
“Questa non è casa”. Simboli identitari e pratiche glottopolitiche nei percorsi migratori di imprenditori gastronomici di CABA e della provincia di Buenos Aires

*Paloma Pasquali**

*Federico Caraballo***

*Nastassia Pisaroni****

*Mariel Angeles Pitton Straface*****

*Ornella Primucci******

*Lisandro Mazzeo******

* È traduttrice giurata d'italiano laureata presso l'Universidad del Salvador e insegnante di Arti Visive presso l'Instituto Superior de Formación Artística Manuel Belgrano. Vincitrice del terzo premio per la lingua italiana nel XI Certamen Nacional de Traducción Pública organizzato dal Colegio de Traductores Públicos de la Ciudad de Buenos Aires. Ha frequentato diversi corsi di formazione e laboratori in lingua italiana all'USAL, tra cui il corso d'estensione universitaria d'Interpretazione italiano-spagnolo tenuto dai professori Néstor Saporiti e Valeria De Agostini. Attualmente fa parte del progetto di ricerca “Un italiano vero. Lengua de herencia, disputa por la identidad y autorepresentaciones de la italianidad en los paisajes lingüísticos en Buenos Aires” presso l'Instituto de Investigación en Lenguas Modernas (Universidad del Salvador). E-mail: paloma.pasquali@usal.edu.ar.

** Laureato in Scienze della Comunicazione nella Università degli Studi di Verona. Studente del terzo anno del Traductorado Público de Italiano. Collaboratore nella investigazione 2021-2022 80020200100115US “Un italiano vero”. E-mail: f.caraballo@usal.edu.ar.

*** Nata e cresciuta a Gorizia (Italia), ha conseguito la laurea specialistica in Lingue e Letterature Straniere presso l'Università degli Studi di Udine. In possesso della certificazione CEDILS - Didattica dell'italiano a stranieri (Università Ca' Foscari di Venezia, laboratorio ITALS), attualmente è insegnante di italiano in due scuole paritarie della città di Buenos Aires, Argentina. E-mail: na.pisaroni@gmail.com.

**** Laureata presso l'Università Nazionale delle Arti. Studentessa del terzo anno del Traductorado Público de Italiano all'Università del Salvador. Membro del progetto di ricerca: “Un italiano vero”. Lengua del patrimonio, disputa sull'identità e (auto)rappresentazioni dell'italianità nei paesaggi linguistici di Buenos Aires. E-mail: m.pittonstraface@usal.edu.ar.

***** Studentessa del quarto anno del Traductorado Público de Italiano all'Università del Salvador. Frequenterà il prossimo semestre all'Università degli Studi di Pavia. Attualmente fa parte del progetto di ricerca: “Un italiano vero”: Lengua de herencia, disputa por la identidad y autorepresentaciones de la italianidad en los paisajes lingüísticos en Buenos Aires” presso l'Instituto de Investigación en Lenguas Modernas. E-mail: ornella.primucci@usal.edu.ar.

***** Studente del Traductorado Público de Italiano. E-mail: lisandromartin.mazzeo@usal.edu.ar.

SUPLEMENTO *Ideas*, III, 11 (2022), pp. 1-19

© Universidad del Salvador. Escuela de Lenguas Modernas. ISSN 2796-7417

Abstract

La relazione si basa sui risultati preliminari della seconda fase del progetto di ricerca 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*".

I ricercatori hanno realizzato alcune interviste semistrustrate a imprenditori gastronomici di CABA e provincia, scelti con età, profilo e traiettorie migratorie diverse tra loro.

Contrastando quattro di queste interviste, scelte per la loro significatività e comparabilità, si analizzano i vissuti, l'autopercezione dell'identità migrante, il rapporto con l'alterità, i processi simbolici mediati dai paesaggi linguistici italiani raffigurati sulle superfici significanti (insegne, fotografie e quadri alle pareti, menù, magliette...) dei loro locali.

La congettura che guida la ricerca è che i paesaggi linguistici italiani a Buenos Aires siano, da una parte, la conseguenza delle ondate migratorie tra la fine dell'Ottocento e i primi decenni del Novecento, ma che - dall'altra - testimonino anche un cambiamento di atteggiamento nei confronti degli italiani, passando dal rifiuto totale all'idealizzazione acritica di ogni aspetto della vita italiana. Per questo si configurano come uno dei luoghi della disputa per l'identità, dove si contrappone l'autentico all'autoctono, la purezza al meticcio, la tradizione alla risignificazione, il rispetto della norma linguistica standard alla variazione e alla devianza.

