



#LatinosEnItalia: corpi, spazi e oggetti come archivi materiali della migrazione per la narrazione di sé sui social

di Chiara Falcone
(Università degli Studi di Milano)

ABSTRACT: Negli ultimi anni, le piattaforme digitali hanno assunto un ruolo centrale nei processi di costruzione e diffusione delle identità diasporiche. Questo contributo si concentra sulle forme di auto-rappresentazione della comunità latinoamericana in Italia, a partire da una selezione di brevi video pubblicati su TikTok e Instagram. L'obiettivo è indagare, attraverso un'analisi critica del discorso multimodale e un approccio qualitativo alla comunicazione digitale, come i content creators latinos narrino la propria esperienza migratoria, mettendo in scena una materialità che si articola nei corpi, negli spazi e negli oggetti della quotidianità in un atto di mediazione della propria identità ispanoamericana nel contesto italiano. I risultati evidenziano come gli elementi materiali assumano una funzione narrativa e simbolica, configurandosi come dispositivi di memoria, come strumenti di negoziazione culturale e come veicoli di appartenenza, ibridazione e resistenza. In linea con i presupposti del material turn, dunque, le narrazioni digitali propongono una lettura alternativa della materialità come motore di significazione narrativa in termini culturali, affettivi e politici.

PAROLE CHIAVE: social media; identità diasporiche; rappresentazioni di sé; materialità; comunità latinoamericane in Italia



INTRODUZIONE

Il presente contributo si inserisce all'interno del dibattito teorico inaugurato dal *material turn*, che ha posto al centro delle scienze sociali e umane la materialità nei processi di significazione culturale, assegnando a oggetti, corpi e spazi il ruolo di veri e propri attori sociali. La cultura del materiale, infatti, diventa un elemento essenziale per comprendere le pratiche quotidiane e i processi identitari (Miller 26) e, pertanto, si dovrebbe guardare alle cose non solo per la loro utilità e usabilità, bensì anche in quanto generatori di relazioni e di significati. Nel caso dei migranti ispanofoni transnazionali, questi elementi funzionano da filo rosso con il proprio patrimonio culturale, rendendo tangibile il proprio senso di *latinidad* e custodendone il significato, coniugando memoria e appartenenza, ma anche mediazione e dialogo interculturale. Gli esempi selezionati mostrano la volontà dei *creators latinos* di narrare questa identità *mestiza*¹ attraverso contenuti di Instagram e TikTok, adattandosi alle modalità comunicative della società globalizzata.

IDENTITÀ DIASPORICHE NEL XXI SECOLO

In Italia, lo spagnolo possiede un duplice status: da una parte, è la lingua straniera prestigiosa che si insegna e si studia nelle scuole/università, che è promossa a livello istituzionale (dal Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, con la Dirección General del Español en el Mundo, e da enti come l'Instituto Cervantes) e che coincide con la varietà "standard" peninsulare; dall'altra, è lo spagnolo periferico, popolare e della diaspora, che si manifesta in varie forme, a seconda del parlante, del contesto e delle esperienze vissute. Dunque:

Está claro que, aunque se trata del mismo código, el diferente estatus del que gozan las dos manifestaciones del español en Italia afecta de una forma considerable los mecanismos de percepción, las actitudes y las ideologías hacia las prácticas lingüísticas y hacia las representaciones identitarias que cada práctica lingüística conlleva. (Bonomi, *Percepción* 37)

In altre parole, i flussi migratori dal continente americano al Bel Paese hanno prodotto una nuova situazione di contatto tra lo spagnolo e l'italiano (con le rispettive varietà, dialetti ed eventuali altre lingue), caratterizzata da fenomeni come *code-switching*, *code-mixing*, calchi, prestiti e interferenze, che si traducono in "multiple

¹ La parola (da cui *mestizo/a*) rimanda ad un concetto complesso e dalla connotazione storicamente negativa, poiché associato a gerarchizzazioni razziali (Sancho Pascual). In questa sede, il termine viene utilizzato nella sua concezione ortiziana più positiva, alludendo alla mescolanza tra culture per darne vita a una nuova, che non è data dalla semplice somma delle parti in causa, ma costituisce qualcosa di originale, indipendente e ibrido. Nella prospettiva di Gloria Anzaldúa, la 'coscienza mestiza' è uno spazio di confine in cui il soggetto della diaspora non subisce l'ibridazione, ma la trasforma in una strategia di resistenza per prendere posizione nel contesto migratorio.



discursive practices in which bilinguals engage in order to make sense of their bilingual worlds” che prendono il nome di *translanguaging* (García 59). Secondo questa prospettiva, la lingua non è solo uno strumento di comunicazione, bensì diventa un vero e proprio deposito di significati, affettivi e simbolici, in grado di evocare saperi, esperienze, ricordi, legami e appartenenze transnazionali, senza necessariamente ridursi a etichette socialmente (e ideologicamente) costruite e limitanti (Bonomi *Movilidad* 41), quali sono le *named languages* (Makoni e Pennycook 139).

Quello che vivono questi *heritage speakers* (Valdés 38), infatti, identificabile come una vera e propria *diaspora*, non è soltanto lo spostamento dal luogo d’origine ad una nuova destinazione o il passaggio da una lingua ad un’altra, ma si configura come un processo di (ri)scoperta personale e di riterritorializzazione, spesso conflittuale e frammentato, determinato dalla continua tensione tra due luoghi, due lingue e due culture, che si intrecciano fino a creare un’individualità mista e fortemente dinamica, che si mette in costante discussione, e che “opens up the possibility of a cultural hybridity [...] that entertains difference without an assumed or imposed hierarchy” (Bhabha 2).

