
Un italiano vero. Lingua minoritaria, disputa per l'identità e (auto)rappresentazioni dell'italianità nei paesaggi linguistici di Buenos Aires

*Francesca Capelli**

Abstract:

La presentazione si basa sul progetto biennale (2021-2022) 80020200100115US “*Un italiano vero. Lengua de herencia, disputa por la identidad y (auto)representaciones de la italianidad en los paisajes lingüísticos en Buenos Aires*”. Il progetto ha l’obiettivo di problematizzare la percezione e l’autopercezione dell’identità italiana e delle sue rappresentazioni attraverso lo studio dei paesaggi linguistici (PL). In particolare, vengono analizzati PL riferiti a imprese gastronomiche, nella consapevolezza del forte valore affettivo rappresentato dal cibo e del fatto che la cucina è un cliché della rappresentazione dell’italianità.

Attraverso un approccio etnografico e un’analisi sociosemiotica dei testi scritti e visivi presenti nei PL, abbiamo analizzato i processi simbolici e la produzione di significati, per problematizzare le diverse nozioni di italianità generate.

La prima fase della ricerca si è concentrata sulla costruzione di un database di immagini (al momento circa 500, in continuo aggiornamento), analizzate per confermare l’ipotesi che i PL possano configurarsi come genere discorsivo, caratterizzato da tratti tematici, retorici e discorsivi comuni. Durante seconda fase, attualmente in corso, abbiamo effettuato interviste semistrutturate ai gestori dei locali, per confermare o refutare l’ipotesi che i PL costituiscano moneta di scambio nel mercato dei discorsi o, in altri termini, siano un luogo in cui si compie la (ri)produzione di un senso comune visivo italiano e della disputa intorno a esso.

Contemporaneamente abbiamo analizzato gli errori (o per meglio dire le variazioni linguistiche) presenti, da una parte per interpretarli in quanto azioni

* Francesca Capelli: Licenciada en Ciencias Políticas a orientación social por la Universidad de Bologna, egresada de la escuela de periodismo Ifg (Istituto per la formazione al giornalismo) di Milano, docente titulada (Ditals II, Università per stranieri di Siena) de italiano lengua extranjera. Maestranda de la maestría en Comunicación y cultura de la FSOC de la Universidad de Buenos Aires. Docente en la escuela secundaria italiana C. Colombo de Buenos Aires y profesora asociada de Gramática italiana en la Universidad del Salvador. Sus intereses de investigación se centran en el análisis del discurso, paisajes lingüísticos, sociolingüística. Fuera de lo académico, se desempeña como periodista, traductora y escritora infanto-juvenil. Correo electrónico: francesca.capelli@usal.edu.ar.

glottopolitiche, dall'altra per costruire un dispositivo didattico per studenti di italiani ispanofoni.

Introduzione

Il progetto di ricerca – come il suo *corpus* principale, i paesaggi linguistici (PL) – si colloca in un'area interdisciplinare tra sociolinguistica, sociologia, storia, comunicazione, antropologia e glottodidattica. Il gruppo è partito dalla costruzione di una bibliografia ragionata sulla storia dell'immigrazione italiana in Argentina e sul suo ruolo nella costruzione di un mito fondazionale, ma anche su un nucleo di studi più recenti, dedicati all'ultima ondata migratoria e alle relazioni attualizzate tra i due paesi, dal punto di vista culturale, economico, accademico, politico. La disponibilità di ricerche e di lavori teorici costituisce una base sufficientemente ampia per problematizzare il concetto di "identità italiana" così come viene rappresentato e autorappresentato dai diversi attori sociali: italiani nativi o discendenti di immigrati di seconda o terza generazione.