Introduzione

Nella presente relazione si farà riferimento allo svolgimento e ai risultati ottenuti nella seconda parte del progetto di ricerca "*Un italiano vero. Lengua de herencia, disputa por la identidad y (auto)representaciones de la italianidad en los paisajes lingüísticos en Buenos Aires*". Dopo una prima fase di raccolta e costruzione di un *database* – comunque in continuo aggiornamento – dei paesaggi linguistici e della loro analisi, è stato avviato il lavoro sul campo attraverso una serie di interviste semistrustrate a imprenditori gastronomici di CABA e provincia, scelti con età, profilo e traiettorie migratorie diverse tra loro.

Le interviste sono state effettuate secondo il metodo etnografico, nel quale la partecipazione attiva dell'intervistatore e l'osservazione diretta hanno un ruolo fondamentale per conoscere e capire i fenomeni sociali dalla prospettiva degli attori. Di conseguenza si è cercato di far prevalere un tipo di conversazione fluida con gli intervistati, utilizzando come strumenti metodologici le domande generali, la libera associazione e la categorizzazione differita (Guber, 2011:33), cioè una categorizzazione che non si definisce a priori, ma attraverso il dialogo con l'informante. Inoltre, ciascuno degli incontri ha avuto luogo negli stessi locali gastronomici in cui i proprietari svolgono la propria attività, dato che consideriamo l'osservazione del paesaggio linguistico presente in detti ambienti come parte dell'intervista.

In linea con uno dei punti cardine del progetto, ovvero cercare di problematizzare il concetto di "identità italiana" così come è rappresentato e auto-rappresentato dai diversi attori sociali, si nota che tra i soggetti intervistati è possibile trovare nativi argentini con antenati italiani, nativi italiani residenti in Argentina da relativamente poco tempo e nativi italiani arrivati durante l'ultima ondata migratoria di metà del XX secolo. Partire da queste molteplici storie e personalità, in cui inevitabilmente nazionalità e culture si intrecciano, fa sì che l'accento venga posto fin dall'inizio sulla costruzione dei percorsi personali e la questione di cosa significhi "essere migrante" e, di conseguenza, sull'autorappresentazione dell'identità italiana. In questo senso, l'identità italiana, così come viene autorappresentata, si polarizza lungo le due estremità di un *continuum*: da una parte, la tradizione rappresentata dal vincolo con il clan familiare, la *heritage language* o lingua minoritaria (Poggeschi, 2010) e il cliché (Amossy et al., 2001) sulle origini; dall'altra parte, una nozione più dinamica, legata a forme di socializzazione a valori, mode, stili di vita considerati desiderabili ed elitari. I paesaggi linguistici presenti nello spazio fisico di tali imprese, o nelle loro pagine social, rappresentano in questo senso il terreno di disputa per la definizione di questa identità e le visualità in essi contenuti (intese come congiunto di testo, immagini e grafica) sono la "moneta" da spendere nel mercato dei discorsi e, in questo senso, hanno un prezzo, una domanda, un'offerta ecc. (Bourdieu, 2001).

Con lo scopo di capire in che modo queste diverse identità si fondono nei prodotti gastronomici e come si sviluppano i processi simbolici mediati dalla lingua e i paesaggi linguistici, abbiamo scelto di categorizzare (in modo differito) in cinque punti i comuni denominatori che hanno segnato questa tappa: (i) la traiettoria migratoria e il percorso personale dei proprietari intervistati; (ii) la definizione di "cucina italiana" (con l'eccezione della gelateria Furchi); (iii) il rapporto con l'italiano scritto (anche attraverso l'analisi dei paesaggi linguistici); (iv) l'identità e l'autorappresentazione dell'italianità; (v) la trasmissione intrafamiliare della cultura e dei mestieri.

Questi aspetti verranno sviluppati di seguito contrastando l'analisi di quanto rilevato dalle interviste a Leonardo Fumarola (ristorante L'Adesso), Silvana D'Antonio (ristorante Il Sorpasso), Pedro Picciau (ristorante Italpast) e Mercurio Furchi (gelateria Furchi). Tutti questi locali si trovano nella città di Buenos Aires, eccetto Italpast che è a Campana, provincia di Buenos Aires.

L'Adesso, Città Autonoma di Buenos Aires - Leonardo Fumarola

L'intervista si è svolta nel locale, seduti a uno dei tavoli. Il quartiere è Palermo Hollywood, una zona gentrificata negli ultimi anni grazie alla *movida* notturna e alla presenza di ristoranti, bar e birrerie alla moda. Il ristorante non ha un'insegna evidente, l'arredamento è sobrio ed elegante, il tricolore è

presente ma declinato in modo originale, senza ricorrere ai soliti cliché e frasi fatte e all'accompagnamento di bandiere, fotografie della Nazionale di calcio.



