

**‘Un italiano vero’. Lengua de herencia, disputa por la identidad y (auto)representaciones de la italianidad en los paisajes lingüísticos en Buenos Aires<sup>1</sup>**

*‘A true Italian’. Heritage language, controversial topic about identity and auto-representation of italianity in linguistic landscape of Buenos Aires*

Investigadores USAL:

Valencia, Héctor (hvalencia@usal.edu.ar); Capelli, Francesca

Investigadora externa:

Pisaroni, Nastassia<sup>2</sup>

Alumnos USAL:

Caraballo, Federico; Gallo Poretti, Mateo; Mazzeo, Lisandro; Pasquali, Paloma;

Pitton Straface, Mariel; Primucci, Ornella

**Palabras clave:** paisaje lingüístico, identidad italiana, lengua de herencia, inmigración italiana, género discursivo, mafia italiana

**Keywords:** *linguistic landscape, Italian identity, heritage language, Italian migration, discursive genre, Italian mafia*

## Resumen

El objetivo de este trabajo es estudiar la representación y auto-representación de la italianidad en Argentina a través del paisaje lingüístico (PL) de los emprendimientos gastronómicos de Buenos Aires. El PL italiano, acumulado en capas de sentido en diferentes superficies del espacio real (carteles, marquesinas, menús, grafitis...) y virtual de Buenos Aires, es analizado en cuanto género discursivo e investigado en sus aspectos semióticos y sociolingüísticos, evidenciando en particular los rasgos temáticos, retóricos y enunciativos que lo caracterizan.

Según el acercamiento propuesto, el PL italiano, como escenario en el que se refleja la representación y autorrepresentación de la italianidad, es una herramienta para el estudio de la identidad, en cuanto fenómeno multiforme y complejo. La identidad no es un concepto monolítico, fijo e inmuta-

<sup>1</sup> La presente ponencia (aquí su versión escrita) deriva de un artículo de Francesca Capelli (Universidad del Salvador) en co-autoría con Rosana Ariolfo (Università degli Studi di Trieste), publicado en el marco del proyecto de investigación homónimo que se llevó a cabo durante los años 2021 y 2022. A continuación, se comparte la referencia completa: Capelli, F. & Ariolfo, R. (2023). El italiano en el paisaje lingüístico de Buenos Aires como campo de disputa de la representación y autorrepresentación de la italianidad en Argentina. *Lengua y migración / Language and Migration*, 15(2), 63-104.

<sup>2</sup> Escuela italiana CCI – Edmondo De Amicis (CABA).

ble en el tiempo y en el espacio, sino que evoluciona, se modifica, inclusive se negocia en los diferentes contextos de interacción de los diferentes actores sociales.

Acorde a nuestra hipótesis de trabajo, los PL gastronómicos se configuran como lugares de disputa de la identidad, según 4 ejes que se analizan en el artículo: auténtico (italiano nativo) vs. autóctono (argentino), pureza vs. mestizaje, tradición vs. adaptación; norma lingüística estándar vs. variación.

La investigación cuenta con un corpus de cerca de 500 imágenes y se basa en 9 entrevistas hechas en profundidad a dueños de emprendimientos gastronómicos de cocina italiana en Buenos Aires.

### **Abstract**

*The aim of this project is to study the representation and self-representation of Italian identity in Argentina through the linguistic landscape (LL) of gastronomic enterprises in Buenos Aires. The Italian LL, accumulated in layers of meaning in different real (posters, billboards, menus, graffiti...) and virtual surfaces of Buenos Aires, is analyzed as a discursive genre and investigated in its semiotic and sociolinguistic aspects, highlighting in particular the thematic, rhetorical and enunciative features that characterize it.*

*According to the proposed approach, the Italian LL, as a scenario in which the representation and self-representation of Italianness is reflected, is a tool for the study of identity, as a multiform and complex phenomenon. Identity is not a monolithic concept, fixed and immutable in time and space, but evolves, is modified and even negotiated in the different contexts of interaction of the different social actors.*

*According to our working hypothesis, gastronomic LLs are configured as places of identity dispute, according to 4 axes that are analyzed in the article: authentic (native Italian) vs. autochthonous (Argentine), purity vs. miscegenation, tradition vs. adaptation, standard linguistic norm vs. variation.*

*The research has a corpus of about 500 images and is based on 9 in-depth interviews with owners of Italian cuisine gastronomic enterprises in Buenos Aires.*

### **Introducción**

El espacio urbano de la ciudad de Buenos Aires está diseminado por inscripciones en italiano que se configuran, en diferentes capas de sentido, como huellas y/o herencias de la inmigración italiana a la Argentina, empezada ya al final del siglo XVIII (el mismo Manuel Belgrano, nacido en Buenos Aires en 1770, era hijo de Domenico Belgrano Peri, oriundo de Liguria, naturalizado como Domingo Belgrano y Pérez) y culminada entre las dos guerras mundiales; esto hasta los años 50 del 900, cuando otros países europeos (Alemania, Francia, Bélgica...) y las mismas regiones de Italia del Norte se hicieron atractivos para los italianos que, principalmente desde las regiones del Sur, buscaban trabajo y mejores condiciones de vida.