In questo contributo, a partire dalle considerazioni proprie della sociolinguistica della globalizzazione, della sociologia, dell’antropologia e della linguistica delle migrazioni, si farà riferimento al concetto di *identità etnolinguistica*, che rimanda, a sua volta, al concetto di *etnicità*, entrambi strettamente connessi al “sentimiento de pertenencia a una comunidad, o más bien con el reconocimiento y la identificación de un individuo con el resto del grupo con el que comparte una herencia cultural común” (Bonomi, *Divergencia* 51).

LA COMUNITÀ LATINOAMERICANA IN ITALIA

L’Italia ha sempre avuto un ruolo centrale nelle dinamiche migratorie divenendo una delle mete privilegiate dalle comunità in movimento da tutto il mondo. Dalle ultime rilevazioni ISTAT, infatti, sono circa cinque milioni le persone con cittadinanza straniera: i gruppi con maggiore rappresentanza provengono dall’Est Europa (Romania, Albania, Ucraina), Nord Africa (Marocco) e Asia (Cina, India, Filippine), ma circa l’8% arriva dall’America Centrale e Meridionale, e, in misura maggiore, da Perù ed Ecuador con concentrazioni più significative nel Nord Italia, e più nello specifico, in Lombardia e in Liguria (Bonomi, *Spatial* 12).

Anche se dal 2016 i movimenti migratori sono decisamente rallentati, tali gruppi rappresentano una realtà consolidata, che si vede sempre e comunque rafforzata dai ricongiungimenti familiari, dall’insediamento di iniziative imprenditoriali, nuovi arrivi e ottenimenti della cittadinanza. L’Italia, infatti, è seconda dopo la Spagna per numero di presenze sul territorio: non a caso, i vincoli storici e culturali, così come la vicinanza tipologica tra le lingue, hanno fatto sì che i flussi deviassero principalmente verso questa rotta, accelerando i tempi dell’integrazione sociale, lavorativa e linguistica sin dalle prime fasi dell’esperienza di mobilità (Bonomi, *Percepción* 36).



Le caratteristiche di questi gruppi possono così riassumersi: 1) elevata presenza femminile, in quanto iniziatrici della catena migratoria, 2) occupazione nei settori dell'assistenza sanitaria e cura domestica, 3) livello d'istruzione buono (e non in linea con l'attività lavorativa di cui al punto 2), 4) rapidità nel processo di integrazione, in contrasto con la presenza di gruppi giovanili coinvolti in situazioni di delinquenza e violenza, che, al contrario, sono sintomo di difficoltà ad inserirsi nel contesto di arrivo, 5) propensione a mantenere connessioni e rapporti con il paese d'origine (*transnacionalismo*), 6) nelle fasi successive, si registrano numerosi ricongiungimenti familiari e un conseguente aumento di popolazione giovane nei sistemi educativi (Calvi, *Lengua* 12), 7) uso dello spagnolo in specifici domini, come l'ambito domestico, il tempo libero, situazioni di comunità (es. religione).

L'esperienza migratoria porta con sé, oltre a difficoltà di carattere pratico, legate alla concreta necessità di adattarsi ad una "nuova vita" lontano da "casa", questioni di tipo psico-emotivo, che, a seconda dell'età di arrivo, della motivazione dello spostamento, del grado di attaccamento al paese e alla cultura d'origine e dell'atteggiamento della comunità ospitante nei confronti dell'*alterità* (tra le altre cose), possono avere conseguenze positive o negative sulla percezione di sé e del proprio profilo *mestizo*. Infatti, le condizioni vissute dai migranti ispanofoni al loro trasferimento in Italia appaiono decisamente eterogenee e spaziano dall'assoluta negazione della propria lingua e cultura ereditaria (relegate solo all'ambito domestico o completamente silenziate), spesso considerata una strategia per favorire una rapida integrazione nella società ospitante,² passando per una (seppur complicata e non necessariamente immediata) accettazione di una nuova individualità data dalla simbiosi io-yo, e fino alla totale ostentazione del proprio *ser latino* come forma di rivendicazione e di resistenza all'assimilazione. L'attenzione qui sarà rivolta a quella porzione di comunità migrante che, non senza difficoltà, 1) riscopre la propria identità alla luce di quella *latinidad* mai realmente abbandonata, filtrata attraverso la nuova realtà che, necessariamente, la trasforma,³ e 2) si mostra attraverso i propri canali *social*, narrando in prima persona della propria lingua, della propria cultura e dell'esperienza diasporica.

NARRAR(SI) ATTRAVERSO I SOCIAL

La tecnologia e gli ambienti digitali sembrano essere strumenti e luoghi privilegiati per narrare il percorso di discernimento alla (ri)scoperta del proprio io/yo (Marino 4),

² L'ambivalenza di status della lingua spagnola si riflette anche sulla percezione delle relative comunità, spesso ricadendo in ideologie, stereotipi e valutazioni legate al prestigio sociale. Ciò può indurre a voler 'nascondere' ogni rimando alla propria cultura, nel caso in cui possa rivelarsi un possibile segno (negativamente) distintivo.

³ Nell'era delle migrazioni globali, la mobilità inevitabilmente modella la comunicazione, il linguaggio e l'identità di ogni individuo (Rampton) e, pertanto, diventa necessario esplorare le nuove modalità comunicative e narrative alla luce della diffusione di nuovi strumenti che ampliano il concetto stesso di mobilità e comunità.



divenendo testimoni di una vera e propria *digital diaspora*, definita da Leurs e Ponzanesi come “the movement of individuals, ideas and information across digital devices, networks and platforms. It is a concept used to describe how people from all over the world, who share common interests and values, can be connected through digital technology” e anche “to describe how digital technology can help people find a sense of identity, community, and connection to their heritage and culture” (29-30).