- TRAIETTORIA MIGRATORIA

Leonardo Fumarola arriva a Buenos Aires da adulto e con un curriculum già importante nel campo della ristorazione. La moglie è argentina, si sono conosciuti in Italia ma, dopo aver vissuto alcuni anni nel paese, hanno deciso di riavvicinarsi alla famiglia di lei.

Leonardo è pugliese e ha viaggiato molto, sia per formazione che per lavoro; l'essere migrante fa parte del suo percorso personale da sempre.

- COS'E' LA CUCINA ITALIANA?

Per Fumarola non esiste una cucina italiana, bensì esiste la cucina *regionale* italiana, con le sue molteplici sfaccettature e caratteristiche. Le ricette che propone nel suo ristorante sono ricette provenienti da tutta Italia, riviste però con un tocco di modernità. Ecco quindi che troviamo i piatti classici, come la pasta cacio e pepe, la parmigiana o il tiramisù accanto alle più particolari pappardelle di castagne e mirtilli. La cucina che L'Adesso propone esige materie prime di qualità, con provenienza tanto italiana importata (pomodoro, parmigiano, pecorino, prosciutto), quanto argentina (ricotta di pecora e mascarpone), ma tutte con un unico denominatore: la qualità e la freschezza. La

pasta fresca è preparata al momento, il pesce che si serve è quello che si trova secondo la pesca del giorno: nella cucina di Fumarola non c'è spazio per l'approssimazione, tutto è studiato per cercare di educare il palato dei commensali al gusto italiano, quasi che lo chef si attribuisca un ruolo pedagogico rispetto ai clienti.

“Guarda, io prima ti giuro ho cacciato gente dal ristorante, eh...Per il fatto del limone [sulla frittura di pesce]” dice durante l'intervista.

- RAPPORTO CON L'ITALIANO SCRITTO

Tutti i piatti nel menù del ristorante L'Adesso sono scritti in un corretto italiano, senza errori ortografici; sotto ad ogni piatto c'è la rispettiva traduzione in spagnolo. Anche l'indicazione della cottura della pasta (“al dente”) viene specificata in italiano. Interrogato sulla scelta del nome del ristorante (in particolare sull'articolo e la maiuscola), dà una spiegazione che denota una profonda conoscenza della lingua e delle sue sfumature, superiore alla media anche per un nativo.

Nel locale ci sono frasi in italiano dipinte sulle pareti che, con i menù e i packaging di alcuni prodotti tipici (olio extravergine d'oliva, aceto balsamico ecc.), costituiscono il paesaggio linguistico del locale.



I camerieri argentini presenti nel locale pronunciano correttamente il nome dei piatti in italiano.

In compenso, quando Fumarola parla a braccio – per esempio durante l'intervista, condotta in italiano – applica il cosiddetto *mix code*, comune tra persone bilingui, che consiste nella coesistenza, nella stessa frase, di termini ed espressioni italiane e spagnole, spesso adattate (“lavori con un alto grado di conoscenza”, “povereza”, “o sea”, “si no che”).

- L'ITALIANO UNISCE O DIVIDE? IDENTITÀ E AUTORAPPRESENTAZIONE

Leonardo Fumarola è uno chef rinomato con pluriennale esperienza. Il suo locale raffinato e al contempo essenziale, il menù (con un numero ragionevole di piatti) e l'attenzione al dettaglio, denotano l'intenzione di rivolgersi a un pubblico ristretto, quasi elitario. Una clientela medio-alta che “compra”, oltre alla qualità della cucina, anche la *griffe* Fumarola. I clienti sono italiani residenti

in città o argentini che si sono avvicinati a questo modo di fare cucina italiana. Fumarola sa che il suo ristorante non è per tutti, e non lo vuole nemmeno. Ecco quindi che l'uso della lingua italiana e, in generale, l'italianità proposta da L'Adesso segnano uno spartiacque con la cucina italo-porteña che siamo abituati a vedere in Capital: o dentro, con Leonardo e i suoi piatti dell'Italia intera, o fuori, nell'universo tricolore da luogo comune (Amossy e Pierrot, 2001) dei vari barrios porteños. Lo stesso uso del tricolore, comunque immancabile, è più originale e sofisticato che in altri ristoranti come si vede nella foto dell'insegna.

Fumarola si propone quindi con un ruolo quasi pedagogico, come un "educatore" a ciò che è buono, corretto e giusto: il gusto, la lingua, la classificazione personale delle ricette.

- I FIGLI, IL MESTIERE E LA LINGUA ITALIANA

Leonardo Fumarola e la moglie hanno due figli ancora bambini; parla con entrambi in italiano e Vito, il più grande, ha frequentato per alcuni anni una scuola paritaria italiana a CABA.