Estas “visualidades” (Arfuch, 2009), presentes en diferentes superficies significantes, se denominan paisajes lingüísticos (PL), o sea el conjunto de los signos comunicativos (textos, imágenes, gráfica...) que combina –bajo diferentes formas discursivas– variadas modalidades semióticas que aparecen configuradas en los mensajes que circulan en una determinada ciudad, barrio o zona (Mariottini, 2019a, 2019b; Ariolfo y Mariottini, 2018; Ariolfo, 2017) y, en general, en el espacio público real e inclusive virtual. Su investigación es un campo de trabajo joven, que supone un cruce interdisciplinario que incorpora sociología, antropología, educación, lexicología, arquitectura, urbanística, geografía, historia, economía y derecho (Mariottini, 2019). La disciplina fue fundada oficialmente en 2008, con la primera conferencia internacional sobre el tema, mientras que la revista científica *Linguistic Landscape. An International Journal* (<https://www.jbe-platform.com/content/journals/22149961/8/2-3>) nace en 2015.

El estudio de dichas visualidades se puede dar desde diferentes perspectivas. Las publicaciones encontradas en ámbito argentino, anteriores a nuestro proyecto, tienden a concentrarse en los aspectos lexicales y gramaticales de las lenguas involucradas o bien en los derechos lingüísticos, con la

voluntad de visibilizar las lenguas minoritarias o nativas (Bengochea, 2019; Hipperdinger, 2018). En cambio, los aspectos visuales que configuran dichas discursividades no han sido generalmente problematizados. El abordaje de este trabajo se basa principalmente en aspectos sociolingüísticos y semióticos parcialmente olvidados en la Argentina, 1) incluyendo en el corpus de los materiales de investigación fotografías, dibujos, cómics, etc.; 2) considerando en sólido el conjunto palabras–imágenes–gráfica y no por separado: por ejemplo, como si las imágenes fueran las ilustraciones del texto o el texto la didascalia de las imágenes, o la gráfica el adorno del todo.

El corpus de la investigación está constituido por cerca de 500 imágenes de PL presentes en los emprendimientos gastronómicos de la Ciudad de Buenos Aires, recorte que se justifica con el fuerte valor afectivo e identitario representado por la comida.

Nuestro trabajo se basa sobre el asunto de que la identidad es un fenómeno multiforme y complejo (Amossy *et al.*, 2001; Arfuch, 2009; Ariolfo, 2019). La identidad no es un concepto monolítico, fijo e inmutable en el tiempo y en el espacio, sino que evoluciona, se modifica, inclusive se negocia en los diferentes contextos de interacción de los diferentes actores sociales.

Acorde a nuestra hipótesis de trabajo, los PL gastronómicos se configuran como lugares de disputa de la identidad según 4 ejes:

- Auténtico (italiano nativo) vs. autóctono (argentino);
- pureza vs. mestizaje;
- tradición vs. adaptación;
- norma lingüística estándar vs. variación.

Al mencionado corpus de visualidades se acompañan entrevistas realizadas en profundidad a los propietarios (italianos de diferentes generaciones migratorias) de 7 restaurantes (Il Sorpasso, L’Adesso, La Fina, Maldito Tano, Maria Fedele, Núvola, Pinuccio) y una heladería (Furchi) de Buenos Aires, más un restaurante (Italpast) de Campana (provincia de Buenos Aires), elegido –a pesar de encontrarse afuera del territorio de la capital– por su importancia en la comunidad italiana.

Por el número de entrevistas y la modalidad de subministración, se trata de un trabajo de tipo cualitativo, que no pretende generalizar, sino desarticular y problematizar estereotipos y clichés (Amossy y Herschberg Pierrot, 2001).

En esta misma introducción cabe aclarar que no todos los PL italianos se refieren a una identificación. Por ejemplo, hay locales que llevan nombre italiano porque así lo tenían cuando pasaron a las manos del actual propietario o porque pertenecen a cadenas y franquicias (como Caffé del Doge). A pesar de que estos locales y PL no forman parte de esta investigación, cabe mencionarlos para dar cuenta de la complejidad del vínculo identitario con Italia, que va más allá de la descendencia familiar y del fenómeno migratorio.

### **El PL como género discursivo: rasgos temáticos, retóricos y enunciativos**

Según el análisis del corpus iconográfico, notamos que los PL se configuran como género discursivo (Bajtín, 1982; Steimberg, 1993) y, por lo tanto, caracterizados por rasgos temáticos, retóricos y enunciativos.

Los rasgos temáticos se vinculan con todo lo que, referido a una supuesta identidad italiana, se quiere visibilizar por bueno, deseable y adecuado. En este sentido, notamos en el corpus de imágenes varias recurrencias constituidas por:

- nombres propios o apellidos (Robertino, Pinuccio, Pierino, Maria Fedele, Furchi, Famiglia Bianchi, Matteo...);
- referencias geográficas (en italiano o castellano adaptado: Cosenza, Potenza, Venezia, Via Veneto, Via dell’ Amore; Nápoles, Nápoli...);
- referencias a comida o herramientas de cocina (Piadina Lab, Sale & Pepe, Bistecca, Prosciutto, Matterello, Fresca la Pasta...).

## Figura 1

Foto 1: Nombres propios y apellidos



Nota. Fuente: F. Capelli.