In altre parole, per il grande senso di comunità che generano e per la visibilità che offrono, e dunque, per la loro natura aperta e dinamica, i *social media* diventano terreno fertile per osservare come le identità diasporiche prendano vita e si articolino in modi inediti, trasformandosi in archivi di immagini e narrazioni. Infatti, l'identità dell'individuo non è uno schema fisso, bensì un costruito dinamico in continua negoziazione tra il sé e l'interazione con gli altri (Yus 502). Nel caso dei migranti transnazionali, più in particolare, essi “sono definiti da elementi del *passato* significativi per il *presente*, da un'identità che deve evolversi nel tempo [e] in relazione con gli altri” (Spinelli 118), da quella *latinidad* che ha posto le sue radici dai secoli più remoti e che si è sempre trovata un proprio spazio nelle epoche più moderne, ridefinendosi ad ogni trascorrere del tempo e ad ogni contatto con l'*alterità*, riunendo in sé la dimensione personale, politica, sociale, culturale e storica di un continente intero. E dal momento che le storie di vita “tratteggiano un vero e proprio racconto collettivo della migrazione” e “se è vero che la letteratura prodotta nei contesti migratori offre rilevanti chiavi interpretative dei processi in gioco, non meno significative saranno, infatti, le narrazioni ‘primarie’, raccolte dalla viva voce [e non solo] degli attori coinvolti. (Calvi, *Racconti* 127)

A questo punto, allora, la scelta di indagare i processi di auto-rappresentazione e di narrazione della materialità sui *social* si riconduce a due fattori. Il primo riguarda, essenzialmente, la diffusione del medium, data dalla costante propensione a realizzare scambi e interazioni in queste sedi (Sindoni 36). Nello specifico, Instagram e TikTok sono le piattaforme più in voga negli ultimi anni e le loro funzioni le rendono ideali per compiti di questa natura (Giorgi e Gandini 5). Gli utenti possono, infatti, condividere opinioni, riflessioni e idee, interagendo attraverso i rispettivi *tools* (*likes*, commenti, *repost*) e ottenendo *feedback* pressoché istantanei, utili alla comprensione di sé e al proprio posizionamento all'interno della società (Chen 1).

Il secondo fattore concerne la dimensione della narratività. L'atto del narrare, e quindi, anche il narrare di sé attraverso i *social*, può essere visto come ciò che crea e ricrea l'identità degli individui, al punto che “il sé è un prodotto del nostro raccontare” (Bruner 98) e se un testo non può esistere senza il medium che ne consente la fruizione (Bremer 351), è doveroso includere le auto-narrazioni sui *social* tra le forme alternative di narrazione⁴ che partecipano attivamente ai processi di (ri)scoperta del sé, attraverso meccanismi di natura estetico-espressiva, multimodale, interattiva e visivamente orientata, in linea con i principi dell'immediatezza e della performatività su cui si basa la società moderna e da cui non si può più prescindere.

⁴ L'avvento di queste nuove forme di testualità necessita di maggiori studi e analisi al fine di chiarire i canoni estetico-strutturali su cui si fondano e le caratteristiche che assumono (Palermo 562).



In altre parole, la scelta di esprimersi attraverso i *social network* fa sì che si risponda alla necessità di 'mettere in scena' il proprio io/yo, attraverso le parole, i gesti e il corpo, la musica, gli oggetti e le immagini che fanno parte del proprio universo più intimo, ritrovando il dialogo con una *comunità*, che non ha limite o barriera alcuni, se non quelli della connessione a internet. Instagram e TikTok diventano, così, una sorta di *safe place*, in cui creare significati e costruire la propria identità attraverso la lingua e altre pratiche sociali (Conteh e Brock 349). E proprio perché "now Latinidad happens online, [it] must be theorized as such" (Villa-Nicholas 2).

MATERIALITÀ, CUSTODE DELLA MEMORIA

Il cosiddetto *material turn* ha evidenziato che le cose non sono meri sfondi, ma "things that speak" (Bremer 349-350), cioè entità dotate di senso e significato propri che mediano relazioni socioculturali e processi di soggettivazione (Brown 2-6; Mukerji 9). In altre parole, oggetti, corpi e spazi esprimono una certa *thing-power*, cioè una "liveliness intrinsic to the materiality" (Bennett 17), che permette loro di farsi testimoni e portavoce dell'esperienza diasporica attraverso un linguaggio estetico profondamente condivisibile, e, dunque, di muoversi come veri e propri *agenti* nel processo di formazione identitaria. Riprendendo il concetto di *digital materiality* (Pink et al.), secondo cui il digitale non sia qualcosa di "immateriale" e lontano dal momento fisico, ma è profondamente intrecciato nelle pratiche sociali, discorsi, interazioni e, si potrebbe aggiungere, identitarie, l'analisi dei video non si limita a catalogare gli oggetti presenti, ma li interpreta come estensioni della soggettività: perché se, come sostiene Blommaert, è vero che le risorse linguistiche viaggiano, allora anche le risorse materiali possono migrare digitalmente, acquisendo nuovi significati pragmatici, passando da essere semplicemente 'cosa' a essere 'discorso'.

Mediante un approccio qualitativo alla comunicazione digitale e l'analisi multimodale del discorso, nel presente contributo si intende esplorare, attraverso una serie di contenuti provenienti da Instagram e TikTok, come la materialità digitale agisca non solo come riflesso d'identità, ma come strumento di rivendicazione e resistenza culturale nel contesto egemonico italiano, prevalentemente monoglossico; in altre parole, in che modo quei *creators* che si identificano come *latinos* raccontano la propria esperienza di transnazionalità, non solamente attraverso la scelta (o non scelta) di una specifica lingua, ma trasformando oggetti quotidiani in archivi di memoria che negoziano lo spazio tra identità diasporica e integrazione.

