

**“UN ITALIANO VERO”. LENGUA DE HERENCIA, DISPUTA POR LA IDENTIDAD  
Y (AUTO) REPRESENTACIONES DE LA ITALIANIDAD EN LOS PAISAJES  
LINGÜÍSTICOS EN BUENOS AIRES**

*“UN ITALIANO VERO”. HERITAGE LANGUAGE, STRUGGLE FOR IDENTITY, (SELF)  
REPRESENTATIONS FOR IDENTITY IN LINGUISTIC LANDSCAPE IN BUENOS AIRES*

Investigadores USAL:

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

Investigadores externos:

Pisaroni, Nastassia; Tavella, Salvatore

Alumnos practicantes de grado:

Pasquali, Paloma; Primucci, Ornella; Gallo Poretti, Mateo; Mazzeo, Lisandro;  
Pitton Straface, Mariel; Carballo, Federico

**Palabras clave:** paisajes lingüísticos, lengua de herencia, glotodidáctica

**Keywords:** *linguistic landscapes, heritage language, glottodidactics*

**Resumen**

El proyecto pretende problematizar la percepción y la autopercepción de la identidad italiana y sus representaciones a través del estudio de los paisajes lingüísticos italianos en Buenos Aires, referidos a los emprendimientos del sector gastronómico. La cita del título, “Un italiano vero”, se refiere a una canción italiana de los 80 que se convirtió en un éxito en Sudamérica. La investigación, a través de un acercamiento etnográfico y un análisis sociosemiótico de los diferentes textos y visualidades presentes en los paisajes lingüísticos, analizará los procesos simbólicos y la producción de sentidos en dichas visualidades, para desglosar, contrastar y problematizar las diferentes nociones de “italianidad” producidas por quien —descendiente de inmigrantes que tenga el italiano como lengua de herencia, inmigrante o sin ningún vínculo con Italia— pone un nombre italiano a su negocio o utiliza palabras italianas en cualquier tipo de inscripción presente en el espacio público relacionado a dicha actividad. Contemporáneamente, se utilizarán los paisajes lingüísticos —en cuanto textos auténticos— para el diseño de un dispositivo glotodidáctico innovativo para la enseñanza del italiano como lengua extranjera para hispanohablantes. La investigación se basa en 4 fases distintas: 1) Construcción de una bibliografía razonada. 2) Relevamiento, análisis y contraste de los paisajes lingüísticos de los emprendimientos del sector gastronómico en Buenos Aires. 3) Investigación con metodologías cualitativas y acercamiento etnográfico a los productores de dichas visualidades (los dueños de los negocios) para investigar las condiciones de producción de discursividades y los procesos simbó-

licos vinculados a la elección de palabras italianas; análisis e interpretación de los datos. 4) Diseño, validación e implementación de un dispositivo glotodidáctico basado en paisajes lingüísticos.

**Abstract**

*This project aims to problematize the perception and self-perception of Italian identity and its representation through the study of Italian linguistic landscapes in Buenos Aires, within the gastronomic world. The quotation chosen for the title, “Un italiano vero”, makes reference to an Italian song of the ‘80s, which became a success in South America. The study, through an ethnographic approach and a sociosemiotic analysis of the different texts and visualities present in linguistic landscapes, will analyze the symbolic processes and sense production of said visualities, in order to identify and compare the different notions of italianity, made by those who baptize their businesses after an Italian name, or use Italian words in any kind of inscription in the public space related to said activity - immigrant descendants that have Italian language as their heritage language, immigrants, or people with no blood bonds towards Italy. At the same time, linguistic landscapes will be used -as authentic material- to design innovative glottodidactic tools for the teaching of Italian to Hispanic speakers. The investigation is based on 4 different phases: 1) The setup of an annotated bibliography. 2) The Search, analysis and comparison of linguistic landscapes of gastronomic world in Buenos Aires. 3) The research based on qualitative methods and ethnographic approaches to the producer of the aforementioned visualities (bar, restaurants and shops owners) to investigate production processes and representations related to the choice of Italian words; data analysis and interpretation. 4) Design, validation and implementation of glottodidactic tools based on Italian linguistic landscapes.*