Nombres y apellidos, así como los topónimos, resultan significativos a la hora de definir la identidad, ya que constituyen un anclaje (real o ideal) a la familia y al lugar de origen. Definen una pertenencia a una comunidad considerada elitaria, sea por nacimiento, sea por haber tenido la posibilidad de viajar y conocer, a pesar de no tener algún vínculo de sangre con italianos.

Es el caso, por ejemplo, de Piadina Lab, cuyos dueños fueron a visitar a la hija, casada con un italiano, en la Costa Adriática donde conocieron la *piadina*, comida típica de la zona, y decidieron a la vuelta a Buenos Aires abrir un emprendimiento dedicado a la producción de la receta.

Si los apellidos italianos subrayan el “vínculo *sanguinis*” con Italia, las referencias geográficas destacan un “vínculo *solis*”, ya que permiten afirmar no solamente “yo y mi familia venimos de ahí”, sino también “yo estuve/pude viajar”, como marca de un *status symbol* y pertenencia a un grupo de privilegiados.

## Figura 2

Foto 2: referencias geográficas



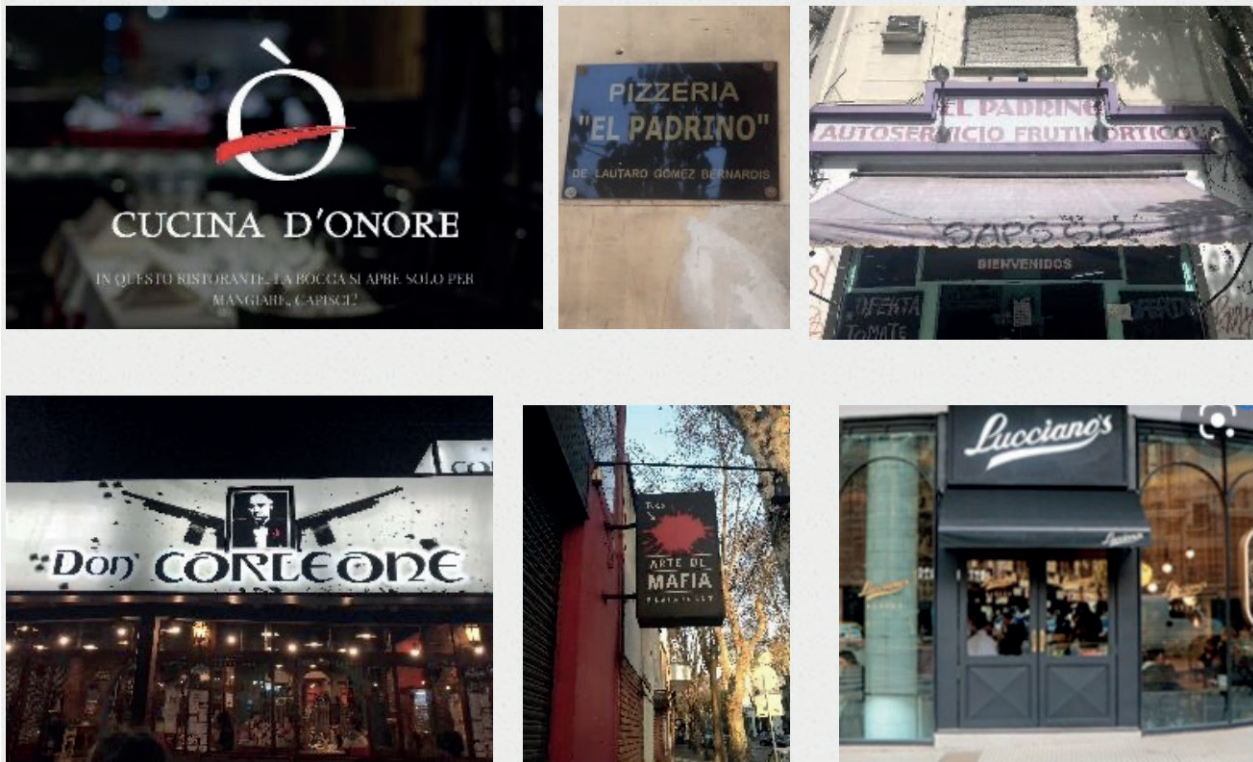
Nota. Fuente: F. Capelli.

Cabe destacar como, durante un siglo, el origen italiano pasó de ser estigmatizante<sup>3</sup> a objeto de idealización acrítica y, en cuanto tal, deseable.

Resulta sorprendente —ya que los rasgos temáticos abarcan el campo semántico de lo deseable, y aún más a la luz de cuanto expresado en la nota 1— encontrar numerosas referencias a las mafias italianas en los restaurantes de los barrios gentrificados de la ciudad.

La pregunta que nos pusimos frente a estas visualidades fue entender si se deben a una falta de información sobre el fenómeno de la criminalidad organizada o, más bien, una adhesión a una serie de valores/desvalores conectados a la cultura mafiosa, acompañada por una falta de confianza en la acción y el rol del Estado.

<sup>3</sup> Como emerge de las notas de diario relativas al caso del secuestro y el asesinato en Rosario del joven Abel Ayerza en 1932 por manos de la banda Galiffi, de origen siciliano, hecho que en aquella época proyectó una sombra de sospecha sobre toda la comunidad inmigrante, en particular la siciliana y calabresa.