Seguendo gli spunti della letteratura esistente sulla cosiddetta *latinidad* digitale, che si è concentrata prevalentemente sul contesto americano, questo studio offre una prospettiva sulle comunità ispanofone in Italia, che risulta particolarmente attiva digitalmente. È bene specificare che l'utilizzo dei termini *mestizaje*, *mestizo/a*, *latino/a* e *latinidad* risponde ad una rilevazione di natura emica: sono gli stessi utenti che, attraverso i metadati, si posizionano entro queste coordinate. Inoltre, sebbene gli esempi analizzati mostrino forti marcatori legati a specifiche identità nazionali, queste



vengono articolate all'interno di una cornice di *latinidad* transnazionale. Tale identificazione panamericana non annulla la nazione d'origine, ma la inserisce in una pan-etnicità strategica, in un ombrello identitario necessario per acquisire coesione e visibilità negli ambienti digitali globali.

Sono stati monitorati i flussi dei contenuti riconducibili agli *hashtags* #latinosenitalia e #latinosinitalia: su Instagram si contano oltre 30mila unità; mentre su TikTok sono oltre cinquantamila. Se al conteggio si aggiungessero anche *hashtags* secondari (ad esempio, #latinosenmilan, #latinosenroma) o più specifici (ad esempio, #ecuatorianosenitalia, #latinosenitaliaperuanos) il numero crescerebbe esponenzialmente, il che sottolinea la popolarità della tematica all'interno delle piattaforme, il 'successo' condiviso da questa modalità narrativa e l'obiettivo comunicativo comune di questa categoria di utenti.

In questa sede, risulta irrilevante un'analisi contrastiva delle due piattaforme, per le quali si terrà solamente conto della loro 'naturale' predisposizione ad essere veri e propri archivi digitali, anche perché è molto comune trovare in esse gli stessi contenuti. La componente autobiografica e identitaria di questi materiali è sottolineata dall'agentività primaria del *creator*, il quale decide cosa dire, cosa mostrare, come dirlo e come mostrarlo. Instagram e TikTok, in questo senso, offrono un ampio ventaglio di possibilità di pubblicazioni, anche in funzione del numero di interazioni che si vogliono ottenere: si passa, infatti, da semplici *stories*,⁵ foto o video (anche in sequenze o *slideshow*), che non rispettano un copione predefinito, passando per contenuti interattivi (con sondaggi, box domande, reazioni), o veri e propri format virali. Qui, saranno presi in considerazione contenuti a connotazione ludico-narrativa, escludendo quelli che fanno riferimenti a scene di film/serie tv o programmi divulgativi formali/istituzionali.

Nello specifico, la costruzione del corpus, composto da oltre cento unità, è avvenuta proprio tramite la ricerca di parole chiave e hashtag tematici: di queste, nove sono state sottoposte ad un'analisi più approfondita che ha seguito i seguenti parametri di natura semiotica: la densità multimodale, dettata dalla simultanea presenza di marcatori verbali (lingua spagnola/italiana), visivi (oggetti, cibo, ecc.), performativi (musica, gestualità); rilevanza della materialità, che non funziona solo come sfondo ma come protagonista della narrazione; ricorrenza tematica.

Lontani dal voler giungere a generalizzazioni e categorizzazioni, dal momento che il concetto stesso di identità allude a qualcosa di unico e difficilmente replicabile e che l'esperienza della migrazione può dare esiti diversi per ogni individuo, lo scopo di questa indagine è quello di "osservare alcuni segnali emblematici dei processi di identificazione, nel contesto di specifiche attività sociali e discorsive" (Calvi, *Generazioni* 49), quali possono essere i contenuti che volontariamente un utente decide di *postare* sui propri *social* per dare voce al proprio *io transnazionale*. Per questo motivo, non sono rilevanti fattori come numero di visualizzazioni, genere, età dei partecipanti (seppur

⁵ La *story* è un contenuto (foto o video) che, a differenza dei comuni *post*, è visibile solamente per 24 ore.



tutti maggiorenni e appartenenti alla prima generazione, secondo la classificazione di Rumbaut), paese latinoamericano di provenienza, genere, occupazione.⁶ Il criterio di selezione determinante è stato la presenza di elementi che facessero riferimento all'identità *latina* in qualsiasi forma (voce, immagine, suono) e, dunque, quello dell'auto-categorizzazione emica, espressa innanzitutto dalla volontarietà dell'autore di segnalare nel proprio contenuto l'hashtag di riferimento o di auto-definirsi esplicitamente *latino*.

L'autorappresentazione qui analizzata va intesa come una trascrizione biografica e identitaria di tipo performativo e strategico: attraverso l'orchestrazione multimodale, infatti, gli utenti non si limitano a documentare la propria vita, ma costruiscono attivamente un'immagine di sé che rivendica visibilità. In questo senso, l'ostentazione di marcatori culturali 'altri' nello spazio pubblico italiano si configura come un atto politico volto a negoziare una presenza non omologata, ma orgogliosamente ibrida. E se il mezzo di diffusione è già di per sé di natura multimodale, l'analisi qui condotta segnala che l'identità latina in Italia viene negoziata attraverso una precisa sintassi di segni visivi, sonori, verbali e materiali.