Il Sorpasso, Città Autonoma di Buenos Aires – Silvana D'Antonio

L'intervista si è svolta nel ristorante, che ha una clientela non fidelizzata, dato si trova a San Telmo, zona frequentata più dai turisti che dagli autoctoni. Solo il 10 per cento circa sono clienti abituali.

L'intervista inizia in spagnolo ma si passa subito all'italiano su richiesta dell'intervistata.



- TRAIETTORIA MIGRATORIA

Silvana D'Antonio è nata in Argentina da famiglia di immigrati abruzzesi della provincia di Teramo. A partire dagli anni '70, quando cominciano le crisi economiche in Argentina, la famiglia rientra gradualmente in Europa. Silvana parte nel 1982, finita l'università (Scienze dell'Educazione), e si stabilisce in Germania (dove viveva un fratello). Qui la raggiunge il fidanzato, oggi marito,

anche lui figlio di italiani, *"ma con meno italianità della nostra famiglia"*, più desiderosi di mimetizzarsi per non essere considerati *"tanos de mierda que se vienen a sacarse la fame"* [mix code originale]. A München, nel frattempo, il fratello apre un ristorante e lei inizia a lavorare lì. Quando resta incinta, si trasferisce in Abruzzo: vuole che i suoi figli nascano nella sua terra e assorbano la cultura italiana, *"una temperatura familiare diversa da quella tedesca"*. In Abruzzo si dedica all'insegnamento, nella scuola primaria, per oltre 10 anni: *"Lì ho trovato mi lugar en el mundo"* [mix code originale]. Più volte nell'intervista dichiara, riferendosi a Buenos Aires, *"questa non è casa"*, *"la mia casa è là [in Italia]"*, *"l'Argentina non è più quella di una volta"*. Sottolinea di avere sofferto prima di arrivare a questa conclusione.

Rientra a Buenos Aires nel 2013, sollecitata dal fratello, che invece desiderava vivere in Argentina e aveva trovato un locale dove creare un ristorante, dunque insisteva con lei e il cognato perché partecipassero a questa attività. Il fratello è poi deceduto, ora il ristorante è gestito da lei, il marito e uno dei figli. Ammette che l'Argentina è un paese che offre grandi opportunità di mobilità sociale.

- CHE COS'È LA CUCINA ITALIANA?

È soprattutto una questione di materie prime. Segnala una difficoltà a reperire formaggi di qualità, il prosciutto crudo. La mortadella l'ha tolta dalla carta, perché non riusciva a trovare un prodotto di qualità e questo la faceva soffrire. La parola *soffrire* (o *sofferenza*) ricorre spesso. Nel ristorante volevano fare una cucina esclusivamente abruzzese, poi si sono resi conto di quanto sia faticoso a causa delle pressioni dei clienti. Hanno cercato di mantenere un'identità italiana, ma *"si fa molta fatica"*, perché *"tutti sono padroni della cultura italiana, tutti hanno una nonna che fa i ravioli migliori dei tuoi"*, non capiscono che spesso le ricette familiari non sono quelle originali ma venivano adattate con ciò che gli immigrati trovavano al mercato senza spendere troppo (per esempio, farina di ceci al posto della farina di castagne per fare i *caggionetti*, dolce abruzzese natalizio).

Ha imparato a cucinare dalla madre, ottima cuoca anche se faceva una cucina molto semplice, contadina. Era stata la cuoca del *jardín de infantes* del San Lorenzo.

- RAPPORTO CON L'ITALIANO SCRITTO

I nomi dei piatti sono scritti correttamente in italiano, gli ingredienti in spagnolo. Da bambina sentiva parlare in famiglia una lingua che credeva fosse italiano, mentre era dialetto abruzzese. *"Io non sapevo che sa sigg' non fosse italiano, per me era la sedia"*. Si lamenta degli italo-argentini che *"hanno il passaporto ma non sanno niente dell'Italia, non parlano la lingua, non sono interessati alla cultura dei loro nonni"*. Nel menù c'è la riproduzione di una ricetta scritta a mano trovata in un libro della madre.

L'identità italiana del locale è creata dalla presenza di fotografie e locandine tratte da vari film del neorealismo italiano, coerentemente con il nome Il

Sorpasso (inizialmente il ristorante doveva chiamarsi La Strada). Queste visualità costituiscono, insieme con i nomi dei piatti del menù, i principali paesaggi linguistici presenti.





- L'ITALIANO UNISCE O DIVIDE? IDENTITA' E AUTORAPPRESENTAZIONE

Durante l'intervista si nota un certo antagonismo rispetto ai clienti che contrappongono la propria ricetta di famiglia alla sua, rivendicandone la maggiore "autenticità".