**Figura 3***Foto 3: Referencias a las mafias*

*Nota.* Fuente: F. Capelli.

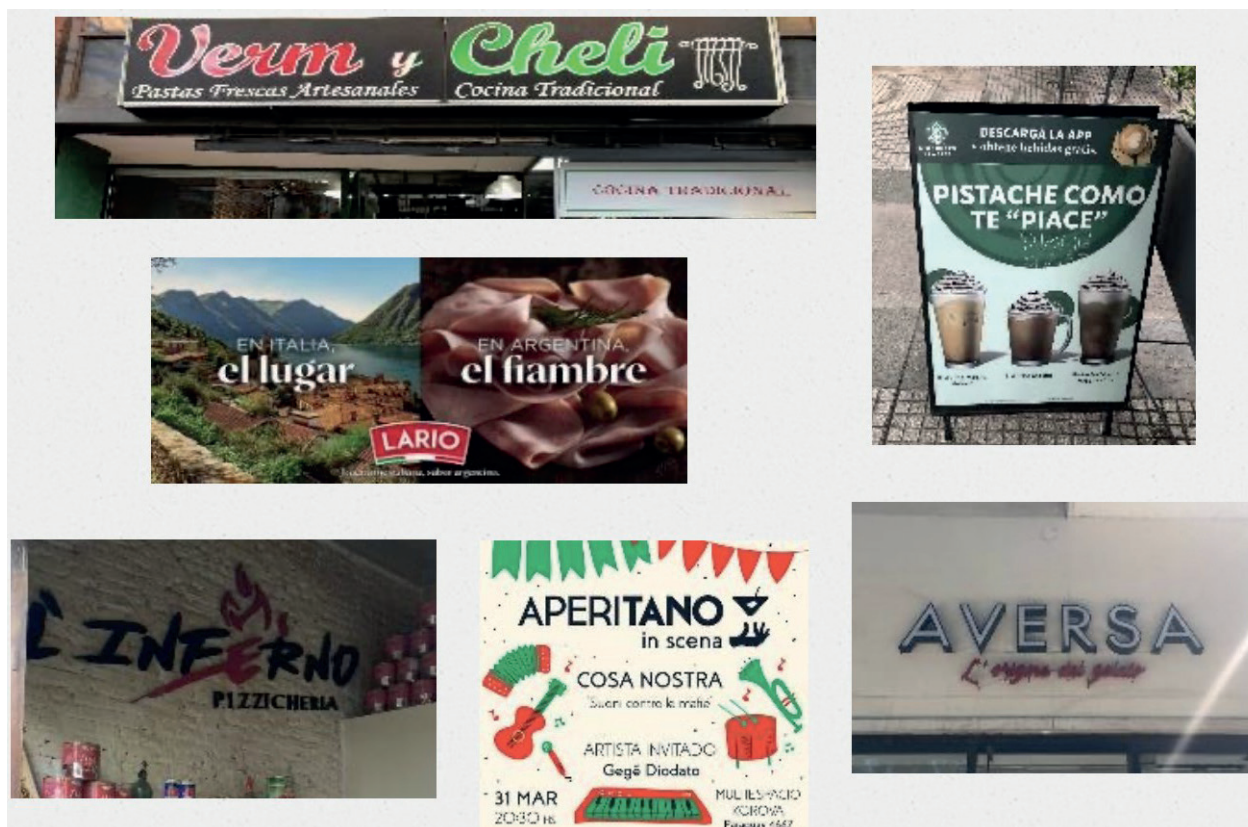
Se nota que la simbología mafiosa acompaña casi siempre a una mediación del cine, en particular la trilogía de *El Padrino*. Las fotos de los actores de las películas, junto con algunos juegos de palabras, convierten a las “imágenes insoportables” (Rancière, 2013) en inofensivas y divertidas. Entre las hipótesis se puede incluir también la posibilidad de que estas señales sean un “guiño” (Capelli, 2022 a, 2022b; Balsas y Capelli, 2023) a ciertos personajes que operan en la Argentina o bien una ostentación de poder e impunidad dirigida a actores sociales antagonistas (policía, fiscales, jueces, políticos, bandas rivales...).

Sea lo que sea la razón, el resultado es la creación de un “sentido común normalizador” que transforma palabras y símbolos en moneda de intercambio del mercado lingüístico (Bourdieu, 2001; Angenot, 2010), donde los discursos dan cuenta de los conflictos por la hegemonía y por el control de los límites de lo pensable (Angenot, 2010; Capelli, 2022b).

Entre los rasgos retóricos encontramos rimas, tema y rema, neologismos, hipérboles, juegos de palabras, mezclas de idiomas (italiano, castellano, inglés, dialecto napolitano...), mezcla de géneros (cómic, pintura, fotografía, cine...) uso metonímico –a veces muy explícito, a veces más sutil– de los tres colores de la bandera italiana u otras imágenes emblemáticas (monumentos famosos, películas celebradas, jugadores o actores conocidos a nivel mundial...).

**Figura 4**

Foto 4: Ejemplos de rasgos retóricos



Nota. Fuente: F. Capelli.

Finalmente, los rasgos enunciativos denotan los emisores y los destinatarios de los mensajes, en una multiplicidad de posibles combinaciones entre italianos nativos, descendientes con o sin pasaporte, personas sin ningún vínculo con Italia, clientes ocasionales o habituales...