Abbiamo così contrastato costruzioni di senso, rappresentazioni e autorappresentazioni, districandoci nella tassonomia di nozioni contigue e semanticamente sovrapponibili, come stereotipi, cliché, frasi fatte, luoghi comuni, idee precostituite (Amossy e Pierrot, 2001) e abbiamo delineato l'evoluzione dell'atteggiamento nei confronti degli italiani in Argentina: come una sorta di pendolo, nell'arco di circa 130 anni tale atteggiamento è oscillato dall'estremo del rifiuto e della discriminazione verso l'idealizzazione acritica. Così, la presenza italiana in Argentina – considerata inizialmente un male necessario in quanto serbatoio di forza lavoro a buon mercato, sebbene carente di educazione – arrivò a suscitare punte di pregiudizio e discriminazione, acutizzatesi nei primi anni '30 a causa dei crimini (come l'assassinio di Abel Ayerza; Balsas, 2022) della banda Galiffi di Rosario, gangster dediti alle estorsioni e ai sequestri. Quando, in seguito alle cicliche crisi economiche, l'Argentina si trasformò in un paese di migranti, a quel punto l'Italia divenne una delle destinazioni più ambite (se non altro per l'origine di gran parte della popolazione), con conseguente idealizzazione dello stile di vita, la politica, l'economia, l'efficienza dello Stato ecc.

Le strette, multiformi e a volte ambivalenti relazioni tra italiani e argentini hanno marcato la presenza, nello spazio pubblico di Buenos Aires, di numerosi PL italiani, intesi sia come iscrizioni, sia come immagini e segni grafici. Ci siamo concentrati sui PL delle imprese gastronomiche di CABA e provincia di Buenos Aires, consapevoli del ruolo sociale e simbolico del cibo e di come esso sia un inevitabile cliché associato alla cultura italiana.

Metodología

Dal punto di vista metodologico, abbiamo scelto di trattare prevalentemente PL bottom-up (a nostro parere più significativi per la produzione di senso in

quanto non istituzionali), presenti su tutte le superfici significanti dello spazio pubblico fisico e virtuale, includendo non solo cartelli, poster, insegne, vetrofanie, menù, volantini, ma anche t-shirt, borse, cappelli che, se indossati fuori dall'ambito strettamente privato, fanno parte a nostro parere dei PL. Ugualmente, consideriamo spazio pubblico anche gli ambienti virtuali, in particolare siti Internet, blog, portali, reti sociali (Pink, 2015). Sebbene la prospettiva della ricerca sia prevalentemente sociolinguistica, abbiamo scelto di non limitarci ai testi, ma di analizzare "visualità" (*visualidades*, secondo la definizione di Arfuch y Devalle, 2009), cioè il combinato "testo-immagine-grafica", come un unico corpo, per non rischiare di trasformare l'immagine nell'illustrazione del testo e il testo nella didascalia dell'immagine o relegare la grafica a un ancillare ruolo decorativo.

Struttura della ricerca

La ricerca è stata divisa in due fasi.

- 1) **La prima** si è basata su un'analisi sociosemiotica dei paesaggi linguistici, individuati attraverso la tecnica innovativa della "passeggiata in quartiere" e successivamente classificati in un database che conta oltre 500 immagini ed è in continuo aggiornamento.
- 2) **La seconda** consiste in una ricerca sul campo, di tipo qualitativo, con interviste in profondità, semistrutturate, ai produttori di simboli e significati (in questo caso i proprietari di alcune delle imprese esaminate), sul tema della propria autorappresentazione dell'identità italiana, della percezione dell'autentico (in particolare riguardo alla cucina), sull'uso della lingua. In queste interviste utilizziamo una tecnica di tipo etnografico (Guber, 2011), basata su domande aperte, libere associazioni, categorizzazione differita, per svariate ragioni: perché si tratta di una ricerca qualitativa; per tenere conto non solo della referenzialità dell'intervistato, ma anche della nostra autoreferenzialità di ricercatori; infine perché non è possibile a nostro parere studiare i PL e la variazione linguistica in essi contenuta senza fare un'etnografia della traiettoria migratoria, incrociando apporti che provengano dalla storia, dalla sociologia, dall'antropologia, dalla linguistica, dalla semiotica.