Come anticipato, i migranti transnazionali si contraddistinguono per una costante tensione tra i due mondi, che si uniscono e intrecciano dando vita ad un'identità plurima e mista. Esempio è il discorso di una *creator latina* alla sua *community*, postato sotto forma di *reel*⁷ (Instagram), per rispondere alla domanda di un follower "Ma tu in che lingua pensi?":

La risposta è ITAÑOLO. Essendo madrelingua spagnolo, il 70% dei miei pensieri sono in spagnolo, pero en realidad desde hace como un año y cacho que también pienso muchísimo en italiano. Poi dipende molto di cosa faccio nella mia giornata. Nel senso, sí, tipo ayer me quedé dormida viendo una serie española, entonces mi sono svegliata pensando in spagnolo, ma se io mi addormento, non so, parlando con il mio ragazzo in italiano, pues, cuando me despierto pienso en italiano. Ma, definitivamente, la cosa più bella è che adesso sono riuscita a far diventare l'italiano come si fuera una segunda madre lengua, entre comillas, perché io posso avere la mia stessa personalità in tutte e due le lingue. Entonces, puedo cambiar de idioma sin ni siquiera pensarlo dos veces [...]. En un mundo ideal, io parlerei così con tutte le persone y así no perdería tiempo tratando de buscar la palabra nella lingua giusta, ma ovviamente non lo faccio [...]. (Reel del Creator A)

In altre parole, non è possibile dividere nettamente il *yo latino* e l'*io* italiano, lo *spagnolo* e l'*italiano*, ma anzi, farlo è qualcosa di innaturale e faticoso, perché ormai ci si riconosce nel proprio *mestizaje*. E se questi sono i presupposti, non stupisce che sorgano riflessioni come quella nella Figura 1:

⁶ Per mantenere l'anonimato, ogni riferimento agli account originali, dati sensibili ed elementi riconoscibili non è stato riportato e i creators sono stati identificati con lettere (A, B, C...). Tutti i contenuti sono stati selezionati ed analizzati nel periodo compreso tra aprile e agosto 2025 e fanno parte di un corpus che al momento della stesura del contributo era di 100 unità, ma che è in costante aggiornamento.

⁷ Il *reel* è un breve formato video verticale focalizzato sull'editing creativo.



Fig. 1. *Creator B*, di ritorno da un breve viaggio in Messico per ritrovare la sua famiglia d'origine, si trova in aeroporto e pubblica un video sottoforma di *reel* su Instagram proponendo una riflessione sul concetto di 'casa'.

L'immagine ritrae il soggetto in un non-luogo, l'aeroporto, uno spazio di passaggio fisico, geografico e mentale, che viene risemantizzato come spazio ontologico del migrante e della sua identità transnazionale, rispecchiando il sentimento di *in-betweenness* (Bonomi, *Percepción* 43) chiaramente esplicitato dal paradosso linguistico in sovraimpressione. In una cornice cronotopica, l'identità non è più legata al luogo, ma alla traiettoria: in questo senso, il processo di mediazione e negoziazione tra la lingua e cultura d'origine, da cui non ci si può separare, e la lingua e la cultura dominante, di cui ormai ci si sente parte, neutralizza ogni tipo di confine e rende la costante tensione tra di esse una condizione identitaria permanente.

Questo non significa che non emergano sentimenti di nostalgia e resistenza:



Fig. 2. *Creator C* pubblica su TikTok un video del panorama da una finestra, seguendo un *format* che richiama il concetto di 'appartenenza'.



Nella Figura 2, sebbene visivamente sia documentato l'insediamento fisico nel contesto di destinazione (di cui i palazzi sono l'esempio), il senso di appartenenza è indicato sia dall'utilizzo dello spagnolo sia dal riferimento scritto al prefisso telefonico, creando una sovrapposizione simbolica: il *format* è di tendenza su TikTok e, nella sua versione originale, consiste nell'indicare il prefisso del numero di telefono in uso (solitamente della nazione di nascita), ma esprimendo il desiderio di poter avere, un giorno, quello del paese in cui si desidererebbe vivere. Nel caso dei *creators latinos*, il *trend* viene ribaltato e assume un significato quasi malinconico, poiché rievoca i tempi in cui il numero era associato al proprio paese d'origine, in questo caso, il Perù, come una condizione che non potrà mai essere modificata, nonostante la vita abbia previsto un cammino (e un prefisso) differente.

In alcuni casi, la mancanza della propria terra spinge a ricercarla nella quotidianità, sottolineando l'attaccamento alle proprie radici e la necessità di voler trovare loro spazio anche da lontano:



Fig. 3. *Creator D* pubblica su TikTok una foto di un piatto tipico peruviano che le ricorda le sue origini.

Il cibo è sicuramente uno dei temi più narrati sui social e una di quelle icone culturali che inevitabilmente fanno parte del bagaglio dei ricordi di ogni individuo. Senza dubbio, rientra tra i "principali frammenti di cultura che i migranti portano con sé sia sul piano materiale [...], sia sul piano simbolico, dato che attraverso la gastronomia si stabilisce un rapporto con il passato e si consolidano pratiche culturali in cui ogni collettività può facilmente riconoscersi" (Calvi, "cibo" 217).

Nella Figura 3, si possono individuare tre elementi culinari che vengono utilizzati dalla *creator* per colmare il costante desiderio di ritrovare un *pedacito* del suo paese in



Italia. Sullo sfondo, è visibile una bottiglia di *Inca Kola*[®], la bevanda più iconica e diffusa in Perù, vero e proprio simbolo di identità culturale (dal nome che allude alla società Inca, al giallo simbolo del dio Inti/dio Sole, fino stile grafico tradizionale). In primo piano, due piatti tipici della cucina peruviana, *chicharrones* (sinistra), e *ceviche* (destra).

È nella società di arrivo, infatti, che le comunità transnazionali hanno la possibilità di ricreare un ambiente in cui ritrovare e riaffermare la propria *latinidad*, dandole modo di trasformarsi e ricostituirsi dal contatto con la nuova realtà in cui è immersa. In questo senso, eventi culturali, ristoranti, bar, negozi, luoghi d'incontro e centri religiosi gestiti e/o frequentati da *latinos* diventano luoghi del passato trapiantati nel presente, in cui ritrovare sé stessi, rimanendo connessi ad una realtà che non sembra più così lontana. Molto diffusi, infatti, sono locali come quello nella Figura 4:



Fig. 4. *Creator E* mostra in un video TikTok l'esterno di un ristorante salvadoregno.