### La variación lingüística

Analizando los PL de nuestro corpus desde el punto de vista de la variación lingüística, notamos que se configuran también como terreno de disputa entre contaminación lingüística y uso normativo del idioma, de lo cual damos cuenta a continuación con algunos casos ejemplificadores:

‘Gnoqui’, ‘gnoquis’, ‘ñoqui’, ‘ñoquis’ (vs. *gnocchi*)

‘Fuchiles’, ‘fuchilis’ (vs. *fusilli*)

‘Arangiata’ (vs. *aranciata*)

‘Mangiame’ (vs. *mangiami*).

Nos preguntamos si estas variaciones son el resultado de una elección consciente o dependen exclusivamente de una falta de informaciones y conocimientos. En base a las entrevistas, llegamos a la conclusión de que solo en parte la causa está relacionada a la falta de dominio del idioma, sino también al deseo de no desprenderse de un uso “afectivo” del italiano, basado en recuerdos de infancia, contactos más o menos esporádicos y tempranos con la lengua de herencia<sup>4</sup>, modismos e idiolectos escuchados en familia que casi nunca coinciden con un italiano estándar. En este

<sup>4</sup>“Lengua de herencia” (LH) es la lengua minoritaria/inmigrante que coexiste y es aprendida durante la infancia, en diferentes niveles, en conjunto con una lengua mayoritaria/socialmente dominante (Montrul, 2015, pp. 15-16).

sentido, la disputa identitaria se corre del eje de lo “gramaticalmente correcto” para ir a buscar lo “auténtico”. En este sentido, al tratarse de emprendimientos gastronómicos, la italianidad se define a través de la elección de recetas, materias primas, palabras y formas de escribirlas. Esta autenticidad puede ser reivindicada a través de un purismo (lingüístico y gastronómico) como a través de la voluntad de construir otra identidad mestiza y contaminada, considerada “más auténtica” que la nativa en el contexto ítalo-argentino.

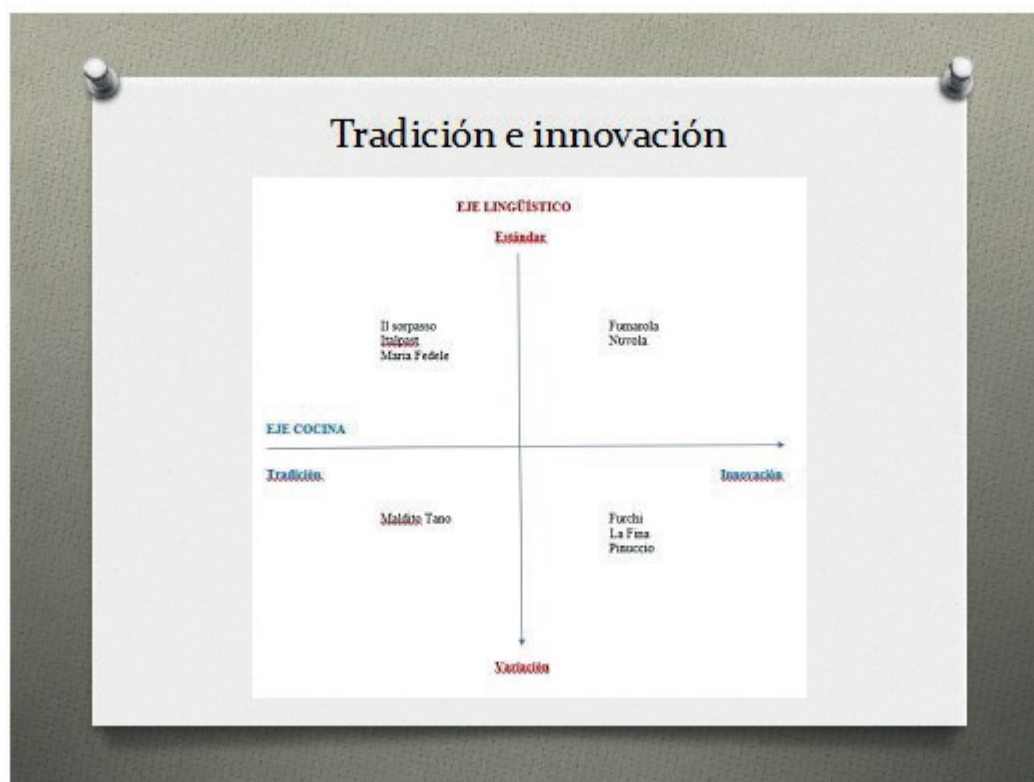
### Tradición e innovación entre lengua y cocina

En este sentido, si pensamos a las diferentes posiciones como extremos de un *continuum*, encontraremos de un lado la tradición representada o autorepresentada por el vínculo con el clan familiar, la lengua de herencia, el mundo del asociacionismo y del mutualismo, el cliché sobre los orígenes o el estereotipo de la italianidad; del otro lado, una noción más dinámica, relacionada con las formas de socialización más modernas, valores, modas, estilos de vida considerados deseables y elitistas.