Ipotesi di lavoro

A – La **prima ipotesi** che ha guidato la nostra ricerca riguardava la nozione di "identità italiana", polarizzata tra due estremi di un *continuum*: da un lato la tradizione rappresentata dal vincolo con il clan familiare, la *heritage language* e lo stereotipo dell'italianità; dall'altro, una nozione più dinamica legata a processi simbolici e forme di socializzazione a valori, mode, stili di vita considerati "desiderabili" e prestigiosi. Questa ipotesi è stata confermata dai primi risultati, anche se la tensione tra tradizione e innovazione è più complessa e non può essere descritta esclusivamente secondo una distribuzione assiale.

Innanzitutto perché il confine tra innovazione e deviazione/devianza è labile per gli attori coinvolti nella ricerca. Del resto anche sul concetto di tradizione non c'è unanimità, sebbene dalle interviste realizzate finora emerga un'idea di cucina italiana legata in primo luogo alle materie prime di qualità, non necessariamente di importazione, ma sicuramente selezionatissime.

B - La **seconda ipotesi**, subordinata alla prima, è che nei PL si giochi una disputa per l'identità e l'autorappresentazione dell'italianità. In questo senso, le visualità presenti sarebbero la moneta di scambio nel mercato dei discorsi (Bourdieu, 2001) e che abbiano quindi un prezzo, una domanda, un'offerta... Per corroborare questa ipotesi abbiamo analizzato i PL come genere discorsivo, caratterizzati quindi da tratti tematici, retorici ed enunciativi (Bajtin, 1982).

Per quanto riguarda i **tratti tematici**, abbiamo individuato alcune categorie lessicali attorno ai quali si agglutinano, come nuclei di senso, i nomi dei locali. Abbiamo così selezionato quelli che ci sembravano più rilevanti: (**i**, figura 1) nomi propri; (**ii**, figura 2) riferimenti geografici; (**iii**, figura 3) nomi legati alla gastronomia stessa (per esempio, ristoranti che si chiamano come piatti tipici – o percepiti come tali – o utensili da cucina); (**iv**, figura 4 e 5) riferimenti alla mafia e alla cultura mafiosa.



Figura 1



Figura 2

Figura 3





Figura 4



Figura 5

I tratti tematici hanno a che vedere con le categorie del desiderabile, del giusto, dell'adeguato.

I nomi propri (nomi di battesimo e cognomi) e la toponomastica sono intimamente legati all'identità. Indicano appartenenza, radicamento e attaccamento al territorio, continuità generazionale, vincolo con il clan di origine. Dimostrano inoltre il superamento dello stigma sociale che gravava sull'immigrato (tanto che all'inizio del '900 i nomi italiani venivano argentinizzati). Le parole legate alla gastronomia hanno a che fare con la conservazione della tradizione e la proposta di una cucina casalinga, familiare, all'insegna della "vera" italianità, qualunque cosa questo significhi (Capelli, Pasquali et al., 2022) all'interno del regime di concorrenza del mercato dei discorsi.

Una menzione a parte meritano i nomi legati alla mafia (Arte de mafia, Don Corleone, El Don, Pizza Nostra, Lucciano, L'omertà, El clan...), incredibilmente diffusi a Buenos Aires e provincia, Tandil compresa, dove il più antico locale a tema mafioso che siamo riusciti a censire Pizza Nostra, oggi chiuso) esisteva nel già nel 1999. In figura 6, la pubblicità in una pagina del quotidiano locale Eco de Tandil.



Figura 6

Come si nota dalla grafica dell'immagine (e come abbiamo riscontrato in altri

PL dello stesso tema), i simboli mafiosi sono mediati dall'estetica e dall'immaginario grafico, iconico e testuale di *Il Padrino* di Francis Ford Coppola. Questo malgrado nello stesso anno, il 1972, in Argentina abbiano debuttato altri due film dedicati al fenomeno mafioso, affrontato da due diversi punti di vista: *La maffia* di Torre Nilson, dedicato alla banda Galiffi nella Rosario degli anni '30, e *Mimi Metallurgico ferito nell'onore* di Lina Wertmüller, una satira di costume che si appropria di cliché e stereotipi e li rielabora in modo originale. Nessuno dei due pare aver avuto un impatto altrettanto forte.