Se Fumarola si contraddistingue per un atteggiamento pedagogico, quello di Silvana D'Antonio può essere definito ha un atteggiamento filologico, in quanto rivendica la difesa dell'autentico, dell'originale, senza pretesa di educare: *"Non mi interessa, non voglio fare scuola"*

- I FIGLI, IL MESTIERE E LA LINGUA ITALIANA

Di tre figli (due maschi e una femmina), solo il minore vive con lei in Argentina. Lavora nel ristorante, ha studiato cucina in Argentina e, all'epoca, si indignava facilmente per la preponderanza della cucina francese nei programmi dei corsi. *"Qui ti insegnano solo la gastronomia francese, ignorano*

totalmente quella italiana, non ti imparano [originale nel testo] neanche a fare l'impasto delle tagliatelle".

Italpast, Campana, Provincia di Buenos Aires – Pedro Picciau

L'intervista si è svolta per mezzo della piattaforma Zoom. Tra tutti i locali visitati, Italpast è quello che più assomiglia a un ristorante italiano "in Italia" degli anni '70, per il dehors, la reception, l'arredamento. L'ingresso trasformato in punto vendita di prodotti italiani importati (pasta, marmellate, salse, prodotti sotto sale ecc.) è invece di influenza statunitense e si trova anche a Cucina Paradiso di Donato De Santis, rinomato locale della capitale.



● TRAIETTORIA MIGRATORIA

Il padre di Pedro Picciau arriva dalla Sardegna in Argentina nel 1950 per lavorare come muratore; due anni più tardi lo seguono la moglie e il piccolo Pietro (poi diventato Pedro), di cinque anni e mezzo. La famiglia si stabilisce a Campana, nella provincia di Buenos Aires, zona ad alto sviluppo industriale a quell'epoca, nella cui periferia si erano installate industrie italiane importanti, soprattutto nel settore siderurgico, come Techint e Dalmine. Qui i genitori iniziano a gestire la mensa di Techint. Successivamente la famiglia apre un piccolo locale con pochi posti a sedere (Italbar) e, negli anni, una fabbrica di pasta secca (Italpast), che chiude senza avere avuto successo. Mantenendo il nome di quest'ultima ma cambiando attività, nel 1995 Pedro Piacciau apre il

ristorante Italtast in quella che è l'attuale sede. Il ristorante era all'epoca molto piccolo (50/60 mq) e la posizione, periferica e di non facile ubicazione (all'incrocio tra due strade che si chiamano quasi nello stesso modo), non è delle migliori, ma la passione per la cucina, ereditata dalla madre, permette a Pedro di crescere e di specializzarsi, riuscendo a ottenere negli anni anche il titolo di "Miglior chef italiano all'estero".

- COS'E' LA CUCINA ITALIANA?

Per Pedro Picciau la cucina italiana all'estero nasce come una "*cucina di immigrantes* [immigrati]", e così lui stesso definisce la propria proposta. Una cucina considerata, fino alla metà degli anni '80 del Novecento, la sorella "*sana ma povera*" dell'alta cucina francese. Una volta acquisita una propria identità, la cucina italiana per Picciau è la cucina che usa materie prime di qualità, che ci fa percepire un gusto "pienamente" italiano, tipico della cucina casalinga. È la cucina della tradizione di famiglia, legata sia alla terra d'origine dei Picciau, la Sardegna, sia a diverse realtà italiane, soprattutto dell'Italia del Sud. È cucina di aromi, profumi, sapori ben definiti e riconoscibili. Pedro afferma che ha imparato a cucinare osservando sua madre e solo in seguito ha frequentato corsi e scuole (ha anche vinto premi internazionali), al contrario di Fumarola che rivendica la sua formazione come professionista e non come osservatore di pratiche familiari.

- RAPPORTO CON L'ITALIANO SCRITTO

I piatti del menù di Italtast sono riportati in lingua italiana; sotto a ognuno di essi vengono specificati gli ingredienti in spagnolo. Il menu prevede dei piatti "classici", che esistono dal primo giorno (come le "Lasagne della nonna") e dei piatti nuovi che vengono introdotti gradualmente.

Oltre ai menù, il paesaggio linguistico del locale è costituito dai prodotti italiani in vendita e dalle scritte presenti nei vari ambienti del ristorante.



- L'ITALIANO UNISCE O DIVIDE? IDENTITA' E IDENTIFICAZIONE

Pedro Picciau si sente europeo, italiano, sardo, argentino: queste molteplici identità si fondono nella sua cucina alla ricerca di un equilibrio tra gusto e tradizione, radici e presente. Tale identità sfaccettata si riflette anche nella lingua: Pedro nell'intervista parla in spagnolo, però con il fratello nato in Argentina parla tuttora in italiano, lingua in cui i due fratelli parlavano ai genitori, che a loro volta tra di loro parlavano in sardo.