Esta hipótesis, confirmada a través de las entrevistas, puede plasmarse gráficamente en el siguiente esquema (figura 5) que representa la distribución axial de los informantes de acuerdo con la tensión entre tradición/innovación gastronómica y fidelidad/variación lingüística (Capelli y Ariolfo, 2023):

**Figura 5**

*Tabla 1: Tradición /innovación gastronómica y fidelidad/variación lingüística*



*Nota.* Fuente: elaboración de F. Capelli.

Maria Fedele, Il sorpasso e Italpast se ubican en el cuadrante de la fidelidad lingüística/tradición gastronómica. Cuidan a la vez el uso del italiano correcto (o del dialecto de origen) tanto en sus menús como en las inscripciones decorativas del local, y mantienen la lealtad a las recetas tradicionales y familiares. Ariel Paoletti, dueño de Maria Fedele, se define un “argentino de origen calabrés” y ofrece a los clientes platos regionales italianos, siguiendo fielmente las recetas originales: “Trato de hacer

las recetas originales. Por ejemplo, en la carbonara, acá te ponen crema, panceta..., y la carbonara es *guanciale*, yema y huevo, vino seco, *pecorino*” (Paoletti, comunicación personal, 2021). Llama la atención la cantidad de frases y proverbios en dialecto calabrés expuestos en cada una de las paredes del restaurante, la firma y la foto de su bisabuela Maria Fedele (muerta en Calabria en circunstancias trágicas), las numerosas fotos de los ancestros de Ariel e incluso del buque que trasladó desde Italia a sus antepasados.

En la misma casilla se encuentra Il Sorpasso (así nombrado en honor a la película con Vittorio Gassman), dirigido por la abruzzesa Silvana D’Antonio. Para ella, la cocina italiana es, sobre todo, una cuestión de materias primas. En su restaurante tratan de proponer la cocina de Abruzzo, aunque esto implica luchar contra las presiones de los clientes, quienes se sienten “dueños de cultura italiana, todos tienen una abuela que haces raviolos mejor que vos” (comunicación personal, 2021, en italiano en original) y no comprenden que a menudo las recetas de familia no son las originales, sino las que los inmigrantes italianos adaptaban a los productos que encontraban a mejor precio en el mercado. Con respecto al uso de la lengua italiana, los nombres de los platos que componen el menú están escritos correctamente en italiano, y los ingredientes, en español.

El tercer restaurante ubicado en el cuadrante de la fidelidad lingüística/tradición gastronómica es Italpast, abierto por Pedro Picciau en 1995 y en Campana, una zona de la provincia de Buenos Aires con elevada inmigración debido a la industria italiana Techint, que necesitaba mano de obra. Es, sin dudas, el local más parecido a un clásico restaurante italiano de los años 70. Para Picciau “cocinar italiano” significa utilizar materias primas de calidad y hacer percibir los sabores auténticamente italianos y caseros (comunicación personal, 2021). Pietro ha aprendido a cocinar observando a su madre mucho antes de asistir a cursos y escuelas de gastronomía, contrariamente al recorrido del que habla Leonardo Fumarola (del restaurante L’Adesso) quien, como veremos, hace hincapié en su formación más académica como profesional de la cocina y no como observador de tradiciones familiares. Los nombres de los platos del menú de Italpast están escritos en italiano y debajo de cada uno de ellos se especifican, en español, los ingredientes con los que se preparan.

El restaurante L’Adesso, de Leonardo Fumarola, es el único colocado en el cuadrante de la fidelidad lingüística/innovación gastronómica. Se destaca por el purismo en lo que respecta al uso del italiano, pero su oferta de platos presenta algunas variantes *fusion*. A pesar de que Fumarola mezcla el italiano y el español en su discurso durante la entrevista, todos los platos del menú están escritos en un italiano perfecto, sin adaptaciones ni errores de ortografía y las descripciones están seguidas de sus respectivas traducciones al español. Cabe destacar también que incluso el personal del restaurante pronuncia correctamente el nombre de los platos en italiano.

Maldito Tano, que ubicamos en el cuadrante tradición gastronómica/variación lingüística, es extremadamente tradicional en su propuesta gastronómica, donde la pizza en estilo napolitano es el plato fuerte. Carlo Primo, el dueño, llegó a la Argentina en 2019 con su familia, luego de haber trabajado en Canadá, Estados Unidos y México. Durante la entrevista, que se lleva a cabo completamente en italiano, subraya la importancia de que su personal cuente con competencias lingüísticas en italiano y describe minuciosamente los ingredientes de sus recetas (la *mozzarella* es elaborada por él) (comunicación personal, 2021). A pesar de esto, Carlo subraya que el uso alternativo del español y del italiano en su menú y en el local refleja la intención de adaptarse también a la clientela que no habla italiano. Los nombres de las pizzas aparecen en italiano (“4 stagioni”, “Capricciosa”, etc.), mientras que en la descripción de los respectivos ingredientes se emplean ambas lenguas (“Margherita... aceitunas, jamón...”, “Mortadella con Pistacho”, “Lluvia di fiordilatte”) y no faltan los calcos lingüísticos (“masse speciali”, calcado de “masas especiales”, en lugar de “impasti speciali”).

La Fina, Furchi, Nùvola y Pinuccio, ubicados en el cuadrante variación lingüística/innovación gastronómica, son los emprendimientos en los que se evidencia a la vez la hibridación lingüística entre el italiano y la variedad local (español) y la fusión gastronómica.