Questi PL ci interpellano sulla nozione di accettabilità sociale e sulle mediazioni che permettono alle parole di mafia di essere dette e scritte. Mostrano infatti un'immagine edulcorata o romantizzata della mafia, filtrata attraverso la trilogia cinematografica del *Padrino* (da cui deriva il loro apparato iconografico, testuale e grafico). Sembrano aspirare a ricondurre il fenomeno a qualcosa di folkloristico, macchiettistico, facendogli perdere il connotato criminale e il legame con omicidi, stragi, intimidazioni, traffico di droga. Quanto questo effetto sia una conseguenza non pianificata di una cultura che possiamo definire «pop capitalista», che riproduce per scopi commerciali e svuota di significato simboli e segni, o una strategia funzionale all'infiltrazione mafiosa in Argentina, è difficile stabilirlo, anche per l'ovvia reticenza dei produttori di segnali a qualificarsi pubblicamente come eventuali simpatizzanti della mafia. Quello che appare evidente è che queste pratiche contribuiscono alla banalizzazione del fenomeno mafioso, a renderlo accettabile e consumabile, e così facendo nascondono la realtà della mafia e le forme assunte nella sua infiltrazione in Argentina.

I tratti retorici hanno a che fare con le figure retoriche, le citazioni, i giochi di parole, la commistione tra generi (per esempio, il fumetto e il cinema) e tra lingue (italiano, spagnolo e a volte inglese), la prevalenza o l'equilibrio tra immagine o testo, i colori usati. Di grande interesse risulta il modo in cui il tricolore, immancabile, viene presentato nello spazio del locale: a volte si tratta di una vera e propria bandiera, appesa nella sale insieme con altri simboli dell'Italia (vedute di Roma, Pisa, Venezia, foto di attori famosi, la nazionale del mondiale del 1982...); nei casi più raffinati, una presenza più discreta dei colori italiani nel locale, con un apparato iconografico meno banale (quadri d'autore al posto delle foto da cartolina, locandine di film meno scontati...)

I tratti enunciativi delineano l'enunciante e il destinatario (reale e ideale): discendenti di immigrati italiani, con o senza cittadinanza, italiani nativi arrivati in epoca recente, persone senza alcun legame diretto con l'Italia, variabili individuali che si incrociano con quelle collettive, come la tipologia del quartiere (residenziale, turistico, commerciale, popolare, gentrificato...).

L'analisi semiotica delle visualità, combinata con le interviste in profondità (ancora in corso) a testimoni significativi, conferma anche questa seconda ipotesi: l'uso dell'italiano costituisce un serbatoio di senso al momento di produrre testi, immagini e segni grafici, in particolare per tutto ciò che è legato

all'(auto)rappresentazione dell'italianità in Argentina e valore che si attribuisce alle proprie origini e all'epica migratoria della propria famiglia.

C – La **terza ipotesi** è che le deviazioni dalla norma grammaticale presenti nei PL italiani (di tipo morfosintattico, ortografico, calchi, scambi di fonema etc., come si nota in figura 7-11) non dipendano esclusivamente da una mancanza di conoscenza della lingua, ma che costituiscano una forma di variazione linguistica, basata da una parte su un uso dell'italiano che da un lato potremmo definire "affettivo", in quanto *heritage language* (ricordi di infanzia, idioletti familiari), ma che dall'altro è funzionale alla riproduzione di frasi fatte, cliché, stereotipi senza nessuna intenzione di metterli in discussione, perché funzionano a livello commerciale e di marketing ("scrivono/dicono tutti così").

Anche questa ipotesi è stata confermata. Abbiamo così individuato – tra gli intervistati – alcuni profili-tipo nel rapporto con la lingua italiana, in base all'accettazione più o meno marcata della contaminazione vs la ricerca della purezza, da mettere relazione alla funzione identitaria e di identificazione attribuita all'uso cosiddetto corretto della lingua.