In linea con una serie di video già pubblicati in precedenza, la *creator* consiglia un locale di cucina tipica salvadoregna in cui “trovare il sapore di casa”. L'esterno, in Figura 4, merita particolare attenzione, perché rappresenta un esempio di ciò che viene definito *paesaggio linguistico* (Landry e Bourhis 25), cioè quell'insieme di testi e segni presenti nello spazio pubblico che riflettono le dinamiche sociali e identitarie di una comunità di contatto. La scelta di mantenere entrambe le lingue, infatti, segnala, da un lato, un orgoglioso radicamento nell'identità *latina*; dall'altra, un'apertura nei confronti della comunità *altra*, alla quale si permette di accedere al proprio mondo attraverso la spiegazione in italiano dei piatti che vengono presentati con il loro nome originale. Il paesaggio linguistico non è, infatti, solo lo specchio delle presenze dei migranti, ma anche uno strumento con cui queste comunità negoziano visibilità e legittimità nello spazio urbano (Calvi, *Paisaje* 148-149), divenendo un luogo di incontro tra identità diasporica e società *de acogida*, un dispositivo linguistico che racconta di un dialogo e una possibile convivenza interculturale.

L'incontro e la reciproca accoglienza tra realtà apparentemente distanti possono diventare un'occasione di festa, durante la quale trapiantare le vecchie tradizioni in un



ambiente nuovo, che, nel migliore dei casi, si presta ad accoglierle e celebrarle con enorme entusiasmo. Nella Figura 5, infatti, assistiamo alla narrazione di un evento organizzato nel comune di Busto Arsizio per festeggiare las Fiestas Patrias per l'Indipendenza del Perù dall'Impero spagnolo:

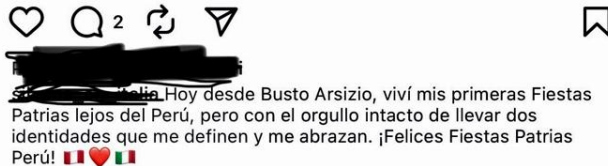


Fig. 5. *Creator F* pubblica su Instagram uno *slideshow* di 14 foto per raccontare la sua esperienza in occasione de Las Fiestas Patrias, durante un evento organizzato in Italia (Busto Arsizio).

Il riconoscimento di questo *mestizaje*, che è indicato nelle parole della *creator F* “con el orgullo intacto de llevar dos identidades que me definen y me abrazan”, è un indicatore di quel processo profondo e complesso, che porta gli individui ad essere consapevoli di avere tra le mani un bagaglio di memorie, tradizioni ed esperienze unico, che deve solo trovare il suo spazio per esprimersi al meglio e per vedersi adeguatamente riconosciuto.

Anche il vestiario è un elemento distintivo attraverso cui esprimere la propria identità:



Fig. 6. *Creator H* mostra su Instagram la propria collana con la forma dello stato e i colori della bandiera del Venezuela.



Un dettaglio piccolo, come la collana nella Figura 6, può racchiudere un grande significato di rivendicazione e appartenenza: la *creator*, infatti, racconta di aver fondato la sua azienda in Italia, il paese in cui ha deciso di vivere con tutta la sua famiglia e in cui si sente a casa, ma con questo piccolo oggetto suggerisce di non voler dimenticare e rinnegare le sue radici venezuelane, anche se non viene specificato apertamente. In questo modo, la salienza visiva interagisce con il messaggio verbale, comunicando un'appartenenza nazionale costante e non assimilata.

Ma c'è chi, invece, porta contenuti più giocosi e creativi:



Fig. 7. *Creator* I mostra su Instagram un look ispirato al Messico.

In linea con i numerosi *trend*⁸ presenti su entrambe le piattaforme, come l'OOTD (*Outfit Of The Day*) o il *Fit Check*, usati dagli utenti per mostrare i propri look e il proprio stile (di solito, legato a sponsorizzazioni e collaborazione con i brand), nella Figura 7, il format proposto dalla *creator* prevede di ipotizzare un outfit per la personificazione del Messico, che si ispiri ai suoi colori e alle sue tradizioni: si notano "una maglia con ricami tipici di Chiapas e i cosiddetti *milagritos*, piccoli amuleti, simbolo della combinazione tra la cultura indigena messicana e la religione spagnola", come si spiega nel video stesso. L'indossare abiti tradizionali è un atto di vestizione identitaria: con il proprio corpo, l'utente dà visibilità all'incontro tra il vecchio e il nuovo mondo che continua a vivere nella diaspora contemporanea, trasformandosi in un manifesto vivente del non-oblio.

⁸ Il *trend* è un formato virale basato sulla ripetizione di un modello performativo riconoscibile dagli utenti che ne condividono il significato comune.



Non mancano, poi, semplici video, attraverso i quali gli utenti aggiornano, senza filtri e senza copioni predefiniti, la propria *community* sulla loro vita in Italia, mostrando piccoli oggetti di vita quotidiana dal forte valore affettivo e simbolico.



Fig. 8. *Creator J* pubblica su TikTok un video in cui parla della sua prima settimana in Italia mentre prepara un mate.

La *creator* nella Figura 8 racconta le sue prime *sensaciones* dopo il recente trasferimento in una città toscana dall'Argentina: dopo un saluto iniziale, la giovane si sposta dal centro dell'inquadratura per lasciare intravedere una piccola pentola sul fuoco che sta usando per riscaldare l'acqua che userà per il *mate*, una bevanda ottenuta dall'infusione della *yerba mate*. Mentre parla di abitudini che è solita avere in Argentina e che vorrebbe mantenere anche in Italia, con tenerezza afferma, "mate siempre es costumbre".



Fig. 9. *Creator K* pubblica su TikTok un video per mostrare il proprio ibridismo culturale attraverso degli oggetti da cucina.



