però del tutto scevra da ulteriori aspetti extralinguistici. Infatti, d'accordo con Piller (2001), la lingua inglese mostra anch'essa un "peso" semiotico non secondario, conferendo in genere valori quali modernità, futuro, orientamento internazionale, fattori non di poco conto nel presentare l'immagine di una attività. Tuttavia, in alcuni casi, il rapporto tra i codici si manifesta attraverso un contatto più diretto e profondo:

<i>Sit &amp; mancia</i>	( <i>Assettati e mancia</i> ) Siediti e mangia
<i>Fooddia</i>	( <i>Fuḍḍia</i> ) Pazzia
<i>Moodica</i>	( <i>Muḍḍica</i> ) Mollica
<i>Insemulab</i> (laboratorio di artigianato)	('Nzemula) Insieme

Tabella 6

Nel primo esempio (fig. 11) della tabella 6 si registra, infatti, una sorta di *code-mixing* all'interno di una espressione idiomatica tipicamente siciliana che viene resa per metà in inglese. Negli altri casi, invece, si manifesta un contatto a livello intralessicale attraverso la creazione di *blend* (*food + fudḍia*, fig. 12; *mood + mudḍica*; *nzemula + lab*) in cui lo *switch-point* tra i codici è facilitato da un *overlap* tra i fonemi dell'inglese (o meglio, dal modo in cui vengono pronunciati da un italofono) e quelli del siciliano. Gli esiti che scaturiscono da tale meccanismo evidenziano una forte carica espressiva che scaturisce, non soltanto da questa sorta di "gioco linguistico", ma dall'accostamento tra codici che richiamano implicitamente culture e, soprattutto, tempi e spazi lontani e, oggi, sempre più in contrapposizione.

#### 4. *Il rapporto con il "locale"*

Sebbene l'uso della varietà locale conduca inevitabilmente verso una dimensione socioculturale dai contorni più definiti, come già osservato altrove (Scaglione 2017: 194-195), il tipo di dialetto sulle insegne palermitane non sembra però proiettare verso una chiara dimensione "microlocale". Infatti, nonostante il mantenimento di alcuni tratti bandiera dell'area palermitana (ad esempio, il rotacismo di /d/, come *A facci r'immiriusi*), la brevità dei testi sulle insegne, la presenza di parole o espressioni di respiro per lo più regionale e, soprattutto, la mancanza di una norma condivisa di trascrizione del siciliano, non lasciano spazio a grandi considerazioni sulla qualità del codice esposto e sulla sua eventuale aderenza alla realtà linguistica di riferimento. Tuttavia, nonostante la "neutralità" che caratterizza la varietà presente nei crematonimi, è possibile apprezzare alcuni espedienti che sembrano comunque garantire una specifica *place identity* (o meglio, *urban identity*<sup>8</sup>) palermitana. Quest'ultima si realizza, infatti, grazie al rimando a usanze e pratiche alimentari diffuse a Palermo (come, *Zammù*, *Pani ca' meusa*; § 2), ma anche attraverso un richiamo più o

---

<sup>8</sup> Con *place* o *urban identity* indichiamo, d'accordo rispettivamente con Proshansky *et alii* (1983) e Simon / Klandermans (2001), l'identità collettiva di un gruppo o una categoria sociale che non presuppone necessariamente un diretto contatto tra i suoi membri, quanto piuttosto un sistema condiviso di credenze, valori, comportamenti, immagini ecc., che costituiscono tratti identitari comuni (vedi anche Mannarini 2004: 75 e 87).

meno celato al tessuto urbano o ad aspetti che caratterizzano alcune aree della città:

<i>A' Calata</i>	La calata, discesa
<i>Kala Kala</i>	
<i>Balata</i>	Lastra di pietra
<i>Basoli</i>	Lastra di pietra

*Tabella 7*

Nei primi due esempi riportati nella tabella 7 si apprezza la voluta sovrapposizione tra espressività ed effettiva geolocalizzazione. Ciò avviene, ad esempio, in *A' Calata* tramite la scelta di una parola siciliana in cui traspare la posizione dell'attività, a pochi passi dalla Cala di Palermo. La medesima condizione accomuna *Kala Kala* (fig. 13), ma questa volta in modo ancor più espressivo. Il crematonimo ripropone, infatti, anche un modo di dire con cui i giovani (e non solo) della città sono soliti indicare una bevanda di buon sapore e apparentemente di bassa gradazione alcolica (perché ricca di particolari aromi che stemperano l'intensità al palato) che sembra quasi "bersi da sola". Infine, con *Balata* e *Basoli* ci si sposta a un aspetto più materiale e tangibile dello spazio urbano. In entrambi i casi il riferimento è alle famose lastre di pietra scalpellata che pavimentano le vie del centro storico cittadino, luogo in cui entrambi i locali hanno la propria sede.

## 5. Conclusioni

La presenza del dialetto sulle insegne e, più in generale, sul LL commerciale di una città costituisce senza dubbio uno degli usi nuovi e "speciali" del codice tradizionale, uso oggi sempre più diffuso e pervasivo, che va di pari passo con un forte calo di competenza e di parlanti del dialetto.