Picciau torna in Sardegna una volta l'anno e questo viaggio, oltre che un reincontro, è un'occasione per imparare, per conoscere qualcosa di nuovo da portare nel suo ristorante e da presentare ai clienti che da Capital al Conurbano, passando per Rosario e La Plata, continuano ad essergli fedeli da 27 anni.

Il ruolo che emerge dall'intervista è quello di un facilitatore che propone e condivide non solo saperi tecnici, ma anche esperienze e storie di vita.

- I FIGLI, IL MESTIERE E LA LINGUA ITALIANA

Picciau ha due figli: Mauro, il figlio maggiore, si occupa di marketing, mentre Luciano gestisce l'altro ristorante della famiglia, Iltapast La Reserva, all'interno del Sofitel La Reserva Cardales Hotel, nel nord-ovest della provincia di Buenos Aires. Pedro è contento che entrambi i figli lo seguano nella sua attività, e che in particolare Luciano abbia ereditato una grande passione per la cucina.

Gelateria Furchi, Città autonoma di Buenos Aires – Mercurio Furchi

L'intervista si è svolta nel locale della gelateria, nel quartiere di Belgrano, uno dei quartieri più ricchi della città, dove ambiscono ad abitare i porteños di classe medio-alta. La gelateria si trova su Avenida Cabildo, zona commerciale importante e di target alto. L'intervistato ci riceve stando dietro al bancone e ci invita a sederci a uno dei tavoli, dopo averci offerto insistentemente un gelato. L'intervista si svolge in spagnolo, con alcuni momenti di *mix code*.

- **TRAIETTORIA MIGRATORIA**

Il padre dell'intervistato aveva otto fratelli, si trasferisce in Argentina per fare fronte alle difficoltà economiche della famiglia e per evitare la guerra, quando Furchi era appena un neonato. Il figlio lo raggiungerà 5 anni dopo. Si commuove nel ricordare quegli anni vissuti lontano da suo padre, il distacco e l'esperienza migratoria.

Nella prima parte dell'intervista, Furchi ci racconta i suoi inizi nella gelateria come dipendente. La gestione allora era a carico di un suo parente, la gelateria è stata infatti fondata nel 1959. Successivamente l'intervistato ci chiarisce che inizia a lavorare nella gelateria solo nel 1974. Uno degli aspetti positivi di questo settore era che si lavorava soltanto in primavera ed estate, il resto dell'anno la gelateria chiudeva.

Sin dalla sua apertura la gelateria ha mantenuto una gestione familiare.

I gusti particolari hanno attirato la nostra attenzione, di conseguenza l'intervistatrice domanda a Furchi se può raccontare perché pensa a questi gusti speciali. Il proprietario ci spiega che la maggior parte di questi derivano da sapori che trova durante i suoi viaggi all'estero, molti dei quali scoperti proprio in Italia. Il resto dei sapori vengono scoperti viaggiando per gli Stati Uniti o provengono dal Centro America.

Poi il discorso passa a toccare l'argomento della concorrenza con le gelaterie che iniziano a diffondersi nella città. Furchi ci spiega che nel corso degli anni ha sempre cercato di mantenere alta la qualità dei suoi prodotti. La presenza di questi sapori particolari, esclusivi della sua gelateria, lo aiuta a distinguersi e valorizzarsi rispetto alle altre gelaterie, che offrono gusti tradizionali e un prodotto massificato, dato che sono franchising o catene.

Furchi ci parla del "palato" dei suoi clienti per sottolineare la ricerca di una qualità superiore.

- **RAPPORTO CON L'ITALIANO SCRITTO**

Tutta l'intervista si sviluppa in spagnolo, però, quando ci racconta i ricordi della sua gioventù o dei suoi viaggi, l'intervistato usa in modo isolato alcune parole in italiano come "*contadini*" o "*telefonino*".

Furchi ci parla della lingua che parlava da piccolo in famiglia, ossia il dialetto calabrese, che identifica e definisce come un "*italiano antico*".

Per quanto riguarda l'uso dell'italiano nei paesaggi linguistici presenti nelle insegne all'entrata e all'interno della gelateria, esse vengono utilizzate principalmente per descrivere la qualità del gelato:

Il gelato fresco di giornata, Gelato zero¹, Artigianale.

Il menù presenta un'ampia varietà di gusti e combinazioni di sapori. Tra cui quelli che fanno riferimento a dolci e ingredienti della gastronomia italiana. Alcuni di essi sono interamente scritti in italiano:

Latte di mandorla, Negroni sbagliato, Ricotta siciliana, Frutti di bosco, Gianduia di Toscana.