Il *mate*, ancora una volta protagonista, viene mostrato nella Figura 9 insieme a una caffettiera italiana per ironizzare sul concetto di doppio, alludendo alla convivenza delle due culture attraverso le rispettive bevande più iconiche. Il duplice rituale, la coesistenza dei due oggetti sullo stesso piano, resa anche dalla distribuzione spaziale paritaria, rappresentano la normalizzazione dell'ibridismo, la non-scelta tra un'identità o l'altra, la creazione di un terzo spazio dove entrambe convivono senza una gerarchia.

In conclusione, si può affermare che questi contenuti sono una risorsa particolarmente preziosa per indagare i processi attraverso cui l'identità prende forma e viene ridefinita nei contesti migratori, oltre che per comprendere come i soggetti transnazionali si posizionino all'interno degli spazi sociali, e per analizzare le pratiche translinguistiche che caratterizzano le società contemporanee segnate dalle mobilità (Bonomi, *Spatial* 18).

CONCLUSIONI

A partire dalle riflessioni provenienti dalla sociolinguistica della globalizzazione, dagli studi antropologici e sociologici, dalle teorie sulla materialità e dai *media studies*, il presente contributo si è proposto di indagare le pratiche di auto-rappresentazione della comunità latinoamericana in Italia, ponendo l'accento sul ruolo che corpi, spazi e oggetti della quotidianità assumono nei processi di costruzione identitaria che prendono vita nei contenuti digitali diffusi su Instagram e TikTok, i quali diventano veri e propri archivi materiali capaci di narrare –o meglio, di performare– la realtà diasporica e *mestiza*.

La metodologia adottata ha previsto una selezione di contenuti individuati attraverso gli hashtags #latinosenitalia e #latinosinitalia, analizzati da un punto di vista qualitativo e con un approccio multimodale per esplorare il ruolo della materialità nell'espressione di memorie, emozioni, appartenenze e forme di resistenza mediante l'interazione di diversi sistemi semiotici, nonché nel compiere un'azione sociale, ovvero la rivendicazione di uno spazio culturale.

I risultati suggeriscono che 1) le cose (oggetti comuni, cibo, abiti, paesaggi urbani e domestici) si configurano come dispositivi narrativi che rendono tangibili l'esperienza migratoria e fungono da ponte tra passato e presente, acquisendo una certa *agency* nei processi di formazione identitaria; 2) tali elementi agiscono come strumenti di negoziazione culturale, aprendo spazi di dialogo, incontro e fusione tra la società ospitante e quella d'origine; 3) i contenuti digitali funzionano come archivi di memoria transnazionale, in cui la diaspora latinoamericana in Italia documenta sé stessa, trovando nei *social media* un *safe place* per ridefinire e condividere il senso di *latinidad* in un contesto ibrido e globalizzato, attraverso una stratificazione semiotica che conferisce profondità alla narrazione.

Senza la pretesa di giungere a generalizzazioni, questo contributo si configura come uno studio esplorativo che vuole dare inizio ad un dibattito su una tematica che meriterebbe ulteriori approfondimenti per indagare aspetti più specifici e profondi della complessità che caratterizza la diaspora *latina* in Italia.



BIBLIOGRAFIA

- Anzaldúa, Gloria. *Borderlands/La frontera: The New Mestiza*. Aunt Lute Books, 2012.
- Bennett, Jane. *Vibrant Matter: A Political Ecology of Things*. Duke University Press, 2010.
- Bhabha, Homi K. *The location of culture*. Routledge, 1994.
- Blommaert, Jan. *The Sociolinguistics of Globalization*. Cambridge University Press, 2010.
- Bonomi, Milin. "Entre divergencia y acomodación: el caso de los inmigrantes hispanos en Barcelona y Milán." *Lengua y migración / Language and Migration*, vol. 2, no. 2, 2010, pp. 49-66.
- . "La movilidad del español en la época posmoderna." *Sui sentieri delle lingue: sistemi linguistici tra movimento e complessità*, a cura di Elisa Alberani, et al., Ledizioni, 2021, pp. 41-56.
- . "Percepción, ideologías lingüísticas y prácticas bilingües en las familias hispánicas en Milán." *Cuadernos AISPI*, no. 8, 2016, pp. 35-50.
- . "Spatial and linguistic mobility in the narrative of a transnational speaker between Peru and Italy." *Energeia*, vol. 8, 2023, pp. 11-31, <https://energeia-online.org/article/view/4245/3356>. Consultato il 5 lug. 2025.
- Bremer, Thomas. "Materiality and literature: an introduction." *Neohelicon*, vol. 47, no. 2, 2020, pp. 349-356.
- Brown, Bill. "Thing theory." *Critical Inquiry*, vol. 28, no. 1, 2001, pp. 1-22.
- Bruner, Jerome. *La fabbrica delle storie. Diritto, letteratura, vita*. Laterza, 2002).
- Calvi, Maria Vittoria. "Cibo e identità nel paesaggio linguistico milanese." *Parole per mangiare. Discorsi e culture del cibo*, a cura di Irina Bajini, et al., LED, 2017, pp. 215-237.
- . "El español como lengua inmigrada en Italia." *Lengua y migración / Language and Migration*, vol. 3, no. 1, 2011, pp. 9-32.
- . "Español e italiano en el paisaje lingüístico de Milán. ¿Traducción, mediación o translanguaging?" *Lingue e Linguaggi*, vol. 25, 2018, pp.145-172.
- . "Lingua, memoria e identità nei racconti dei migranti ispanoamericani." *Altre Modernità*, numero speciale *Migrazione, diaspora, esilio nelle letterature e culture ispanoamericane*, 2014, pp. 124-139.
- . "Spagnolo e italiano nelle seconde generazioni di migranti ispanofoni in Italia." *Quaderns d'Italia*, no. 21, 2016, pp. 45-62.
- Chen, Siyao. "The Influence of Social Media Platforms on Self-Identity in the New Media Environment: the Case of TikTok and Instagram." *SHS Web of Conferences*, vol. 165, 2023.
- Conteh, Jean, e Avril Brock. "'Safe spaces' Sites of bilingualism for Young learners in home, schools and community." *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*, vol. 4, no. 3, 2011, pp. 347-360.
- Coury, David. "Giving immigrants a voice: exploring migration and identity in the video series Germania." *Papeles del CEIC*, vol. 2, 2022, pp. 1-17.