Si tratta, inoltre, di una pervasività che sembra trovare, nel nostro caso, una controprova guardando, tra le altre cose, alla distribuzione di tali crematonimi sul tessuto urbano del capoluogo. Infatti, se fino a qualche anno fa il centro storico di Palermo – punto nevralgico delle ricchezze artistiche e delle tradizioni della città, nonché recente meta di svago e socializzazione dei più

giovani – costituiva il luogo privilegiato per l’uso esposto del codice, con la più alta concentrazione di insegne dialettali, la situazione odierna sembra essere cambiata: il ricorso alla crematonimia in siciliano interessa un po’ tutte le zone di Palermo, rappresentando quindi una strategia di *marketing* e una moda sempre meno condizionate dalla stratificazione socio-culturale che caratterizza le diverse aree urbane. In questo senso, forse con qualche esagerazione, si potrebbe affermare che se, da un lato, l’uso del dialetto sembra tuttora dividere i membri della comunità (distinguendo, in particolare, la “Palermo meno bene” dalla “Palermo bene”), dall’altro, seppur in un contesto piuttosto lontano dalla effettiva prassi dei parlanti, pare comunque costituire a livello di superficie un elemento di coesione e identità cittadina.

Come evidente, il dialetto all’interno del “palinsesto” urbano riflette specifiche dinamiche macro- e microsociolinguistiche, costituendo quindi una importante chiave attraverso cui leggere le complesse evoluzioni nel rapporto tra codici, parlanti e spazio.

Francesco Scaglione  
francesco.scaglione@unipa.it

## Bibliografia

- Alfonzetti, Giovanna, 2001, “Le funzioni del *code switching* italiano-dialetto nel discorso dei giovani”. *Bollettino del Centro di studi filologici e linguistici siciliani*, 19: 235-264.
- Alfonzetti, Giovanna, 2009, *Italiano e dialetto tra generazioni*. In: Marcato, Gianna (a cura di), *Dialetto. Usi, funzioni e forma*, Padova, Unipress: 241-246.
- Alfonzetti, Giovanna, 2012, *I giovani e il code switching in Sicilia*, Palermo, Centro di studi filologici e linguistici siciliani.
- Ben-Rafael, Eliezer / Shohamy, Elana / Hasan Amara, Muhammad / Trumper-Hecht, Nira, 2006, “Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: the Case of Israel”. In: Gorter, Durk (ed.), *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*, Clevedon, Multilingual Matters: 7-30.
- Berruto, Gaetano, 2006, “Quale dialetto per l’Italia del Duemila? Aspetti dell’italianizzazione e risorse dialettali in Piemonte (e altrove)”. In: Sobrero, Alberto A. / Miglietta, Annarita (a cura di), *Lingua e dialetto nell’Italia del duemila*, Galatina, Congedo: 101-126.

- Castiglione, Marina, 2016, “Allotropia e usi morfosintattici: *bellu e beddu* in Sicilia”. In: Gruppo di ricerca dell’*Atlante Linguistico della Sicilia* (a cura del), *La linguistica in campo. Scritti per Mari D’Agostino*, Alessandria, Edizioni dell’Orso: 73-89.
- Goria, Eugenio, 2012, “Il dialetto nella comunicazione commerciale: il caso torinese”. *Rivista Italiana di Dialettologia*, XXVI: 129-149.
- Guerini, Federica, 2012, “Uso dei dialetti nella segnaletica stradale con nomi di località: una panoramica sui comuni della Provincia di Bergamo”. *Linguistica e Filologia*, 32: 51-74.
- Lombardi, Marco, 2000, *Il dolce tuono. Marca e pubblicità nel terzo millennio*, Milano, Franco Angeli.
- Mannarini, Terri, 2004, *Comunità e partecipazione. Prospettive psicosociali*, Milano, Franco Angeli.
- Matranga, Vito, 2011, *Concetti alimentari complessi e sistemi nominali in geografia linguistica: le focacce siciliane*, Palermo, Centro di studi filologici e linguistici siciliani.
- Pietrini, Daniela, 2017, “Quando la birra parla napoletano: riflessioni sull’uso del dialetto come marca di «glocalizzazione» ludica”. *Italienisch*, 77: 91-100
- Piller, Ingrid, 2001, “Identity constructions in multilingual advertising”. *Language and Society*, 30/2: 153-186.
- Proshansky, Harold N., *et alii*, 1983, “Place identity: physical world and socialization of the self”. *Journal of Environmental Psychology*, 3: 57-83.
- Ruffino, Giovanni, 2009, *Mestieri e lavoro nei soprannomi siciliani. Un saggio di geoantroponomastica*, Palermo, Centro di studi filologici e linguistici siciliani.
- Scaglione, Francesco, 2017, “Dialetto e *Linguistic Landscape*: il caso delle insegne delle attività commerciali a Palermo”. In: Marcato, Gianna (a cura di), *Dialetto uno nessuno centomila*, Padova, CLEUP: 185-196.
- Simon, Bernd / Klandermans, Bert, 2001, “Politicized collective identity: a social psychological analysis”. *American Psychologist*, 56/4: 319-331.
- Telmon, Tullio, 2002, “Regresso culturale e recupero modaiolo dei dialetti locali del Piemonte. Una lettura sociolinguistica dell’onomastica della ristorazione”. In: Silvestri, Domenico / Marra, Antonietta / Pinto, Immacolata (a cura di), *Saperi e sapori mediterranei. La cultura dell’alimentazione e i suoi riflessi linguistici*. Napoli, Università degli studi di Napoli “L’Orientale”: 335- 350.
- Traina, Antonino, 1868, *Vocabolario siciliano-italiano*, Volume unico, Palermo, Giuseppe Pedone Lauriel.
- VS = *Vocabolario Siciliano* (1977-2002), a cura di Piccitto, Giorgio (Vol. I), diretto da Tropea, Giovanni (Voll. II-IV), a cura di Trovato Salvatore C. (Vol. V), Palermo-Catania, Centro di studi filologici e linguistici siciliani.

## Appendice



Figura 1



Figura 2



Figura 3



Figura 4



Figura 5



Figura 6



Figura 7



Figura 8



Figura 9



Figura 10



Figura 11



Figura 12



Figura 13