Altri, invece, presentano combinazioni italiano-spagnolo e scambi di fonema:

Cereza a la panna, Pistaccio, Spumone de limón.

Richiama in particolar modo l'attenzione l'insegna presente all'ingresso, per la sua correttezza grammaticale nei confronti con le scritte del menu precedentemente elencate:

"Non utilizza aromi, conservanti e additivi chimici. Non lo abbiamo mai fatto. Non lo faremo mai"

Furchi riconosce aver copiato la frase dalla famosa gelateria italiana Grom, durante uno dei suoi viaggi in Italia.

¹ Allude al concetto di Km Zero, usato in Italia per indicare l'utilizzo di prodotti locali e stagionali, che non hanno bisogno di essere trasportati per lunghe distanze, in modo da avere un basso impatto ambientale.



- L'ITALIANO UNISCE O DIVIDE? IDENTITÀ E AUTORAPRESENTAZIONE

All'inizio dell'intervista Furchi anticipa: *"Yo tengo 5 años de italiano y 65 de argentino"*.

Questa presentazione dà luogo a diverse interpretazioni legate al senso di appartenenza a entrambe le culture. Da un lato, potrebbe stare a significare che, nonostante gli anni trascorsi in Argentina, lui si riconosce un autentico italiano per il fatto di essere nato e aver vissuto i suoi primi anni di vita nella penisola; al tempo stesso, la precisazione potrebbe servire per giustificare una sorta di mancanza di conoscenza nei confronti con certi aspetti della cultura italiana; oppure, per sottolineare la sua identità argentina.

L'intervistato non si propone come un facilitatore/mediatore culturale, un esperto o un divulgatore di saperi: la presenza della lingua italiana nel locale sembra più un'operazione commerciale, copiata da quanto visto in Italia.

In ogni caso, durante lo svolgimento dell'intervista emerge la confluenza di entrambe le culture e, inoltre, l'identificazione con il Meridione, soprattutto nel riconoscere e riprodurre alcuni degli stereotipi che storicamente hanno dato luogo alla rivalità tra Nord e Sud: durante i suoi viaggi in Italia l'intervistato arriva alla conclusione che nel Nord Italia non ci sono i veri italiani perché si parlano altre lingue. In occasione di una visita a Cortina d'Ampezzo ricorda di aver offeso un cameriere criticando la pizza del ristorante definita "*muy triste*". Inoltre afferma che gli italiani del Nord sono egoisti come i francesi.

• I FIGLI, IL MESTIERE E LA LINGUA ITALIANA

Delle tre figlie soltanto una vive ancora in Argentina; le altre due vivono all'estero, quindi con un'ulteriore frammentazione identitaria. Spesso Furchi menziona con dispiacere il fatto che nessun altro nella sua famiglia abbia voglia di proseguire la sua attività. Nessuno di loro ha mai voluto farsi carico del negozio o gestirlo con lui, unico caso tra quelli analizzati. Si lamenta del fatto che non ci siano figli maschi, giacché il negozio dovrebbe tramandarsi da padre a figlio.

A MO' DI CONCLUSIONE (PROVVISORIA)

In questa fase della ricerca, con il materiale raccolto fino a questo momento, abbiamo voluto focalizzare la nostra attenzione su alcuni aspetti, pur sapendo che i risultati sono ancora parziali. In particolare abbiamo deciso di analizzare queste quattro interviste, scelte per la loro comparabilità. Rappresentano il punto di partenza per identificare alcune domande e formulare congetture. L'identità italiana, grazie ai grandi flussi migratori dalla penisola, si è trasferita a Buenos Aires e ha contaminato/si è contaminata con la cultura e la lingua locali, attraverso l'avvicinarsi delle generazioni.

L'analisi delle interviste scelte ci offre molto materiale su cui lavorare. Le storie di vita degli intervistati, ognuna con le proprie caratteristiche specifiche, offrono la possibilità di ragionare su diversi aspetti molto rilevanti: l'identità migrante, il rapporto con l'alterità e i processi simbolici mediati dai paesaggi linguistici italiani dei locali gastronomici. I vissuti costruiscono le identità, ma queste non sono entità fisse; al contrario, entrano continuamente in contatto con l'alterità e in questo modo stabiliscono una relazione dinamica con il resto della società.

Le identità producono discorsi in competizione tra loro, che cercano strategie per affermarsi. In questo contesto troviamo un punto cruciale per la nostra ricerca: i paesaggi linguistici rappresentano uno spazio dove si svolge questa lotta tra identità. Nelle interviste presentate possiamo trovare aspetti comuni, eppure da ognuna di esse emerge una forma specifica di mostrare l'italianità. Le interviste e i paesaggi linguistici presenti negli spazi di lavoro mostrano le sfumature che può assumere l'identità italiana nella disputa per l'affermazione di sé stessa: la traduzione o il *mix code* tra italiano e spagnolo, il

purismo o la variazione linguistica ci parlano della postura più o meno permeabile alla contaminazione e all'ibridazione del soggetto.