La Fina es una pizzería creada por un grupo de jóvenes emprendedores y gestionada por uno de ellos, descendiente de italianos. Allí se prepara la pizza al estilo napolitano, aunque en la carta aparecen algunas originalidades de la casa, cuyos nombres e ingredientes están a veces en italiano y otras en español o en lunfardo, como la “Capra e miele” (pizza con ricota, tomates secos, miel de jalapeños y almendras), la “Franchute” (con queso *brie*, panceta ahumada y pesto de tomates secos), la “Longaniza” (con salsa de tomate, *mozzarella* y longaniza), “Fumé” (*mozzarella*, *pomodoro*, *mozzarella* ahumada, morrones asados, *e spezie affumicate*), “Lasagna de vegetales” o la clásica “Fugazzeta” argentina, rellena de *mozzarella* y cebolla.

La heladería Furchi, fundada por un italiano emigrado a la Argentina que se presenta subrayando su edad: “5 años de italiano y 65 de argentino” (Mercurio Furchi, comunicación personal, 2021), con lo cual garantiza, por un lado, su autenticidad como italiano y, por otro, su identidad argentina. Esta heladería se caracteriza por ofrecer a sus clientes una amplia gama de gustos especiales y novedosos, como naranja con albahaca y jengibre. En los carteles en la entrada y en el interior, que sirven especialmente para resaltar la calidad del helado, se alterna el uso del español y del italiano (“Il gelato fresco di giornata”, “Un clásico de Belgrano”). Por otro lado, la presencia de la lengua italiana en el local parece ser una operación comercial (Capelli *et al.*, 2022) más que identitaria, pues, a pesar de que durante la entrevista emerge la identificación con la Calabria (su región de origen) y el sur de Italia, las inscripciones en italiano expuestas en las paredes están copiadas, como admite el propio Furchi, de una cadena de heladerías muy conocidas en ese país (comunicación personal, 2021).

Núvola es una de las primeras pizzerías napolitanas en Argentina, nacida cuando todavía no estaba instalada la moda y era difícil hacer aceptar una pizza con masa fina y menos queso. Su dueño, Juan Pablo Padrevita, argentino y descendiente de italianos de Buon Albergo (Nápoles), mantiene una relación constante con sus parientes, que visita cada vez que regresa a Italia. El propietario se identifica con ambos países y, a pesar de que admite que le hubiera gustado nacer en Italia y que su deseo es vivir ahí durante un tiempo, se siente argentino y le agradece a su país por las oportunidades que este le brindó (comunicación personal, 2021). Reconoce que la forma en la que él prepara la pizza difiere mucho de la forma en que la preparaba su abuela, como si ser leal a la tradición napolitana original (que estudió en Italia para llegar a ser *pizzaiolo*) implicara traicionar la tradición familiar. Su interés en difundir cómo se prepara esta pizza napolitana lo lleva a organizar una serie de cursos teórico-prácticos que finalmente confluyeron en una verdadera escuela. Esta tendencia didáctica se evidencia también en la ortografía del nombre del local. En efecto, Padrevita decide acentuarlo gráficamente (“Núvola”), a pesar de que en italiano el término ‘nuvola’ no lleva tilde, esto con el fin de que la clientela argentina aprenda a pronunciarlo correctamente.

Lo mismo ocurre en Pinuccio, restaurante ubicado en el interior del mercado comunal del barrio de Belgrano. Sergio Puerta, el propietario, es descendiente de italianos por parte materna (de Lioni, en la provincia de Avellino). La originalidad del restaurante radica en dos aspectos. En Pinuccio, el cliente tiene la posibilidad de elegir el tipo de pasta y cualquier salsa con la cual condimentarla, sin tener que respetar las composiciones creadas por el chef, que solo se limita a sugerir las mejores combinaciones: “si pedís *orecchiette*, las pedís con brócoli, no vas a pedir una lasaña con frutos de mar” (comunicación personal, 2021). Por otro lado, Puerta intenta fusionar lo tradicional con lo novedoso, tratando de respetar las raíces y, a la vez, de mejorar el resultado: “No me quiero quedar con la *amatriciana* tradicional, quiero proponer algo distinto, con especias, cúrcuma, anís estrellado en las salsas, que les da un toque singular” (comunicación personal, 2021). En este sentido la propuesta gastronómica de Pinuccio es tal vez la más abierta a la innovación y a la heterodoxia, pero sin que los clientes dejen de recordar lo que comían en casa de los abuelos y reconocer lo casero y lo italiano. En efecto, como subraya el dueño, buena parte de la clientela de Pinuccio es de origen italiano y frecuenta el restaurante por su “atmósfera de Trastevere” y donde todo es casero (comunicación personal, 2021). Con respecto al uso de las lenguas, en el menú se

alterna el italiano con el español ya sea en las categorías de platos (“*Antipasti/Aperitivos/Insalate/Salsas/Pasta ripiena*”, etc.), en las descripciones de los ingredientes (“Espinaca y *ricotta*”), en las indicaciones para el cliente (“*Pasta senza glutine*/Las pastas son elaboradas artesanalmente y sin conservantes”), así como también en el nombre de algunos platos y salsas (“*Margherita/Napolitana/Spaghetti* de arroz/*Tuco e pesto*”). En algún caso específico, aclara Sergio Puerta, el uso del español es una elección pensada con el fin de evitar equívocos y pérdidas de tiempo (comunicación personal, 2021). En general, el italiano utilizado en los textos expuestos en el local y en el menú es formalmente casi perfecto, aunque estos no presentan la complejidad evidenciada en otros restaurantes, como en Maria Fedele (y Mercato italiano) o L’Adesso.