García, Ofelia. *Bilingual Education in the 21st Century. A Global Perspective*. Wiley, 2009.

Giorgi, Giulia, e Alessandro Gandini. "#iorestoacasa: un'analisi visuale del primo lockdown attraverso Instagram e TikTok." *Studi culturali*, vol. 10, no. 1, 2023, pp. 3-30.

ISTAT. *Indicatori demografici – Anno 2024*, ISTAT, 2025. https://www.istat.it/wp-content/uploads/2025/03/Indicatori_demografici_2024.pdf. Consultato il 30 giu 2025.

Landry, Rodrigue, e Richard Y. Bourhis. "Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study." *Journal of Language and Social Psychology*, vol. 16, no. 1, 1997, pp. 23-49.

Leurs, Koen, e Sandra Ponzanese. *Doing Digital Migration Studies. Theories and Practices of the Everyday*. Amsterdam University Press, 2024.

Makoni, Sinfree, e Alastair Pennycook. "Disinventing and (Re)Constituting Languages." *Critical Inquiry in Language Studies*, vol. 2, no. 3, 2005, pp. 137-156.

Marino, Francesca. "#Twospirit: Identity construction through stance-taking on TikTok." *Discourse, Context and Media*, vol. 54, 2023, pp. 1-11.

Miller, Daniel. *Material Cultures, Why Some Things Matter*. UCL Press, 1998.

Mukerji, Chandra. "The Material Turn." *Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences*, a cura di Robert Scott e Stephen Kosslyn, John Wiley & Sons, 2015, pp. 1-11, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781118900772.etrds0109>. Consultato il 22 giu. 2025.

Palermo, Massimo. "Testualità digitale e multimodale: osservazioni sulla struttura dei reel." *Italiano LinguaDue*, vol. 14, no. 2, 2022, pp. 560-573.

Pink, Sarah, et al. *Digital Ethnography: Principles and Practice*. Sage, 2015.

Rampton, Ben. "From 'Multi-ethnic adolescent heteroglossia' to 'Contemporary urban vernaculars'." *Language and Communication*, vol. 31, no. 4, 2011, pp. 276-294.

Rumbaut, Rubén G. "Ages, Life Stages, and Generational Cohorts: Decomposing the Immigrants First and Second Generations in the United States." *International Migration Review*, vol. 38, no. 3, 2004, pp. 1160-1205.

Sindoni, Maria Grazia. "Traiettorie della multimodalità: gli snodi teorici e i modelli applicativi." *Italiano LinguaDue*, vol. 14, no. 2, 2022, pp. 19-46.

Spinelli, Angela. "Le potenzialità dell'analisi multimodale applicata al digital storytelling." *Pedagogia delle differenze – Bollettino della Fondazione "Vito Fazio-Allmayer"*, vol. 53, no. 1, 2024, pp. 117-130.

Sancho Pascual, María. "La integración sociolingüística de la inmigración hispana en España: lengua, percepción e identidad social." *Lengua y migración / Language and Migration*, vol. 5, no. 2, 2013, pp. 91-110.

Valdés, Guadalupe. "Heritage Language Students: Profiles and Possibilities." *Heritage Languages in America: Preserving a National Resource*, a cura di Joy K. Peyton, Donald A. Ranard, e Scott McGinnis, Center for Applied Linguistics & Delta Systems, 2001, pp. 37-77.

Villa-Nicholas, Melissa. "Latinx Digital Memory: Identity Making in Real Time." *Social Media + Society*, 2019, pp. 1-11, https://digitalcommons.uri.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1019&context=lsc_facpub. Consultato il 21 giu. 2025.



Yus, Francisco. "Discourse and Identity." *International Encyclopedia Of The Social & Behavioral Sciences (Second Edition)*, a cura di James Wright, Elsevier, 2015, pp. 498-506.

Chiara Falcone è dottoranda presso il Dipartimento di Lingue, Letterature, Culture e Mediazioni dell'Università degli Studi di Milano. Il suo progetto di ricerca si concentra sulle implicazioni sociolinguistiche e sulle sfide glottodidattiche legate alla presenza dello spagnolo come lingua ereditaria nel contesto educativo italiano. I suoi interessi abbracciano la sociolinguistica, la didattica delle lingue straniere, nonché l'intersezione tra studi culturali, letterari e sociali.

<https://orcid.org/0009-0003-4841-0025>

chiara.falcone@unimi.it

TITLE: *#LatinosEnItalia: bodies, spaces and objects as material archives of migration for self-narration on social media*

ABSTRACT: In recent years, digital platforms have taken on a central role in the construction and dissemination of diasporic identities. This contribution focuses on forms of self-representation within the Latin American community in Italy, based on a selection of short videos published on TikTok and Instagram. The aim is to explore, through a critical analysis of multimodal discourse and a qualitative approach to digital communication, how Latino content creators narrate their migration experiences by staging a materiality articulated through bodies, spaces, and everyday objects in an act of mediating their Hispanic identity within the Italian context. The findings highlight how material elements acquire narrative and symbolic functions, serving as devices of memory, tools for cultural negotiation, and vehicles of belonging, hybridity, and resistance. In line with the premises of the material turn, digital narratives thus offer an alternative interpretation of materiality as a driver of narrative meaning in cultural, affective, and political terms.

KEY WORDS: social media; diasporic identities; self-representation; materiality; Latin American community in Italy