L'autopercezione, in tutti e quattro gli esempi, è un elemento determinante per l'analisi nei processi simbolici. Tuttavia, entrano in causa anche altri elementi. Nelle interviste dei proprietari de L'Adesso e il Sorpasso interviene la volontà di conservare la tradizione italiana regionale. Questa intenzione si palesa soprattutto nei menù e nella cucina. Per quanto riguarda Italpast, prevale l'intenzione di esprimere una cucina italiana con la qualità dei suoi prodotti, spostando l'identificazione dal regionalismo al concetto di "casalingo". Infine, Furchi sfrutta i paesaggi linguistici del suo locale per mostrare la sua identità, ossia quella di argentino legato, per storia familiare, all'Italia, condizione che gli permette di trasmettere un'idea di tradizione e qualità nei suoi prodotti.

Le interviste ci dimostrano che i paesaggi linguistici rispecchiano fedelmente l'immagine di italianità che si vuole comunicare, riflettendo sia sui propri vissuti, sia sull'idea che il destinatario ideale ha della cultura italiana (o che l'emittente gli attribuisce).

Perciò, a tutti gli effetti, i paesaggi linguistici costituiscono uno spazio nel quale si svolge la disputa per l'identità. La conseguenza è una costante risignificazione della tradizione che con il passare del tempo prende diverse strade. Un esempio di ciò sono le numerose discussioni con i clienti, riportate in particolare da Silvana del Sorpasso e da Fumarola, su quale sia effettivamente la ricetta tradizionale regionale. Spesso il cliente identifica come "veramente italiana" la maniera di preparare un certo piatto tipico della propria famiglia, nello stesso modo in cui certi immigrati di seconda generazione identificano l'italiano autentico (nel senso di "non deviante dalla norma") nell'idioletto familiare, come raccontato da D'Antonio e Furchi.

La disputa per l'identità si trasmette anche all'autopercezione degli intervistati: Leonardo Fumarola si avvicina al profilo dell'expat del nuovo millennio: professionista di successo, sposato con un'argentina, quindi aperto al cosmopolitismo, ma attento a non farsi identificare con il "migrante povero". Furchi è decisamente spostato su un'identità argentina ("5 anni da italiano e 65 da argentino") e utilizza l'idioma come ha visto fare in una gelateria rinomata italiana, manifestando un'idealizzazione nei confronti di tutto ciò che viene dall'Italia. Pedro Picciau è l'immigrato che "ce l'ha fatta", come tanti arrivati negli stessi anni, diventati imprenditori importanti, anche ad altissimi livelli (pensiamo al caso dei Rocca, fondatori della Techint, proprio nella stessa città, Campana). L'origine italiana povera, nascosta nelle parole "cucina di immigrati", nasconde quindi la rivendicazione di un'itinerario migratorio eroico, quella di un *self made man*, che tuttavia non rinnega le proprie radici umili, ma le integra nell'epopea familiare. Il caso di Silvana D'Antonio del Sorpasso, infine, è forse il più ricco di sfaccettature e ambivalenze. Nata in Argentina da genitori italiani (quella che oggi si definirebbe un'immigrata di "seconda generazione"), si trasferisce ancora giovane in Italia dove lavora per

molti anni come maestra elementare (quindi qualcuno che trasmette in modo normativo la lingua italiana) e dove sente di aver trovato il luogo della propria realizzazione. Tornata a Buenos Aires per aprire il ristorante con il fratello, sente che la città per lei “non è più *casa*”, sebbene l’impresa sia redditizia e fonte di soddisfazioni e lei stessa riconosca che l’Argentina offre possibilità di ascenso sociale che l’Italia non ha. Il fatto che sia proprio l’unica intervistata nata in Argentina a ribadire con tanta insistenza la sua appartenenza e la sua identificazione con l’Italia apre a interessanti riflessioni che saranno oggetto di approfondimento nei prossimi mesi.

Riferimenti bibliografici

- Amossy, R. y Herschberg Pierrot, A. (2001). *Estereotipos y clichés*. Buenos Aires: Eudeba.
- Bourdieu. P. (2001). *¿Qué significa hablar?* Madrid: Akal Universitaria.
- Guber, R. (2011) *La etnografía. Metodo, campo, reflexividad*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Poggeschi G. (2010). *I diritti linguistici Un’analisi comparata*. Roma: Carocci.