## Conclusiones

El acercamiento al estudio de los PL como género discursivo abre el camino a un enfoque interdisciplinario que no se limita a un mero estudio de la variación, sino que la subsume como parte del entramado de relaciones sociales que dan como resultado el concepto de identidad.

La tensión entre tradición e innovación no es mucho más compleja de lo que puede evidenciar una tabla sinóptica. Sin embargo, ella permite examinar y visualizar en una matriz a doble entrada la relación dinámica entre dos variantes.

Además, en las entrevistas emergen algunas regularidades que creemos dignas de ser mencionadas:

- Ninguno de los informantes reivindica un monopolio sobre la cocina italiana por el solo hecho de haber nacido en Italia.
- La mayoría de ellos cree que la esencia de la cocina italiana reposa en las materias primas de calidad y en el respeto de las recetas tradicionales.
- La mayor disposición a la contaminación y a la variación lingüística a la vez se encuentra entre los italianos de segunda o tercera generación.

## Referencias

- Amossy, R. y Herschberg Pierrot, A. (2001). *Estereotipos y clichés*. Eudeba.
- Angenot, M. (2010). *El discurso social. Los límites de lo pensable y lo decible*. Siglo XXI.
- Arfuch, L. (2009). Ver el mundo con otros ojos. Poderes y paradojas de la imagen en la sociedad global. En L. Arfuch y V. Devalle (Comps.), *Visualidades sin fin. Imagen y diseño en la sociedad global*. Prometeo.
- Ariolfo, R. (2017). Visibilidad y percepción del español en el paisaje lingüístico genovés. *Lingue e Linguaggi*, 21, 7-25. <https://dx.doi.org/10.1285/i22390359v21p7>
- Ariolfo, R. (2019). Comida, lengua e identidad en el paisaje lingüístico. *Orillas*, 8, 629-652.
- Ariolfo, R. y Mariottini, L. (Eds.). (2018). *Paisajes lingüísticos de la migración. Contextos mediáticos, urbanos y formativos*, Número monográfico de *Lingue e Linguaggi*, 25. <https://dx.doi.org/10.1285/i22390359v25p5>
- Bajtín, M. (1982). *Estética de la creación verbal*. Siglo XXI.
- Balsas, M. S. y Capelli, F. (2023). Qué ves cuando las ves. Las mafias italianas en los paisajes lingüísticos de la Ciudad de Buenos Aires. *Comparative Cultural Studies*, 16.
- Bengochea, N. (2019). Lenguas en la marquesina: análisis del paisaje lingüístico en los barrios de Buenos Aires. *Signo y Seña*, 35, 47-66.
- Bourdieu, P. (2001). *¿Qué significa hablar?* Akal Universitaria.
- Capelli, F. (2022a). *Don Vito ti guarda: le mafie italiane nei paesaggi linguistici di Buenos Aires* [Comunicación presentada]. XXXVI Congreso Asociación Argentina Docentes e Investigadores Lengua y Literatura Italiana ADILLI, Mar del Plata, Argentina.
- Capelli, F. (2022b). *El paisaje como texto, el texto como paisaje: palíndromos socio-lingüísticos en el espacio urbano de Buenos Aires* [Comunicación presentada]. VIII Congreso de Arte y Ciencia del Paisaje, Guadalajara, México.

- Capelli, F. y Ariolfo, R. (2023). El italiano en el paisaje lingüístico de Buenos Aires como campo de disputa de la representación y autorrepresentación de la italianidad en Argentina. *Lengua y migración / Language and Migration*, 15(1), 63-102.
- Capelli, F., Pasquali, P., Caraballo, F., Pitton Straface, M., Primucci, O., Mazzeo, L. y Pisaroni, N. (2022). Questa non è casa. *Simboli identitari e pratiche glottopolitiche nei percorsi migratori di imprenditori gastronomici di CABA e della provincia di Buenos Aires* [Comunicación presentada]. III Jornadas Internacionales de Lenguas Modernas, Universidad del Salvador, Buenos Aires.
- Hipperdinger, Y. H. (2018). Coexistencia interlingüística en un paisaje lingüístico urbano. Español y otras lenguas en denominaciones comerciales de Bahía Blanca (Argentina). *Itinerarios*, (27), 193-216.
- Mariottini, L. (2019a). Políticas lingüísticas y migración latinoamericana en Roma. Mono y plurilingüismo en los signos comunicativos del espacio público. En F. De Cesare y M. A. Giovannini (Eds.), *Lenguajes de la política. Más allá de las palabras* (pp. 85-113). UniorPress.
- Mariottini, L. (2019b). Paisaje lingüístico y migración latinoamericana en Roma. *Anuario L/L. Estudios Lingüísticos*, (46), 219-247.
- Montrul, S. (2015). *The Acquisition of Heritage Languages*. Cambridge University Press.
- Rancière, J. (2013). *El espectador emancipado*. Manantial.
- Steimberg, O. (1993). *Semiótica de los medios masivos*. Atuel.