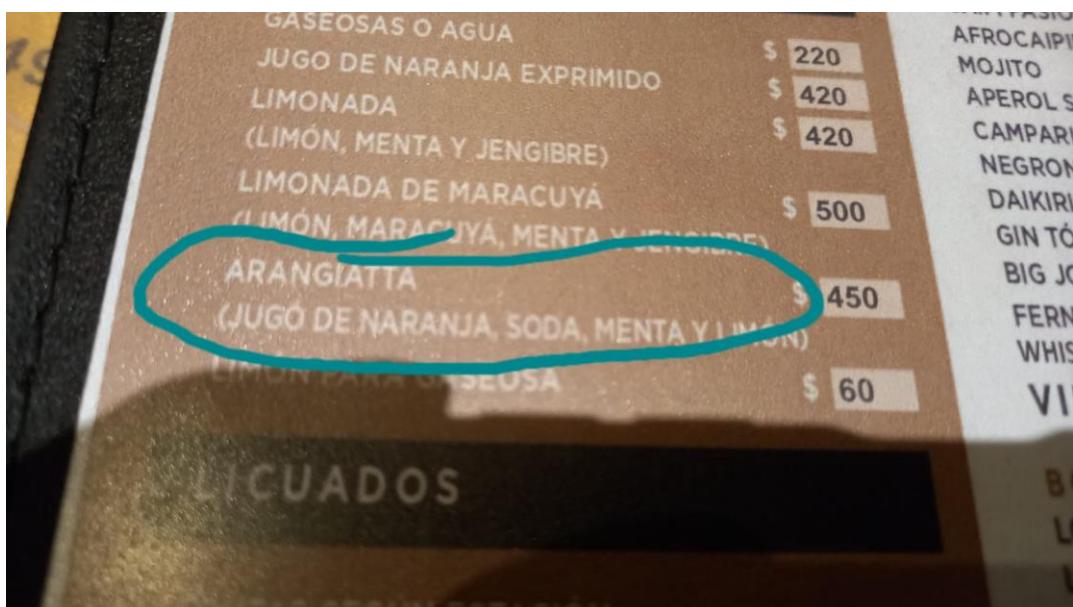


Figura 7

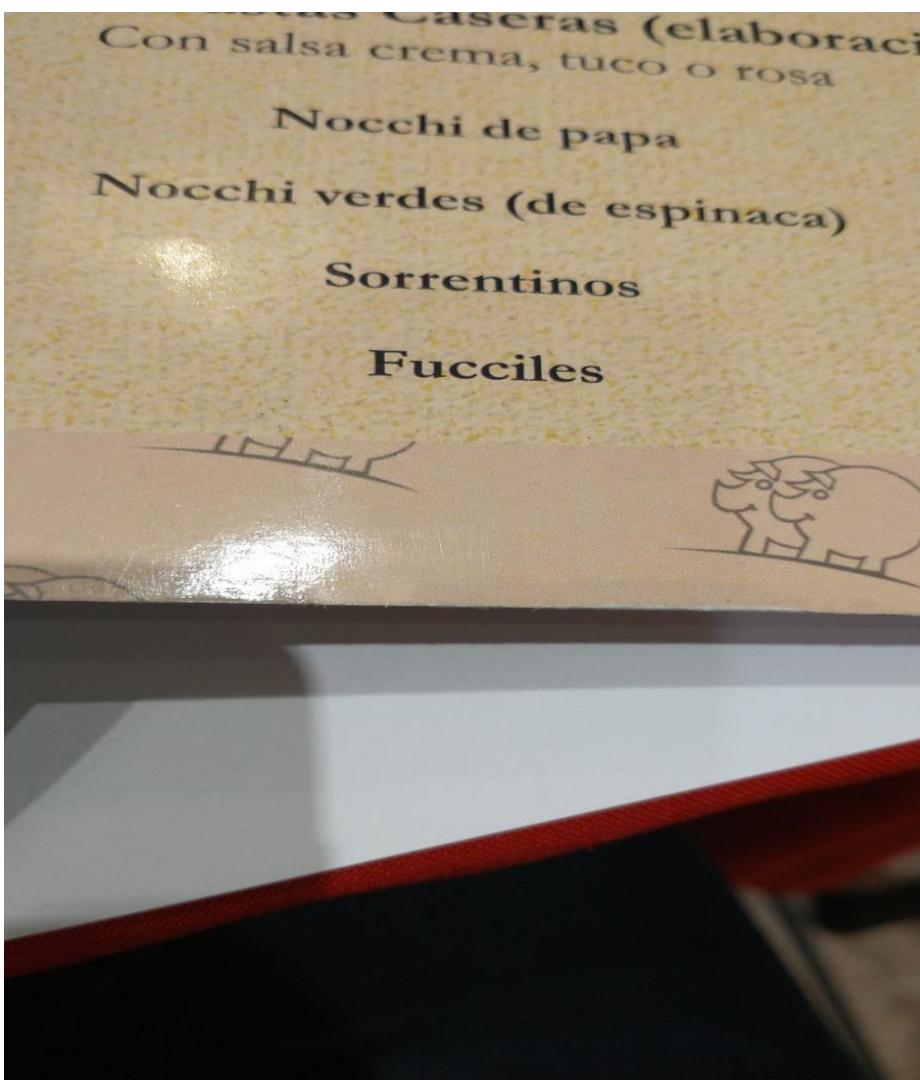


Figura 8



Figura 9



Figura 10



Figura 11

Fermo restando il nostro approccio sociolinguistico di tipo descrittivo, che considera la variazione linguistica come una pratica glottopolitica, queste deviazioni rispetto allo standard possono essere utilizzate nella didattica dell'italiano, dato che i PL costituiscono un serbatoio a costo zero di testi autentici. In questo senso, possono essere elaborati percorsi didattici e unità di apprendimento, per studenti di diversi livelli di conoscenza della lingua, basati sul riconoscimento, la classificazione e la correzione dell'errore (inteso, senza giudizio di valore, come deviazione rispetto alla standard). Con studenti di livello A1-B1 del QCER (Quadro comune di riferimento europeo) prevarrà un approccio didattico normativo, che mira a individuare e correggere i modismi più diffusi in una certa area geografico-linguistica; mentre per gli alunni avanzati (livello B2 e oltre) prevarrà un approccio descrittivo, che tenga conto degli assi diatopico, diastratico, diafasico e diamesico, e permetterà di studiare i registri d'uso e gli aspetti culturali legati alla cucina.

Infine, un'osservazione rispetto all'importanza di approccio interdisciplinare, senza il quale una ricerca di questo tipo non avrebbe senso: l'analisi semiotica sostiene quella linguistica, la sociologia aiuta la comprensione della variazione linguistica, mettendola in relazione con la variegata realtà della comunità italiana di Buenos Aires, così come la storiografia dell'immigrazione italiana in Argentina supporta le storie di vita e traiettorie migratorie individuali e familiari delle persone intervistate.

Riferimenti bibliografici

- Amossy, R. y Herschberg Pierrot, A. (2001). *Estereotipos y clichés*. Buenos Aires: Eudeba.
- Arfuch, L y Devalle V. (eds). (2009). *Visualidades sin fin*. Buenos Aires: Prometeo.
- Bajtín, M. (1982). *Estética de la creación verbal*, México: Siglo XXI.
- Balsas, M. S. (2022). *The Mafia in the Italian Ethnic Press in Argentina*. In: International Conference “Past and Present Migration Challenges: What European and American History Can Teach Us”, Bertinoro, 4 June 2022.
- Bourdieu. P. (2001). *¿Qué significa hablar?* Madrid: Akal Universitaria.
- Capelli, Pasquali et al. (2022) “*Questa non è casa*”. *Simboli identitari e pratiche glottopolitiche nei percorsi migratori di imprenditori gastronomici di CABA e della provincia di Buenos Aires*. In: III Jornadas Internacionales de Lenguas Modernas, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 18-19 agosto 2022.
- Guber, R. (2011) *La etnografía. Método, campo, reflexividad*. Buenos Aires: Siglo XXI
- Pink, S. (2007). *Doing Visual Ethnography. Images, Media and Representation in Research*. Londres: Sage.
- Pink, S et al. (2015) *Digital Ethnography. Principles and Practice*, Londres: Sage.